

Interaktyvumas teatre: spektaklio struktūros bruožas ar komunikacijos proceso rezultatas?

Monika Meilutytė

Vilniaus universitetas, Komunikacijos fakultetas, Ekraninės ir performatyvos komunikacijos katedra,
Saulėtekio al. 9, I rūmai, 10222 Vilnius
El. paštas monika.meilutyte@kf.stud.vu.lt

Interaktyvumas šiais laikais yra vienas iš būdų kultūros produktus paversti patrauklesniais. Teatro srityje jis vėl tapo aktualus, kai teatro kūrėjai ėmė eksperimentuoti su skaitmeninėmis technologijomis ir kai XXI a. ėmė itin populiarėti imersinis teatras. Kadangi iki šiol nėra nusistovėjęs „interaktyvumo“ teatre apibrėžimas, straipsnyje, remiantis teatro ir komunikacijos sričių mokslinė literatūra, pirmiausia aptariamos interaktyvumo sąvokos ribos, vėliau pristatomas teatro tyrimuose vyraujantis požiūris į interaktyvumą kaip spektaklio struktūros bruožą bei pasiūlomas kai kurių mokslininkų darbuose atskleidžiamas naujas požiūris į šį fenomeną – interaktyvumą kaip komunikacijos proceso rezultatą. Laikantis pastarojo požiūrio, spektaklio kūrėjai tampa tik interaktyvumo iniciatoriais, o teatro žiūrovai – tikraisiais jo lėmėjais.

RAKTAŽODŽIAI: interaktyvumas, teatras, žiūrovas, auditorija, komunikacija

Įvadas

Pastaraisiais dešimtmečiais įvairių sričių mokslininkai aktyviai tyrinėja kultūros reikalingumo klausimą. Kūrybinių industrijų tyrėjai atskleidžia ekonominę kultūros produkcijos naudą¹, socialinių mokslų atstovai ir meno tyrėjai analizuoja socialinę kultūros vertę². Kai kurie tyrėjai mato, kad dalyvavimas kultūroje turi teigiamos įtakos žmonių bendruomeniškumui, sveikatai, pilietiškumui ir gerovei apskritai³. Todėl kultūros politikos formavimo ir jos įgyvendinimo institucijos suinteresuotos skatinti piliečius dalyvauti kultūriniame gyvenime, naudoti ir patiems kurti kultūros produktus. 2017 m. Lietuvos kultūros ministerijos užsakymu įgyvendintas tyrimas rodo, kad daugiau nei trečdalis Lietuvos gyventojų, pastaraisiais metais nedalyvavusių kultūriniame gyvenime, norėtų tai daryti, ir scenos menai juos domina labiau nei

1 Florida 2002; Howkins 2001; Throsby 2001.

2 Crossick, Kaszynska 2016.

3 Ten pat.

kitos kultūros sritys⁴. Vadinasi, Lietuvos teatrai turi nemenką potencialą pritraukti naujų kultūros vartotojų.

Naujų teatro lankytojų pritraukimą ir esamų vartotojų domėjimosi palaikymą įprasta patikėti teatrų darbuotojams, atsakingiems už komunikaciją ir rinkodarą (nors 2017 m. atliktas teatrų rinkodaros tyrimas atskleidė, kad rinkodaros priemonių teikiamas galimybes Lietuvos teatrai išnaudoja nepakankamai, nes apskritai neįvertina rinkodaros svarbos ir nekuria kryptingų ilgalaikių jos planų⁵). Tačiau šiandien kai kurie teatro rinkodaros specialistai vis dar pripažįsta, kad geriausias būdas privilioti lankytojus į teatrą – draugų, artimųjų ir kolegų rekomendacijos⁶. Kitaip tariant, auditorijos plėtrai svarbi žiūrovų patirtis spektaklių metu, nes ji reikšmingai lemia rekomendacijų „iš lūpų į lūpas“ sklaidą.

Interaktyvumas šiais laikais tapo vienu iš būdų kultūros produktus paversti patrauklesniais ir didinti žiūrovų pasitenkinimą jais. Net anksčiau minėto gyventojų dalyvavimo kultūroje tyrimo išvadosse rekomenduojama pritaikyti Lietuvos muziejų, galerijų, parodų koncepcijas „šiuolaikiniams, dinamiškiems, interaktyviems vartotojų poreikiams“⁷. Šiuolaikinėje visuomenėje poreikis interaktyvumui auga plėtojantis skaitmeninių technologijų galimybėms (interaktyvūs kompiuteriniai žaidimai, interaktyvi televizija, interaktyvi virtuali realybė, interaktyvus kinas ir kt.). Jau ne vieną dešimtmetį mokslininkai tiria interaktyvumo poveikį įvairioms sritims, pavyzdžiui, kaip interaktyvumas lemia mokymosi rezultatus⁸ arba reklamos efektyvumą⁹.

Pastebima, kad interaktyvios savybės, suteiktos iki tol statiškiems, nekintantiems kūriniams ar kultūros produktams, sukelia teigiamus pokyčius. Pavyzdžiui, interaktyvios ekspozicijos muziejuose ir mokslo centruose pakeitė jų vaidmenį visuomenėje: jie tapo ne tik pažinimą ugdančia institucija, bet ir patrauklia laisvalaikio praleidimo ar bendruomenių kūrimo erdve¹⁰. Kadangi teatro spektakliai nėra fiksuoti kultūros produktai, jie vyksta žiūrovams juos stebint toje pačioje (dažniausiai) erdvėje, todėl potencialą interaktyvumui jie turėjo visada. Tačiau XX a. dalis teatro kūrėjų (neretai – ištisi judėjimai, pavyzdžiui, istorinio avangardo atstovai ar performanso meno kūrėjai) ėmė nuosekliai domėtis neišbandytomis aktorių (ar kitų spektaklio kūrėjų) galimybėmis ir formomis bendrauti su žiūrovais spektaklio metu.

Interaktyvumas teatro srityje vėl tapo aktualus, kai teatro kūrėjai ėmė eksperimentuoti su skaitmeninėmis technologijomis, leidžiančiomis žiūrovams dalyvauti spektakliuose be aktorių ir patiems jais tapti (pavyzdžiui, „Rimini Protokoll“, „Blast Theory“ spektakliai). Šiuolaikines diskusijas apie interaktyvumą teatre taip pat inspiravo XXI a. itin

4 Verikienė et al. 2017.

5 Kalanta et al. 2017.

6 Meilutytė 2017.

7 Verikienė et al. 2017.

8 Gleason 2009; Zhang et al. 2006.

9 Liu, Shrum 2002; Pavlou, Stewart 2000.

10 Caulton 1998.

išpopuliarėjęs (bent jau Vakarų šalyse) imersinis teatras, spektaklio metu kviečiantis žiūrovus klaidžioti po nematytas erdves, apeliuojantis į visas žiūrovų jusles, kuriantis intymesnę aktorių ir žiūrovų santykį (pavyzdžiui, „Punchdrunk“ kūrėjų darbai). Spektaklių, eksperimentuojančių su žiūrovų potyriais teatre ir siūlančių netikėtus bendravimo būdus, daugėja ir Lietuvoje (režisierių Olgos Lapinos, Agniaus Jankevičiaus, Giedrės Kriaučionytės ir kt. darbai).

