



ZAVOD ZA PROUČAVANJE KULTURNOG RAZVITKA

mr Mrđa Slobodan

POZORIŠNA PUBLIKA U SRBIJI

**Izveštaj o istraživanju
(Dramska publika)**

Beograd, 2010.



Sadržaj

1 Uvod	3
2 Predmet istraživanja	3
• 2.1 Značaj istraživanja	4
• 2.2 Ciljevi istraživanja	5
• 2.3 Hipoteze	6
3 Metode i tehnike istraživanja	6
• 3.1 Instrument	7
• 3.2 Uzorak	8
• 3.3 Tok i uslovi ispitivanja	10
4 Rezultati istraživanja	11
• 4.1 Sociodemografska obeležja dramske publike	11
• 4.2 Odnos dramske publike prema pozorištu	16
• 4.3 Repertoar pozorišta	28
• 4.4 Pozorišna kritika	42
• 4.5 Vreme početka i otkazivanje pozorišnih predstava	45
• 4.6 Karte (ulaznice)	49
5 Zaključak	55
6 Komentari publike	59
7 Literatura	65



1 Uvod

Istraživanje pozorišne publike, koje se može uklopiti u jedan kompleks istraživanja o kulturnom životu uopšte, ima danas veliku društvenu aktuelnost. Odmah se mora naglasiti da je ovakva tema veoma složena, s obzirom da je teorijski i empirijski nedovoljno istražena kod nas. Ovim istraživanjem obuhvaćena je publika svih profesionalnih pozorišta u Srbiji.

Na istraživačkom planu, uzimanje bilo koje vrste publike za predmet istraživanja znači izdvajanje jedne dimenzije kulturne potrebe. Ali, razvojem sociološke metodologije došlo se do značajnih saznanja o karakteristikama posebnih ili specijalnih publika. U svim zemljama gde su razvijena sociološka istraživanja postoji organizovano sistematično proučavanje pojedinih vrsta publike, a odnos istraživačkih institucija prema ovom predmetu istraživanja pokazuje stepen naučnog interesovanja i društveni stav prema značaju javnosti u kulturi.

Sadašnji trenutak u razvoju našeg društva obeležava duboko protivrečan karakter društvene artikulacije života i osnovne protivrečnosti dovodi do velikog stepena zaoštrenosti, što se posredno ili neposredno odražava na kulturni život svih društvenih grupa, posebno na društvene grupe sa profilisanim interesovanjima u domenu kulturnog života. Stoga se razvijanje naučnog istraživanja i organizovanog proučavanja tzv. posebnih publika, koje se u našim društvenim naukama nije razvijalo na odgovarajući način ni u potrebnom obimu, javlja danas kao društvena i naučna potreba od posebne važnosti.

Društvo u kome živimo u značajnoj meri karakterišu procesi (samo) razaranja, koji su u nekim područjima društvene realnosti došli do faze u kojoj je opravdano govoriti o *razorenom društvu*. Odnos društva i kulture na najneposredniji način obezbeđuje vezu između individualnog i kreativnog sa društvenim i javnim. Kultura, jedna od osnovnih dimenzija svakog društva, je naročito značajna za razumevanje procesa stvaranja, profilisanja i kristalizacije sistema vrednosti. Vremena velikih društvenih gibanja, kroz koja sada prolazi društvo u Srbiji, donose velike i nagle obrte u sistemu vrednosti. Stari sistem vrednosti se radikalno



odbacuje a na njegovom mestu se još ne uspostavlja novi konzistentan sistem vrednosti. Paralelno sa ovim procesom idu i nastojanja različitih političkih i ideoloških snaga da stave pod kontrolu pojedine segmente kulturnog života i stvaralaštva, pa je institucijama kulture vrlo teško da očuvaju neophodan stepen autonomije, kao osnovnu pretpostavku slobode stvaralaštva.



2 Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je analiza strukture *dramske publike svih profesionalnih pozorišta u Srbiji*. Dakle, radi se o sociološkom istraživanju pozorišne publike tj. jedno od istraživanja *posebnih publika* ili posebnih društvenih grupa sa ciljem da se u tom okviru otkriju posebne publike. Ovakva istraživanja omogućuju da se upoznaju neke dimenzije kulturnih potreba koje je na drugi način nemoguće spoznati. Naravno, problem pozorišne publike, niti bilo koje druge publike, ne može se posmatrati izolovano. Mada je još relativno mali broj društvenih grupa kod kojih nailazimo na integrisanost većeg broja savremenih kulturnih potreba, ljude ne možemo posmatrati ni kao izolovane nosioce pojedinačnih kulturnih potreba, jer ne postoji čovek sveden na samo jednu dimenziju kulturnih potreba. Uvek postoji određena struktura kulturnih potreba, najčešće uslovljena kulturnim nasleđem, aktuelnim socijalnim iskustvom, paradigmom samog kulturnog života u jednoj sredini. U toku životnog ciklusa pojedinca dolazi do stalnih promena u strukturi kulturnih potreba, akcenat se prebacuje sa jednih na druge potrebe a javljaju se i sasvim nove kulturne potrebe. Paralelno sa ovim procesom odvijaju se i procesi u sferi kulturne industrije koji utiču na strukturisanje kulturnih potreba.

S obzirom na to da su ovakva istraživanja u Srbiji bila veoma retka¹, prvenstveno nas je zanimalo da utvrdimo sve relevantne karakte-

1 U prilog ovoj tezi, slikovito govori i članak u dnevnom listu *Politika*, iz kog izdvajamo deo koji je direktno povezan sa našom temom. „**Zanimljiva je i tačna informacija da pozorišnih festivala ima više nego pozorišnih institucija. Veoma je važno na osnovu kojih kriterijuma će država napraviti razliku između festivala od nacionalnog značaja koji će biti i finansijski i na druge načine podržani od strane Ministarstva za kulturu, i onih koji će biti prepušteni finansiranju od strane lokalne samouprave i privatnih sponzora. Mislim da to jeste stvar državne, odnosno kulturne politike, ali ta odluka ne sme da bude arbitrarna. Ona mora da se bazira na mišljenju stručne javnosti, medija, kritike, istraživanja publike. Mi nemamo nikakvo relevantno istraživanje ne samo festivalske publike nego publike uopšte. Ovdje se interes publike procenjuje na osnovu prihoda na blagajni.** (Ivan Medenica, *Politika*, 16. maj 2009. godine). Takođe, prema autorovom istraživanju poslednja relevantna istraživanja pozorišne publike obavljena su u Zavodu za proučavanje kulturnog razvitka još 1973. i 1985. godine (Ikonomova, Vera., Vučković, Tihomir., Jokić, Vujadin. 1973. *Pozorište i publika*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka i Ikonomova, Vera. 1985. *Pozorište i publika: sociološko istraživanje publike beogradskih pozorišta*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.)



ristike (demografske i socijalne) pozorišne publike. Dakle, radi se o istraživanju publike, *ali ne i potencijalne publike (nepublike)*², što bi mogao biti predmet posebnog istraživanja.

U prvom redu, želeli smo da utvrdimo učestalost dolaska na pozorišne predstave i na osnovu toga izvršimo kategorizaciju pozorišne publike. Takođe, zanimalo nas je koji faktori najviše utiču na učestalost odlaska na pozorišne predstave u nameri da pokušamo izdvojiti dominantan faktor ili sistem srodnih faktora. S druge strane, zanimalo nas je i odnos publike prema samom pozorištu u domenu repertoara, vremena početka predstava, načinu informisanja o radu pozorišta, ceni ulaznica, enterijeru, ali i načinu izbora predstave.

2.1 Značaj istraživanja

Istraživanje pozorišne publike svih profesionalnih pozorišta u Srbiji, u svim njegovim aspektima, može nas uputiti na rešavanje nekih pitanja o budućnosti i razvoju institucija kulture i kulturne industrije uopšte. U situaciji nedostatka istraživanja ove vrste, ovako postavljen projektni zadatak i njegovo naučno izvođenje može da doprinese boljem sagledavanju položaja i perspektive pozorišnih kuća u našoj kulturnoj i društvenoj stvarnosti.

Istraživati bilo koju pojavu vezanu za pozorišnu publiku veoma je značajno, te se može reći da ovakvo istraživanje, pored naučnog, ima i društveni značaj. Trenutnu situaciju u našem društvu karakteriše velika ekonomska kriza koja se manifestuje na sve sfere čovekovog života. Otežano zadovoljavanje osnovnih čovekovih potreba (individualnih i grupnih) koje se odnose na dohodak, odeću, prehranu, stanovanje, vaspitanje, obrazovanje, kulturne potrebe, zdravlje itd., dovode do raznih poremećaja u funkcionisanju ličnosti. Opadanje životnog i društvenog standarda naročito utiče na kulturnu potrošnju. Posledice opadanja standarda vidljive su veoma brzo i u oblasti pozorišta manifestuju se kroz smanjen kvalitet pozorišne produkcije i opadanje interesovanja za odlazak u pozorište i u institucije kulture uopšte.

2 Upotreba termina „nepublika“ vezuje se za Fransisa Žansonu koji je, pre svega, proučavao pozorišnu publiku i koji je napravio podelu na „publiku“, „moguću publiku“ i „nepubliku“. Upravo ovaj deo Žansonove „publike“ bio je predmet našeg istraživanja.



Što se tiče naučnog značaja svakog istraživanja, pa i ovog, moramo reći da svaki naučni postupak koji vodi prema objektivnom naučnom saznanju o pojavi koja je predmet istraživanja, predstavlja značajan doprinos ukupnoj nauci. Svakim istraživanjem koje je naučno-metodološki kvalitetno urađeno dopunjujemo postojeći fond znanja o predmetu istraživanja, koje kasnije može da se primeni na praktičnu društvenu akciju.

Dolaženjem do nekih novih saznanja o predmetu istraživanja i dopunjavanjem postojećeg saznanja, utičemo na razvijanje novih istraživanja pojedinih segmenata pojave koji našim istraživanjem nisu obuhvaćeni.

2.2 Ciljevi istraživanja

Osnovni *naučni cilj* istraživanja sastoji se u: (1) deskripciji svih relevantnih karakteristika dramske publike profesionalnih pozorišta u Srbiji, (2) ispitivanju učestalosti poseta predstavama profesionalnih pozorišta, (3) kategorizaciji pozorišne publike, (4) utvrđivanju faktora koji najviše utiču na učestalost odlaska u pozorište, uz pokušaj izolovanja dominantnog faktora ili sistema faktora, (5) ispitivanju odnosa publike prema pozorištu kroz stavove o radu pozorišta u domenu repertoara, vremena početka predstava, načina informisanja o radu pozorišta, ceni ulaznica itd, i (6) utvrđivanju načina izbora predstave iz repertoara pozorišta.

Osnovni *praktično-akcioni* cilj istraživanja je: (1) definisanje mera (preporuka) koje bi trebalo da doprinesu povećanju broja publike profesionalnih pozorišta u Srbiji i (2) utvrđivanje indikatora koji će moći biti iskorišćeni za realnije sagledavanje položaja i perspektive pozorišnih kuća u našoj kulturnoj i društvenoj stvarnosti.

Pored praktične upotrebljivosti istraživanja, u smislu podizanja nivoa i kvaliteta pozorišnog života, studija ima za cilj i usmeravanje pažnje određenih subjekata u društvu na pitanja kulture i kulturnog života uopšte kao sigurnog ulaganja u budućnost društva u kome živimo. S obzirom na to da ovakvo istraživanje podrazumeva neku vrstu društvenog odnosa, ono automatski implicira određena reaganja, različitog tipa i intenziteta, svih subjekata istraživanja.



2.3 Hipoteze

- Osnovna hipoteza od koje se polazi u istraživanju je da najveći broj publike profesionalnih pozorišta u Srbiji dolazi na predstave povremeno i da se najčešće radi o mlađoj populaciji sa višim stepenom obrazovanja iz urbanih sredina;
- Sociodemografske varijable će biti važan izvor varijacije učestalosti poseta pozorištu;
- Najveći broj dramske publike profesionalnih pozorišta u Srbiji ima visoku stručnu spremu, a trend povećanja broja publike sa visokom stručnom spremom će se kontinuirano nastaviti;
- Pozorišna publika u Srbiji ima aktivan način korišćenja slobodnog vremena;
- Najznačajniji faktor koji utiče na učestalost odlaska u pozorište je zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe;
- Zbog heterogenosti i složenosti faktora koji utiču na odlazak u pozorište nije moguće izdvojiti sistem faktora sa zajedničkom osnovom;
- Internet postaje dominantan način informisanja o repertoaru i radu pozorišta;
- Postoji značajna povezanost između repertoara pozorišta (zadovoljstvo repertoarom) i učestalosti dolaska u pozorište;
- Komedija i drama su omiljeni žanrovi publike u Srbiji i zadržaće se na visokom nivou, dok će ostali žanrovi imati trend opadanja;
- Ne postoji značajna povezanost između cena karata za pozorišne predstave i učestalosti dolaska u pozorište;



3 Metode i tehnike istraživanja

Problem, predmet i ciljevi istraživanja zahtevali su primenu odgovarajućih metoda i tehnika istraživanja. U istraživanju su korišćene dve osnovne metode: *metoda analize* i *metoda ispitivanja*.

U okviru metoda analize korišćena je *metoda analize sadržaja dokumenata, tehnikom direktne kvantitativne (statističke) analize sadržaja dokumenata* i *metoda strukturalne analize tehnikom klasične kvalitativne analize sadržaja dokumenata*.

U okviru metoda ispitivanja korišćen je oblik *ispitivanja sa tehnikom ankete*, i to *pismene ankete sa formalizovanim (standardizovanim) pismenim upitnikom*.

3.1 Instrument

Instrument (upitnik) korišćen u ovom istraživanju izradio je deo tima projekta³ i nije ranije korišćen u istraživanjima, bilo u celini ili nekim delovima. Upitnik predstavlja pokušaj sinteze dosadašnjih teorijskih saznanja o predmetu istraživanja i potrebe prikupljanja merljivih indikatora u skladu sa ciljevima istraživanja.

Instrument se sastojao od šest delova, sa 32 pitanja, većinom zatvorenog tipa.⁴ Prvi deo instrumenta predstavlja standardnu seriju pitanja koja se odnose na podatke o pozorištu i socio-demografske karakteristike ispitanika. Ovde su prikupljeni podaci o nazivu pozorišta i mestu, polu, uzrastu, stepenu obrazovanja, zanimanju i veličini naselja. Drugi deo instrumenta odnosi se na set pitanja kojima se želeo utvrditi odnos publike prema pozorištu. Ovde su prikupljeni podaci o načinu korišćenja slobodnog vremena, učestalosti poseta pozorištu i najvažnijim razlozima, zadovoljstvu enterijerom pozorišta i odnosom zaposlenih prema publici. Treći deo instrumenta odnosi se na repertoar pozorišta. Tu su prikupljeni podaci o načinu informisanja o radu pozorišta, poznavanju i zadovoljstvu repertoarom pozorišta, omiljenom žanru i žanrovskim potrebama, delima prema autorima i vremenu nastanka i potrebama prema istim i načinu na koji vrše izbor predstave iz repertoara pozorišta. Četvrti deo instrumenta posvećen je pozorišnoj kritici i njenom uticaju

3 Slobodan Mrđa, sociolog i Dušan Č. Jovanović, dramaturg, stručni saradnik.

4 Pored upitnika na srpskom jeziku, jedan broj upitnika štampan je i na mađarskom jeziku za potrebe anketiranja u pozorištu „Ujvideki Színház” u Novom Sadu. Upitnik na mađarski jezik prevela Silvija Bunjac.



na publiku. Ovde su prikupljeni podaci o praćenju pozorišne kritike, uticaju kritike i pozorišnom kritičaru. Peti deo instrumenta odnosi se na vreme početka i otkazivanje pozorišnih predstava. Ovde su prikupljeni podaci o odnosu publike prema vremenu početka predstava, proceni učestalosti otkazivanja predstava i predlozima za postupanje uprave nakon otkazivanja predstave. Šesti deo instrumenta je posvećen kartama za pozorišne predstave. Ovde su prikupljeni podaci o načinu nabavke karata, ceni i uticaju cene karte na učestalost poseta pozorištu. Varijable u vezi sa stepenom zadovoljstva praćene su sa standardnom petostepenom skalom Likertovog tipa. Sve varijable gde je to bilo moguće sadržavale su i opciju „nešto drugo, upisati“ da bi se dala legitimnost neodlučnosti ili nedovoljno profilisanim stavovima, ali i otkrivanju novih indikatora za pojedine varijable.

Reakcije na instrument bile su, uglavnom, pozitivne, s tim što je statistički značajan broj ispitanika imao primedbu na dužinu upitnika i, nešto manji broj ispitanika, na latinično pismo kojim je upitnik bio štampan. Prirodno, svu odgovornost za ove, opravdane, primedbe snosi autor instrumenta.

