

„IZLOG“ POZORIŠTA: MEDIJSKA FUNKCIJA POZORIŠNIH FASADA U BEOGRADU¹

Tatjana Dadić-Dinulović²
Akademija lepih umetnosti, Beograd

725.822(497.11)“19/20”
ID: 183363852

Apstrakt:

U procesu karakterizacije savremenog grada značajno mesto zauzima odnos između fizičke strukture građene sredine, sceničnosti objekata i urbanih prostora, i spektakla i prostornog uobličavanja scenskih događaja. Ključno mesto na kome se ispituje, ali i ostvaruje, odnos gradske scene i scenskog događaja, jeste pozorište, dok je mesto na kome se ostvaruje susret i uspostavlja komunikacija unutrašnjeg i spoljašnjeg prostora kuće – fasada ili „izlog“. Uloga fasade ogleđa se u potrebi za identifikacijom zgrade kao pozorišta, ali i predstavljanja umetničkih stavova, ideja i programa. Vrednujući integrativnost pristupa procesu stvaranja i predstavljanja pozorišne predstave, primeri četiri pozorišta u Beogradu – Narodnog pozorišta, Opere i teatra Madlenianum, Jugoslovenskog dramskog pozorišta i Ateljea 212 – ukazuju na različite načine uspostavljanja ovakve veze u procesu građenja identiteta pozorišne ustanove.

Ključne reči:

arhitektonski jezik, oblikovanje pozorišta, pozorišna fasada, stvaranje i predstavljanje, pozorišni proizvod, „izlog“ pozorišta, identitet pozorišta.

U procesu karakterizacije savremenog grada značajno mesto zauzima odnos između fizičke strukture građene sredine, sceničnosti objekata i urbanih prostora, kao i spektakla i prostornog uobličavanja scenskih događaja. Spektakl, tako, predstavlja jednu od najznačajnijih oblasti života i važan je činilac karaktera savremenog grada.

- 1 Tekst je zasnovan na magistarskoj tezi „Teorija izlaganja i predstavljanja: izlog pozorišta i izlog kao pozorište (fasada pozorišne kuće u komunikaciji sa gradom i scenska sredstva u izlozima Beograda)“, odbranjenoj 2007. godine na Univerzitetu umetnosti u Beogradu, pod mentorstvom prof. dr Milene Dragičević-Šešić i komentorstvom prof. dr Nađe Kurtović-Folić.
- 2 td.dinulovic@gmail.com

Ključno mesto na kome se ispituje i, na različite načine, ostvaruje odnos gradske scene i scenskog događaja jeste pozorište. U institucionalnom smislu, pozorište je ustanova u kojoj se odvijaju različiti, ali međusobno povezani, umetnički, tehnički i operativni postupci i procedure koji su određeni pripremom, produkcijom i realizacijom scenskih događaja. U arhitektonskom smislu, pozorište možemo da proučavamo u odnosu na njegovu urbanu poziciju, građenu strukturu i odnos koji, kao umetnička forma, uspostavlja sa gradom kroz fasadu ili „izlog“ pozorišne kuće. Zahvaljući tradicionalnoj urbanoj poziciji, pozorišna zgrada je, kroz istoriju, „ustanovljena kao jedan od ključnih gradskih objekata, a pozorišni trg kao centralni element strukture javnih prostora mnogih evropskih gradova.“ (Dinulović 1996: 10–11). Osim urbane pozicije, pozorišna zgrada podrazumeva i sistem arhitektonskih svojstava objekta koji svojim karakterom i funkcionalno-tehnološkim poreklom grade jasan i razumljiv jezik „perceptivne, ali i psihološke, socijalne pa i tržišne komunikacije u gradu.“ (Dinulović 1996: 10). Na taj način pozorišna kuća, kao prostor spektakla i objekat za spektakl, zahvaljujući jeziku arhitektonske strukture, i sama postaje znak i reprezent identiteta grada, naglašavajući razumevanje arhitekture kao sredstva komunikacije.

Odnos između stalnosti pozorišne kuće kao građevine i promenljivosti pozorišta kao umetničke forme upućuje nas, međutim, na činjenicu da „nema jednog teatra našeg vremena, već da postoje različiti teatri koji su se sticajem okolnosti našli na istom vremenskom prostoru“ (Selenić 1985: 7). Zahvaljujući ovakvom odnosu, jednu od ključnih uloga u promišljanju sistema komunikacije kuće prema gradu ima arhitekta koji, birajući određeni arhitektonski jezik, unapred određuje sadržaj, izraz i sredstva jednog pozorišta. Kulturna politika, pa zatim i programska orijentacija, dalje određuju način na koji se pozorišna kuća posmatra kao sistem poruka usmerenih ka gradu i publici. Dramaturška konvencija o ustrojstvu portala kao „četrtrtog zida“ koji deli prostor igre i prostor posmatranja, to jest razdvaja realan, fizički prostor gledališta i imaginaran, dramski prostor scene, fizički i duhovno proteže se daleko izvan scene i gledališta. Tako je moguće značajno proširiti pitanje poruka arhitektonske strukture kuće razmatranjem namenski projektovanih ili naknadno osmišljenih sistema označavanja i *out-door* predstavljanja sadržaja pozorišne kuće. Savremeni koncepti finansiranja pozorišta, uključivanje različitih komercijalnih programa kao što su knjižare, galerije, restorani ili informativni centri u deo objekta namenjen gledaocima, kao i uključivanje specijalizovanih marketinških agencija ne samo u oblast planiranja, kreiranja i sprovođenja marketinških kampanja, već i u poslovne procese koji utiču na kreiranje, pripremu i izvođenje pozorišne

predstave, značajno, ako ne i ključno, određuju ideju o izlaganju i predstavljanju pozorišnog proizvoda.