Tačiau nors Lietuvoje ir užsienyje gausėja teatro pastatymų, siūlančių žiūrovams interaktyvias patirtis, iki šiol nėra nusistovėjęs „interaktyvumo“ apibrėžimas. Viena vertus, interaktyvumas gali būti laikomas teatro kūrėjų pasitelkiama priemone įtraukti žiūrovus spektaklio metu, kita vertus, rašoma apie galimybes žiūrovams tapti spektaklių bendraautoriais. Šiame straipsnyje pristatomas kitoks požiūris į interaktyvumą teatre.

Tad šio straipsnio tikslas – remiantis atliktais interaktyvumo tyrimais, apibrėžti teatro spektakliuose pasireiškiantį interaktyvumą kaip komunikacijos rezultatą, kurį lemia žiūrovų įsitraukimas, ir pasiūlyti tokio interaktyvumo vertinimo kriterijus.

Straipsnyje pirmiausia aptariamos interaktyvumo sąvokos ribos, atskiriant šią sampratą nuo artimų „sąveikos“, „aktyvumo“, „dalyvavimo“ sąvokų. Vėliau pristatomas teatro tyrimuose vyraujantis požiūris į interaktyvumą kaip spektaklio struktūros bruožą bei pasiūlomas kai kurių mokslininkų darbuose atskleidžiamas naujas požiūris į šį fenomeną – interaktyvumą kaip komunikacijos proceso rezultatą. Tada nuodugniau apžvelgiami teatro kūrėjų naudojami būdai inicijuoti interaktyvumą spektaklio metu ir žiūrovų galimybės atsakyti į kūrėjų „kvietimą dalyvauti“. Galiausiai aptariami ir įvertinami iki šiol teatro tyrimuose siūlyti interaktyvumo dinamikos ir stiprumo modeliai bei pristatomi galimi nauji interaktyvumo spektaklyje vertinimo kriterijai.

Straipsnis parengtas taikant mokslinės literatūros analizės, lyginamosios analizės, sisteminimo ir apibendrinimo metodus.

Interaktyvumo sampratos ribos

Šiandien *interaktyvumo* terminas vartojamas dažnai ir įvairiuose (žaidimų, televizijos, kino, virtualios realybės, teatro ir kt.) kontekstuose, jo reikšmė kaskart apima skirtingus aspektus, todėl nubrėžti tiksliai sąvokos ribas darosi problemiška. Teatro tyrėjų darbuose *interaktyvumo* sampratos apimties problema paprastai atskleidžiama gilinantis į žodžio kilmę bei artimas sąvokas, tokias kaip „sąveika“, „aktyvumas“, „dalyvavimas“.

Kartais terminas *interaktyvumas* (angl. *interactivity*) tapatinamas su žodžiu *sąveika* (angl. *interaction*). Pavyzdžiui, britų teatro tyrinėtojas ir aktorius Steve'as Dixonas atkreipia dėmesį, kad visas menas iš esmės yra interaktyvus: juk knygos skaitytojas irgi sąveikauja su knyga, o parodos lankytojas – su ekspozicijoje pristatomais dailės

kūriniais¹¹. Tokiu būdu bet kokia (fizinė, intelektualinė, emocinė ir kt.) žmogaus reakcija į aplinką galėtų būti traktuojama kaip *interaktyvumo* apraiška. Tačiau šių žodžių tapatinimas nėra itin naudingas, nes yra per platus. Jeigu tokią interaktyvumo sampratą taikytume teatro srityje, bet kurį spektaklį būtų galima vadinti interaktyviu, nes žiūrovai visada reaguoja į spektaklį (komunikacija visada būna abipusė).

Kita vertus, kiti mokslininkai brėžia aiškią ribą tarp terminų *interaktyvumas* ir *sąveika*. Pavyzdžiui, prancūzų teatrologas Patrice'as Pavis naujausiame teatro terminų žodyno leidime *sąveiką* priskiria tiesioginio aktoriaus ir žiūrovo santykio apibūdinimui, o interaktyvumą apibrėžia kaip „ryšį tarp IT sistemos ir jos aplinkos“¹². Pasak Pavis, teatre sąveika paprastai pasireiškia tada, kai aktoriai kreipiasi į auditoriją (nuo scenos) arba kai vaidina su žiūrovais žiūrovų salėje, o interaktyvumas galimas tik tuose spektakliuose, kuriuose naudojamos kompiuterinės technologijos¹³. Tačiau sąvokų skirtumas tampa nemedijuotos ir medijuotos komunikacijos atitikmeniu: jei spektaklyje nėra medijų, tai nėra ir interaktyvumo, o jei jos yra, vadinasi, spektaklis interaktyvus. Bet ar tikrai taip? Juk, pavyzdžiui, esama spektaklių, kuriuose rodomi vaizdo įrašai yra greičiau scenografijos dalis, o ne komunikacijos tarp aktorių ir žiūrovų priemonė. Tad vargu ar tokiais atvejais būtų galima kalbėti apie interaktyvumą.

Abi minėtosios sąvokos – interaktyvumas ir sąveika – yra kilusios iš žodžio *veikti* (angl. *act*) ir giminingos sampratai *aktyvumas* (angl. *activity*). Interaktyvumo teatre genezę būtų galima sieti su teatro kūrėjų noru suaktyvinti spektaklio žiūrovus. Tokių tikslų turėjo XX a. pr. istorinio avangardo atstovų eksperimentai, tarpukariu tai savo teoriniuose darbuose išdėstė vokiečių teatro dramaturgas ir režisierius Bertoltas Brechtas, 7-ajame dešimtmetyje tai tapo aktualu performanso meno kūrėjams ir t. t. Tačiau komunikacija tarp žiūrovų ir aktorių buvo atviresnė ir ankstesniais teatro istorijos laikotarpiais, pavyzdžiui, Renesanso *commedia dell'arte* tradicija paremta aktorių improvizacija, kuri buvo naudojama kreipiantis į žiūrovus ar juos kalbinant spektaklio metu.