3.2 Uzorak

S obzirom na to da pre formiranja uzorka nismo raspolagali sa podacima i potrebnim obaveštenjima o populaciji koju smo želeli da ispitamo (nismo poznavali obeležja osnovnog skupa iz koga izvlačimo uzorak, ali ni njihovu raspodelu), pa je zbog toga i jedan od ciljeva istraživanja bio utvrđivanje karakteristika pozorišne publike u Srbiji (raspored sociodemografskih obeležja), jedini logičan izbor u ovakvoj situaciji bio je *jednostavni slučajni uzorak*. Radi izrade plana uzorka prikupili smo sledeće podatke iz pozorišne sezone 2007/2008 za svako profesionalno pozorište: kapacitet pozorišta, broj izvedenih dela, broj premijera, broj predstava i broj posetilaca (publike).⁵ Broj ispitanika u svakom pozorištu određen je proporcionalno u odnosu na broj publike pozorišta u prošloj sezoni. Nakon prikupljanja podataka o broju dramske publike u prošloj sezoni određen je uzorak veličine 3.000 ispitanika (Tabela 1). Ovako, relativno, veliki uzorak je izabran i zbog karakteristike jednostavnog slučajnog uzorka da nam bolje pokazuje varijabilnost populacije, pa kad se poveća, on se sve više podudara sa osnovnim skupom.

5 Podatke prikupio Dušan Č. Jovanović, dramaturg, stručni saradnik.



Tabela 1. Plan i realizacija uzorka

Pozorište	Mesto	Kapacitet	%	Broj naslova	%	Premijere	%	Predstave	%	Posetiodi	%	Broj ispitanika	Realizovano	% realizacije
Atelje 212	Beograd	506	3.84	39	8.09	7	4.35	318	7.35	66,952	7.03	211	208	98.63
Beogradsko dramsko pozorište	Beograd	495	3.75	19	3.94	10	6.21	430	9.94	84,334	8.85	266	217	81.69
BITEF teatar	Beograd	178	1.35	15	3.11	3	1.86	41	0.95	6,490	0.68	20	20	97.84
Jugoslovensko dramsko pozorište	Beograd	938	7.11	37	7.68	9	5.59	378	8.74	66,637	7.00	210	177	84.33
Opera i teatar „Madlenianum“	Beograd	596	4.52	10	2.07	5	3.11	71	1.64	22,319	2.34	70	65	92.46
Knjaževsko-srpski teatar	Kraljevac	313	2.37	26	5.39	3	1.86	120	2.77	14,981	1.57	47	0	0.00
Kraljevačko pozorište	Kraljevo	226	1.71	16	3.32	4	2.48	67	1.55	9,495	1.00	30	28	93.62
Kruševačko pozorište	Kruševac	301	2.28	0	0.00	7	4.35	205	4.74	40,180	4.22	127	125	98.77
Narodno pozorište „Bora Stanković“	Vranje	300	2.27	9	1.87	5	3.11	54	1.25	7,795	0.82	25	27	109.97
Šabačko pozorište	Šabac	427	3.24	16	3.32	7	4.35	115	2.66	35,000	3.67	110	98	88.90
Narodno pozorište „Nepszin haz“	Subotica	310	2.35	27	5.60	9	5.59	200	4.62	19,537	2.05	62	55	89.38
Narodno pozorište „Sterija“	Vršac	300	2.27	10	2.07	5	3.11	120	2.77	15,000	1.57	47	17	35.98
Narodno pozorište „Joša Jovanović“	Zrenjanin	366	2.77	16	3.32	5	3.11	115	2.66	31,600	3.32	100	70	70.33
Narodno pozorište Beograd	Beograd	820	6.22	55	11.41	10	6.21	467	10.80	162,277	17.04	511	438	85.69
Narodno pozorište Kikinda	Kikinda	314	2.38	14	2.90	5	3.11	85	1.96	15,840	1.66	50	48	96.21
Narodno pozorište Leskovac	Leskovac	302	2.29	7	1.45	4	2.48	87	2.01	18,448	1.94	58	35	60.23
Narodno pozorište Niš	Niš	546	4.14	5	1.04	4	2.48	69	1.60	16,289	1.71	51	51	99.40
Narodno pozorište Piroć	Piroć	350	2.65	6	1.24	6	3.73	62	1.43	15,680	1.65	49	34	68.84
Narodno pozorište Priština	Leposavić	200	1.52	5	1.04	2	1.24	50	1.16	5,000	0.52	16	0	0.00
Narodno pozorište Sombor	Sombor	325	2.46	16	3.32	4	2.48	80	1.85	11,298	1.19	36	28	78.68
Narodno pozorište Užice	Užice	560	4.24	12	2.49	4	2.48	60	1.39	7,876	0.83	25	17	68.53
Pozorište Slavija	Beograd	350	2.65	23	4.77	10	6.21	330	7.63	80,000	8.40	252	161	63.89
Pozorište „Ujvideki Színház“	Novi Sad	320	2.43	13	2.70	0	0.00	118	2.73	13,268	1.39	42	43	102.89
Pozorište mladih	Novi Sad	548	4.15	8	1.66	6	3.73	51	1.18	11,883	1.25	37	35	93.51
Pozorište na Terazijama	Beograd	588	4.46	15	3.11	4	2.48	144	3.33	64,887	6.81	204	192	93.94
Pozorište „Zoran Radmilović“	Zaječar	371	2.81	0	0.00	8	4.97	45	1.04	14,673	1.54	46	36	77.89
Srpsko narodno pozorište	Novi Sad	1,494	11.32	41	8.51	12	7.45	181	4.18	32,728	3.44	103	58	56.26
Pozorište „Boško Buha“	Beograd	289	2.19	8	1.66	2	1.24	66	1.53	14,798	1.55	47	32	68.65
Zvezdara teatar	Beograd	560	4.24	14	2.90	1	0.62	197	4.55	47,191	4.95	149	91	61.22
Ukupno		13,193	100	482	100	161	100	4,326	100	952,456	100	3,000	2,406	80.20

Od 3.000 planiranih ispitanika, anketirano je 2.406 što čini 80,20 % realizacije uzorka. Do zaključenja terenskog dela istraživanja nismo uspeli da dobijemo popunjene upitnike iz samo dva pozorišta (Knjaževsko-srpski teatar, Kragujevac i Narodno pozorište Priština, Leposavić), dok je nešto manji procenat realizacije ostvaren u Narodnom pozorištu „Sterija“, Vršac (36.0 %), Srpskom narodnom pozorištu, Novi Sad (56.3 %), Narodnom pozorištu Leskovac (60.2 %), Zvezdara teatru, Beograd (61.2 %) i Pozorištu Slavija, Beograd (63.9 %). U svim ostalim pozorištima procenat realizacije je iznad 70 %. Zbog nepotpunih odgovora ili kontradiktornih informacija datih u upitniku jedan broj ispitanika (4.5 %) je isključen iz analize.

Polnu strukturu uzorka čini 64.4 % žena i 35.6 % muškaraca (Grafikon 1). U starosnoj strukturi najviše ispitanika je od 19 do 30 godina (38.2 %), zatim od 31 do 45 godina (27.1 %), pa od 46 do 55 godina (21.8 %). Najmanje ispitanika je iz grupa do 18 godina (8.5 %) i iz grupe preko 65 godina (4.4 %).⁶ Najveći broj ispitanika ima visoku stručnu spremu (43.1 %), dok sa srednjom školom imamo 27.7 % i višom 11.7 %. Ispitanika sa magistraturom imamo 7.6 %. Ostali nivoi obrazovanja pojedinačno su zastupljeni sa manje od tri procenta. Teritorijalno posmatrano, 66.5 % uzorka je u Beogradu a 33, 5 % u ostalim gradovima sa profesionalnim pozorištima u Srbiji. Ostale karakteristike i statistički parametri uzorka biće detaljno analizirani i predstavljeni u planiranoj studiji na kraju kompletnog istraživanja publike drame, opere i baleta.

3.3 Tok i uslovi ispitivanja

Istraživački projekat **Pozorišna publika u Srbiji** bio je u planu rada Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka za 2009. godinu. U okviru projekta, u prvoj fazi, urađeno je ispitivanje publike dramskih predstava, dok je u drugoj fazi projekta planirano ispitivanje operске i baletске

6 Ovde treba napomenuti da smo iz Narodnog pozorišta u Leskovcu dobili popunjene upitnike gde je 97.1 % publike bilo do 18 godina. Očigledno je da se radilo o nedoslednom izboru ispitanika i neodgovarajućem izboru predstave, ili se radilo o nekom drugom razlogu o kome nismo obavešteni. Međutim, pošto se radilo o manjem broju upitnika koji ne mogu statistički značajno uticati na rezultate i reprezentativnost odlučeno je da se uvrste u opštu analizu, ali se u uporednoj analizi ovi podaci neće koristiti. S druge strane, pojedinačna analiza podataka iz Narodnog pozorišta u Leskovcu neće biti rađena zbog pomenute greške prilikom izbora ispitanika.



publike (Narodno pozorište u Beogradu). S obzirom na to da se radi o *Izveštaju o istraživanju*, u tekstu koji sledi biće izloženi samo najvažniji rezultati ispitivanja **publike dramskih predstava**, dok je druga faza projekta (ispitivanje operse i baletske publike) planirana za mart 2010. godine. Takođe, prema planu aktivnosti, objedinjena studija o pozorišnoj publici u Srbiji (drama, balet, opera) uz neophodna teorijska razmatranja i analize ranijih relevantnih istraživanja pozorišne publike, trebalo bi da bude završena krajem juna 2010. godine.

Planom realizacije istraživanja bilo je predviđeno da se anketiranje sprovede u saradnji sa sektorima opštih poslova ili marketinga svakog pozorišta i da se u dogovoru sa nadležnim osobama u pozorištima odaberu dramske predstave na kojima će se vršiti anketiranje publike. Osnovni kriterijumi za izbor predstave bili su: predstava ansambla pozorišta, dužina trajanja predstave (život predstave), klasični komad i savremeni komad. Pomenuti kriterijumi za izbor predstave su u većini slučajeva ispunjeni, dok su u nekim pozorištima korišćeni samo neki od kriterijuma zbog objektivnih razloga (repertoar). Preporuka za slučaj izbor ispitanika bila je *izbor u pravilnom intervalu*.

Ispitivanje je sprovedeno u periodu od 1. oktobra do 15. novembra 2009. godine. Anketiranje su obavili saradnici iz svakog pozorišta⁷, najčešće iz sektora opštih poslova, uz kratku instruktažu za primenu upitnika i izbor ispitanika (u beogradskim i novosadskim pozorištima direktno, dok se za pozorišta u unutrašnjosti instruktaža obavljala telefonom).⁸ Nakon prikupljanja podataka, kontrolu upitnika, šifriranje i unos podataka obavili su članovi tima.⁹ Prema izveštajima terenskih saradnika većina ispitanika pokazala je prosečnu zainteresovanost za sadržaj upitnika i velika većina je odgovorila na sva pitanja iz upitnika, tako da se prikupljeni podaci mogu smatrati relevantnim za analizu.

-
- 7 Kompletan spisak saradnika po pozorištima biće naveden u završnoj studiji o projektu, planiranoj za kraj juna 2010. godine.
 - 8 Organizaciju anketiranja, koordinaciju sa saradnicima i instruktažu uradila Jelena Kostić, menadžer.
 - 9 Unos podataka uradili su članovi tima: Jelena Kostić, Dušica Milovanović, Peđa Pivljanin i Slobodan Mrđa.

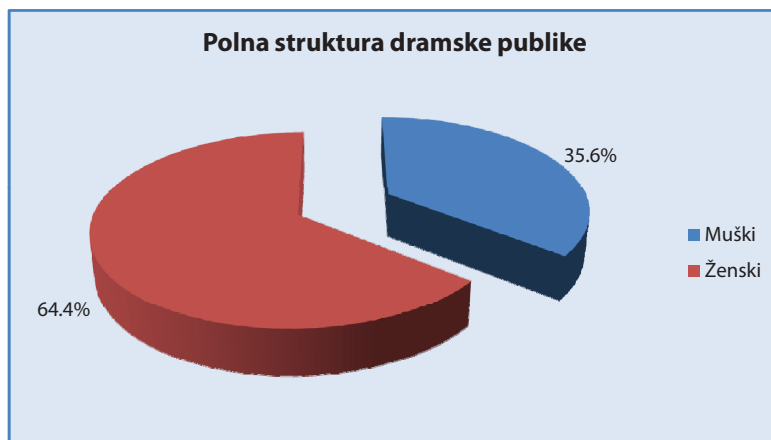


4 Rezultati istraživanja

4.1 Sociodemografska obeležja dramske publike

Rezultati pokazuju da skoro dve trećine dramske publike profesionalnih pozorišta u Srbiji čine žene, dok su muškarci zastupljeni sa nešto više od trećine. I pored verovatnih i očekivanih odstupanja u slučajnom izboru ispitanika u pravilnom intervalu, kako je bilo predviđeno, ovako velika razlika nije mogla da bude uzrokovana nedoslednostima u izboru ispitanika, tako da sa velikim stepenom pouzdanosti možemo reći da je realizovani uzorak reprezentativan deo ukupne populacije dramske pozorišne publike.

Grafikon 1



S obzirom na to da je jedan od ciljeva istraživanja bio da utvrdimo i polnu strukturu dramske publike profesionalnih pozorišta u Srbiji, evidentno je da dominiraju žene kojih ima 64.4 %, te se može reći da odlazak u pozorište predstavlja važniji način provođenja slobodnog vremena ženske populacije koja svoje slobodno vreme provodi na aktivan način. Ukoliko pogledamo polnu strukturu publike u odnosu na mesto (grad u kome se nalazi pozorište) uočavamo da je polna struktura publike u Beogradu skoro identična strukturi na nivou Srbije, na šta veliki uticaj ima i struktura realizovanog uzorka. Sličnu strukturu opštoj imaju: Kruševac, Subotica, Zrenjanin, Kikinda, Niš i Novi Sad. S druge strane,



nešto uravnoteženije polne strukture imaju: Kraljevo, Vranje, Šabac, Pirot, Sombor, Užice i Zaječar. U slučaju Vršca imamo potpuno obrnutu situaciju, gde je publika muškog pola zastupljena sa 70.6 % a ženska sa 29.4 %, što značajno odstupa od proseka za Srbiju. Jedan od najvažnijih razloga je, svakako, i veoma mali procenat realizacije uzorka u Vršcu (36.0 %). U ovakvim slučajevima veoma često na ovakve rezultate utiče i tzv. *situacioni faktor*, koji ima izuzetno veliki uticaj na male uzorke. Ovu činjenicu moramo imati u vidu kod elaboracije rezultata za pojedina pozorišta.

Polna struktura dramske publike po pozorištima (Tabela 2) pokazuje da od beogradskih pozorišta samo Narodno pozorište i Pozorište Slavija imaju nešto uravnoteženiju polnu strukturu publike koja odstupa od polne strukture profesionalnih pozorišta na nivou Srbije, ali i od strukture ostalih beogradskih profesionalnih pozorišta.

Tabela 2. Polna struktura dramske publike po pozorištima (%)

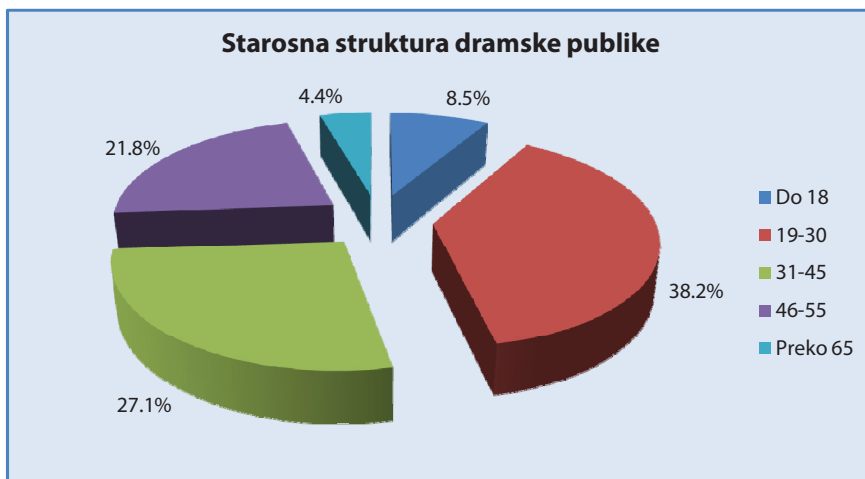
Pozorište	Mesto	Pol		Ukupno
		Muški	Ženski	
Atelje 212	Beograd	26.9	73.1	100
Beogradsko dramsko pozorište	Beograd	33.6	66.4	100
BITEF teatar	Beograd	30.0	70.0	100
Jugoslovensko dramsko pozorište	Beograd	30.5	69.5	100
Opera i teatar „Madlenianum“	Beograd	18.5	81.5	100
Kraljevačko pozorište	Kraljevo	53.6	46.4	100
Kruševačko pozorište	Kruševac	32.8	67.2	100
Narodno pozorište „Bora Stanković“	Vranje	48.1	51.9	100
Šabačko pozorište	Šabac	41.8	58.2	100
Narodno pozorište „Nepszin haz“	Subotica	36.4	63.6	100
Narodno pozorište „Šterija“	Vršac	70.6	29.4	100
Narodno pozorište „Toša Jovanović“	Zrenjanin	30.0	70.0	100
Narodno pozorište Beograd	Beograd	43.8	56.2	100
Narodno pozorište Kikinda	Kikinda	33.3	66.7	100
Narodno pozorište Leskovac	Leskovac	34.3	65.7	100
Narodno pozorište Niš	Niš	31.4	68.6	100
Narodno pozorište Pirot	Pirot	52.9	47.1	100
Narodno pozorište Sombor	Sombor	42.9	57.1	100
Narodno pozorište Užice	Užice	41.2	58.8	100
Pozorište Slavija	Beograd	47.8	52.2	100
Pozorište „Ujvideki Szinhaz“	Novi Sad	46.5	53.5	100
Pozorište mladih	Novi Sad	25.7	74.3	100
Pozorište na Terazijama	Beograd	26.0	74.0	100
Pozorište „Zoran Radmilović“	Zaječar	47.2	52.8	100
Srpsko narodno pozorište	Novi Sad	17.2	82.8	100
Pozorište „Boško Buha“	Beograd	28.1	71.9	100
Zvezdara teatar	Beograd	30.8	69.2	100
Ukupno		35.6	64.4	100



Takođe, uravnoteženiju polnu strukturu publike imaju i Kraljevačko pozorište, Narodno pozorište „Bora Stanković“, Šabačko pozorište, Narodno pozorište Pirot, Narodno pozorište Sombor, Narodno pozorište Užice, Pozorište „Ujvideki Szinhaz“ Novi Sad i Pozorište „Zoran Radmilović“ Zaječar. Veći broj muškaraca u polnoj strukturi publike imaju samo Narodno pozorište Pirot i Kraljevačko pozorište, pa je u ovim pozorištima polna struktura i najuravnoteženija. S druge strane, najveći broj žena u polnoj strukturi imaju „Madlenianum“, Beograd i Srpsko narodno pozorište, Novi Sad i kod njih je polna struktura ekstremno neuravnotežena.

