

és orgánummal nevesítve, mellette külön csoportban pedig az egyéb sajtómegjelenések.³ Az Örkeny honlapján előadásonként látható a *Sajtó* elnevezésű fül, amely alatt ugyan vegyes műfajú írásgyűjtemény olvasható, azonban a főoldal *A színházról* fülenek *Sajtó* alfüle már *Kritikák*, *Interjúk*, *Egyéb* bontásban hozza az írásokat (szándék szerint átfedésben az előzőekkel). Kárpáti Auréla, a talán leginkább kritikaszkeptikus kritikusra hivatkoznak itt („végül is csak az számít: igen, vagy nem”), és ennek megfelelően a kritikákat három csoportban gyűjtik ide: „Igen”, „Nem” és „Igen-nem”, előadásonként külön-külön; az írásokat – többnyire – címmel, orgánummal, a szerző nevével regisztrálják. A miskolci színház a kritikákat az előadások színlapja után hozza: főcímeikkel tagolt, letisztult kialakítású felületének köszönhetően azonnal szembeütő módon, az írásokat címmel, szerzővel, orgánummal belinkelve. (Korábban a *Színház* fül alatt felvettek egy *Sajófigyelő* alfület is, amelybe havonta töltötték fel az összes megjelent anyagot, ez a kezdeményezés azonban, úgy tűnik, egy évad után elhalt.) A Jurányi is nagyon világosan kategorizál: az egyes előadások megnyitásakor a rögtön szembeötlő *Sajtó* fül alatti *Kritika* és *Interjú* alfülek egyértelmű besorolási célokról tanúskodnak; az írásokat címmel és orgánummal tüntetik fel. Pintér Béla és Társulata honlapja rögtön a fejlécében tartalmazza a *Sajtó* fület, amely alatt az interjúk sorakoznak, innen egy oldalt megjelenő *Az előadásokról* gomb segít a kritikákhoz eljutni. Itt viszont – előadások szerinti csoportosításban, ábécérendben haladva – egyben nyílik meg az összes produkció kritikagyűjteménye címeikkel, neveikkel és (általában) orgánumokkal.⁴

- 3 Hasonló struktúrát és megjelenítést alkalmaz a székesfehérvári színház is, ugyanakkor két rovatában (*Kapcsolódó anyagok* és *Rólunk írták*) mégiscsak vegyülnek a különböző műfajokat képviselő sajtómegjelenések.
- 4 Ez az összefűzött kínálat még a Karinthy honlapjának jellemzője.

Befejezésül álljon itt a legutóbb vizsgált szempont grafikus ábrázolása, a rendszeresen kritikákat is közlő tizenhárom honlapra vonatkozóan:



Összefoglalásul még egyetlen adat kívánczik ide, amely az eddigi áttekintések után nem teljesen új, csak más szempontú közelítést mutat. A fentebbi ábra azoknak a színházaknak a megoszlását tükrözte, amelyek a honlapjukon rendszeresen gyűjtik az előadásaikról megjelent kritikákat. Ha megnézzük, hogy az összes vizsgált honlap között mekkora arányt képviselnek a szakkritikákat külön csoportban megjelenítő – tehát a kiemeléssel a műfaj fontosságát hangsúlyozó – felületek, akkor 20% alatti számot kapunk (konkrétan: 18,5%-ot). És valójában ez az az adat, amely aktuális válaszként kínálkozik a bevezetésben feltett kérdésre.

Hogyan találkozunk a kritikával a színházak közösségimédia-felületein?

Kő- és befogadó színházak, produkciós irodák, társulatok Facebook-posztjait vizsgáltuk öt évre visszamenőleg. A vizsgált profilok igen eltérőek voltak. A hét között akadt fiatal színházi csoportosulás (Narratíva) és voltak „nagy pályások”: jelentős független társulat (Pintér Béla és Társulata), budapesti művészszínház (Örkeny), kortárs befogadóhely, egyben produkciós ház (Trafó Kortárs Művészetek Háza), magánszínház (Orlai Produkciós Iroda), állami fenntartású szórakoztató színház (Budapesti Operettszínház) és vidéki nemzeti színház (Miskolci Nemzeti Színház). Elmondható, hogy a kritikák megosztása legtöbbször esetében a brand- és imázsépítés szolgálatában áll. A kritika megjelenítése a színházak Facebook-oldalán reklám: a cikkekből csak egy-egy pozitív részletet emelnek ki a szerkesztők, ezt követik az adott előadás játszásának további időpontjai, illetve a jegyvásárláshoz vezető link. A hírfolyamba ágyazott kritikák, esetenként esszék és tanulmányok, melyek a színház produkcióiról vagy azok apropóján születnek, elsősorban azt a cél szolgálják, hogy meggyőzzék a nézőt, érdemes jegyet váltania az adott előadásra.

A legtöbbször a teljes írás is elérhető egy kattintással, függetlenül attól, hogy a kritikának lehetnek olyan paszuszai is, amelyek bírálóbb hangnemben íródtak. Emellett egyes színházak Facebook-felületein a jegyelővétellel mutató link nélkül is jelennek meg kritikák, de ezek száma elenyésző, szemben az alkotókkal, színészekkel készült interjúk mennyiségével. A kipsztozott interjúk száma a társulat méretével arányosan nő. Több szempontból is kivételnek mondható a Narratíva, amely kollektíva 2019 októberében regisztrált a Facebookon, és oldalán megoszt minden olyan írást (legyen szó kritikáról, interjúról, esszéről), amely velük foglalkozik. Számukra fontos a láthatóság és egyfajta transzparencia, hiszen a nemrég indult formáció nemcsak az online, hanem digitalizált formában az eredetileg nyomtatásban megjelent tartalmakat is rendre megosztja. A hét vizsgált műhely közül a legnagyobb apparátussal rendelkező intézmény a Budapesti Operettszínház, amelynek szórakoztató színházi profiljából adódóan azt feltételeznénk, hogy nincs szüksége a szakkritika ilyen jellegű támogatására. Ennek ellenére közösségi oldalukon időnként mégis posztolnak kritikákat, rövid esszéket, de ezek aránya kétségtelenül elenyésző. Szintén a kritika reklámként való használata magyarázhatja, hogy a magántőkéből működő Orlai Produkciós Iroda nemcsak az Operettnél, de az Örkenynél is több kritikát oszt meg közösségimédia-felületein.