Tačiau kas yra žiūrovų aktyvumas spektaklio metu? Įvairūs teatro kūrėjai suvokdavo jį skirtingai. Pavyzdžiui, Brechtui rūpėjo, kad žiūrovai nesusitapatintų su vaizduojamais personažais, nejaustų jiems empatijos, o scenoje vaizduojamą veiksma vertintų kritiškai¹⁴. Kitaip tariant, kritiškas vertinimas buvo suprantamas kaip žiūrovų aktyvumas. Panašiai medijų tyrėjai auditorijų aktyvumą anksčiau suvokė kaip kritišką žiniasklaidos vertinimą ir atsparumą jos manipuliavimui emocijomis, ypač propagandos atvejais¹⁵. Kita vertus, kognityvinės psichologijos atstovai atskleidžia, kad emocijos – aktyvių žmogaus sąmonės ir pasąmonės procesų dalis, turinti įtakos suvokimui, atminčiai

11 Dixon 2015.

12 Pavis 2016.

13 Ten pat.

14 Eddershaw 1996.

15 Livingstone 2005.

ir kt.¹⁶ Remiantis pastaruoju požiūriu, Konstantino Stanislavskio teatras, siekiantis sukelti žiūrovams jausmus, taip pat galėtų būti vertinamas kaip aktyvinantis auditoriją. Galiausiai, nuo 7-ojo dešimtmečio kuriantys performanso menininkai savo darbuose neretai kelia moralinius, etinius klausimus ir provokuoja žiūrovus *veikti*¹⁷. Pavyzdžiui, Marinos Abramovič performanso „Ritmas 0“ (angl. „Rhythm 0“) metu žiūrovai buvo kviečiami naudotis ant stalo padėtais daiktais (rože, vynuogėmis, žirkėmis, užtaisytu ginklu ir kt.) ir su jais ką nors padaryti nejudančiai menininkei.

Taigi, žiūrovų aktyvumas spektaklio metu gali pasireikšti įvairiomis formomis (mąstymu, emocijomis, veiksmais ir kt.). Kitaip tariant, kadangi net kognityviniai procesai laikomi žiūrovų aktyvumu, vadinasi, žiūrovai aktyvūs kiekviename spektaklyje (jei jie nieko nedaro ir jiems nekyla jokių jausmų, tai bent jau kognityviniai procesai (jutimai, dėmesys, suvokimas ir kt.) tikrai vyksta).

Tačiau kuo aktyvumas skiriasi nuo interaktyvumo? Pirmoji žodžio dalis *inter-* nurodo, kad aktyvumas turi pasireikšti *tarp* komunikacijos dalyvių (aktoriaus ir žiūrovo, bent dviejų žiūrovų ir kt.), kitaip tariant, tarp vieno ir kito komunikacijos dalyvio aktyvumo turi būti ryšys. Vadinasi, jeigu spektaklio metu du žiūrovai niekieno neprašyti pradeda kiekvienas sau garsiai kalbėti – tai būtų aktyvumo pavyzdys, bet jeigu jie kalbasi tarpusavyje – tai interaktyvumas (pastarąją situaciją dar kartą priminsime vėliau). Todėl tam, kad atsirastų komunikacinis ryšys ir įvyktų „aktyvumo mainai“, aktyvumas turi būti fiziškai (verbaliai arba neverbaliai) išreikštas – eksplicitinis. Tokiu atveju komunikacijos dalyvių kognityviniai procesai galėtų būti laikomi interaktyvumo išraiška tik tuomet, jeigu jie būtų išsakyti žodžiais, kūno kalba, veiksmais ar kitais matomais būdais.

Trečioji sąvoka, artima ir kartais sinonimiškai vartojama kalbant apie interaktyvumą, – *dalyvavimas*, o interaktyvus teatras kartais dar vadinamas dalyvaujamoju (*participatory*). Tačiau šiame straipsnyje šiuos terminus siūloma atskirti ir dalyvavimą laikyti platesne sąvoka, o interaktyvumą – jo dalimi. *Dalyvaujamoju teatru* siūloma laikyti teatro formą, kai spektaklių sukūrimo procese (t. y. iki spektaklio rodymo) aktyviai dalyvauja tam tikra visuomenės grupė ar bendruomenė (turima omenyje ne teatro profesionalus)¹⁸. Dalyvaujamojo teatro spektakliuose paprastai vaidina patys bendruomenės nariai, nors vaidmenis gali atlikti ir profesionalūs aktoriai, tačiau svarbiausia, kad bendruomenės nariai yra aktyviai įtraukiami į spektaklio sukūrimą: jų biografijos gali tapti spektaklio dramaturgija, jie gali patys formuoti vaidmenis, prisidėti kuriant kitus spektaklio elementus ir pan. Pavyzdžiui, Lietuvos nacionaliniame dramos teatre rodomo spektaklio „Žalia pievelė“ kūrimo procese dalyvavo Visagino miesto gyventojai: pagal jų pasakojimus parengta spektaklio dramaturgija, jie kartu repetavo ir dabar vaidina spektakliuose. Kitaip

¹⁶ Eich et al. 2000.

¹⁷ Lehmann 2010.

¹⁸ Andersen 1997.

ariant, dalyvaujamojo ir interaktyvaus teatro skirtumą lemia spektaklio kūrimo proceso dalyviai – tam, kad spektaklis būtų pavadintas dalyvaujamuoju, jo kūrime turi dalyvauti ne tik profesionalūs teatro kūrėjai, o interaktyvų teatrą gali kurti ir profesionalai. Taigi, interaktyviam teatrui svarbi ne spektaklio kūrėjų (profesionalų ir neprofesionalų) sąveika spektaklio kūrimo procese, o spektaklio dalyvių santykis spektaklio *rodymo* metu.

Toliau šiame straipsnyje, remdamiesi teatro ir komunikacijos mokslų tyrėjų darbais, aptarsime du požiūrius į interaktyvumą teatre. Pirmasis požiūris teatro kontekste yra įprastas – interaktyvumas laikomas spektaklio struktūros bruožu. Antrasis sąlyginai naujas – interaktyvumą siūloma suvokti kaip spektaklio komunikacijos proceso rezultatą.

Interaktyvumas kaip spektaklio struktūros bruožas

Šiuolaikiniuose interaktyvumo teatre tyrimuose¹⁹ dažniausiai laikomasi požiūrio, kad interaktyvumas yra tam tikra teatro pastatymo struktūra, kurią sukuria spektaklio kūrėjai. Kitaip tariant, už interaktyvumo buvimą ar nebuvimą spektaklyje atsakingi spektaklio kūrėjai.