Kao što smo i očekivali, starosna struktura je nešto heterogenija. Najviše publike je između 19 i 30 godina starosti (38.2 %), a najmanje preko 65 godina starosti (4.4 %). S obzirom na to da publike uzrasta između 31 i 45 godina ima značajnih 27.1 %, vidimo da skoro dve trećine (65.3 %) publike dramskih predstava ima između 19 i 45 godina.

Grafikon 2



U većini starosnih grupa u odnosu na pol nema značajnih razlika u odnosu na ukupnu polnu strukturu (skoro dvotrećinska dominacija žena), osim u grupi publike preko 65 godina gde imamo odnos 56.1 % žena i 43.9 % muškaraca. Pošto se u ovoj grupi uglavnom radi o penzionerima, možemo pretpostaviti da je ovakva uravnoteženija polna struktura u okviru ove grupe posledica toga što, u relativno velikom broju slučajeva,



penzioneri dolaze u pozorište u paru, što je autor mogao utvrditi i prostim posmatranjem u toku terenskog rada. Empirijsku potvrdu ove teze nalazimo kod Narodnog pozorišta Pirot i Kraljevačkog pozorišta kod kojih je polna struktura najuravnoteženija, a imaju srazmerno stariju strukturu publike od proseka na nivou Srbije. Pored Narodnog pozorišta Pirot koje ima 61.8 % publike preko 46 godina, u grupu koja ima više od polovine publike preko 46 godina ulaze i Narodno pozorište Užice (58.8 %) i Srpsko narodno pozorište Novi Sad (51.7 %). Dakle, posmatrano po pozorištima, rezultati pokazuju relativno visoku korelaciju između starosti publike i ravnoteže polne strukture, u smeru da što je publika starija to je uravnoteženija polna struktura. Takođe, što se više povećava procenat mlađe publike to je polna struktura neuravnoteženija u smeru ka povećanju procenta publike ženskog pola.

Tabela 3. Starosna struktura prema polu dramske publike (%)

Pol/Godine		Godine starosti					Ukupno
		Do 18	19-30	31-45	46-65	Preko 65	
Pol	Muški	38.5	36.1	38.2	28.6	43.9	35.6
	Ženski	61.5	63.9	61.8	71.4	56.1	64.4
Ukupno		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Delimičnu potvrdu ove korelacione veze možemo videti u tabeli 3, gde se može uočiti da u tri stratuma sa mlađom publikom polna struktura ne odstupa značajno od ukupne, dok se u dva stratuma sa starijom publikom uočava značajno odstupanje, ali u različitim smerovima. Dok je kod stratuma publike preko 65 godina polna struktura uravnoteženija, što je u saglasnosti sa iznetim zaključkom, u stratumu publike od 46 do 65 godina potvrđen je samo deo korelacije koji se odnosi na konstataciju o povećanom procentu žena u polnoj strukturi kako se povećava procenat mlađe publike.

S druge strane, statistički značajan procenat mlade¹⁰ publike do 18 godina (preko 25.0 %) imaju Narodno pozorište „Bora Stanković“ Vranje (48.1 %), Narodno pozorište Niš (27.5 %) i Narodno pozorište Sombor (25.0 %).

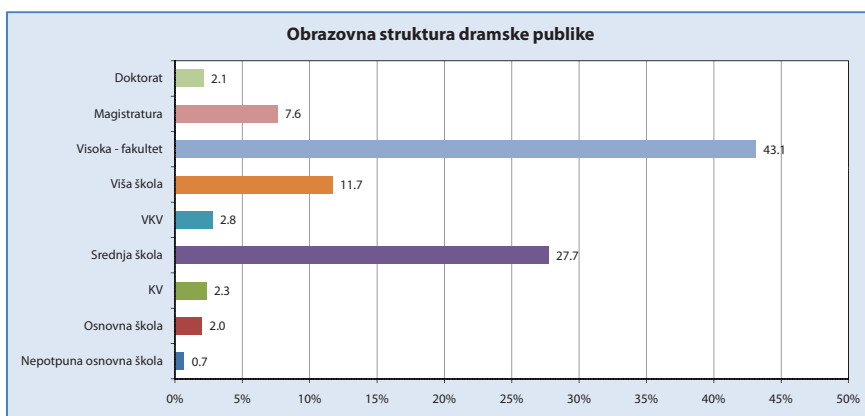
Što se obrazovne strukture tiče (Grafikon 3), najveći broj publike ima visoku stručnu spremu (43.1 %), dok sa srednjom školom imamo 27.7 % i višom 11.7 %. Publike sa magistraturom imamo 7.6 %. Ostali nivoi

10 Izuzimajući Pozorište mladih, Novi Sad iz očiglednih razloga i Narodno pozorište Leskovac – vidi fusnotu 6.



obrazovanja pojedinačno su zastupljeni sa manje od tri procenta. Nisu uočene značajne razlike u odnosu na pol publike, dok se u odnosu na pozorište uočava da beogradska pozorišta imaju nešto više publike sa visokom stručnom spremom, magistara i doktora nauka u odnosu na pozorišta u ostalom delu Srbije gde je nešto povećan udeo publike sa srednjom školom.

Grafikon 3



Ako pogledamo stepen stručne spreme u odnosu na godine starosti publike, uočavamo da je stratum publike sa visokom stručnom spremom najzastupljeniji u svim starosnim grupama osim, naravno, u grupi do 18 godina. Najveći broj magistara nalazimo u starosnoj grupi 31 do 45 godina, dok je najveći broj doktora nauka u najstarijoj grupi preko 65 godina. Dakle, nema značajnih razlika u odnosu na godine starosti i ovakva distribucija se u potpunosti poklapa sa očekivanim frekvencijama u odnosu na realne mogućnosti dostizanja određenog stepena obrazovanja u odnosu na godine starosti. Distribucija publike po stručnoj spremi u potpunosti je potvrdila početnu hipotezu da najveći broj dramske publike profesionalnih pozorišta u Srbiji ima visoku stručnu spremu i da će se trend povećanja broja publike sa visokom stručnom spremom kontinuirano nastaviti, proporcionalno sa smanjenjem publike sa srednjom školom. Razlog ovakvom trendu prvenstveno treba tražiti u činjenici da osobe sa višim nivoima obrazovanja imaju razvijeniju strukturu potreba sa profilisanim interesovanjima u domenu zadovoljavanja kulturno-umetničkih potreba.



S obzirom na to u potpunosti je potvrđena hipoteza da najveći broj dramske publike profesionalnih pozorišta u Srbiji ima visoku stručnu spremu, i da će se trend povećanja broja publike sa visokom stručnom spremom kontinuirano nastaviti.

Kada govorimo o zanimanju publike, najviše je stručnjaka i studenata,¹¹ što je i očekivano, uz statistički značajan broj službenika (12.1 %) većinom sa srednjom i višom školom. Zanimljivo je da penzionera ima 9.1 %, a nezaposlenih 7.2 %, dok čak 8.4 % nije dalo odgovor.

4.2 Odnos dramske publike prema pozorištu

Odnos dramske publike prema pozorištu pokušali smo ispitati pomoću seta pitanja u upitniku u kome su prikupljeni podaci o načinu korišćenja slobodnog vremena, učestalosti poseta pozorištu i najvažnijim razlozima, zadovoljstvu enterijerom pozorišta i odnosom zaposlenih prema publici.

Slobodno vreme predstavlja deo vremena koje preostaje nakon ispunjavanja dnevnih obaveza. Ako uzmemo u obzir činjenicu da vreme posle rada čovek troši na različite aktivnosti, slobodno vreme, uslovno rečeno, implicira različite segmente. S obzirom na to da je postojanje ovog dela vremena uslov da se pojedinac prepusti svom izboru, pokušali smo da utvrdimo načine njegovog korišćenja kod publike dramskih predstava profesionalnih pozorišta u Srbiji.

Fenomen *slobodnog vremena* je karakterističan za industrijsko i postindustrijsko društvo 20. veka. O slobodnom vremenu se može govoriti tek nakon faze industrijskog razvoja, u kojoj razvoj tehnologije s jedne strane, i skraćenje radnog vremena s druge, predstavljaju osnov za nastajanje slobodnog vremena u današnjem smislu. Naime, u predindustrijskim društvima većina ljudi je praktikovala da svoje slobodno vreme koristi samo u smislu odmora od teškog rada. Naglim razvojem tehnologije, porastom potrošnje i profita, kompjuterizacije proizvodnog procesa,

11 Analizom varijable o osnovnom zanimanju publike uočili smo da je statistički značajan broj publike na pitanje o stepenu stručne spreme odgovorio da ima visoku stručnu spremu, dok je na pitanje o zanimanju odgovorio da je student. S obzirom na to da je malo verovatno da su svi ovi ispitanici postdiplomci bez zaposlenja a naš upitnik nije mogao da registruje ovakvu razliku, odlučeno je da se podaci o osnovnom zanimanju koriste samo u informativno-opisnim delovima analize, a da se ne koriste za detaljnije analize i zaključivanja.



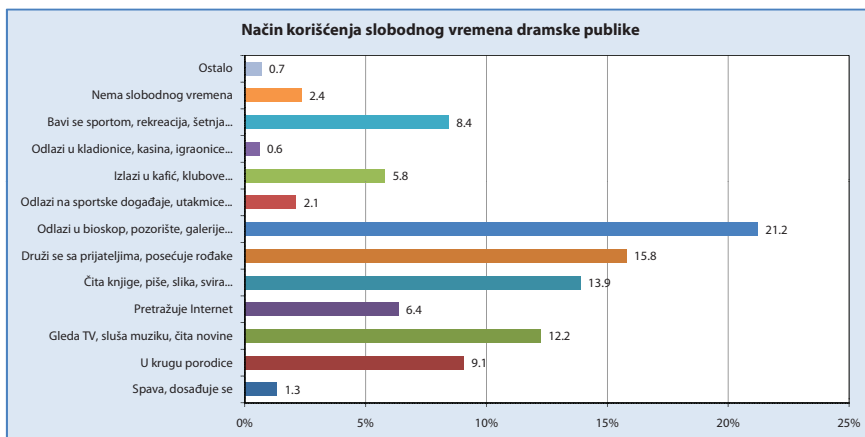
kao i skraćanje radnog vremena, bitno su izmenili situaciju savremenog čoveka. S obzirom na činjenicu da je slobodno vreme nerazdvojni deo globalnog društva, sve ove promene se nužno reflektuju i u toj sferi. Naime, kvantitativni porast slobodnog vremena dovodi do kvalitativnih promena u društvu. Međutim, nije samo važna količina slobodnog vremena, već pre svega sadržaj slobodnog vremena, jer su ranija empirijska istraživanja pokazala visoku korelaciju između nivoa životnog standarda i načina korišćenja slobodnog vremena, jer ispod izvesne linije životnog standarda vlada jaka tendencija da se slobodno vreme koristi za dodatni rad radi povećanja zarade.

Slobodno vreme u najširem smislu označava ono vreme koje preostaje nakon rada. Ako uzmemo u obzir činjenicu da vreme posle rada čovek troši na različite aktivnosti, slobodno vreme, uslovno rečeno, implicira različite segmente. Jedan njegov deo čine potreban odmor, različite porodične i društvene obaveze, dopunski rad, odlazak i dolazak s posla, itd. Mnoge od ovih aktivnosti imaju mešoviti karakter pa se, zavisno od situacije, svrstavaju čas u slobodno vreme, a čas među obaveze. Ovaj „tip“ aktivnosti možemo nazvati *poluslobodnim vremenom*. U stvarnosti, često ne postoji izrazita granica između tih segmenata, jer neke aktivnosti izvan radnog vremena mogu predstavljati ugodnu aktivnost u okviru slobodnog vremena, a u drugim okolnostima – obavezu. Drugi, možda najznačajniji deo slobodnog vremena, čini *dokolica*. Ona predstavlja ono vreme koje bi bilo lišeno svih obaveza i u kojem bi se pojedinac u potpunosti prepuštao svom izboru. Pri utvrđivanju razlike između slobodnog vremena i dokolice, nailazimo na izvesne metodološke teškoće. Naime, moguće je povući razliku između slobodnog vremena i vremena koje se koristi za dodatni rad, ali je teže razlikovati slobodno vreme i druge aktivnosti kao takve, jer ono što je za nekoga dokolica, za drugoga je rad. Zbog toga smo u našoj analizi slobodnog vremena pošli od činjenice da se u okviru njega praktikuju ili ne praktikuju određene aktivnosti. Naravno, ove aktivnosti su različite. Za nekoga one predstavljaju odmor, raznodu, kreativni čin, a za drugoga napor. Zbog karakteristika populacije koju istražujemo, naš pristup analizi slobodnog vremena temelji se na analizi aktivnosti unutar slobodnog vremena i dokolice. Interesovanje nam je prvenstveno usmereno na utvrđivanje načina njegovog korišćenja, ali i njegov uticaj na učestalost poseta pozorištu.



Od publike je zatraženo da kažu kako koriste većinu tog vremena (Grafikon 4), tako što će od 11 ponuđenih aktivnosti izabrati tri najčešće bez obzira na učestalost svake od njih.

Grafikon 4



Raspoloživu količinu slobodnog vremena publika dramskih predstava profesionalnih pozorišta u Srbiji najčešće koristi kombinujući posete nekoj od institucija kulture (21.2 %), posete prijateljima (15.8 %) i za čitanje knjiga, pisanje, slikanje i sl. (13.9 %). Dakle, *dramska publika ima izrazito aktivan način korišćenja slobodnog vremena*. Tek posle ovih aktivnih načina dolaze dva načina izrazito pasivnog korišćenja slobodnog vremena – gledanje TV, slušanje muzike (12.2 %) i u krugu porodice (9.1 %). Takođe, treba napomenuti da je bavljenje sportom, rekreacija kao oblik aktivnog načina korišćenja slobodnog vremena zastupljeno sa 8.4 %. Veoma je značajan podatak da je samo 2.4 % publike navelo da nema dovoljno slobodnog vremena, što nam potvrđuje ranije izneti nalaz da osobe sa višim nivoima obrazovanja imaju razvijeniju strukturu potreba sa profilisanim interesovanjima u domenu zadovoljavanja kulturno-umetničkih potreba i da *odvajaju dovoljno slobodnog vremena za ove aktivnosti*.

Statistička analiza pokazuje da su posete nekoj od institucija kulture kod 50.8 % publike jedan od tri načina kako koriste svoje slobodno vreme (Tabela 4) a varijabla „druženje sa prijateljima“ se nalazi kod 37.8 % publike, dok se čitanje knjiga, pisanje i sl. nalazi kod trećine publike kao jedan od tri najčešća načina korišćenja slobodnog vremena. Međutim,



moramo naglasiti i da se način korišćenja slobodnog vremena gledanjem TV, slušanjem muzike i čitanjem novina, kao jedne od varijabli pasivnog načina korišćenja slobodnog vremena, nalazi kod 29.3 % publike, ali najčešće u kombinaciji sa dva aktivna načina. Slična situacija je i sa načinom korišćenja slobodnog vremena u krugu porodice i bavljenjem sportom, rekreacijom (nalaze se kod oko 20.0 % publike).