Zgradom opere *La Scala* u Milanu, koja je 1778. izvedena prema projektu arhitekta Đuzepea Pjermarinija (*Giuseppe Piermarini*), u istoriju pozorišta uvedene su ključne odlike arhitektonskog jezika koji, u značenjskom smislu, određuju kuću kao pozorište³, dok je projektom Berlinskog pozorišta (*Berlin Schauspielhaus*) Karla Fridriha Šinkela (*Karl Friedrich Schinkel*) iz 1818. godine izvršen ključni uticaj na uspostavljanje značenjskih elemenata u arhitektonskoj strukturi pozorišnih objekata. Tako se kao osnovni značenjski elementi arhitektonskog jezika tradicionalne pozorišne kuće (objekta druge polovine 19. veka) pojavljuju ukupan morfološki sklop objekta, ulazna partija (portik, esplanada, fenestracija povučenog fasadnog fronta), kompozicija frontalne fasade, binski toranj i urbana pozicija (odnos prema javnom prostoru). Dalja, različita promišljanja arhitekture pozorišnih objekata i elemenata arhitektonskog jezika, bivaju određeni pravcima razvoja savremene arhitekture, vlasništvom nad prostorom zemljišta, objekta, institucije i programa, tehnološkim razvojem, kao i tenzijom između pozorišta kao umetničke forme i pozorišta kao komercijalne zabave. Fasada, posebno frontalna, u ovom promišljanju zauzima posebno mesto.

Pored određenja prostorne granice fizičke strukture kuće, uloga fasade ogleda se u potrebi za identifikacijom zgrade kao pozorišta, ali i predstavljanja određenih umetničkih stavova, ideja o pozorištu, pojedinačnih programa, kao i stvaranja ukupne slike „javnog lica“ kuće. U odnosu na vezu između ideje o pozorištu i ideje o arhitekturi objekta, sagledanu kroz odnos izgleda i poruka fasade pozorišne kuće, razmotrićemo tri načina promišljanja, uloge i upotrebe fasade, posmatrajući pozorišne objekte kao tradicionalno pozorište ili *kuću-tekst*, komercijalno pozorište ili *kuću-spektakl* i savremeno umetničko pozorište ili *kuću-ekran*⁴.

Osnovne karakteristike arhitektonskog jezika tradicionalnog pozorišnog objekta već smo pomenuli. Tradicionalno pozorište, najčešće, nije objekat koji zahteva dodatnu identifikaciju. Projektovano tako da odmah bude jasno prepoznato kao pozorišni objekat, najčešće se nalazi u delu grada u kome svojom arhitektonskom strukturom i volumenom nema konkurenciju slične

3 Videti u knjizi Radivoja Dinulovića „Arhitektura pozorišta XX veka“.

4 Podela je napravljena na osnovu ideja koje iznosi Marvin Karlson razlikujući monumentalno, komercijalno ili fasadno i eksperimentalno pozorište u knjizi *Places of Performance: the Semiotics of Theatre Architecture*.

građevine. Zahvaljujući karakteru institucije (u velikom broju slučajeva se radi o nacionalnom pozorištu, operi ili baletu), ovakvo pozorište ima jasno određenu programsku orijentaciju. Tako se, skoro po pravilu, na fasadi tradicionalnog pozorišta ne pojavljuje natpis sa imenom kuće, a u retkim suprotnim slučajevima, natpisi najčešće predstavljaju moto koji odražava „nacionalne, kulturne ili umetničke vrednosti – 'Umetnost narodu' na originalnoj Berlin-skoj *Volksbühne* i 'Sloboda, bratstvo, jednakost – ili smrt' na Francuskom nacionalnom teatru u vreme Revolucije“. (Carlson 1993: 121) Publika tradicionalnog pozorišta se opredeljuje za instituciju pre nego za određenu predstavu.

Osnovna odlika komercijalnog pozorišta, danas u najvećoj meri grupisanih u dva velika svetska centra *West End* u Londonu i *Broadway* u Njujorku, nije pozorišna zgrada već predstava ili produkcija. U arhitektonskom smislu, zgrada komercijalnog pozorišta gubi važnost i postaje „nosač“ za različite vrste reklamnih panoa, svetlećih natpisa i drugih vizuelno atraktivnih elemenata koji, tržišno orijentisanu ustanovu zadržavaju u centru pažnje potencijalne publike, pozivajući na kupovinu karata. Sa ustanovljavanjem savremenog sistema dugog repetitivnog prikazivanja jedne predstave, navika odlaženja u određeno pozorište zamenjena je odlaskom na željene predstave. Pošto se programska orijentacija komercijalnog pozorišta ne podrazumeva, publika svaki put donosi pojedinačnu odluku o tome koju predstavu želi da gleda. Prema nekim podacima (Carlson 1993: 123), publika u sećanju najčešće zadržava informaciju o tome koju je predstavu videla, ali ne i u kom pozorištu je predstava izvedena. Ova pojava je uticala i na izgled fasade na kojoj centralno mesto zauzima natpis sa nazivom predstave. Osim toga, na fasadi su istaknute i različite informacije kao što su imena glumaca, autora libreta, producenata i svih drugih „zvezda“ koje dodatno mogu da privuku publiku, kao i informacije o cenama, nagradama i pozitivnim kritikama.

Savremeno umetničko pozorište na različite načine uspostavlja odnos prema fasadi pozorišnog objekta. Ovaj odnos ključno određuju pitanja urbane pozicije, delovanja u sopstvenoj zgradi, sistema finansiranja, karaktera vlasništva, programske orijentacije, stalne profesionalne produkcije i publike kojoj se obraća. Sa razvojem tržišnog pristupa kulturi i kulturnoj politici, značajnu ulogu u odnosu savremenog umetničkog pozorišta prema fasadi zauzima sponzor. Među mnogim značenjima pojma sponzor, rečnik enciklopedije Britanike kao prvo određuje pojedinca ili organizaciju koja finansira deo ili ukupne troškove produkcije sportskog ili umetničkog događaja u zamenu za oglašavanje. Tako arhitektura koja, zahvaljujući novim pravcima izgradnje biva sve više statična, postaje polje velikih dimenzija koje je moguće iskoristiti

za potrebe tržišta. Manipulacija prostora fasade je sve češća pojava, posebno u sredinama u kojima je došlo do promena u društvenim sistemima vrednosti, među kojima je i naša. Veoma često, međutim, naročito u velikim evropskim gradovima, posebno osmišljeni i realizovani sistemi aplicirani na fasadu ili postavljeni u neposredno okruženje pozorišnog objekta nastaju u toku projektovanja (*Sadler's Wells* i *National Theatre* u Londonu, *Royal Exchange* u Mančesteru), a ukoliko su projektovani naknadno, suštinski ne utiču na arhitektonsku strukturu objekta (Narodno pozorište *Ivan Vazov* u Sofiji).