Kokia turėtų būti spektaklio struktūra, kad ji būtų galima vadinti interaktyviu? Alice O'Grady įvardijo bene patį svarbiausią interaktyvių spektaklių bruožą – jie būna neišbaigti. Tam, kad jie įvyktų, būtinas ne tik žiūrovų buvimas spektaklio erdvėje, bet ir jų įsitraukimas²⁰. Tačiau kiek žiūrovų įsitraukimas teatro kūrėjų iš anksto suplanuotas ir numatytas, interaktyviuose spektakliuose gali skirtis.

Vienas svarbiausių XX a. interaktyvaus teatro kūrėjų Augusto Boalas ribas žiūrovų kūrybinėms intervencijoms savo darbuose nubrėždavo gana aiškiai²¹. Tipinę jo teatro formulę būtų galima įvardyti tokią: 1) pirmiausia aktoriai suvaidina trumpą istoriją, kurioje pagrindinis herojus patiria priespaudą arba nukenčia; 2) po to istorija vaidinama antrą kartą, o žiūrovai kviečiami ją sustabdyti, kai įvyksta lemiamas įvykis ar ištariami lemiami žodžiai; 3) kai kuris nors iš žiūrovų sustabdo veiksmą, jis pakviečiamas suvaidinti, kaip herojus turėjo reaguoti ar elgtis rodomoje situacijoje – taip žiūrovai kviečiami su aktoriais sukurti alternatyvią istorijos versiją²². Tokio pobūdžio spektaklį koordinuoja vienas iš aktorių, palaikantis ryšį tarp žiūrovų ir pasakojamos istorijos. Taigi, Boalo pastatymuose žiūrovams buvo gana konkrečiai nurodoma, kada ir kaip jie gali įsiterpti į spektaklį (kada ir kaip sustabdyti veiksmą, kada vaidinti ir t. t.).

Lietuvos teatre interaktyvių spektaklių, kuriuose žiūrovams gana tiksliai nurodoma, kada ir ką jie turi daryti, taip pat esama. Pavyzdžiui, režisierės Giedrės Kriaučionytės

19 Biggin 2017; Bouko 2014; Dixon 2015; Lapina 2017; O'Grady, Somers 2011.

20 O'Grady, Somers 2011.

21 Ten pat.

22 Ten pat.

spektaklyje „X tavyje“ žiūrovai turi atsakyti į klausimus ir jiems nurodoma, kaip būtent jie turi popieriaus lape pažymėti savo atsakymus. Vėliau jiems pateikiamos trumpos, konkrečios užduotys, paaiškinant, kaip jas įvykdyti (pavyzdžiui, užsivynioti ant galvos pledą, kaip parodo aktoriai, ir eiti kalbančio aktoriaus balso link). Dar tikslesnes ir trumpesnes užduotis aktoriai skiria režisieriaus Aido Giniočio pastatymuose. Juose žiūrovams nurodoma, kada ir kaip pamojuoti rankomis, kada ir ką sušukti ir pan.

Nors žiūrovo intervencijoms Augusto Boalas nubrėždavo tam tikras ribas, vis dėlto jo siekis buvo atkurti žiūrovo gebėjimus veikti: žiūrovas (angl. *spectator*) turėtų būti ir aktorius (angl. *actor*), kitaip tariant, žiūrovas-aktorius (angl. *spect-actor*)²³. Žiūrovų įgalinimas veikti spektaklio metu Boalo teatre turėjo aiškia misiją – šis kūrėjas skatino auditoriją analizuoti socialines problemas, ieškoti jų priežasčių, keisti savo požiūrį, o svarbiausia – suprasti, kad jie patys yra atsakingi ir gali inicijuoti socialinius pokyčius už teatro ribų²⁴.

Interaktyviuose spektakliuose nuolat sprendžiama žiūrovų laisvės ir spektaklio struktūros dilema²⁵. Kiek spektaklis turi leisti žiūrovams reikštis, kad jie jaustųsi laisvi kurti, ir kiek turi juos apriboti, kad spektaklis nevirstų nesuvaldomu ir beprasmiu chaosu? Boalo spektakliuose žiūrovams buvo nurodoma, kada ir kokio pobūdžio turėtų būti jų intervencija, tačiau kokia ji bus – priklausydavo nuo žiūrovų (jie turėjo pasiūlyti kitokį situacijos sprendimo būdą, tačiau kokį būtent – buvo leidžiama sugalvoti patiems žiūrovams). Todėl, viena vertus, žiūrovai prisidėdavo prie spektaklio turinio kūrimo savo idėjomis, tačiau, kita vertus, spektaklis toliau būdavo vystomas pagal Boalo iš anksto sugalvotą planą, t. y. spektaklio struktūra iš esmės nesikeisdavo²⁶.

Todėl interaktyvumo ribos skirtingų mokslininkų darbuose varijuoja. Vieni interaktyvumui priskiria net ir menką žiūrovams suteiktą galimybę pasirinkti, kiti teigia, kad spektaklis interaktyvus tik tada, kai žiūrovai iš tikrųjų tampa jo bendraautoriais, t. y. reikšmingai pakeičia spektaklio formą ar turinį²⁷. Ir vienu, ir kitu atveju interaktyvumas yra suprantamas kaip spektaklio struktūros bruožas.

Komunikacijos mokslo lauke toks požiūris į interaktyvumą buvo būdingas XX a. pab. – interaktyvumas buvo suprantamas kaip komunikacijos priemonės bruožas²⁸. Pavyzdžiui, nagrinėdamas virtualios realybės fenomeną, Jonathanas Steueris teigė, kad interaktyvumas – tai „lygis, iki kurio medijos naudotojai gali realiu laiku keisti medijos turinį ir formą“²⁹. Kitaip tariant, interaktyvumą lemia medijos savybės. Tačiau XXI a. pr. kai kurie komunikacijos mokslų atstovai į interaktyvumą ėmė žvelgti kitaip.

23 Boal 2000.

24 O'Grady, Somers 2011.

25 Ten pat.

26 Ten pat.

27 Dixon 2015.

28 Gleason 2009.

29 Steuer 1992.

Interaktyvumas kaip spektaklio komunikacijos proceso rezultatas

Kai kurie komunikacijos specialistai siūlo interaktyvumą vertinti ne pagal vieną kriterijų. Todėl toliau pristatysime amerikiečių komunikacijos mokslininko Jameso Gleasono siūlomą daugiamačių (angl. *multidimensional*) interaktyvumo sąvokos modelį, o paskui aptarsime su šio požiūrio taikymu teatro srityje susijusius aspektus: interaktyvumo ir jo potencialo sąvokų skirtumą teatre, spektaklio kūrėjų „kvietimą dalyvauti“, galimas žiūrovų atsako formas ir kt.