Tabela 4

Način korišćenja slobodnog vremena (dramska publika)	Procenat	Procenat slučajeva
Spavam, dosađujem se	1.3%	3.2%
U krugu porodice	9.1%	21.7%
Gledam TV, slušam muziku, čitam novine	12.2%	29.3%
Pretražujem Internet, igram igrice na računaru	6.4%	15.2%
Čitam knjige, pišem, slikam, sviram...	13.9%	33.3%
Družim se sa prijateljima, posećujem rođake	15.8%	37.8%
Odlazim u bioskop, pozorište, galerije, muzeje, koncerte..	21.2%	50.8%
Odlazim na sportske događaje, utakmice	2.1%	5.1%
Izlazim u kafić, klubove	5.8%	13.9%
Odlazim u sportske kladionice, kasina, igraonice	0.6%	1.5%
Bavim se sportom, rekreacija, šetnja	8.4%	20.2%
Nemam slobodnog vremena	2.4%	5.6%
Ostalo	0.7%	1.7%

Kod najzastupljenijeg načina korišćenja slobodnog vremena polna struktura odgovara polnoj strukturi uzorka, ali se kod druga dva načina – „posete prijateljima“ i „čitanje knjiga, pisanje, slikanje“ pojavljuje veći broj žena (odnos 74.3% ÷ 25.7% i 71.4% ÷ 28.6%). U ostalim varijablama korišćenja slobodnog vremena nismo uočili značajnije razlike u odnosu na pol. Kod starosne strukture nema statistički značajnih razlika među starosnim grupama, s tim što se, kao što je i očekivano, povećanjem godina starosti povećava broj publike koja koristi slobodno vreme u krugu porodice, dok se smanjenjem godina starosti uočava trend povećanja korišćenja slobodnog vremena kroz gledanje TV, slušanje muzike i pretraživanja Interneta, ali ovi trendovi imaju relativno slabu korelacionu vezu da bi smo mogli da se upustimo u prognoziranje linije trenda.

Ukoliko načine korišćenja slobodnog vremena klasifikujemo na osnovu kriterijuma aktivizma (aktivni ÷ pasivni) i distribuiramo odgovore u odnosu na obrazovnu strukturu publike, dolazimo do zaključka da publika sa višim nivoima obrazovanja ima aktivnije korišćenje slobodnog

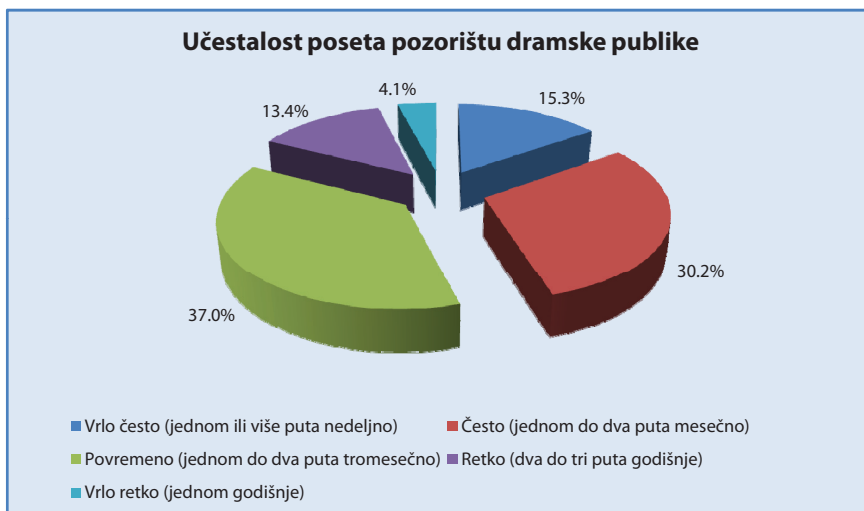


vremena, dok se sa smanjenjem nivoa obrazovanja povećavaju pasivniji načini korišćenja slobodnog vremena. Međutim, ukoliko u ovu korelaciju uvedemo i treću, nezavisnu, varijablu - starost, pokazuje se da je kod mlađe publike sa višim nivoima obrazovanja ova povezanost mnogo jača, dok je kod starije publike sa višim nivoima obrazovanja ova povezanost slabija, jer se uočava povećavanje pasivnijih načina korišćenja slobodnog vremena proporcionalno smanjivanju aktivnijih načina korišćenja slobodnog vremena.

S obzirom na to da je jedan od najvažnijih ciljeva istraživanja bio da se ispita učestalost poseta predstavama profesionalnih pozorišta, publici je ponuđena petostepena skala sa klasičnom podelom na dva nivoa veće učestalosti (vrlo često i često), dva nivoa manje učestalosti (retko i vrlo retko) i neutralni nivo (povremeno). Međutim, kako je procena učestalosti individualno uslovljena odlučeno je da se uz svaki nivo precizira na kakvu učestalost se odnosi, a sve s ciljem što preciznije klasifikacije publike i izbegavanja grešaka prilikom samoprocene. Najviši nivo učestalosti podrazumevao je posete pozorištu jednom ili više puta *nedeljno*, što se u idealno-tipskom smislu može smatrati *redovnom dramskom publikom*. Česte posete pozorištu određene su učestalošću jednom do dva puta *mesečno*, što bi mogla biti *potencijalno redovna publika*. Neutralni nivo je određen učestalošću jednom do dva puta *tromesečno*, što je klasična *povremena publika* za koju se pretpostavljalo da je najbrojnija. Niži nivoi učestalosti određeni su kao retke posete pozorištu od dva do tri puta godišnje i vrlo retke posete jednom godišnje, što se može smatrati *retkim i slučajnim posetiocima pozorišta*.



Grafikon 5



Najveći broj publike profesionalnih pozorišta su povremeni posetioci pozorišta (37.0 %) u prosečnom intervalu od jednom do dva puta tromesečno. Ova grupa spada u klasičnu povremenu publiku za koju smo i pretpostavljali da je najbrojnija. Međutim, 30.2 % publike odlazi u pozorište jednom do dva puta mesečno i ova grupa predstavlja potencijalnu redovnu publiku, tj. iz ove grupe treba očekivati buduće redovne posetioce pozorišta. Ako tome dodamo i 15.3 % redovne dramske publike koja u pozorište dolazi jednom ili više puta nedeljno, dobijamo da se 45.5 % publike nalazi u gornjem delu skale sa većom učestalosti poseta pozorištu. S obzirom na trenutnu situaciju u društvu koju karakteriše vrednosna dezorijentacija u svim društvenim sferama, pa i u oblasti kulture, postojanje ovakve, relativno velike, grupe potencijalno redovne pozorišne publike znači da profesionalna pozorišta u Srbiji imaju prostora da unapređenjem svoga rada i komunikacije sa publikom obezbede bolju posećenost. S druge strane, imamo 13.4 % publike koja u pozorište dolazi samo dva do tri puta godišnje što spada u retke posetioce, i 4.1 % slučajnih posetilaca koji u pozorište „svrate“ jednom godišnje.

Distribucija učestalosti u odnosu na pol (Tabela 5) pokazuje da u većini grupa polna struktura ne odstupa statistički značajno ($\pm 5\%$) od polne strukture uzorka. Međutim, u grupi koja vrlo retko odlazi u pozorište, koju smo odredili kao slučajne posetioce, polna struktura je potpuno



drugačija od polne strukture uzorka jer imamo čak 62.2 % muškaraca i samo 37.8 % žena. Dakle, muškarci su brojniji slučajni posetioci pozorišnih predstava što delimično objašnjava podatak da skoro dve trećine dramske publike profesionalnih pozorišta u Srbiji čine žene i da, za razliku od muškaraca, za njih odlazak u pozorište predstavlja važniji način provođenja slobodnog vremena.

Tabela 5. Učestalost poseta pozorištu prema polu dramske publike (%)

Pol/Učestalost		Učestalost poseta pozorištu					Ukupno
		Vrlo često	Često	Povremeno	Retko	Vrlo retko	
Pol	Muški	33.8	33.3	34.9	36.8	62.2	35.6
	Ženski	66.2	66.7	65.1	63.2	37.8	64.4
Ukupno		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Pearson $\chi^2 = 32.966$; $a = 0.05$; $C = 0.116$; Pearson's $R = -0.073$

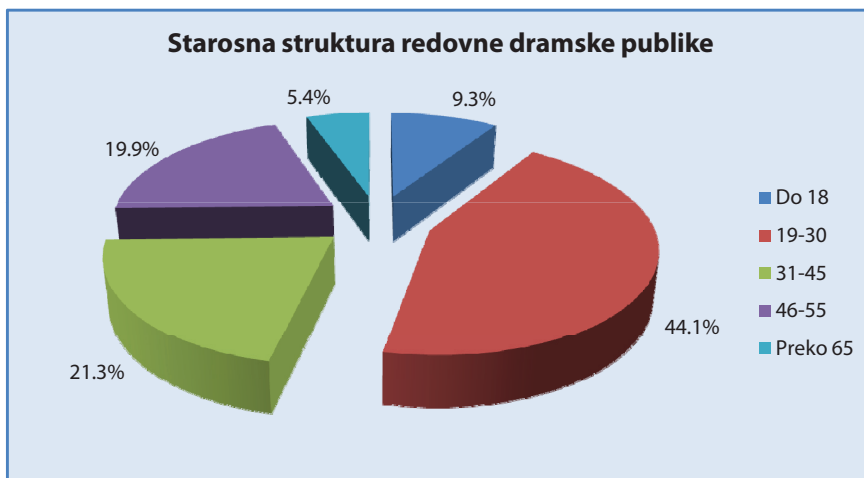
Kao što se i moglo očekivati, i zbog polne strukture pozorišne publike (uzorka), statistička analiza¹² je pokazala da moramo odbaciti nultu hipotezu o nezavisnosti ovih modaliteta, ali je jačina veze između njih mala.

Distribucija učestalosti poseta u odnosu na starost publike nije pokazala značajnije razlike ($\chi^2 = 47.160$; $a = 0.05$; $C = 0.139$; Pearson's $R = -0.043$). U svim grupama učestalosti publika od 19 do 45 godina čini oko 60 % sastava. Ako pogledamo samo starosnu strukturu redovne dramske publike (Grafikon 6), videćemo da dominira publika od 19 do 30 godina. Ako to uporedimo sa polnom strukturom vidimo da 44.1 % redovne dramske publike čini dve trećine žena i jedna trećina muškaraca između 19 i 30 godina, većinom sa visokim obrazovanjem.

12 U okviru statističke analize (metode statističkog zaključivanja), a u skladu sa nivoom naučnog saznanja predviđenog u istraživanju, koristili smo χ^2 test (Pearson Chi-Square Test) oblika rasporeda i χ^2 test nezavisnosti modaliteta (nivo značajnosti $a = 0.05$). Testiranjem hipoteze o nezavisnosti modaliteta obeležja datih tabelom kontigencije donosi se samo odluka o prihvatanju ili odbacivanju hipoteze o njihovoj nezavisnosti, ali time ne dobijamo informaciju o jačini veze (međuzavisnosti), ako postoji. Zbog toga smo koristili i koeficijent kontigencije (Contingency Coefficient), C . Za utvrđivanje postojanja povezanosti dve varijable koristili smo linearnu korelaciju Pearson's R (Pearson Correlation).



Grafikon 6



U odnosu na stepen stručne spreme jedina statistički značajna razlika je uočena kod slučajnih posetilaca gde nalazimo više publike sa srednjom školom u odnosu na publiku sa visokim obrazovanjem. Kod ostalih nivoa učestalosti najveći broj publike je sa visokim obrazovanjem bez značajnijih varijacija u odnosu na obrazovnu strukturu uzorka.

Što se tiče distribucije učestalosti po pozorištima (Tabela 6), vidi se da najveći broj redovne publike imaju Narodno pozorište „Bora Stanković“ Vranje i Narodno pozorište Sombor, ali se radi o pozorištima gde je bio relativno mali broj ispitanika te se ovi rezultati u velikoj meri mogu pripisati standardnoj grešci malih uzoraka. Slična situacija je i sa Narodnim pozorištem Užice i Narodnim pozorištem „Sterija“, Vršac s tim da je na ovakav rezultat uticao i veoma mali procenat realizacije uzorka u Vršcu (36.0%). Izuzimajući ove slučajeve, više od prosečnog broja redovne publike imaju: Šabačko pozorište, Narodno pozorište Kikinda, Narodno pozorište „Toša Jovanović“, BITEF teatar, Pozorište „Ujvideki Szinhaz“, Jugoslovensko dramsko pozorište i Kruševačko pozorište.



Tabela 6. Učestalost odlaska na dramske predstave po pozorištima (%)

Pozorište	Mesto	Vrlo često	Često	Povremeno	Retko	Vrlo retko	Ukupno
Atelje 212	Beograd	10.6	31.3	41.8	14.9	1.4	100
Beogradsko dramsko pozorište	Beograd	13.8	30.4	42.4	12.4	0.9	100
BITEF teatar	Beograd	20.0	45.0	30.0	5.0	0.0	100
Jugoslovensko dramsko pozorište	Beograd	18.1	28.8	42.4	8.5	2.3	100
Opera i teatar „Madlenianum“	Beograd	10.8	38.5	35.4	15.4	0.0	100
Kraljevačko pozorište	Kraljevo	14.3	35.7	10.7	25.0	14.3	100
Kruševačko pozorište	Kruševac	19.2	22.4	37.6	15.2	5.6	100
Narodno pozorište „Bora Stanković“	Vranje	59.3	18.5	14.8	7.4	0.0	100
Šabačko pozorište	Šabac	35.7	24.5	23.5	11.2	5.1	100
Narodno pozorište „Nepszin haz“	Subotica	12.7	47.3	21.8	14.5	3.6	100
Narodno pozorište „Sterija“	Vršac	35.3	5.9	41.2	5.9	11.8	100
Narodno pozorište „Toša Jovanović“	Zrenjanin	21.4	27.1	41.4	10.0	0.0	100
Narodno pozorište Beograd	Beograd	14.6	33.3	32.9	13.7	5.5	100
Narodno pozorište Kikinda	Kikinda	27.1	25.0	39.6	4.2	4.2	100
Narodno pozorište Leskovac	Leskovac	0.0	40.0	54.3	5.7	0.0	100
Narodno pozorište Niš	Niš	3.9	47.1	29.4	17.6	2.0	100
Narodno pozorište Pirot	Pirot	8.8	44.1	29.4	17.6	0.0	100
Narodno pozorište Sombor	Sombor	53.6	17.9	21.4	3.6	3.6	100
Narodno pozorište Užice	Užice	35.3	41.2	17.6	5.9	0.0	100
Pozorište Slavija	Beograd	2.5	23.6	44.7	19.3	9.9	100
Pozorište „Ujvideki Szinhaz“	Novi Sad	18.6	32.6	37.2	9.3	2.3	100
Pozorište mladih	Novi Sad	2.9	20.0	51.4	22.9	2.9	100
Pozorište na Terazijama	Beograd	12.5	26.6	39.6	15.1	6.3	100
Pozorište „Zoran Radmilović“	Zaječar	8.3	11.1	47.2	25.0	8.3	100
Srpsko narodno pozorište	Novi Sad	12.1	39.7	37.9	6.9	3.4	100
Pozorište „Boško Buha“	Beograd	12.5	34.4	28.1	18.8	6.3	100
Zvezdara teatar	Beograd	12.1	29.7	40.7	13.2	4.4	100
Ukupno		15.3	30.2	37.0	13.4	4.1	100

Narodno pozorište Niš i Narodno pozorište Pirot imaju mali broj redovne publike, ali imaju značajan broj potencijalne redovne publike. Takođe, značajan potencijal za povećanje redovne publike imaju BITEF teatar, Narodno pozorište Užice, Narodno pozorište „Nepszin haz“, Srpsko narodno pozorište i „Madlenianum“. Najveći broj klasične povremene publike imaju Pozorište mladih, Pozorište „Zoran Radmilović“ i Pozorište Slavija, s tim da jedino kod Pozorišta mladih povremena publika čini više od polovine ukupne publike (51.4 %). S druge strane, pozorište „Zoran Radmilović“ i pored toga što ima nešto manje od polovine povremene publike, ima tačno jednu trećinu publike koja retko i slučajno posećuje pozorište. Kraljevačko pozorište je karakteristično po tome što ima



najmanje povremene publike (10.7 %), ali najviše publike u donjem delu skale sa malom učestalosti poseta pozorištu (39.3 %). S obzirom na to da ne odstupaju od proseka kod redovne i potencijalne redovne publike, očigledno je da je smanjen broj povremene publike direktno uticao na povećanje broja publike sa manjom učestalosti. Kod Pozorišta mladih, situacija je obrnuta, jer i pored toga što ima više od polovine povremene publike, ima i 25.8 % publike sa manjom učestalosti, što znači da je ovde smanjen broj redovne i potencijalno redovne publike direktno uticao na povećanje broja publike sa manjom učestalosti. Slična situacija je i sa Pozorištem Slavija.

Kao što se moglo i očekivati, postoji pozitivna korelacija između učestalosti poseta pozorištu i načina korišćenja slobodnog vremena. Što je učestalost poseta pozorištu veća, povećavaju se i aktivni načini korišćenja slobodnog vremena.