Proučavajući fasadu pozorišne kuće kao savremeni „izlog” ili sredstvo komunikacije scenskog događaja sa gradom, to jest vezu između prostora stvaranja umetničkog proizvoda i njegovog izlaganja, predstavice četiri pozorišna objekta u Beogradu koja smatramo najzanimljivijim za ovu temu. Radi se, naravno, o stalnim profesionalnim repertoarskim pozorištima, finansiranim (pretežno) iz gradskog i/ili republičkog budžeta, koja deluju u sopstvenim zgradama i obraćaju se odrasloj populaciji. To su Narodno pozorište, Opera i teatar Madlenianum, Jugoslovensko dramsko pozorište i pozorište Atelje 212.

Narodno pozorište: kuća – tekst

Nacionalno pozorište je, načelno, državna institucija, a njen zadatak može da bude različit: – od stvaranja i negovanja klasika (*Comédie Française*), predstavljanja najznačajnijih pozorišnih dostignuća (*National Theatre*, London), podrške nacionalnoj dramaturgiji (*Royal Cort Theatre*, London), do zastupanja ideje bez posedovanja sopstvene zgrade (*National Theatre of Scotland*) ili promovisanja nacionalnog identiteta (*Abbey Theatre*, Dablin i pozorišta na Balkanu). Povezujući, najčešće, pojmove države, nacije i ideologije, nacionalna pozorišna kuća označava instituciju koja je u neposrednoj vezi sa jezikom određenog naroda i njegovom kulturom. Prema Leviju Strosu nacionalni teatar jeste ideološko pomagalo nacije kao institucije nultog tipa.

„Početkom devetnaestog veka, u vreme nacionalnog buđenja srpskog naroda, rodila se ideja o pozorištu kao instituciji koja bi pomogla u borbi protiv zaostalosti i nepismenosti, doprinela stvaranju naprednijih društvenih ideja i razvijanju narodne kulture“ (*Istorijat Narodnog pozorišta*). Narodno pozorište označava želju da Srbija bude predstavljena kao savremena nacionalna država koja podržava kulturni obrazac zapadne Evrope. Zgrada je izvedena prema projektu Aleksandra Bugarskog iz 1869. godine, po ugledu na preo-

vlađujući tip pozorišnih objekata toga vremena, posebno zgrade milanskog pozorišta *La Scala*, od koje je preuzeta renesansna koncepcija i dekorativna obrada fasade. Kasnijim rekonstrukcijama prvobitni izgled u potpunosti je izmenjen. Osim za pozorišne predstave, sala je tokom 19. veka korišćena i za dobrotorne balove i koncerte. Velika ustavotvorna skupština je u toj sali izglasala Ustav iz 1888. godine. Obimna rekonstrukcija objekta⁵ izvedena je 1986. godine, kada je pozorištu vraćen izgled iz 1922, a izvršena je i dogradnja prema ulici Braće Jugovića.

Odluka da, svojim izgledom, kuća treba da podseća na *Teatro la Scala* u Milanu, određuje težnju da buduća zgrada Narodnog pozorišta prihvati čitav sistem različitih nivoa značenja na koja upućuje objekat milanske institucije. Upravo u tom kontekstu, Narodno pozorište jeste kuća koja *liči* na pozorište, što predstavlja jednu od ključnih tačaka razvoja pozorišne arhitekture. Ukoliko, istorijski gledano, karakter ovakvog objekta mora da bude u potpunosti izražen spoljašnjom formom, pa pozorište može da bude tretirano samo kao pozorište, onda je kuća Narodnog pozorišta kuća-tekst čiji program biva podrazumevan od publike, a potreba za predstavljanjem se pojavljuje samo u domenu naziva institucije.

Narodno pozorište, dakle, jeste objekat – urbani monument, čija arhitektonska struktura ima već pomenute odlike tradicionalne pozorišne kuće 19. veka. To je, u načelu, hermetičan objekat čija arhitektura ne omogućava komunikaciju između unutrašnjeg prostora, sadržaja objekta i javnog okruženja. Kuća je, na ovaj način, izdvojena iz javnog gradskog prostora i nije aktivirana. Osim primene tradicionalnih vitrina i izloga, Narodno pozorište ne poseduje potencijal izgleda u odnosu na spoljna sredstva izlaganja i predstavljanja aplicirana na fasadu.

Promenom društvenog sistema vrednosti, posebno u zemljama istočne Evrope, ulaskom u proces tranzicije i ubrzanim razvojem potrošačkog društva, ovakva vrsta nacionalne institucije postaje nesrazmerno velika, ali i neprilagođena okolnostima u kojima deluje. S vremenom, ona postaje „mesto gde se brani neka iluzija, neka lažna estetika, gde dolazi neka čudna, dezorijentisana publika koja je pod uticajem televizije i ne poznaje vrednosti velike literature. To je masovna publika.“ (Popa 2007). Pojam nacionalnog, u nekim slučajevima, počinje da biva zamenjivan pojmom nacionalističkog, dok napredne dru-

5 Objekat je izveden prema projektu Ljubomira Zdravkovića i Slobodana Drinjakovića (rekonstrukcija i dogradnja); Milana Pališaškog (enterijer); Branke Bremec, Dimitrija Ivančevića i Zorana Badnjevića (fasada i dekorativna plastika).