Daugiamačiai interaktyvumo modeliai kilo iš komunikacijos mokslininkų dėmesio interaktyvių medijos savybių *suvokimo* ir medijos *vartotojo* problemai³⁰. Jie suprato, kad interaktyvumas priklauso ne tik nuo medijos savybių, kurias iš anksto suformavo komunikacijos priemonės kūrėjai, bet ir nuo vartotojo išitraukimo jų naudojimo metu. Jamesas Gleasonas tokią koncepciją apibendrina, pateikdamas interaktyvumo, kaip komunikacijos proceso rezultato, teorinį modelį (angl. *Outcome Interactivity Theory*).

Amerikiečių mokslininkas tyrė interaktyvumo įtaką mokymosi rezultatams. Jis atkreipė dėmesį, kad „nors siuntėjas dažnai nubrėžia interaktyvumo galimybes ir potencialą, vis dėlto gavėjas nustato galutinį sąveikos pobūdį ir jos kokybę“³¹. Kitaip tariant, siuntėjas arba medijų techninės savybės sukuria tik potencialą interaktyvumui pasireikšti. Todėl pranešimo gavėjas ar medijų vartotojas turi šį potencialą *atpažinti* ir juo *pasinaudoti* – tik tada interaktyvumas įvyks³². Taigi, interaktyvumu Gleasonas siūlo laikyti ne tam tikras medijų savybes, o komunikacijos įvykio, kurio metu vartotojas atpažįsta ir pasinaudoja interaktyviomis medijų savybėmis, rezultata.

Tokią interaktyvumo koncepciją taikant teatro srityje, svarbu atskirti interaktyvumo potencialą nuo interaktyvumo kaip rezultato. Interaktyvumo potencialas – tai teatro kūrėjų iš anksto sukurta spektaklio struktūra, leidžianti ir skatinanti žiūrovų išitraukimą į spektaklio veiksmą tam tikrais būdais (jie bus aptariami vėliau). Interaktyvumas – tai spektaklio komunikacijos proceso, kurio metu žiūrovai atpažįsta interaktyviasias spektaklio savybes (interaktyvumo potencialą) ir pasinaudoja jomis, rezultatas. Kitaip tariant, jei spektaklio interaktyvumo potencialas priklauso nuo teatro kūrėjų, tai pats interaktyvumas – nuo žiūrovų (teatro kūrėjai gali jį tik inicijuoti). Tad jei, pavyzdžiui, žiūrovai atsisako dalyvauti arba neatpažįsta interaktyviųjų spektaklio savybių, gali būti, kad interaktyviame (t. y. interaktyvumo potencialą turinčiame) spektaklyje interaktyvumo nebus.

Kaip žiūrovai gali atpažinti galimybes ištraukti į spektaklio veiksmą? Paprastai teatro kūrėjai vienaip ar kitaip pateikia, kaip pavadino Garethas White'as, „kvietimą

30 Gleason 2009; Kiouisis 2002.

31 Gleason 2009.

32 Ten pat.

dalyvauti“ (angl. *invitation to participate*)³³. Jis gali būti išreikštas žiūrovams: 1) spektaklio metu netikėtai (pavyzdžiui, spektaklyje „Išvaymas“ aktorius Marius Repšys nulipa nuo scenos ir ima kalbinti pirmoje eilėje sėdintį žiūrovą), 2) spektaklio metu iš anksto (pavyzdžiui, Boalo pastatymuose žiūrovams aktorius paaiškino, ką ir kada jie turės daryti kitoje spektaklio dalyje), 3) prieš prasidedant spektakliui (pavyzdžiui, žiūrovus, atėjusius į spektaklį „Kodas: HAMLET“, rūbinėje pasitikęs aktorius paaiškina spektaklio taisyklės). Čia vertėtų atkreipti dėmesį, kad antru ir trečiu atveju spektaklyje būtinas žmogus, atliekantis žiūrovų gido-koordinatoriaus vaidmenį. Jei spektaklyje pateikiamas ne vienas „kvietimas dalyvauti“, natūralu, jie gali būti išreikšti keliais iš išvardytų būdų.

Kadangi komunikacija spektaklio metu gali būti medijuota ir nemedijuota, „kvietimas dalyvauti“ žiūrovams taip pat gali būti pateiktas tiesiogiai arba per medijas. Pavyzdžiui, spektaklyje „X tavyje“ aktoriai, būdami su žiūrovais toje pačioje erdvėje, užduotis jiems įvardija kalbėdami tiesiogiai, o „Remote: Vilnius“ žiūrovai nurodymus, kur eiti ir ką daryti, išgirdavo per ausines. Medijuotu „kvietimu dalyvauti“ būtų galima laikyti ir ne skaitmeninėmis technologijomis perduotus pranešimus (pavyzdžiui, paliekant žiūrovams laiškus ar pan.). Taip pat „kvietimas dalyvauti“ gali būti pateiktas verbaliai arba neverbaliai (pavyzdžiui, provokuojamas aktorių atliekamais gestais, judesiais ar pan.).

Teatro kūrėjai, kviesdami žiūrovus spektaklyje veikti, gali skirtingai nusakyti, ko iš jų tikisi. Viena vertus, jie gali labai aiškiai įvardyti, ką ir kaip žiūrovai turėtų daryti (pavyzdžiui, spektaklyje „X tavyje“ žiūrovams pasakoma, kaip būtent jie turėtų pledais apgaubti šalia stovintį žiūrovą). Kita vertus, „kvietimas dalyvauti“ gali būti nekonkretus ir leidžiantis žiūrovams atsakyti į jį savais būdais (pavyzdžiui, „Kodas: HAMLET“ spektaklio pradžioje paaiškinamos tik kelios taisyklės, o vėliau žiūrovai turi patys sugalvoti, kaip kiekviename kambaryje surasti raktą nuo spynos).

Anksčiau pateiktame interaktyvumo apibrėžime iš esmės kalbama apie interaktyvumą tarp teatro kūrėjų ir žiūrovų, iš anksto suplanuotą, teatro kūrėjų iniciuotą. Tačiau vertėtų atkreipti dėmesį, kad interaktyvumas gali vykti ir tarp žiūrovų bei gali būti neplanuotas, t. y. iniciuotas pačių žiūrovų arba aktorių-atlikėjų sugalvotas jau spektaklio metu (improvizuotas). Todėl galimos ir platesnės interaktyvumo spektaklyje ribos, pagrįstos ne tik suplanuotu interaktyvumo potencialu, bet ir neplanuotomis iniciatyvomis. Pavyzdžiui, jeigu Boalo spektaklyje aktorius-koordinorius paprašo žiūrovų padiskutuoti tam tikru klausimu su šalia sėdinčiu žiūrovu – tai planuotas interaktyvumas, tačiau jeigu spektaklio metu du žiūrovai ima kalbėtis tarpusavyje – tai neplanuotas interaktyvumas. Todėl norint įvertinti spektaklio metu žiūrovų patirto interaktyvumo visumą, reikėtų atkreipti dėmesį į šias ribas.