Dakle, u potpunosti je potvrđena osnovna hipoteza da najveći broj publike profesionalnih pozorišta u Srbiji dolazi na predstave povremeno i da se najčešće radi o mlađoj populaciji sa višim stepenom obrazovanja iz urbanih sredina. Takođe, potvrđena je i hipoteza da su socio-demografske varijable važan izvor varijacije učestalosti poseta pozorištu, što se jasno može videti iz podataka o polnoj i obrazovnoj strukturi publike profesionalnih pozorišta u Srbiji.

U sklopu ispitivanja učestalosti poseta pozorištu, jedan od ciljeva istraživanja bio je i pokušaj utvrđivanja faktora koji najviše utiču na učestalost odlaska ili neodlaska u pozorište, uz pokušaj izolovanja dominantnih faktora ili sistema faktora. Publici, koja je klasifikovana po učestalosti linijom *često-retko*, ponuđena su odvojena pitanja koja su sadržavala između 9 i 11 razloga raspoređenih bez ikakvog hijerarhijskog grupisanja uz mogućnost upisivanja nekog razloga koji nije naveden. Od publike je traženo da navede najviše tri razloga zbog kojih često ili retko posećuje pozorište bez ikakvog rangiranja. Procentualne strukture multiplih odgovora date su u tabelama 7 i 8.



Tabela 7

Razlozi za česte (i povremene) posete pozorištu (dramska publika)	Procenat	Procenat slučajeva
Zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe	19.6%	42.9%
Kvalitetan repertoar	14.7%	32.1%
Kvalitetan ansambl (glumci)	10.1%	22.0%
Profesionalno interesovanje	4.9%	10.7%
Zadovoljstvo enterijerom	1.4%	3.1%
Udaljenost od mesta stanovanja	0.5%	1.0%
Izlazak (zabava)	10.2%	22.4%
Edukacija	7.4%	16.2%
Popularnost pozorišta	1.0%	2.2%
Volim da gledam pozorišne predstave	28.9%	63.2%
Da pravim društvo drugima (sticajem okolnosti)	0.9%	1.9%
Ostalo	0.5%	1.0%

Publika koja često ili povremeno posećuje pozorište kao najvažnije razloge navodi da *vole da gledaju pozorišne predstave*, zatim *zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe* i *kvalitetan repertoar*. Zanimljivo je da se kod čak 63.2 % publike među tri najvažnija razloga nalazi razlog *volim da gledam pozorišne predstave*, dok se razlog *zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe* nalazi kod 42.9 % publike. *Kvalitetan repertoar*, razlog za koji smo očekivali da se kotira veoma visoko, nalazi se kod „samo“ 32.1 % publike među tri najvažnija. Kod polne strukture nema značajnih razlika u odnosu na polnu strukturu uzorka, osim kod razloga *zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe* gde je odnos u korist žena nešto značajniji (70.4 % ÷ 29.6 %), što nam potvrđuje da su žene zainteresovanije za pozorište kao instituciju u kojoj mogu zadovoljiti svoje potrebe iz oblasti kulture.

Ovakva dominacija faktora *volim da gledam pozorišne predstave* može se delimično objasniti time da pozorišna publika postaje sve heterogenija u smislu socijalnog porekla, nivoa obrazovanja i zanimanja, te se jedan deo publike vezuje za tzv. *zabavljačku funkciju pozorišta*, a drugi deo za *pozorište kao izraz kulture koja u sebi sadrži mnoge vrednosti pomoću kojih se mogu proširiti sopstvene mogućnosti izbora i obogatiti ličnost i život*. Pripadnici ovog dela publike su oni čiji kulturni habitus omogućava dublje razumevanje simboličke strukture pozorišne umetnosti. Naravno, ne treba zanemariti ni tzv. *situacioni faktor* koji je povezan sa socio-ekonomskom situacijom u Srbiji, koju karakterišu procesi koji u svojoj osnovi imaju veoma jak uticaj *razorenog sistema vrednosti*, pa je moguće



da se dominacija faktora *volim da gledam pozorišne predstave* može povezati sa željom publike da se bar na trenutak izoluje od sumorne svakodnevice.

Dakle, nije potvrđena hipoteza da je najznačajniji faktor koji utiče na učestalost odlaska u pozorište *zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe*. Ovaj faktor nalazi se iza faktora *volim da gledam pozorišne predstave*, a ispred *kvalitetnog repertoara*. I pored toga, potvrđena je hipoteza da zbog heterogenosti i složenosti faktora koji utiču na odlazak u pozorište nije moguće izdvojiti sistem faktora sa zajedničkom osnovom.

S druge strane, publika koja retko posećuje pozorište, kao najvažnije razloge navodi *nedostatak slobodnog vremena, porodične i životne uslove i nedostatak interesovanja*. Nedostatak slobodnog vremena nalazi se kod skoro polovine publike koja retko posećuje pozorište (44.9 %) među prva tri razloga. Međutim, za razliku od nedostatka slobodnog vremena i porodičnih i životnih uslova gde je polna struktura u skladu sa polnom strukturom uzorka, kod nedostatka interesovanja dominiraju muškarci (60.7 % ÷ 39.3 %) i zbog značajne razlike možemo zaključiti da je nezainteresovanost za pozorište više izražena kod muške publike. Porodični i životni uslovi kao razlozi za retko posećivanje pozorišta su nešto izraženiji kod starije publike.

Tabela 8

Razlozi za retke posete pozorištu (dramska publika)	Procenat	Procenat slučajeva
Porodični i životni uslovi	13.6%	20.5%
Nedostatak slobodnog vremena	29.7%	44.9%
Nedostatak interesovanja	13.3%	20.0%
Neodgovarajući repertoar	5.5%	8.4%
Materijalni razlog	12.8%	19.3%
Visoke cene karata	12.5%	18.9%
Udaljenost od mesta stanovanja	7.0%	10.5%
Vreme početka predstava	2.5%	3.8%
Neodgovarajući enterijer	0.8%	1.2%
Ostalo	2.4%	3.6%

Takođe, statistički značajan procenat publike koja retko posećuje pozorište navodi materijalni razlog (nedostatak novca) i visoke cene karata kao prepreku za češće posete pozorištu. Ovde treba naglasiti da smo razdvojili materijalni razlog i visoke cene karata, iako se visoke cene



karata mogu podvesti pod materijalni razlog. Cilj ovog razdvajanja bio je pokušaj odvajanja materijalnog razloga uopšte (standard, kućni i lični budžet) od realne procene cene karata za pozorišne predstave uopšte kao razloga za odlazak ili neodlazak u pozorište.

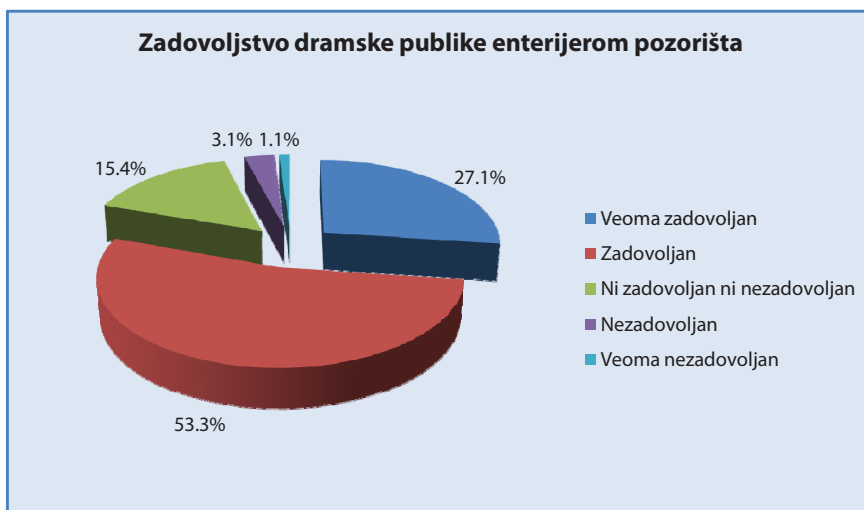
Ako pogledamo celu strukturu razloga za retke posete pozorištu videćemo da su svi značajni razlozi vezani za socio-ekonomsku i vrednosnu sferu čovekovog života, dok su razlozi vezani direktno za pozorište (repertoar, enterijer, vreme početka predstava) skoro zanemarljivi. Dakle, rezultati istraživanja pokazali su da *najvažniji* razlozi za retke posete pozorištu nisu *direktno* vezani za rad pozorišta i njegove karakteristike, nego za društveno ekonomske uslove u kojima publika egzistira i dominantne vrednosne orijentacije u društvu.

Kao potvrda ovakvog nalaza su i podaci da je 53.3 % pozorišne publike zadovoljno enterijerom pozorišta a čak 27.1 % veoma zadovoljno enterijerom (Grafikon 7). Dakle, više od 80% publike je zadovoljno enterijerima pozorišta u Srbiji i nema značajnijih razlika u odnosu na pol, stepen stručne spreme i zanimanje publike. Što se godina starosti tiče, statistička analiza je pokazala da su godine starosti i zadovoljstvo enterijerom nezavisni modaliteti ($\chi^2 = 16.358$; $\alpha = 0.05$; $C = 0.083$; Pearson's $R = 0.023$), tj. da možemo prihvatiti nultu hipotezu da zadovoljstvo enterijerom pozorišta ne zavisi od godina starosti publike.

Distribucija odgovora po pozorištima (Tabela 9) pokazuje da je publika Narodnog pozorišta Sombor najzadovoljnija enterijerom pozorišta sa čak 77.8 % veoma zadovoljnih i 22.2 % zadovoljnih, i bez publike u drugom delu skale. Takođe, kod publike Pozorišta na Terazijama (97.4 % zadovoljnih) i „Madlenianuma“ (96.6 % zadovoljnih) nemamo nezadovoljnih uz zanemariv procenat neodlučnih. U grupu sa preko 80 % zadovoljne publike enterijerom pozorišta ulaze i Beogradsko dramsko pozorište, Narodno pozorište „Toša Jovanović“ Zrenjanin, Ate-lje 212, Jugoslovensko dramsko pozorište, Kruševačko pozorište, Šabačko pozorište. Narodno pozorište Beograd i Narodno pozorište Kikinda. S druge strane, najveće nezadovoljstvo enterijerom izražava publika Kraljevačkog pozorišta gde je 32.1 % publike nezadovoljno, a 39.3 % neodlučno. Takođe, statistički značajan broj nezadovoljnih, uz oko trećinu neodlučnih, nalazimo kod Narodnog pozorišta Niš i Pozorišta „Zoran Radmilović“ u Zaječaru.



Grafikon 7



Relativno veliki broj neodlučnih, pored Kraljevačkog pozorišta, imamo i kod pozorišta „Boško Buha“ Beograd (43.8 %), Narodnog pozorišta Pirot (35.3 %) i Pozorišta mladih Novi Sad (31.4 %). Dakle, rezultati pokazuju da su ulaganja u enterijer pozorišta neophodna u Kraljevačkom pozorištu, Narodnom pozorištu Niš i Pozorištu „Zoran Radmilović“ u Zaječaru. Ako ove podatke uporedimo sa podacima o učestalosti poseta pozorištu, gde Kraljevačko pozorište ima najmanje povremene publike (10.7 %), ali najviše publike u donjem delu skale sa malom učestalosti poseta pozorištu (39.3 %), a pozorište „Zoran Radmilović“ ima tačno jednu trećinu publike koja retko i slučajno posećuje pozorište, uz Narodno pozorište Niš i Narodno pozorište Pirot koji imaju mali broj redovne publike, možemo zaključiti da je kod ovih pozorišta jedan od dodatnih razloga (pored dominantnih, tabela 8) za manju učestalost poseta pozorištu i neodgovarajući enterijer pozorišta.



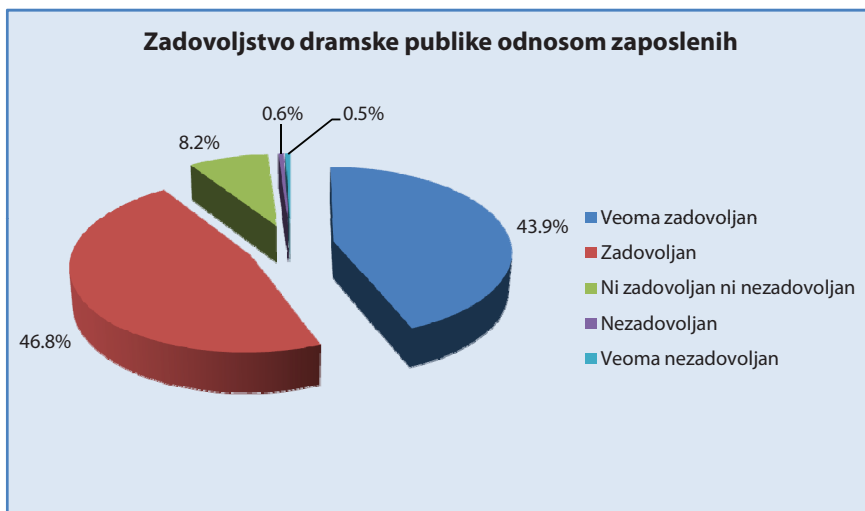
Tabela 9. Zadovoljstvo dramske publike enterijerom po pozorištima (%)

Pozorište	Mesto	Veoma zadovoljan	Zadovoljan	Ni zadovoljan ni nezadovoljan	Nezadovoljan	Veoma nezadovoljan	Ukupno
Atelje 212	Beograd	18.4	69.1	11.6	1.0	0.0	100
Beogradsko dramsko pozorište	Beograd	22.3	67.9	8.8	0.5	0.5	100
BITEF teatar	Beograd	20.0	60.0	15.0	0.0	5.0	100
Jugoslovensko dramsko pozorište	Beograd	34.3	49.1	12.0	2.9	1.7	100
Opera i teatar „Madlenianum“	Beograd	43.3	53.3	3.3	0.0	0.0	100
Kraljevačko pozorište	Kraljevo	7.1	21.4	39.3	28.6	3.6	100
Kruševačko pozorište	Kruševac	31.5	54.8	10.5	2.4	0.8	100
Narodno pozorište „Bora Stanković“	Vranje	19.2	57.7	19.2	0.0	3.8	100
Šabačko pozorište	Šabac	45.9	43.9	8.2	0.0	2.0	100
Narodno pozorište „Nepszin haz“	Subotica	7.3	58.2	23.6	5.5	5.5	100
Narodno pozorište „Sterija“	Vršac	29.4	41.2	23.5	5.9	0.0	100
Narodno pozorište „Toša Jovanović“	Zrenjanin	41.4	50.0	5.7	1.4	1.4	100
Narodno pozorište Beograd	Beograd	33.9	49.3	14.9	1.4	0.5	100
Narodno pozorište Kikinda	Kikinda	23.4	57.4	17.0	2.1	0.0	100
Narodno pozorište Leskovac	Leskovac	8.6	62.9	22.9	5.7	0.0	100
Narodno pozorište Niš	Niš	10.2	42.9	32.7	12.2	2.0	100
Narodno pozorište Pirot	Pirot	5.9	50.0	35.3	8.8	0.0	100
Narodno pozorište Sombor	Sombor	77.8	22.2	0.0	0.0	0.0	100
Narodno pozorište Užice	Užice	11.8	64.7	23.5	0.0	0.0	100
Pozorište Slavija	Beograd	6.4	53.2	29.5	9.6	1.3	100
Pozorište „Ujvideki Szinhaz“	Novi Sad	20.9	41.9	25.6	9.3	2.3	100
Pozorište mladih	Novi Sad	5.7	51.4	31.4	8.6	2.9	100
Pozorište na Terazijama	Beograd	56.5	40.9	1.6	0.5	0.5	100
Pozorište „Zoran Radmilović“	Zaječar	5.6	52.8	30.6	2.8	8.3	100
Srpsko narodno pozorište	Novi Sad	6.9	62.1	25.9	5.2	0.0	100
Pozorište „Boško Buha“	Beograd	9.4	43.8	43.8	3.1	0.0	100
Zvezdara teatar	Beograd	18.4	69.1	11.6	1.0	0.0	100
Ukupno		27.1	53.3	15.4	3.1	1.1	100

U prilog iznetoj tezi da najvažniji razlozi za retke posete pozorištu nisu direktno vezani za rad pozorišta i njegove karakteristike, nego za društveno ekonomske uslove u kojima publika egzistira i dominantne vrednosne orijentacije u društvu, idu i podaci o zadovoljstvu publike odnosom zaposlenih u pozorištu prema njima (Grafikon 8).



Grafikon 8



Čak 90.7 % publike profesionalnih pozorišta je zadovoljno odnosom zaposlenih u pozorištu prema njima. To se prvenstveno odnosi na zaposlene u pozorištu koji su svakodnevno u direktnom kontaktu sa publikom iz sektora opštih poslova (prodaja karata, domaćin predstave i razvodnice). Da zaposleni u profesionalnim pozorištima u Srbiji imaju profesionalan odnos prema publici pokazuju i podaci da nema značajnih razlika u odnosu na socio-demografske varijable, ali ni u odnosu na učestalost poseta pozorištu, gde je publika iz svih grupa učestalosti podjednako zadovoljna odnosom zaposlenih u pozorištima.