štvene ideje bivaju zamenjene idejama potrošačkog društva. Novu publiku ne samo da više ne zanima naziv institucije, niti značenje i garancije koje taj naziv potencijalno nudi; nova publika podrazumeva da značenja uopšte nema. U pokušaju da skrene pažnju publike, značajno zasićene i osvojene mnoštvom različitih proizvoda, pozorišna institucija ponudu svog proizvoda realizuje intervencijom na fasadi. Tako se na fasadama državnih pozorišnih kuća pojavljuju transparenti i natpisi velikih dimenzija, na kojima osim osnovnih informacija o predstavama, značajno mesto pripada logotipu i sloganu sponzora. Slične primere novog načina razmišljanja pozorišnih uprava državnih pozorišnih kuća našli smo i na objektima Narodnog pozorišta *I.L. Caragiale* u Bukureštu i državnom akademskom pozorištu Opera i balet *Zakaria Paliašvili* u Tbilisiju. Vredno je, međutim, pokazati i dva drugačija primera: Narodno pozorište *Ivan Vazov* iz Sofije, čiji je naknadno osmišljen i realizovan spoljni sistem komunikacije omogućio uspostavljanje oglasnog prostora, bez ugrožavanja istorijske i arhitektonske vrednosti objekta; i *National Theatre* u Londonu, čiji bi sistem jarbola, vitrina i panoa, primenjen na urbani kontekst Beograda i arhitektonsku strukturu Narodnog pozorišta, možda mogao da posluži kao dobar primer, posebno u dograđenom delu objekta.

Ukoliko se, ipak, kao najvažnija od svih tema, nameće uloga Narodnog pozorišta u izgradnji svesti o nacionalnom biću, kao i doprinos stvaranju progresivnih društvenih ideja, onda se, za nas, ključna poruka ove kuće danas ogleda u prizorima koje donose dve fotografije: jedna govori o događajima na terasi Narodnog pozorišta 9. maja 1991. godine⁶, na kojoj se tadašnji lider opozicije Vuk Drašković obraća velikom broju ljudi okupljenih na Trgu republike, a kojim je zapravo počeo politički preokret završen 5. oktobra 2000; i druga, na kojoj se nalazi isti prostor, nekoliko godina kasnije, i na kojoj se nekadašnja pozornica važnih društvenih promena pretvara u pozornicu društva spektakla – reklama za premijeru na velikoj sceni prekriva čitav prostor terase.

Opera i teatar Madlenianum: kuća – spektakl

Opera i teatar Madlenianum⁷ osnovana je 1998. godine u nekadašnjoj zgradi Narodnog pozorišta (scena u Zemunu), kao prva institucija kulture u Beogradu u potpunosti finansirana iz privatnih fondova. Poslednjom rekonstruk-

6 Videti u knizi 9. mart 1991.

7 Prvobitni naziv institucije bio je Kamerna opera Madlenianum.

cijom prvobitna svedena i modernistička struktura fasade⁸ zamenjena je stilizovanom historicističkom, dok je simetričnost objekta posebno naglašena postavkom dve lažne ugaone kule i duboke nadstrešnice. Tako kompozicija fasade ove kuće snažno asocira na izgled Narodnog pozorišta u Beogradu.

Osnovni kod koji nam omogućava čitanje ukupne arhitektonske strukture ove kuće govori da se radi o operi, što i jeste osnovna programska orijentacija Madlenianuma kao institucije. Frontalna fasada nas, međutim, upućuje na razmatranje kuće kao „ponovo otkrivenog predmeta“ (Eko 1973: 234) kome je rekonstrukcija, rukovođena zahtevima vremena, vratila stilizovanu formu, ali ne i važnost tradicionalne operske kuće. Reč je, zapravo, o *stylingu* (Eko 1973: 234) koji se ogleda u sredstvima kojima je izvršena teatralizacija, ali i načinu upotrebe spoljnog sistema komunikacije. Ovaj *styling* govori o još jednoj, dodatnoj, karakteristici koda – tržišnoj orijentaciji.

Madlenianum se, dakle, prevashodno obraća tržišno orijentisanoj eliti kojoj se, preko namenski projektovanog i dodatno razvijenog spoljnog sistema komunikacije, nudi slika o „izuzetnom prostoru“⁹. To je publika koja nema previše vremena, kojoj se mora ići u susret i čiju pažnju je, u brzini gradskog života i izobilju atraktivnih sadržaja, potrebno skrenuti. Tako se u izlogu biletarnice bez prekida prikazuju specijalno osmišljeni trejleri koji publici olakšavaju odluku o izboru predstave i kupovini karata, a suveniri u ponudi knjižare, omogućavaju potpuniji doživljaj i „sećanje“ na predstavu kojoj je publika prisustvovala. Kao dodatak ukupnoj slici pojavljuju se plakati i propagandni materijali kompanija koje zakupljuju posebno projektovane poslovne prostore, namenje upravo direktnom kontaktu pozorišta sa svetom biznisa i potencijalnim sponzorima. Na taj način, komercijalni promotivni materijali zauzimaju prostore namenjene promotivnim materijalima pozorišta. Ponuda sponzorima uključuje i mogućnost upotrebe transparenata na gornjem delu frontalne fasade koji, u procesu projektovanja, nije zamišljen kao prostor predstavljanja. Dopunu ovakvom sistemu komunikacije, a zbog nezadovoljavajuće urbanističke pozicije, čini specifična upotreba različitih *outdoor* sredstava u centralnoj zoni grada.

Reč je o izlozima nekadašnjeg preduzeća „Kluz“ čija upotreba, u ozbiljnoj meri, može da dovede publiku u zabunu. Tako plakati velikih dimenzija apli-

8 Prvobitni objekat je izveden prema projektu Bogdana Ćosića 1969, dok je rekonstrukcija izvedena u periodu od 1998. do 2005. godine prema projektu Ivana Antića i Zorane Stojnić-Šerbanović (enterijer).

9 Prema rečima Dragane Čulić, direktora marketinga.

cirani na izloge nekadašnjih prodavnica ne ukazuju na buduće pozorišne ili neke druge umetničke prostore, već na buduće poslovne prostore korporacije. Ovakva upotreba izloga predstavlja praksu sličnu onoj u drugim zemljama koje prolaze kroz proces tranzicije, gde fasade objekata postaju mesta za „bilborde“ dok je u ovom slučaju reč i o pokušaju da se potencijalnoj publici centralnih delova grada skrene pažnja na predstave koje se odvijaju u drugom prostoru. Doprinos ovakvom načinu razmišljanja daje i primer kampanje povodom premijere baleta *Wolfgang Amadé* iz 2006. godine, kada su u izloge prodavnica komercijalne robe jedne kompanije u Beogradu postavljeni plakati koji najavljuju ovu predstavu. Svaki plakat, dimenzija određenih prostorom izloga, tematski je bio usaglašen sa vrstom proizvoda, pa je na taj način uspostavljena veza između proizvoda u ponudi radnje i proizvoda u ponudi pozorišta. U ovakvom izboru prostora izlaganja i postupku, uočavamo određenu sličnost sa kampanjom Irene Šentevske povodom promocije 5. bijenala sceniskog dizajna održanog u Muzeju primenjene umetnosti. Reč je o seriji umetničkih instalacija izvedenih u dvanaest izloga objekata različite komercijalne namene u Knez Mihailovoj ulici, realizovanih 2004. godine. Postoji, međutim, i jedna značajna razlika između ove dve kampanje: rad Irene Šentevske predstavlja intervenciju koja bi mogla biti tumačena kao kritika potrošačkog društva i društva spektakla; kampanja za balet *Wolfgang Amadé*, smeštena u prostor robe-spektakla, direktno se obraća potrošačkom društvu.