³³ White 2013.

Kokiais būdais žiūrovai gali įsitraukti į spektaklį? Juk net ir mintys, žiūrovams kylančios spektaklio metu, yra tam tikra reakcija į turinį ir formą ir galėtų būti laikomos įsitraukimo požymiu. Tačiau tam, kad žiūrovų „reakcija“ į „kvietimą dalyvauti“ būtų laikoma interaktyvumo išraiška, ji, kaip rašėme anksčiau, turi būti fiziškai (verbaliai ir neverbaliai) išreikšta – eksplicitinė.

Paprastai teatro kūrėjų „kvietimas dalyvauti“ žiūrovams „pasufleruoja“ atsako pobūdį. Aktoriai gali pasiūlyti žiūrovams sureaguoti kūnu, bet nejudant iš vietos (pavyzdžiui, Aido Giniočio režisuotame spektaklyje „Varnas“ (2015) žiūrovų prašoma pamojuoti rankomis). Žiūrovai gali būti pakviesti judėti po erdvę ar skirtingas spektaklio erdves (pavyzdžiui, Pauliaus Markevičiaus režisuotame spektaklyje „Dvi su puse minutės“ (2016) žiūrovams siūloma pasivaikščioti po labirintą). Auditorija taip pat gali būti paprašyta ką nors pasakyti ar balsu kitaip išreikšti savo atsaką. Galiausiai, žiūrovai gali būti paprašyti atlikti tam tikras įvairaus sudėtingumo užduotis, pavyzdžiui, atsakyti į klausimus piešiant spalvotus skritulius (Giedrės Kriaučionytės režisuotame spektaklyje „X tavyje“), mobiliuoju telefonu išsiųsti žinutes, kurios vėliau spektaklyje pasirodytų ekrane (Rebecca'os Forsberg režisuotame spektaklyje „ADA FTW“), suvaidinti tam tikrą situaciją (Boalo pastatymai) ir t. t. Net jeigu žiūrovai į „kvietimą dalyvauti“ atsako kitokiu (bet eksplicitiniu) būdu, nei siūlė teatro kūrėjai, interaktyvumas irgi įvyko.

Galimybė žiūrovams spektaklio metu fiziškai judėti erdvėje arba kalbėti dažnai tampa interaktyvių pastatymų skiriamuoju bruožu, palyginti su neinteraktyviaisiais. Tačiau vertėtų atkreipti dėmesį, kad tai nepaneigia įprastų spektaklio patyrimo būdų – percepinio, kognityvinio, emocinio³⁴. Priešingai, įprasti spektaklio patyrimo būdai veikia ir tada, kai žiūrovai atpažįsta interaktyvumo galimybę, ir kai išreiškia (arba ne) savo atsaką, ir kai vėliau interaktyvumą vertina ir t. t. Tad galimybė judėti ir kalbėti – t. y. *veikti* – papildo įprastus spektaklio patyrimo būdus.

Spektaklio interaktyvumo stiprumas

Interaktyvumo stiprumas ir intensyvumas – vienas labiausiai interaktyvaus teatro tyrėjus ir menininkus dominantis klausimas (kuris spektaklis interaktyvesnis, kokia interaktyvumo forma paveikesnė žiūrovams ir t. t.). Paprastai jis vertinamas remiantis interaktyvumo kaip spektaklio struktūros bruožo koncepcija. Todėl pirmiausia aptarsime porą tokių pavyzdžių, o vėliau į šį klausimą pažvelgsime per interaktyvumo kaip spektaklio komunikacijos rezultato prizmę.

Vieni teatro tyrėjai yra linkę įvairios formos spektaklius vertinti kaip skirtingas interaktyvumo rūšis. Pavyzdžiui, Somersas išskiria tris interaktyvumo teatre lygius, akcentuodamas erdvės tarp žiūrovų ir atlikėjo bei žiūrovų grįžtamojo ryšio pobūdį

³⁴ Eversmann 2004.

spektaklio metu³⁵. Silpniausiai žiūrovų grįžtamasis ryšys gali pasireikšti teatre, kuriame žiūrovai ir aktoriai yra atskirti erdvėje (tamsi žiūrovų salė ir apšviesta teatro scena), kai aktoriai sukuria „ketvirtą sieną“ (t. y. vaidina taip, tarsi nematytų žiūrovų), o žiūrovai gali reaguoti į spektaklį tik juokdamiesi arba plodami³⁶. Antrame interaktyvumo lygyje, pasak Somerso, komunikacinė riba tarp žiūrovų ir aktorių nebe tokia griežta. Pavyzdžiui, *stand-up* komedijų ar magijos šou atlikėjai, nors veikia scenoje, tačiau gali kreiptis į žiūrovus (nėra „ketvirtos sienos“), kartais net pasikviesti juos į sceną arba, priešingai, pavyzdžiui, klounados atlikėjai gali daug laiko praleisti tarp žiūrovų; nors fizinė atskirtis tokiuose renginiuose sušvelninama, tačiau išlieka gana aiški riba, kas yra atlikėjas, o kas – žiūrovas³⁷. Trečio interaktyvumo lygio spektaklius Somersas vadina tikruoju interaktyviuoju teatru, kurio geriausias pavyzdys šiam autoriui – Boalo forumo teatras, kviečiantis žiūrovus vaidinti.

Kitaip matuoti interaktyvumo stiprumą siūlo Steve'as Dixonas. Jo interaktyvumo kategorijos – tai skirtingi žiūrovų dalyvavimo spektaklyje būdai. Pasak autoriaus, skirtingo interaktyvumo kategorijos gali būti dinamiškai derinamos viename pastatyme³⁸. Tyrinėdamas teatro, šokio, performansų ir instaliacijų sąryšius su naujosiomis medijomis, jis išskyrė keturias interaktyvumo kategorijas: 1) navigaciją, 2) dalyvavimą, 3) pokalbį, 4) bendradarbiavimą³⁹. Šios kategorijos neturėtų būti suprantamos kaip atskiros interaktyvumo rūšys – jos greičiau žymi silpno–stipraus interaktyvumo skalę, kurios vienoje pusėje – navigacija (silpnas interaktyvumo lygis), o kitoje – bendradarbiavimas (stiprus interaktyvumo lygis)⁴⁰.