4.3 Repertoar pozorišta

Odnos publike prema repertoaru profesionalnih pozorišta u Srbiji pokušali smo utvrditi setom pitanja koja su obuhvatala podatke o načinu informisanja o repertoaru (predstavama), upoznatosti sa repertoarom pozorišta u tekućoj sezoni i procenom zadovoljstva repertoarom. U drugom delu pokušali smo da utvrdimo koji žanrovi su najinteresantniji i kojih bi predstava po žanrovima trebalo biti više. Takođe, pokušali smo utvrditi interesovanje za klasična i savremena dramska dela od domaćih i stranih autora, ali i strukturu potreba iz ovog domena. Na kraju, interesovalo nas je na koji način publika bira predstavu koju želi



da pogleda, tj. koji faktori najviše utiču na izbor predstave iz repertoara pozorišta.

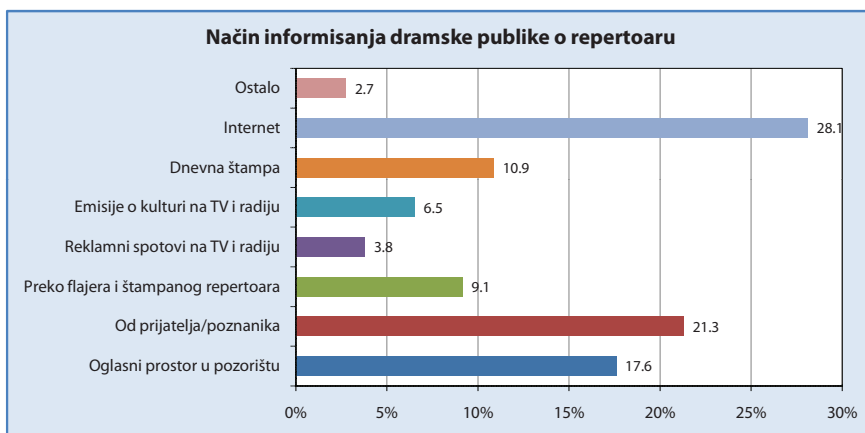
Rezultati su pokazali da se najveći broj publike o repertoaru pozorišta informiše putem Interneta (28.1 %) i preporukom od strane prijatelja (21.3 %). Klasični načini informisanja putem oglasnog prostora u pozorištu i dnevne štampe su još značajno zastupljeni, mada je primetan trend njihove stagnacije sa prognozom daljeg opadanja srazmerno povećavanju savremenih načina informisanja putem informacionih tehnologija. Spotovi na radiju i TV su ubedljivo najređi način informisanja o repertoaru pozorišta iz najmanje dva povezana razloga. Spotova na radiju i TV u kome pozorišta predstavljaju svoj repertoar nema u dovoljnoj meri, verovatno zbog toga što je reklamni prostor u elektronskim medijima, u boljim terminima, relativno skup u odnosu na trenutne finansijske mogućnosti svih pozorišta u Srbiji. Takođe, relativno mala zastupljenost načina informisanja preko emisija o kulturi na radiju i TV, uz pretpostavku da je TV jedan od najčešće korišćenih elektronskih medija, govori u prilog činjenici da na našim elektronskim medijima nema dovoljno emisija o kulturi uopšte, pa ni o pozorišnom životu. Delimična potvrda ove teze može se naći i u prethodno iznetom podatku da u strukturi načina korišćenja slobodnog vremena pozorišne publike, 29.4% publike je među tri najčešća načina navelo i da gleda TV (Tabela 4).

Povećanje učešća Interneta u načinima informisanja se moglo i očekivati zbog trenutnih trendova u oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija. Razvoj komunikacionih tehnologija, u čijoj osnovi leži Internet, odvija se velikom brzinom i ima veliki uticaj na menjanje načina komuniciranja, poslovanja, informisanja i oglašavanja. Globalna komunikaciona mreža preoblikuje svaki segment našeg svakodnevnog života a posebno unapređuje efikasnost međuinstitucionalne komunikacije i poslovanja. Internet u Srbiji se razvija sporije nego što je potrebno i u značajnom je zaostatku u odnosu na razvijene zemlje. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, 2008. godine 33,2 % domaćinstava je imalo Internet priključak. Prema tim podacima 2008. godine oko 2 miliona ljudi je koristilo Internet a od toga 1.250.000 koristi Internet svakodnevno. Broj korisnika se u odnosu na 2007. godinu povećao za oko 300.000 ljudi. I pored toga, Srbija još zaostaje u korišćenju Interneta za zemljama Evropske unije, gde oko 60,0 % domaćinstava ima Internet priključak a čak 70,0 % građana koristi



svetsku Mrežu. Prema dostupnim podacima, Internet u Srbiji se najčešće koristi za razmenu *e-mail* poruka, informisanje, zabavu, čitanje *on-line* novina i časopisa, ali je zabrinjavajući podatak da čak 29,3 % građana uopšte nije zainteresovano za Internet.

Grafikon 9



I pored toga što pretraživanje Interneta nije jedan od dominantnijih načina korišćenja slobodnog vremena (Tabela 4), Internet je najčešći način informisanja o repertoaru pozorišta, što navodi na zaključak da većina pozorišne publike koristi Internet ciljno za informisanje (odlazak na određene linkove sa traženim informacijama) a ne za pretraživanje u smislu korišćenja slobodnog vremena. S druge strane, ovi podaci govore da je postojanje kvalitetne Web prezentacije pozorišta apsolutno neophodno ukoliko pozorište želi da prati trendove u načinu komunikacije i informisanja u savremenom informatičkom društvu.

Naravno, da bi institucije kulture mogle da se uključe u ove nove načine komunikacije moraju biti opremljene odgovarajućom ICT opremom. Istraživanja iz ove oblasti su veoma retka i nedovoljna da bi se utvrdilo trenutno stanje i potrebe institucija kulture u sferi informacionih tehnologija. Upravo iz ovog razloga Zavod za proučavanje kulturnog razvitka je realizovao istraživanje o stanju u oblasti informacionih tehnologija u kulturi.¹³ Istraživanje je pokazalo da se razvijanje IT infrastrukture u institucijama kulture u Srbiji odvijalo

13 Jokić, Biljana., Mrđa, Slobodan. 2009. *Informacione tehnologije i ljudski resursi u kulturi Srbije*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.



stihijski, neorganizovano i usporeno u odnosu na brze promene koje su karakteristične za savremene informaciono-komunikacione tehnologije. Što se pozorišta tiče, oko 40 % pozorišta je stanje sa računarima ocenilo zadovoljavajućim, ali isto toliko nije moglo da proceni, dok je kod ostalih 20 % stanje sa opremljenošću računarima nezadovoljavajuće. Iz ovih podataka jasno sledi da je neophodno uložiti veća sredstva u opremanje više od polovine pozorišta, tj. postepenu zamenu zastarelih računara opremom novije generacije. Za razliku od opreme, 60 % pozorišta je svoju Internet konekciju ocenilo zadovoljavajućom, a kod 30 % je potrebno poboljšanje postojeće konekcije. S obzirom na to da će se trend povećanja korišćenja Interneta za informisanje o radu pozorišta kontinuirano nastaviti, a u skladu sa iznetim podacima o opremljenosti pozorišta informatičkom opremom, evidentno je da više od polovine pozorišta u Srbiji mora poboljšati kvalitet svojih informacionih sistema.

Kao i što smo očekivali način informisanja o repertoaru pozorišta ne zavisi od pola publike ($\chi^2 = 7.248$; $a = 0.05$; $C = 0.055$; Pearson's $R = 0.001$), a nisu uočene ni značajnije razlike u odnosu na stepen stručne spreme u dve najbrojnije grupe sa visokim i srednjim obrazovanjem, gde je raspodela publike u skladu sa opštom. Međutim, kod distribucije odgovora u odnosu na godine starosti publike uočavamo određene razlike u starosnim grupama (Tabela 10).

Tabela 10. Način informisanja o repertoaru prema godinama starosti publike (%)

Način informisanja/Godine	Godine					Ukupno
	Do 18	19-30	31-45	46-65	Preko 65	
Oglasni prostor u pozorištu	26.1	16.9	15.2	19.0	14.7	17.6
Od prijatelja/poznanika	24.6	21.9	21.6	19.1	18.6	21.3
Preko flajera i štampanog repertoara	13.3	8.5	7.9	10.6	6.9	9.1
Spotovi na radiju i TV	4.9	2.1	5.4	4.1	4.9	3.8
Emisije o kulturi na radiju i TV	0.5	3.0	8.5	10.4	17.6	6.5
Dnevna štampa	6.4	7.7	8.4	18.6	24.5	10.9
Internet	16.7	38.0	31.2	14.9	9.8	28.1
Ostalo	7.4	2.0	1.9	3.3	2.9	2.7
Ukupno	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Pearson $\chi^2 = 268.376$; $a = 0.05$; $C = 0.319$; Pearson's $R = -0.001$

Najmlađa starosna grupa se najčešće informiše o repertoaru preko oglasnog prostora u pozorištu u kombinaciji sa preporukom prijatelja, dok emisije o kulturi na TV i radiju skoro da i ne gledaju, a tek nešto preko 5 % se informiše preko dnevne štampe, što se moglo i očekivati



jer su ranija istraživanja¹⁴ ove populacije pokazala da je praćenje emisija o kulturi na TV, a posebno na radiju i čitanje dnevne štampe slabo zastupljeno u populaciji mlađoj od 18 godina. Najbrojnija starosna grupa pozorišne publike (19 do 30 godina) se ubedljivo najviše informiše o repertoaru preko Interneta i to je najvažniji razlog dominacije ovog načina informisanja ali i jedan od razloga naše procene da će Internet postati dominantan način informisanja o radu pozorišta. Starosna grupa od 31 do 45 godina je skoro identična najbrojnijoj grupi, s tim što se kod ove grupe uočava blagi rast praćenja emisija o kulturi na TV i radiju. Načini informisanja su najravnomernije raspoređeni u grupi 46 do 65 godina, sa značajnim povećanjem učešća dnevne štampe kao načina informisanja o repertoaru. Najstarija starosna grupa je karakteristična po tome što najčešće koristi dnevnu štampu za informisanje o repertoaru, ali i najviše gledaju emisije o kulturi na TV.

Inače, uočena je povezanost ova dva načina informisanja (dnevna štampa i emisije o kulturi na TV i radiju) u smeru da što je publika starija povećava se i korišćenje ovih tradicionalnijih načina informisanja o radu pozorišta i obrnuto, što je publika mlađa uočava se trend opadanja ovih načina informisanja. Takođe, mora se naglasiti da je preporuka prijatelja kao način informisanja karakteristična za sve grupe i održava se na veoma značajnom i stabilnom nivou.

14 Mrđa, Slobodan 2004. Kulturni habitus omladine, u: Nikolić, Milan., Mihailović, Srećko (ur.). *Mladi zagubljeni u tranziciji*. Beograd: Centar za proučavanje alternativa, str 166 – 172. U istraživanju se došlo do podatka da dnevne novine ne čita nešto više od polovine ispitanika. Slabo čitanje dnevnih novina je posebno karakteristično za srednjoškolsku omladinu i grupu koja živi u gradovima preko 100.000 stanovnika (osim Beograda) u kojima čak 65,1 % ispitanika uopšte ne čita dnevne novine. Nedeljne novine i časopise ne čita dve trećine ispitanika, što je opet karakteristično za srednjoškolce pa se moglo zaključiti da ova grupa omladine izuzetno retko koristi štampane medije za svoje informisanje. One koji čitaju dnevne novine pored najosnovnijih informacija iz političkog života, mnogo više zanimaju informacije iz domena zabave i sporta, a članci iz oblasti kulture se uopšte i ne pominju. Što se gledanja TV tiče, istraživanje je pokazalo da populacija do 18 godina spada u redovne gledaoce TV jer samo 2,42 % ispitanika ne gleda TV ili to čini vrlo retko. Međutim, kada gleda TV, omladina najviše gleda filmove (26,2 %), zatim, sportske emisije (15,5 %) i zabavne programe (14,8 %), pa muzičke emisije (13,6 %) i serije (11,8 %), dok su emisije iz oblasti kulture zastupljene u zanemarivom broju.



Tabela 11. Način informisanja o repertoaru u odnosu na učestalost poseta pozorištu (%)

Način informisanja/Učestalost	Učestalost poseta pozorištu					Ukupno
	Vrlo često	Često	Povremeno	Retko	Vrlo retko	
Oglasni prostor u pozorištu	30.7	19.1	14.3	11.7	7.1	17.6
Od prijatelja/poznanika	12.7	15.6	24.4	28.1	44.9	21.3
Preko flajera i štampanog repertoara	12.7	9.2	8.7	7.3	5.1	9.1
Spotovi na radiju i TV	3.3	2.8	4.1	6.3	2.0	3.8
Emisije o kulturi na radiju i TV	4.4	6.3	7.0	6.9	10.2	6.5
Dnevna štampa	9.4	10.7	10.3	12.9	15.3	10.9
Internet	23.8	32.1	29.3	24.9	14.3	28.1
Ostalo	2.8	4.3	1.9	1.9	1.0	2.7
Ukupno	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Pearson $\chi^2 = 165.064$; $a = 0.05$; $C = 0.255$; Pearson's $R = -0.006$

Ukoliko pogledamo publiku po učestalosti odlaska u pozorište i njihove načine informisanja videćemo da postoji relativna povezanost ovih varijabli. Redovna pozorišna publika se najčešće informiše preko oglasnog prostora u pozorištu, što je i logično, i putem Interneta. Potencijalna redovna publika najviše koristi Internet, pa oglasni prostor u pozorištu. Dakle, više od polovine publike koja češće posećuje pozorište kombinuje ova dva načina informisanja. Kod najbrojnije, povremene, pozorišne publike najčešće se koristi Internet, ali i preporuka prijatelja. Kod ređih posetilaca pozorišta preporuka prijatelja ili poznanika je zastupljenija, a posebno je dominantna kod slučajnih posetioca jer je skoro svaki drugi došao u pozorište posle preporuke prijatelja ili poznanika. S druge strane, češći posetioci su razvili sopstvene kriterijume za izbor predstave i mnogo manje koriste preporuke prijatelja ili poznanika, jer pretpostavljamo da je publika iz ove grupe često u situaciji *da daje preporuke*. Što se tiče oglasnog prostora u pozorištu, njegova učestalost korišćenja opada sa opadanjem učestalosti poseta pozorištu, dok preporuka prijatelja ili poznanika raste sa opadanjem učestalosti poseta pozorištu.



Tabela 12. Način informisanja dramske publike o repertoaru po pozorištima (%)

Pozorište	Oglasni prostor u pozorištu	Od prijatelja/ poznanika	Preko flajera i štampanog materijala	Spotovi na radiju i TV	Emisije o kulturi na radiju i TV	Dnevna štampa	Internet	Ostalo
Atelje 212, Beograd	5.8	23.7	5.8	1.4	7.2	10.1	43.5	2.4
Beogradsko dramsko pozorište	4.7	25.1	6.5	0.9	5.1	9.8	45.6	2.3
BITEF teatar, Beograd	5.0	45.0	5.0	5.0	0.0	10.0	30.0	0.0
Jugoslovensko dramsko pozorište Beograd	11.4	22.3	9.7	1.7	5.7	13.1	32.6	3.4
Opera i teatar „Madlenianum“ Zemun	10.0	11.7	10.0	1.7	10.0	23.3	31.7	1.7
Kraljevačko pozorište	17.9	50.0	10.7	7.1	10.7	0.0	0.0	3.6
Kruševačko pozorište	46.0	21.8	7.3	3.2	4.0	2.4	12.1	3.2
Narodno pozorište „Bora Stanković“	19.2	15.4	26.9	19.2	0.0	.0	15.4	3.8
Šabačko pozorište	57.1	12.2	10.2	6.1	2.0	4.1	7.1	1.0
Narodno pozorište „Nepszin haz“ Subotica	12.7	21.8	21.8	5.5	3.6	3.6	21.8	9.1
Narodno pozorište „Sterija“, Vršac	29.4	47.1	5.9	0.0	5.9	0.0	11.8	0.0
NP „Toša Jovanović“ Zrenjanin	31.4	14.3	11.4	7.1	2.9	7.1	24.3	1.4
Narodno pozorište Beograd	16.9	16.7	6.4	2.7	8.2	17.2	30.9	0.9
Narodno pozorište Kikinda	29.8	25.5	10.6	2.1	10.6	12.8	2.1	6.4
Narodno pozorište Leskovac	42.9	31.4	8.6	2.9	0.0	0.0	0.0	14.3
Narodno pozorište Niš	20.4	24.5	12.2	6.1	4.1	4.1	20.4	8.2
Narodno pozorište Pirot	28.1	34.4	3.1	9.4	3.1	0.0	0.0	21.9
Narodno pozorište Sombor	25.9	29.6	18.5	7.4	0.0	0.0	14.8	3.7
Narodno pozorište Užice	70.6	17.6	5.9	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0
Pozorište Slavija, Beograd	5.1	22.2	8.2	5.1	7.6	11.4	39.9	0.6
Pozorište „Ujvideki Szinhaz“ Novi Sad	18.6	7.0	30.2	2.3	2.3	16.3	23.3	.0
Pozorište mladih Novi Sad	11.4	14.3	28.6	8.6	5.7	20.0	8.6	2.9
Pozorište na Terazijama Beograd	9.7	26.9	3.8	4.3	8.1	10.8	34.4	2.2
Pozorište „Zoran Radmilović“ Zaječar	30.6	25.0	8.3	16.7	16.7	0.0	0.0	2.8
Srpsko narodno pozorište Novi Sad	12.1	13.8	22.4	5.2	5.2	17.2	22.4	1.7
Pozorište „Boško Buha“ Beograd	15.6	15.6	6.3	0.0	6.3	15.6	40.6	0.0
Zvezdara teatar Beograd	11.1	17.8	7.8	4.4	13.3	14.4	27.8	3.3
Ukupno	17.6	21.3	9.1	3.8	6.5	10.9	28.1	2.7