Opera i teatar Madlenianum predstavljaju pravi primer savremenog poimanja industrije kulture i pozorišta kao umetničkog proizvoda za elitu. Elita, naravno, formirana u „neprosvećeno i oneduhovljeno vreme“ (Radulj 2007: 4), u maloj i ograničenoj sredini, donosi i specifične duhovne, ali i druge vrednosti, pa kuća, prateći ovakve „potrebe“, u pokušaju da postane kućatekst, postaje kuća-spektakl. Izbor sredstava komunikacije, način realizacije, naknadno otkrivanje površina za izlaganje, kao i distanca između prostora igre i prostora izlaganja, jasno ukazuju na spektakularizaciju koja vodi ka nezavisnom predstavljanju pozorišne predstave.

Jugoslovensko dramsko pozorište: kuća – transformisani izlog

Jugoslovensko dramsko pozorište osnovano je 1947. godine kao reprezentativno pozorište nove Jugoslavije sa idejom da se, kroz vrhunsku profesionalnu pozorišnu produkciju, zalaže za nove društvene vrednosti. Nastalo na temeljima Kazališta narodnog oslobođenja, pozorište je okupilo najznačajnije glumce, reditelje i druge umetnike iz Zagreba, Novog Sada, Sarajeva, Splita,

Ljubljane, Beograda i drugih gradova, koji su pozvani da učestvuju u stvaranju institucije koja će biti za Jugoslaviju ono što je MHAT za Rusiju. U različitim fazama istorije, zgrada ovog pozorišta imala je četiri pojavna oblika fasade prema ulici Kralja Milana. Razumevajući pozorišnu kuću kao sistem znakova koji je na određen način kodiran i formira arhitektonski tekst, četiri fasade različitih autora, nastale u istorijski i ideološki različitim razdobljima, govore o pozorištu kao simbolu vremena, ali i o pozorištu kao ideji, instituciji, programu i umetničkoj formi.

Prvu rekonstrukciju nekadašnjeg manježa za potrebe novog scenskog prostora Narodnog pozorišta, projektovao je u stilu akademizma Nikolaj Krasnov 1926. godine. Momčilo Belobrk je, ponovo rekonstruišući ovaj objekat za potrebe JDP-a 1948. godine, prekrrio stilsku fasadu punim zidom, bez dekorativnih elemenata, želeći da „dobije bolju zvučnu izolaciju gledališta od ulične buke“ (Jakovljević 2002) i, istovremeno, stvori izgled objekta primeren epohi. Skoro četrdeset godina kasnije, Čedomir Vasić, u saradnji sa Đorđem Bobićem, novom rekonstrukcijom stvara prvu postmodernističku fasadu u Beogradu koju čine tri „sloja“ – obnovljena Belobrkova fasada, delimično rekonstruisana Krasnovljeva fasada i „zidana slika“ koja je, prema rečima autora, trebalo da jasno pokaže ideju promene u odnosu na epohu, društveni ambijent i prostor pozorišta, ali i da uspostavi direktnu vezu između promena koje su se dogodile na kući i u kući.

Oktobra 1997. godine zgrada pozorišta je izgorela u požaru. Obnovljena¹⁰ (a suštinski nova) zgrada je otvorena 2003. godine. U ovoj poslednjoj intervenciji, preko rekonstruisane fasade Nikolaja Krasnova postavljena je staklena zid-zavesa čime je otvoreno nekoliko ključnih tema vezanih za skup poruka koje ovaj objekat upućuje prema gradu. Ne radi se, međutim, o vrednovanju zahteva da se prilikom rekonstrukcije izvrši obnova prvobitne fasade, iako bi bilo moguće postaviti pitanje potrebe da se pozorište koje ima ambicije da programski i tehnološki bude savremena institucija kulture, predstavlja anahronom fasadom koja pripada drugačijem kodu i ideji o pozorišnoj umetnosti. Nije reč ni o postavljanju staklene zid-zavese ispred „originalne“ fasade, zato što je ovaj autorski stav moguće pročitati kao uvođenje novog i drugačijeg mišljenja koje predstavlja istinski odraz vremena u kome kuća nastaje, ali i težnje da se pozorište kao institucija repositionira ne samo na kulturnoj mapi grada, nego i u okviru šire profesionalne zajednice. Tema je način na koji, nakon rekonstrukcije, pozorište započinje svoj strateški odnos prema fasadi,

10 Objekat je izveden prema projektu Zorana Radojičića i Dejana Miljkovića 2003. godine.

pre svega u domenu upotrebe i održavanja, ali i suštinskog razumevanja pozorišne kuće kao transformisanog izloga.

Ovde moramo odmah da naglasimo dve važne činjenice. Prva je da pozorište nema jasno definisanu strategiju predstavljanja u javnosti, pa odluke o tome šta će i na koji način biti izloženo na fasadi, bivaju donošene bez posebnog planiranja. Nedostatak finansijskih sredstava, prvenstveno za potrebe produkcije, uvode i temu sponzora, pa se izlog, zahvaljujući potrebama „prijatelja kuće“, brzo i lako pretvara u promotivni pano velikih dimenzija. U takvom procesu, možda i nezapaženo, iznutra, menjaju se poruke kuće spolja.