Silpno interaktyvumo – navigacijos – kategorijai Dixonas priskiria tokias situacijas, kai žiūrovai kviečiami labai paprastai (pavyzdžiui, „taip“ arba „ne“) atsakyti į klausimus, kai jie seka pasakojamos istorijos siužetą arba, jei naudojasi kompiuteriu, naršo internete⁴¹. Antrajai – dalyvavimo – kategorijai priklauso situacijos, kai žiūrovai įsitraukia į spektaklio vyksmą: jie gali balsuoti, siūlyti idėjas ar reaguoti į aktorių veiksmus, tačiau tai tik nežymiai keičia patį spektaklį⁴². Į trečiąją – pokalbio – kategoriją Dixonas įtraukia spektaklio metu vykstančius tikrus dialogus, abipusius mainus⁴³. Galiausiai ketvirtoji – bendradarbiavimo – kategorija žymi tokią sąveiką, kai menininkų pasiūlyti spektaklio rėmai leidžia žiūrovams taip keisti spektaklį, kad jie tampa jo prasmių ir apskritai viso spektaklio bendrakūrėjais⁴⁴.

35 O'Grady, Somers 2011.

36 Ten pat.

37 Ten pat.

38 Dixon 2015.

39 Ten pat.

40 Ten pat.

41 Ten pat.

42 Ten pat.

43 Ten pat.

44 Ten pat.

Tačiau vertinant spektaklių interaktyvumo potencialą vertėtų atkreipti dėmesį ne tik į tai, kokiais būdais žiūrovams siūloma dalyvauti, kaip jie gali išreikšti savo atsaką, bet ir į tai, *kaip dažnai* spektaklio metu žiūrovai yra kviečiami tai daryti, *kaip ilgai* jie gali tai daryti (pavyzdžiui, kokio sudėtingumo užduotys skiriamos) ir *kiek žiūrovų* vienu metu gali atsakyti į „kvietimą dalyvauti“.

Toliau pateikiame hipotetinę *interaktyvumo dinamikos* spektaklyje diagramą. Horizontalioje ašyje – spektaklio tėkmė, vertikalioje – skaičiai žiūrovų, kurie yra kviečiami įsitraukti. Įsivaizduokime, kad tai Augusto Boalo spektaklio ištrauka. Tarkime, kad pirmąsias dešimt minučių aktoriai vaidina sukurtą istoriją, o žiūrovai ją tik stebi. Po to visi žiūrovai (tarkime, jų būtų 25) spektaklio koordinatoriaus būtų pakviesti penkias minutes aptarti pamatytą situaciją su greta sėdinčiais. Vėliau vienas žiūrovas būtų pakviestas į sceną suvaidinti kitokią istorijos versiją (30–35 min.), o kiti žiūrovai tik stebėtų vaidinamą ištrauką. Dar vėliau visi žiūrovai vėl turėtų padiskutuoti apie naują suvaidintos istorijos versiją (40–45 min.) ir galiausiai spektaklio koordinatorius apibendrintų papasakotos istorijos kaitą ir reikšmę, t. y. visi žiūrovai jo klausytųsi (50–55 min.).



Žiūrovo iš tikrųjų patiriamas interaktyvumas spektaklio metu gali skirtis nuo suplanuoto interaktyvumo ir nuo kitų žiūrovų patirčių. Pavyzdžiui, hipotetinio spektaklio žiūrovų patirtys tikrai išsiskirtų 30–35 min., kai vienas iš jų scenoje vaidintų, o kiti – tik žiūrėtų. Be to, kuri įsitraukimo į spektaklį forma yra „interaktyvesnė“, o kuri ne, taip pat priklauso nuo individualaus žiūrovo požiūrio. Pavyzdžiui, vieniems žiūrovams susikabinimas rankomis su kitais žiūrovais gali atrodyti labai interaktyvus įsitraukimas, o kitiems net vaidinti scenoje prieš kitus atrodytų nieko ypatingo.

Kitaip tariant, vertinant interaktyvumą kaip spektaklio komunikacijos rezultatą, išryškėja žiūrovų patirčių individualumas. Jei interaktyvumas priklauso ne tik nuo teatro kūrėjų sumanymų, bet ir kiekvieno žiūrovo įsitraukimo, vadinasi, bendrą

spektaklio „interaktyvumo lygį“ nustatyti būtų sunku, nes jį lemtų ne tik teatro kūrėjų intencijos, bet ir žiūrovų patirtys, kurios tame pačiame spektaklyje gali būti nevienodos.

Žinoma, tiksliai nustatyti kiekvieno žiūrovo interaktyviųjų patirčių repertuarą spektaklyje nelabai įmanoma (nes tai tektų daryti spektaklio metu), tačiau spektaklio interaktyvumą vertinti pagal teatro kūrėjų siūlomą interaktyvumo potencialą – taip pat nėra tikslu. Todėl interaktyvumą vertinti kaip spektaklio komunikacijos rezultatą rekomenduotume ne tik tiriant teatro kūrėjų intencijas, bet ir atliekant auditorijos tyrimus.

Išvados

Bandant apibrėžti interaktyvumą teatro kontekste, iškyla sąvokos apimties problema, nes kartais interaktyvumas tapatinamas su plačiaja „sąveikos“ samprata, o kartais tėra siejamas tik su spektakliais, kuriuose naudojamos skaitmeninės technologijos.

Vis dėlto teatro tyrimuose vyrauja požiūris į interaktyvumą kaip spektaklio struktūros bruožą, kitaip tariant, manoma, kad interaktyvumas priklauso nuo teatro kūrėjų sumanymų. Vis dėlto, remiantis naujesniais teatro ir komunikacijos mokslų tyrimais, interaktyvumą siūloma vertinti ne pagal vieną kriterijų.

Straipsnyje pristatytas požiūris į interaktyvumą kaip į komunikacijos proceso rezultatą. Laikantis šio požiūrio, teatro kūrėjų iš anksto sukurta spektaklio struktūra, leidžianti ir skatinanti žiūrovų įsitraukimą į spektaklio veiksmą, vertinama tik kaip interaktyvumo potencialas, o interaktyvumas apibrėžiamas kaip spektaklio komunikacijos proceso, kurio metu žiūrovai atpažįsta interaktyviasias spektaklio savybes (interaktyvumo potencialą) ir pasinaudoja jomis, rezultatas. Kitaip tariant, nors interaktyvumą inicijuoja spektaklio kūrėjai, galiausiai jį nulemia žiūrovai.