Način informisanja po pozorištima (Tabela 12) pokazuje da kod beogradskih pozorišta, osim BITEF teatra, dominira Internet, koji nije



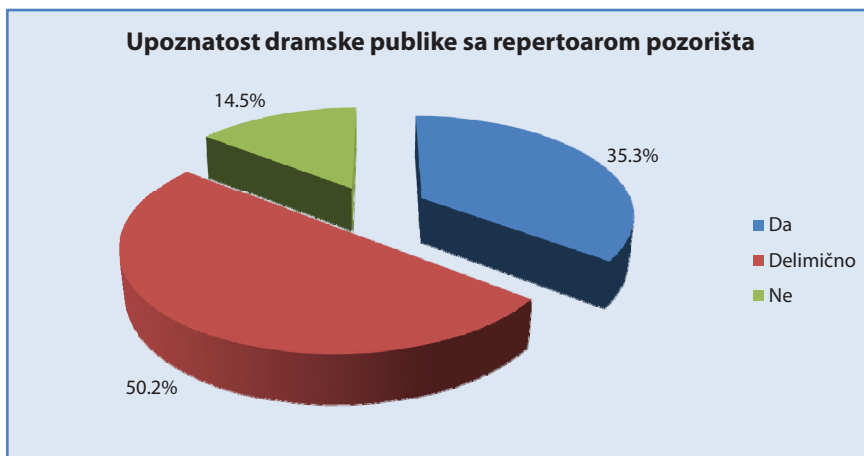
najčešći način informisanja kod publike van Beograda, gde su više zastupljeni oglasni prostor u pozorištu i preporuka prijatelja. Prema našim podacima sva profesionalna pozorišta, osim Narodnog pozorišta u Pirotu, imaju Web prezentacije. Međutim, kod Kraljevačkog pozorišta, Narodnog pozorišta Leskovac, Narodnog pozorišta Pirot, Narodnog pozorišta Užice i Pozorišta „Zoran Radmilović“ Zaječar nemamo publike koja se informiše putem Interneta iako, osim Narodnog pozorišta Pirot, sva imaju Internet prezentacije. Kod ovih pozorišta umesto Interneta zastupljenije je informisanje preko oglasne table u pozorištu i preko prijatelja. S obzirom na uočene trendove povećanja informisanja putem Interneta i korišćenja informacionih tehnologija uopšte, posebno kod mlađe potencijalne publike, ova pozorišta trebalo bi da poboljšaju svoje prezentacije i ovaj nivo komunikacije sa publikom podići na viši nivo. Slična situacija je i sa Narodnim pozorištem Kikinda, Šabačkim pozorištem i Pozorištem mladih iz Novog Sada, koji imaju ispod deset procenata publike koja se o repertoaru i radu pozorišta informiše preko Interneta. Relativno značajan procenat publike koja se informiše o radu pozorišta preko dnevne štampe imaju sva novosadska i dva beogradska pozorišta: „Madlenianum“, Pozorište mladih Novi Sad, Srpsko narodno pozorište Novi Sad, Narodno pozorište Beograd i Pozorište „Ujvideki Szinhaz“ Novi Sad, što nam govori da su ova pozorišta zastupljenija od ostalih u dnevnoj štampi i da bi trebalo da nastave sa održavanjem ovakvog načina reklame i oglašavanja, posebno značajnog za stariju publiku.

Dakle, u potpunosti je potvrđena hipoteza da Internet postaje dominantan način informisanja o repertoaru i radu pozorišta. Posebno se to odnosi na beogradska pozorišta. Značajan broj publike se o radu (najčešće repertoaru) pozorišta informiše preko prijatelja i poznanika (preporuka za predstavu) što je zastupljenije u pozorištima van Beograda. Klasični načini informisanja (oglasni prostor i dnevna štampa) imaju trend opadanja, ali su još uvek na statistički značajnom nivou.

U sklopu pitanja o repertoaru pozorišta i odnosu publike prema njemu, zanimalo nas je koliko je publika upoznata sa repertoarom pozorišta (Grafikon 10). Pored pozitivnog i negativnog odgovora, ostavili smo i srednju varijantu radi što preciznijeg određenja. Ispostavilo se da se čak polovina pozorišne publike odlučila za tu varijantu, tj. da je samo delimično upoznata sa repertoarom pozorišta, dok je nešto više od trećine upoznato sa repertoarom.



Grafikon 10



U grupama koje su upoznate sa repertoarom pozorišta polna struktura se skoro u potpunosti poklapa sa polnom strukturom uzorka, dok je u grupi koja nije upoznata sa repertoarom veći procenat muškaraca u odnosu na polnu strukturu uzorka. Kao što smo očekivali, nema značajnih odstupanja kod distribucije po godinama starosti i stručnoj spremi, ali je uočena značajna korelacija između učestalosti poseta pozorištu i poznavanja repertoara ($\chi^2 = 669.098$; $\alpha = 0.05$; $C = 0.469$; Pearson's $R = 0.485$) u smeru da što je učestalost poseta pozorištu veća, povećava se i procenat publike koja je upoznata sa repertoarom. Takođe, upoznatost sa repertoarom je veća kod publike koja se o njemu informisala preko Interneta i oglasnog prostora u pozorištu, dok je manja kad se informišu od prijatelja i poznanika (jer se najčešće radi o preporuci za pojedinu predstavu) i dnevne štampe.

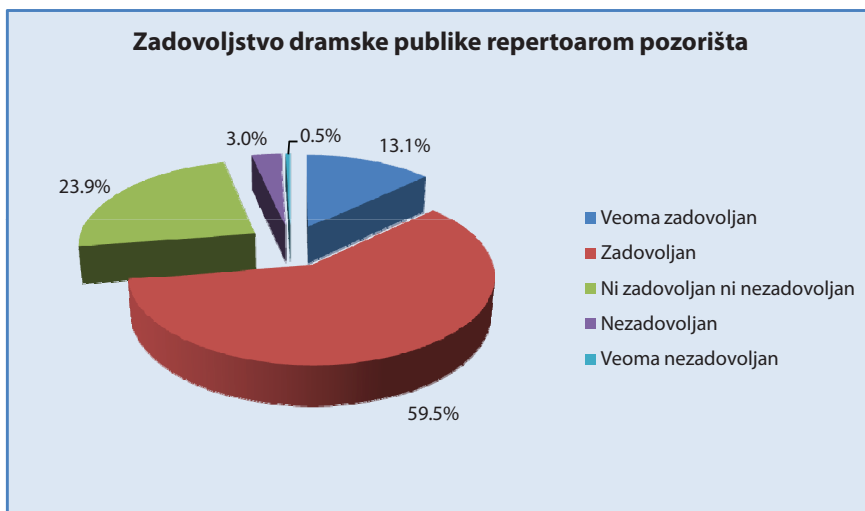
Gledano po pozorištima, bolje poznavanje repertoara od strane publike od prosečnog imaju: BITEF teatar Beograd, „Madlenianum“ Beograd, Šabačko pozorište, Narodno pozorište „Nepszin haz“ Subotica, Narodno pozorište „Toša Jovanović“ Zrenjanin i Pozorište „Ujvideki Szinhaz“ Novi Sad. S druge strane, lošije poznavanje repertoara od strane publike imaju: Kraljevačko pozorište, Narodno pozorište Kikinda, Pozorište mladih Novi Sad, Pozorište „Zoran Radmilović“ Zaječar, i Pozorište „Boško Buha“ Beograd.

Pored toga što smo želeli da utvrdimo koliko publika poznaje repertoar pozorišta, naravno, zanimalo nas je da li su i koliko zadovoljni tim



repertoarom (Grafikon 11). Ovde moramo naglasiti da je od 14.5 % publike koja nije upoznata sa repertoarom pozorišta, 8.8 % ipak dalo odgovor na pitanje o zadovoljstvu repertoarom, što je klasičan primer nekonzistentnosti u odgovorima tog dela publike.¹⁵

Grafikon 11



Publika koja je bila upoznata ili delimično upoznata sa repertoarom pozorišta (64.7 %) je u većini zadovoljna sa repertoarom pozorišta u datim okolnostima. Naime, čak 59.5 % publike je zadovoljno repertoarom, dok je 13.1 % veoma zadovoljno. Neodlučnih je značajnih 23.9 %, dok nezadovoljnih ima nešto preko tri procenta. Kod polne strukture uočavamo procentualno veće učešće muškaraca u grupi koja je nezadovoljna repertoarom pozorišta. U većini starosnih grupa zadržale su se proporcije koje ne odstupaju značajno od zadovoljstva repertoarom na nivou uzorka, sem u najmlađoj starosnoj grupi gde ima nešto više veoma zadovoljnih repertoarom (22.4 %) nego na nivou uzorka (13.1 %).

15 Naravno, ovde ne treba isključiti mogućnost da je došlo i do grešaka prilikom unosa podataka u aplikaciju. Tako detaljna kontrola unosa podataka nije bila moguća zbog malog broja saradnika angažovanih na ovako velikom projektu (uzorku) i vremenskih rokova predviđenih planom projekta. Međutim, smatramo da ovaj procenat nekonzistentnosti ne može bitnije uticati na validnost ukupnih rezultata.



Redovna pozorišna publika je uglavnom zadovoljna repertoarom pozorišta (27.2 % veoma zadovoljnih i 48.6 % zadovoljnih), kao i potencijalna redovna publika (14.4 % veoma zadovoljnih i 67.8 % zadovoljnih). Najbrojnija, povremena, publika je nešto manje zadovoljna repertoarom (8.3 % veoma zadovoljnih, 62.9 % zadovoljnih, ali 26.4 % neodlučnih). Kod retkih i slučajnih posetilaca pozorišnih predstava naglo se povećava procenat neodlučnih (iznad 40 %), a ova nemogućnost procene verovatno je posledica neizgrađenih sopstvenih kriterijuma za vrednovanje pozorišnih predstava, što je u uskoj vezi sa retkim odlaskom u pozorište ili nezainteresovanosti za repertoar pozorišta u celini.

Statistička analiza pokazuje da postoji određena korelacija, tj. da zadovoljstvo repertoarom utiče na učestalost odlaska u pozorište, ali je jačina ove veze relativno slaba ($C = 0.288$). I pored toga što faktor zadovoljstva repertoarom nije dominantan faktor koji utiče na učestalost odlaska u pozorište, on bi mogao biti uključen u tzv. sistem faktora koji bi u budućnosti mogli značajnije uticati na učestalost. Ali, zbog relativno slabe veze između ovih modaliteta možemo konstatovati da nije potvrđena hipoteza da postoji značajna povezanost između repertoara pozorišta (zadovoljstvo repertoarom) i učestalosti dolaska u pozorište.

Takođe, ovi podaci su sasvim u skladu sa podacima o najvažnijim razlozima za česte ili povremene posete pozorištu (Tabela 7) gde se kvalitetan repertoar, razlog za koji smo očekivali da se kotira veoma visoko, nalazi kod „samo“ 32.1 % publike među tri najvažnija razloga.

Zadovoljstvo repertoarom po pozorištima (Tabela 13) pokazuje da je publika većine profesionalnih pozorišta uglavnom zadovoljna repertoarom. Ipak, najveći stepen zadovoljstva repertoarom ispoljila je publika Pozorišta „Ujvideki Szinhaz“ Novi Sad, Narodnog pozorišta „Nepszinhaz“ Subotica, Pozorišta na Terazijama, ali i Šabačkog pozorišta.



Tabela 13. Zadovoljstvo dramske publike repertoarom po pozorištima (%)

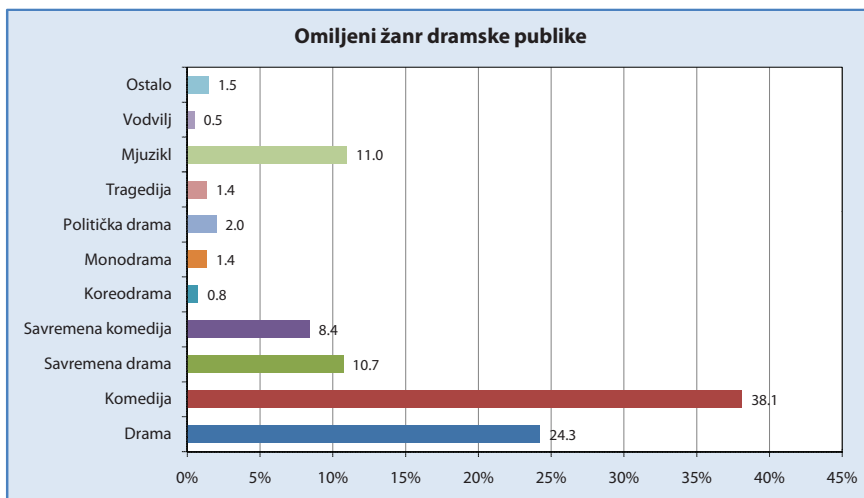
Pozorište	Mesto	Veoma zadovoljan	Zadovoljan	Ni zadovoljan ni nezadovoljan	Nezadovoljan	Veoma nezadovoljan	Ukupno
Atelje 212	Beograd	9.0	64.6	24.3	2.1	0.0	100
Beogradsko dramsko pozorište	Beograd	9.8	62.7	24.4	2.6	0.5	100
BITEF teatar	Beograd	0.0	73.7	21.1	5.3	0.0	100
Jugoslovensko dramsko pozorište	Beograd	13.5	58.8	24.7	2.9	0.0	100
Opera i teatar „Madlenianum“	Beograd	15.3	59.3	23.7	1.7	0.0	100
Kraljevačko pozorište	Kraljevo	0.0	50.0	46.4	0.0	3.6	100
Kruševačko pozorište	Kruševac	13.8	65.9	16.3	3.3	0.8	100
Narodno pozorište „Bora Stanković“	Vranje	34.6	46.2	19.2	0.0	0.0	100
Šabačko pozorište	Šabac	26.4	52.7	18.7	2.2	0.0	100
Narodno pozorište „Nepszin haz“	Subotica	14.5	72.7	10.9	1.8	0.0	100
Narodno pozorište „Sterija“	Vršac	18.8	25.0	43.8	6.3	6.3	100
Narodno pozorište „Toša Jovanović“	Zrenjanin	7.2	59.4	29.0	4.3	0.0	100
Narodno pozorište Beograd	Beograd	16.3	57.0	24.4	1.8	0.5	100
Narodno pozorište Kikinda	Kikinda	6.5	58.7	30.4	4.3	0.0	100
Narodno pozorište Leskovac	Leskovac	16.0	72.0	12.0	0.0	0.0	100
Narodno pozorište Niš	Niš	10.4	50.0	33.3	6.3	0.0	100
Narodno pozorište Pirod	Pirod	5.9	50.0	32.4	11.8	0.0	100
Narodno pozorište Sombor	Sombor	11.1	51.9	25.9	7.4	3.7	100
Narodno pozorište Užice	Užice	23.5	58.8	11.8	5.9	0.0	100
Pozorište Slavija	Beograd	6.6	66.2	24.5	1.3	1.3	100
Pozorište „Ujvideki Szinhaz“	Novi Sad	36.6	53.7	9.8	0.0	0.0	100
Pozorište mladih	Novi Sad	0.0	37.1	45.7	14.3	2.9	100
Pozorište na Terazijama	Beograd	21.7	65.1	12.7	0.6	0.0	100
Pozorište „Zoran Radmilović“	Zaječar	2.8	30.6	50.0	13.9	2.8	100
Srpsko narodno pozorište	Novi Sad	0.0	66.7	28.1	5.3	0.0	100
Pozorište „Boško Buha“	Beograd	3.7	55.6	25.9	14.8	0.0	100
Zvezdara teatar	Beograd	12.8	59.3	26.7	1.2	0.0	100
Ukupno		13.1	59.5	23.9	3.0	0.5	100

S druge strane, nešto manji stepen zadovoljstva repertoarom ispoljila je publika Pozorišta „Zoran Radmilović“ Zaječar i Pozorišta mladih Novi Sad. Takođe, treba napomenuti da statistički značajan broj nezadovoljnih repertoarom imaju Pozorište „Boško Buha“ i Narodno pozorište Pirod.