Svakako najzanimljiviji primer predstavlja prva i najveća „izložba“ pod nazivom „Veliki format: Jugoslovensko dramsko pozorište 1948–2004“ kojom je tadašnji sponzor pomogao obeležavanje rođendana pozorišta 2004. godine. Izložba je bila posvećena najznačajnijim predstavama i glumcima iz istorije JDP-a, i bila smeštena u foaje Velike scene. Na uličnu staklenu fasadu postavljena je slika velikih dimenzija glumca Viktora Starčića, u ulozi Dužda u predstavi „Otelo“, dok su se na staklenom delu frontalne fasade nalazile crno-bele fotografije drugih značajnih glumaca. Važan (a u odnosu na našu temu i najvažniji) deo ove postavke činio je veliki natpis firme-sponzora na centralnom delu ulične fasade, ispisan slovima koja su, prema veličini, uspostavljala veći značaj u odnosu na naslov izložbe i, što je još važnije, naziv pozorišta.

Postavkom fotografija velikog formata replika fasade Nikolaja Krasnova postala je slika koja „nema veze sa bilo kakvom realnošću: ona je čist sopstveni simulakrum.“ (Bordijar 1991: 10) Sasvim je jasno da je, primenom novog načina izlaganja, nastao „prelaz sa znakova koji nešto prikrivaju na znakove koji kriju da nema ničega“. (Bodrijar 1991: 10) Ovde, naravno, nije reč o vrednovanju programa, već o tumačenju poruka koju je arhitektura namerala da pošalje. Upravo na ovaj način, u procesu izmene kodova, dolazi do izjednačavanja vrednosti, pa sve postaje podjednako (ne)tačno i podjednako (ne)vredno.

Najveći uticaj, dakle, na oblikovanje slike grada mogao bi biti ostvaren u Jugoslovenskom dramskom pozorištu. Ovaj potencijal, zasnovan na urbanoj poziciji objekta, važnosti i frekventnosti ulice prema kojoj je orijentisan „izlog“ pozorišta, značaju institucije dodatno podstaknutim ponovnom izgradnjom kuće, kao i podršci profesionalnog okruženja, ali i uprave grada, ostaje ipak samo na nivou ideje o mogućnosti. Sa druge strane, izbor sredstava komunikacije, kreativnost vizuelnih rešenja, kao i izbor tema izlaganja, suštinski odgovaraju

pozorištu glumačkih i rediteljskih zvezda, kao i „velikog repertoara“ orijentisanog, pre svega, ka savremenim klasičnim dramskim tekstovima, što jeste osnovna odlika identiteta ove pozorišne kuće. Jasno je da u procesu projektovanja objekta potrebe pozorišta za oglašavanjem predstava i repertoara, kao i ukupnog obraćanja institucije gradu, nisu u dovoljnoj meri razmatrane. Tako je kuća ostala bez mogućnosti da savremenim, ali suštinski pozorišnim jezikom, ukaže na vrednosti programa za koje se zalaže. Možda bi kao drugačiji način razmišljanja mogao da posluži primer pozorišta *Sadler's Wells* u Londonu na kome se, iza staklene frontalne fasade nalazi ekran velikih dimenzija. Sastavljen od devet polja koja u različitim odnosima mogu da formiraju željene slike, ekran predstavlja važno promotivno sredstvo, ali i način identifikacije objekta kao pozorišta. U isto vreme, ova fasada je i zastakljeni foaje koji „jasno naglašava socijalni karakter pozorišnog prostora u kome je 'gledati' i 'biti gledan' suštinska tema dramskog događaja“ (*Mulryne et. al.* 1995: 152), pa ovaj pozorišni objekat šalje nedvosmislen poziv na otvoren dijalog sa okolinom.

Atelje 212: kuća – pozorište

Pozorište Atelje 212 nastalo je na specifičnoj ideji Bojana Stupice o izgradnji zajedničkog pozorišnog „bića“, koja je odredila i autentičan pristup obraćanja kuće spoljnom svetu. Tako se prvi put u Beogradu u sezoni 1959/60. godine pojavljuje unikatni slikani plakat kao promotivno sredstvo jedne pozorišne kuće, i postaje uobičajeni način predstavljanja ne samo Ateljea 212, već i drugih pozorišnih institucija u Beogradu. Autorske izloge i postavke tada su, pored Vladislava Lalickog, stvarali Mića Popović, Dušan Otašević, Leonid Šejka, Nebojša Mitrić, Gradimir Petrović, a zatim i Olja Ivanjicki i Branko Miljuš. „Izlozi su bili važni, to je bio ritual. Ljudi su ujutru, dolazeći u pozorišni bife, išli prvo da vide izloge kao nešto važno, nešto bez čega nema premijere. Svi su u pozorištu mislili o tome kako Atelje izgleda“¹¹. Važan doprinos specifičnom načinu predstavljanja scenskog proizvoda ovog pozorišta dao je i Todor Lalicki, scenograf, koji je u periodu od 1968. do 1987. godine, osmislio i realizovao više od 400 umetničkih instalacija.

Ideja Bojana Stupice o kući kao pozorištu, rekonstrukcijom¹² je sačuvana i razvijena novim arhitektonskim sredstvima, podržavajući ideju autora „da

11 Prema rečima Todora Lalickog, scenografa.

12 Prvobitan objekat je izveden prema projektu Bojana Stupice 1964. godine; rekonstrukcija je izvedena u periodu od 1988. do 1992. prema projektu Ranka Radovića i Radivoja Dinulovića, autor enterijera je Dušan Tešić.

kuća za pozorište liči na kuću za pozorište“. Pored specifičnog pristupa arhitektonskoj strukturi slobodnih fasada, uvođenja pozorišne kule i zastave na njenom vrhu kao posebnog asocijativnog elementa, namenski je projektovan sistem različitih elemenata namenjenih postavci promotivnih sadržaja, kao i dekorativno osvetljenje fasade. „Arhitektura ovde predstavlja zaključak istraživanja jednog posebnog teatarskog modela, čiji gest ističe želju za razumevanjem pozorišta kao dela scenografije grada, i grada shvaćenog kao pozorište.“ (Selinkić 1989: 64) Kada je reč o percepciji zgrade, važno je skrenuti pažnju i na pjacetu na kojoj se formira veoma specifičan prostor, pretprostor pozorišta koji u isto vreme postaje i urbana scena. U vreme održavanja predstava ovaj prostor je posebno osvetljen pa publika koja čeka ulazak u hol posmatra prolaznike i ulicu, ali u isto vreme, kao da stoji na pozornici i sama biva posmatrana. Ova kuća, dakle, pripada maloj grupi objekata koji su projektovani sa posebnom pažnjom posvećenom spoljašnjem sistemu komunikacije.