Interaktyvumo potencialą paprastai galima atpažinti iš teatro kūrėjų pateikiamo „kvietimo dalyvauti“. Pagal jį teatro tyrėjai yra linkę vertinti interaktyvumo intensyvumą. Tačiau analizuojant, kokiais būdais žiūrovams siūloma dalyvauti ir kaip jie gali išreikšti savo atsaką, rekomenduojama atkreipti dėmesį ir į tai, *kaip dažnai* spektaklio metu žiūrovai yra kviečiami tai daryti, *kaip ilgai* jie gali tai daryti ir *kiek žiūrovų* vienu metu gali atsakyti į „kvietimą dalyvauti“.

Interaktyvumą apibrėžiant kaip spektaklio komunikacijos rezultatą, svarbus ne tik teatro kūrėjų „kvietimas dalyvauti“, bet ir žiūrovų atsakas į juos. Tam, kad būtų galima sakyti, jog žiūrovai atpažino ir pasinaudojo interaktyviosiomis spektaklio savybėmis, jų atsakas turi būti fiziškai (verbaliai arba neverbaliai) išreikštas – eksplisicitinis. Neretai interaktyvūs spektakliai skatina žiūrovus papildyti įprastus spektaklio patyrimo būdus (percepinį, kognityvinį, emocinį) galimybe *veikti*.

Laikantis požiūrio, kad interaktyvumas yra spektaklio komunikacijos rezultatas, vertėtų kalbėti ne apie interaktyvumo silpnumo–stiprumo lygį, o apie spektaklio interaktyvumo dinamiką. Svarbu atkreipti dėmesį, kad teatro kūrėjų suplanuota

interaktyvumo dinamika gali skirtis nuo spektaklio metu kiekvieno žiūrovo patiriamos interaktyvumo dinamikos. Kitaip tariant, toks požiūris į interaktyvumą išryškina žiūrovų patirčių individualumą.

Gauta 2019 06 05
Priimta 2019 06 19

Literatūra

1. Andersen, E. W. *Media, Democracy and Development*. Oslo: University of Oslo, 1997.
2. Biggin, R. *Immersive Theatre and Audience Experience*. London: Palgrave Macmillan, 2017.
3. Boal, A. *Theatre of the Oppressed*. London: Pluto Press, 2000.
4. Bouko, C. Interactivity and Immersion in a Media-Based Performance. *Participations*. 2014. 11(1): 254–269.
5. Caulton, T. *Hands-on Exhibitions: Managing Interactive Museums and Science Centres*. London, New York: Routledge, 1998.
6. Crossick, G.; Kaszynska, P. *Understanding the Value of Arts & Culture: The AHRC Cultural Value Project*. Swindon: Arts and Humanities Research Council, 2016.
7. Dixon, S. *Digital Performance*. Cambridge, London: MIT Press, 2015.
8. Eddershaw, M. *Performing Brecht*. London, New York: Routledge, 1996.
9. Eich, E.; Kihlstrom, J.; Bower, G.; Forgas, J.; Niedenthal, P. *Cognition and Emotion*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
10. Eversmann, P. The Experience of the Theatrical Event. *Theatrical Events: Borders-Dynamics-Frames*. Amsterdam, New York: Rodopi, 2004.
11. Florida, R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002.
12. Gleason, J. *The Impact of Interactive Functionality on Learning Outcomes: An Application of Outcome Interactivity Theory*. Lexington: University of Kentucky Doctoral Dissertations, 2009.
13. Howkins, J. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. London: Penguin, 2001.
14. Kalanta, M.; Naujokaitė, R. *Lietuvos teatrų rinkodara: būklė ir rekomendacijos*. Vilnius: 2017.
15. Kiousis, S. Interactivity: A Concept Explication. *New Media and Society*. 2002. 4(3): 355–383.
16. Lapina, O. Imersinis teatras: įtraukimas, interaktyvumas, žaidimas. *Ars et Praxis*. 2017. 5: 37–47.
17. Lehmann, H.-T. *Postdraminis Teatras*. Vilnius: Menų spaustuvė, 2010.
18. Liu, Y.; Shrum, L. J. What Is Interactivity and Is It Always Such a Good Thing? *Journal of Advertising*. 2002. 31(4): 53–64.
19. Livingstone, S. Media Audiences, Interpreters and Users. *Media Audiences 2*. London: Open University Press, 2005.
20. Meilutytė, M. Kaip komunikuoja teatras? Pokalbis su LNDT komunikacijos projektų koordinatorė Aušra Pociūtė. *Kamane.lt*. 2017 11 03.
21. O'Grady, A.; Somers, J. Interactivity. *Performance Perspectives*. London: Palgrave Macmillan, 2011.
22. Pavis, P. *The Routledge Dictionary of Performance and Contemporary Theatre*. London, New York: Routledge, 2016.
23. Pavlou, P.; Stewart, D. Measuring the Effects and Effectiveness of Interactive Advertising. *Journal of Interactive Advertising*. 2000. 1(1): 61–77.
24. Steuer, J. Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. *Journal of Communication*. 1992. 42(4): 73–93.
25. Throsby, D. *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.
26. Verikienė, J.; Jonikova, V.; Olšauskė, D. *Gyventojų dalyvavimas kultūroje ir pasitenkinimas kultūros paslaugomis* [tyrimo ataskaita]. Vilnius: LR Kultūros ministerija, 2017. Prieiga per internetą: <http://www.kulturostyrimai.lt/wp-content/uploads/2017/08/2017-Gyventoju-dalyvavimo-kulturoje-tyrimo-ataskaita.pdf>

27. White, G. *Audience Participation in Theatre: Aesthetics of the Invitation*. London: Palgrave Macmillan, 2013.
28. Zhang, D.; Zhou, L.; Briggs, R.; Nunamaker, J. Instructional Video in E-Learning: Assessing the Impact of Interactive Video on Learning Effectiveness. *Information and Management*. 2006. 43(1): 15–27.

Monika Meilutytė

Interactivity in theatre: a feature of performance structure or an outcome of communication process?

Summary

Nowadays, interactivity often serves as a way to make cultural products more attractive for the audience. Due to the growing popularity of immersive theatre and theatre makers' interest in digital technologies, interactivity became again a relevant issue in theatre context. However, there is a need to revise the definition of it. Therefore, this article, at first, discusses the boundaries of the term relying on the previous research, later it presents a common perspective on interactivity in theatre as a feature of performance structure and, finally, suggests a new approach to interactivity as an outcome of communication process. According to the latter perspective, creators of performances become only initiators of interactivity and theatre audience are real determiners.

KEYWORDS: interactivity, theatre, spectator, audience, communication