Proces građenja specifične pozorišne atmosfere, karakteristične za Atelje 212, najsnažnije se ogleda u intervencijama na fasadi, čija je osnovna karakteristika pozorišni način mišljenja. Reč je o izrazitoj sceničnosti u izboru sredstava i postupku izvedbe, kao i povezivanju ideje o pozorišnoj predstavi i ideje o predstavljanju umetničkog proizvoda u javnosti. Važan doprinos ovakvom načinju mišljenja, predstavlja autorski rad scenografa Olgice Milunović, koja je u periodu od 1992. do 2004. kreirala i izvela veliki broj umetničkih intervencija na fasadi. Posebno mesto, međutim, pripada umetničkoj intervenciji povodom proslave pedeset godina rada pozorišta.

Kampanja „Pedeset godina Ateljea 212: premladi za pedesete“ nastala je kao rezultat zajedničkog rada kreativnog i operativnog tima pozorišta¹³, podržanog od strane jedne marketinške agencije u domenu tehničke realizacije. U idejnom smislu, kampanja predstavlja kontinuitet i razvoj ideje pozorišta koje je, kroz istoriju, označavalo „duh novog vremena, slobodu u izrazu, borbu za novo a dotad nedostupno, avangardno ali i tradicionalno, odobravano a zabranjivano, šokantno, bezobzirno, kritično, popularno a kvalitetno, nikad prosto a jednostavno, postizano uz muke i zadovoljstvo ...“ (Cvetković 2006: 6) Posebno mesto u kampanji posvećeno je *outdoor* sredstvima komunikacije, od kojih najznačajnije za našu temu jesu „kulise“ sa štampanim crno-belim fotografijama glumaca¹⁴, stalnih i gostujućih članova glumačkog ansambla.

13 Prema rečima Svetozara Cvetkovića, upravnika pozorišta.

14 Svetozar Cvetković: „Želeli smo da u svemu što podrazumeva imidž pozorišta istaknemo ljude. Pozorišna publika najčešće prepoznaje glumce. Nismo želeli da predstavimo samo one glumce koji su, uslovno rečeno, popularni, već je naša ideja bila da pokažemo ljude koji su

Ove kulise postavljene su na prozorske niše na frontalnoj fasadi i predstavljaju portrete glumaca, štampanih na translucentnom tekstilu. U toku dana, kada je objekat osvetljen dnevnim svetlom, kulise su neprovidne i jasno ukazuju na činjenicu da se u pozorištu ne odvija predstava. Unutrašnjost kuće postaje vidljiva kada iz objekta, kroz ove kulise, „zrači“ svetlost koja ukazuje na pozorišnu aktivnost. Ovakav način osvetljavanja omogućava istovremenu vidljivost oba prostorna plana, a sam postupak je zasnovan na tradicionalnom scenografskom sredstvu – zavesi od tila, kao i svetlosnim efektima koje to sredstvo omogućava. Jednostavnom, jasnom i izuzetno kreativnom pozorišnom intervencijom, fasada pozorišta i sama je postala – pozorište.

Odrednica kuća-pozorište označava pozorišni objekat koji arhitektonskom strukturom, namenski projektovanim i izvedenim spoljnim sistemom komunikacije, sceničnošću intervencija na fasadi, kao i suštinskom zasnovanošću odabranih sredstava na jeziku pozorišta, jasno određuje identifikaciju kuće kao pozorišnog objekta. Kuća-pozorište označava i instituciju koja uspostavlja suštinsku vezu između umetničkih vrednosti za koje se zalaže, ideja koje zastupa i vremena u kome živi, sa jezikom obraćanja javnosti, ukazujući na značaj sagledavanja celine. Ovakav pristup predstavlja i „kanal“ za protok informacija o umetničkom proizvodu, ukazujući i na razumevanje potrebe za kontinuiranim razvojem odnosa sa publikom. Svakako da uticaj izmenjene strukture finansiranja, koja pre svega podrazumeva pojavu sponzora, kao i uloga tržišne orijentacije, povremeno uslovljavaju pojavu drugačijeg sistema poruka i kod ovog pozorišta, što je posebno vidljivo u sezoni 2009/2010. Ovo bi, međutim, bila tema kojoj bismo mogli da posvetimo poseban tekst. Uprkos tome, Atelje 212 kao kuća-pozorište jeste „ideja ... Ideja o kući. Ideja o pozorištu kao kući i o kući kao pozorištu. Ideja o pozorištu kao načinu života i o životu u pozorištu. Iznad svega, ideja o pozorištu i ljudima, i ideja o 'pozorišnim ljudima.'“ (Dinulović 2006: 228)

Atelje 212 predstavlja primer kuće koja je, u najvećem broju slučajeva, uspostavila organsku vezu između predstave kao umetničkog proizvoda, pozorišta kao institucije i ukupnog odnosa obe navedene teme prema gradu.

nastupali na našoj sceni, ali se nisu često pojavljivali u javnosti. Želeli smo i da predstavimo glumce koji nisu zaposleni u pozorištu, šaljući poruku, pre svega njima, a zatim i publici, da je Atelje otvorena kuća.“

Analiza je pokazala da objedinjeni proces stvaranja i predstavljanja pozorišne predstave i pozorišta kao institucije u celini nije nedostižan ideal i „nešto što bi trebalo ostvariti, ali nije moguće“. (Lukač 1978: 59) Ovde želimo da, još jednom, naglasimo da obe teme – pozorišna predstava, kao umetnički proizvod i neposredni predmet predstavljanja, i pozorište, kao institucija i umetnička celina koju gradi kontinuirani sled pozorišnih predstava¹⁵, uvek postoje uporedo i da je njihov značaj jednako vredan. Kao što se zalažemo za jedinstvo stvaranja i predstavljanja umetničkog dela, zalažemo se i za uspostavljanje organskog karaktera celine „izloga“ pozorišta, kroz aktivan dvosmerni odnos između arhitektonskog teksta kojim se pozorište obraća gradu i načina na koji se taj tekst dalje gradi i razvija sredstvima predstavljanja pozorišnih predstava – pojedinačno, u ciklusima ili u celini.

Važna je i činjenica da, u najvećem broju slučajeva, politika izlaganja pozorišnih institucija u Beogradu nije rezultat svesnog i planskog planiranja izgradnje identiteta kuće, kao ni postojanja jasne programske orijentacije. Politika izlaganja je, pre svega, posledica pojedinačnih i trenutnih ideja, usmerenja i akcija. Rezultat ovakvog načina razmišljanja jeste nedovoljna sposobnost jasnog određivanja identiteta pojedinačnih pozorišta, odnosno, veoma snažna hibridizacija značenja koja, za publiku, otvara mogućnosti različitog tumačenja.

Svakako da su periodi preovlađujućeg uticaja pojedinih pozorišnih kuća u Beogradu u drugoj polovini dvadesetog i početkom dvadeset prvog veka, ključno uticali na izbor sredstava i načine artikulacije „izloga“ pozorišta, kao i da su uslovljavali značaj objekata u ukupnoj slici grada. Jasno je, takođe, da je jedna od najvažnijih tema u odnosu na izgled pozorišnog objekta pitanje vlasništva nad pozorišnim prostorom, odnosno pitanje snage institucionalne kontrole tog prostora, koja podrazumeva i način ponašanja svih učesnika u pozorišnoj igri. Bez obzira na svest o značaju globalnih zbivanja, nas ovde pre svega zanimaju zbivanja u mikrokosmosu pojedinca. Naše zalaganje se odnosi na jednako vrednovanje svih delova procesa promišljanja, produkcije, realizacije i predstavljanja pozorišnog proizvoda, to jest na upotrebu mišljenja zasnovanog na prethodno stečenom znanju, kao i na ličnu akciju kojom prihvatamo odgovornost, svesno donoseći odluke i praveći izbore.

15 Ovde mislimo na ukupnu umetničku ideju i koncept pozorišta, realizovane kroz ukupnu produkciju, odnosno, repertoar.

Literatura

- Bordijar, Žan 1991. *Simulakrumi i simulacija*. Novi Sad: Svetovi.
- Carlson, Marvin 1993. *Places of Performance: the Semiotics of Theatre Architecture*. Ithaca: Cornell University Press.
- Cvetković, Svetozar 2006. Premladi za pedesete. *Premladi za pedesete* (prir. Cvetković, Svetozar i sar.). Beograd: Atelje 212. 6–8.
- Cvetković, Svetozar (direktor pozorišta Atelje 212). 2006. Intervju. 15. decembra 2006.
- Čulić, Dragana (direktor marketinga Opere i Teatra Madlenianum). 2006. Intervju. 25. decembar 2006.
- Dinulović, Radivoje 1996. Spektakl i urbani identitet. *Spektakl-grad-identitet* (ur. Šentevska, Irena). Beograd: YUSTAT. 9–12.
- Dinulović, Radivoje 2006. O kući i ljudima. *Premladi za pedesete* (prir. Cvetković, Svetozar i sar.). Beograd: Atelje 212. 228–230.
- Dinulović, Radivoje 2008. *Arhitektura pozorišta XX veka*. Beograd: Clio.
- Eko, Umberto 1973. *Kultura, informacija, komunikacija*. Beograd: Nolit.
- Istorijat Narodnog pozorišta u Beogradu www.narodnopoziroiste.co.rs (28. novembar 2006)
- Jakovljević, Tatjana 2002. (I.S: Po starim planovima Nikole Krasnova) www.glas-javnosti.co.yu (22. decembar 2006)
- Lalicki, Todor (scenograf) 2006. Intervju. 15. maj 2006.
- Lukač, Đerđ 1978. *Istorija razvoja moderne drame*. Beograd: Nolit.
- Mulryne, Ronnie et. al. 1995. *Making Space for Theatre: British Architecture and Theatre since 1958*. Stratford-upon-Avon: Mulryne and Shewring.
- Popa, Sebastijan-Vlad 2006. (Bojana Janjušević: Internacionalističko protiv nacionalizma pod maskom žrtve) <http://www.pozorje.org.rs/scena/scena306/6.htm> (4. januar 2007)
-
- Selenić, Slobodan 1985. Predgovor. *Čekajući Godoa* (Beket, Semjuel). Beograd: Prosveta.
- Selinkić, Slobodan Danko 1989. Le tre vite del' teatro Atelier 212. *I Loughi dello spettacolo* (Pisani, Mario). Roma: Officina Edizioni.
- Radulj, Marina 2007. Ostrvo.lab, semestralni zadatak na predmetu Arhitektura scenskog prostora 2, na Grupi za scenski dizajn Interdisciplinarnih doktorskih studija Univerziteta umetnosti u Beogradu. Beograd.
- Timotijević, Slavko (ur.) 1991. *9. mart 1991*. Beograd: K.A.M.E.N.K.O.

“WINDOW” OF THEATRE: MEDIA FUNCTION OF THEATER FACADES IN BELGRADE

Summary

An important place in the process of the contemporary city characterisation belongs to the relationship between physical structure of the built environment, theatricality of buildings and urban spaces, and spectacle and space design of performing events. The key place where relationship between urban scene and performing event is examined, but also realised, is theatre. At the same time, the place where external and internal spaces of the house meet and communicate becomes the façade or the “window“. Apart from being the spatial boundary of the building’s physical structure, role of the façade is to help identify the building as a theatre, but also to represent certain artistic ideas and notions about theatre, as well as to create the “public face” of the institution. Periods of predominant influences of individual theatre institutions in Belgrade in the second half of 20th century and at the beginning of 21st century, strongly influenced means of expression and ways of articulation of theatre windows, but also determined perception of those building in the overall urban image. Evaluation of the relation between creation and presentation of theatre product, through case studies of four Belgrade theatres – the National Theatre, Madlenianum Opera and Theatre, Yugoslav Drama Theatre and Atelje 212 theatre, shows different approaches to theatre identity building.

Key words: language of architecture, theatre design, theatre facade, creating and representing, theatre product, theatre “window“, theatre identity.