Što se same strukture repertoara po žanrovima tiče (Grafikon 12), kao što smo i očekivali najveće interesovanje publike je za komedije (38.1 %) i drame (24.3 %). Interesovanje za komedije je tradicionalno visoko, ali se uočava rast interesovanja za savremene komedije, savremene drame a posebno za mjuzikle, gde veće interesovanje pokazuju žene. Komedije su nešto popularnije kod mlađe publike, dok drame više voli starija publika, dok je interesovanje za mjuzikle podjednako zastupljeno u svim starosnim grupama.



Grafikon 12



Učestalost poseta pozorištu u odnosu na žanr predstave ne pokazuje značajnije razlike, s tim što najbrojnija potencijalna publika pokazuje veće interesovanje za savremene dramske predstave.

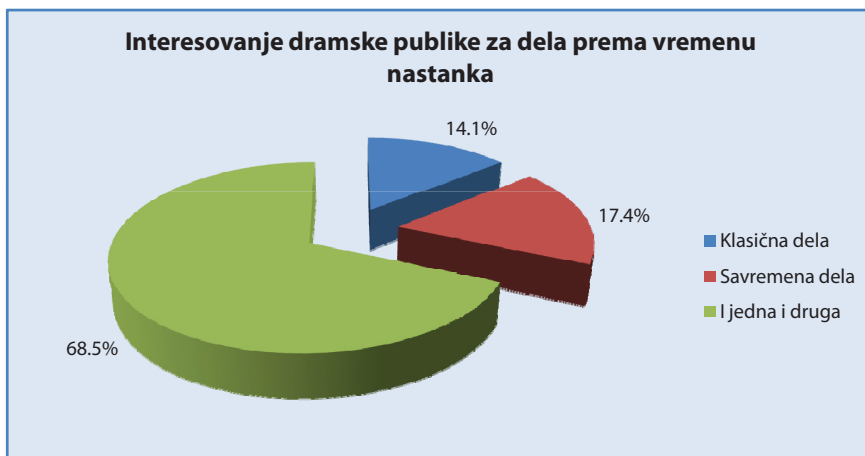
Gledano po pozorištima, mjuzikl kao omiljeni žanr navodi najviše publike Pozorišta na Terazijama (35.5 %) i „Madlenianuma“ (22.4 %), dok kod ostalih pozorišta dominiraju komedija i drama.

Iz ovih podataka se jasno vidi da je potvrđen deo hipoteze da su komedija i drama omiljeni žanrovi publike u Srbiji, ali nije potvrđen deo hipoteze da će ostali žanrovi imati trend opadanja, jer su rezultati pokazali da se pojavljuje konstantan trend rasta interesovanja za mjuzikle i savremene drame i komedije.

Više od dve trećine publike profesionalnih pozorišta u Srbiji (68.5 %) podjednako je zainteresovano za klasična i savremena dela, dok je jedna trećina više zainteresovana za savremene tekstove (Grafikon 13), što potvrđuje uočeni trend povećavanja interesovanja za savremena dela.

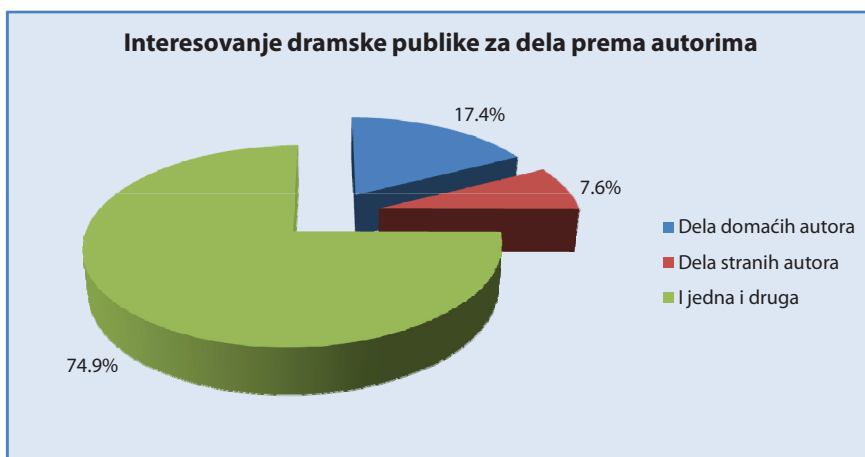


Grafikon 13



Situacija je slična i kod interesovanja za dela prema autorima (Grafikon 14) gde je čak 74.9 % publike podjednako zainteresovano i za dela domaćih i za dela stranih autora. Kod ostalih 25 % više je zainteresovano za dela domaćih autora. Dakle, uočeni trend povećanja interesovanja za savremena dela sada možemo preciznije odrediti, tj. radi se o *savremenim delima domaćih autora*. I u slučaju interesovanja za dela prema vremenu nastanka i prema autorima, ne postoje značajnije statističke razlike u odnosu na socio-demografske varijable.

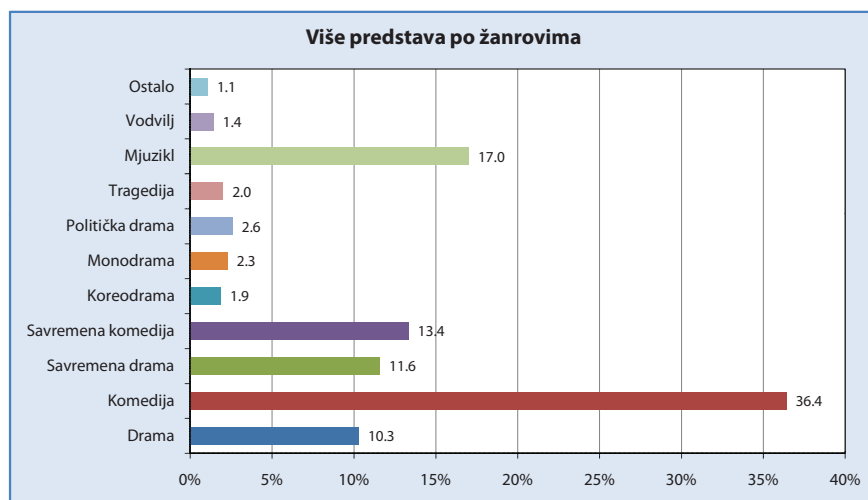
Grafikon 14



Nakon utvrđivanja omiljenog žanra publike profesionalnih pozorišta i njihovog odnosa prema klasičnim i savremenim delima domaćih i stranih autora, zanimalo nas je kojih bi predstava po žanrovima publika želela da ima više u repertoaru pozorišta (Grafikon 15). Uzimajući u obzir podatke o omiljenom žanru, nije veliko iznenađenje što bi najviše publike (37.7 %) želelo više komedija u repertoarima pozorišta u Srbiji (ako tome dodamo i savremenu komediju, to je skoro 50% publike). Zainteresovanost za klasičnu komediju održava se na visokom nivou, ali se povećava interesovanje za savremenu komediju (Grafikoni 15 i 16). I pored evidentne popularnosti ovog žanra, postoji možda i jedan važan faktor koji je uticao na ovakav rezultat. Ovaj faktor je usko povezan sa socio-ekonomskom situacijom u Srbiji i najbolje se može uočiti i ilustrovati kroz neke komentare publike: žena, 31 do 45 godina: *Na žalost, u svakodnevnom životu smo preplavljeni scenama kriminala i svakom vrstom izopačenosti. Poštedite nas toga u večernjem terminu kad tražimo zabavu*; žena, 46 do 65 godina: *Ako poželite da budete srećni, ovo pozorište je pravo mesto gde treba da dođete. Uvek iz njega izađem pune duše*; muškarac, 31 do 45 godina: *Trebalo bi da bude što više kvalitetnih i dobrih predstava sa dosta muzike i smeha, jer u ovim sumornim vremenima narod treba oraspoložiti i nasmejati*; žena, 31 do 45 godina: *Predlažem da ima više predstava koje će da nasmeju publiku, a manje tragedija i ratnih tema*; muškarac, 46 do 65 godina: *Pozorište treba da bude „čarolija“, ne treba da oslikava svakodnevne mračne teme, kojih već ima dosta u medijima.*



Grafikon 15



Dakle, radi se o tzv. *situacionom faktoru*, koji je kod nas posebno izražen jer društvo u kome živimo u značajnoj meri karakterišu procesi razaranja, koji su u nekim područjima društvene realnosti došli do faze u kojoj je opravdano govoriti o *razorenom društvu*. Kriza identiteta, psihička opterećenja, rušenje sistema vrednosti i neizvesna budućnost predstavljaju posledice koje stoje u uskoj vezi sa socio-ekonomskom i kulturno-istorijskom situacijom u društvu. Sve ovo rezultira specifičnom *odlaganju života*. Uz opšte osiromašenje, svi ovi faktori su imali, kao krajnju konsekvencu, najčešće regresivnu dislokaciju, od ciljane i vrednosne (pad na „niže“ oblike i aspiracija, ponašanja i vrednosti), do bukvalne, fizičke dislokacije (napuštanje zemlje).

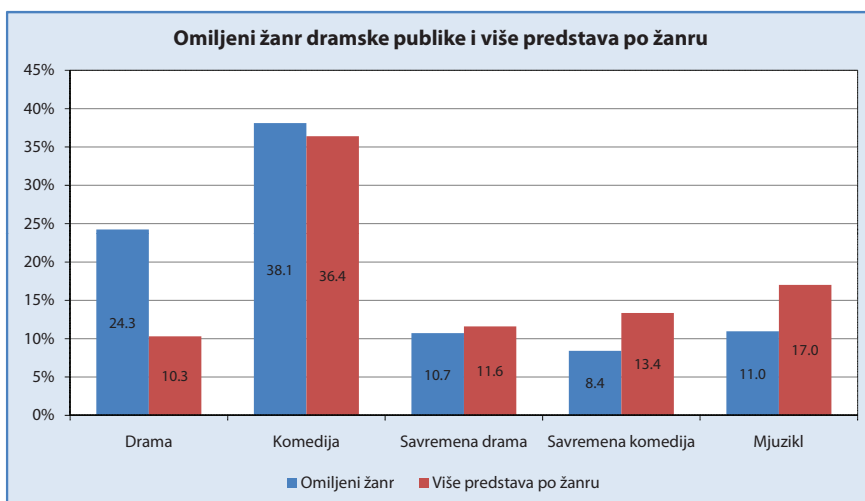
Ovde se moraju naglasiti i činjenice o dramatičnim društvenim promenama u Srbiji devedesetih godina o kojima je napisano mnogo radova i obavljen čitav niz empirijskih istraživanja koji su nastojali da doprinesu dubljem, naučnom razumevanju tranzicionog procesa u Srbiji. Globalna ocena je da su devedesete godine u Srbiji bile godine velikih društvenih promena usled koji se ovo društvo na početku novog milenijuma bitno razlikuje od društva sa početka devedesetih. Najveće promene dogodile su se u sferi socijalne strukture, sa izmenjenim dominantnim društvenim akterima, takođe, izmenjena je „logika“ funkcionisanja društva koja je dovela do novih društvenih problema i novih protivrečnosti. Čini se da veliki deo publike kroz želju za većim



brojem komedija, baš u pozorištu traži, barem trenutno, izolovanje od sumorne stvarnosti i svakodnevnih problema.

Sledeći žanr po rangi je drama za koju je ukupno zainteresovano 21.9 % publike, s tim da se uočava rast interesovanja za savremenu dramu, a zatim sledi mjuzikl sa 17.0 % zainteresovane publike. Iako smo mogli očekivati da se interesovanje za komedije i drame zadržalo na visokom nivou, značajan procenat publike zainteresovane za *mjuzikle* predstavlja potpuno novi trend koji bi trebalo detaljnije istražiti. Prema podacima iz našeg istraživanja može se očekivati dalji kontinuiran rast interesovanja za ovaj žanr. Odnos omiljenih žanrova publike i želja za više predstava po žanrovima prikazan je u Grafikonu 16.

Grafikon 16



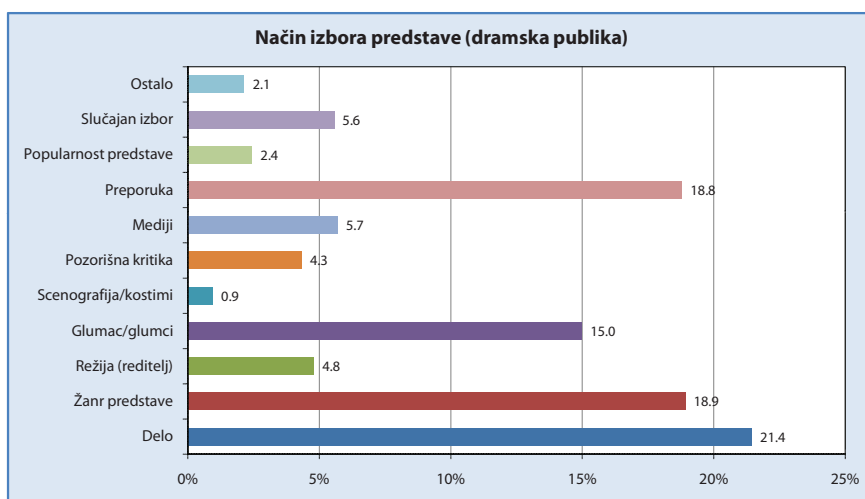
Generalno posmatrano, bez obzira na žanr, oko polovine publike profesionalnih pozorišta u Srbiji je zainteresovano i za klasična i savremena dela, ali evidentan je porast interesovanja za savremena dela i naša prognoza je da će se ovaj trend nastaviti. Kod drame i komedije se radi o savremenim delima domaćih autora, a kod mjuzikla je podjednako interesovanje za strane i domaće autore.

Kao poslednje pitanje iz dela o repertoaru pozorišta, zanimalo nas je na koji način publika vrši izbor predstave koju želi da pogleda (Grafikon 17). Kao što se vidi iz grafikona nema izrazito dominantnog načina na koji publika bira predstavu. Najčešće se izbor vrši na osnovu dela (21.4 %) a



zatim podjednako na osnovu žanra (18.9 %) i preporuke (18.8 %) i oko 15 % izbor vrši prema glumcu/glumcima u predstavi. Zanimljivo je da samo 4.8 % publike vrši izbor predstave prema reditelju, a još manje preko pozorišne kritike (4.3 %). Scenografija i popularnost predstave nemaju nikakav uticaj na izbor predstave. Nema značajnih razlika u odnosu na pol, stručnu spremu i zanimanje publike. Podatak da 18.8 % publike vrši izbor predstave na osnovu preporuke je u skladu sa podacima prema kojima se najveći broj publike o repertoaru pozorišta informiše putem Interneta (28.1 %) i preporukom od strane prijatelja (21.3 %), takođe, i zbog toga što je preporuka prijatelja kao način informisanja o predstavama karakteristična za sve grupe i održava se na veoma značajnom i stabilnom nivou. Iz ovoga se može zaključiti da preporuka predstavlja veoma važan faktor prilikom odluke za odlazak u pozorište ujedno i prilikom izbora predstave koja će se gledati.

Grafikon 17



Distribucija prema starosti publike (Tabela 14) pokazuje da su se u okviru najmlađe starosne grupe prilično ravnomerno rasporedila tri načina izbora (delo, žanr i preporuka) sa oko 20 % i dva načina (glumac/glumci i slučajan izbor) sa oko 11 % učešća, ali treba naglasiti da najmlađa publika ubedljivo najviše koristi slučajni izbor prilikom odluke koju će predstavu gledati. Najbrojnija starosna grupa od 19 do 30 godina najčešće bira predstavu kroz delo i preporuku, a nešto manje kroz žanr i glumce. Kod starije publike najviše se koristi žanr, a zanimljivo je da najstarija publika



najčešće predstavu bira u zavisnosti od toga ko su glumci (čak 23.8 %) pa tek onda kroz delo i žanr, s tim da najstariji najviše koriste pozorišnu kritiku, ali bez statističke značajnosti.

Tabela 14. Način izbora predstave prema godinama starosti dramske publike (%)

Način izbora predstave/Godine	Godine					Ukupno
	Do 18	19-30	31-45	46-65	Preko 65	
Delo	21.9	23.6	20.2	19.6	17.8	21.4
Žanr predstave	22.9	16.5	18.7	23.2	12.9	18.9
Režija (reditelj)	2.0	4.0	5.2	6.8	5.0	4.8
Glumac/glumci	11.9	14.3	16.1	14.2	23.8	15.0
Scenografija/kostimi	0.5	0.9	0.9	1.2	1.0	0.9
Pozorišna kritika	3.0	3.3	4.4	6.0	6.9	4.3
Sredstva informisanja (mediji)	3.0	5.4	6.4	6.2	6.9	5.7
Preporuka prijatelja/poznanika	20.4	21.9	18.5	14.6	10.9	18.8
Popularnost predstave	2.5	2.7	2.4	2.2	2.0	2.4
Slučajan izbor	11.4	6.2	4.2	3.2	7.9	5.6
Ostalo	0.5	1.2	3.0	2.8	5.0	2.1
Ukupno	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Pearson $\chi^2 = 91.269$; $a = 0.05$; $C = 0.194$; Pearson's $R = -0.025$

Što se učestalosti tiče, redovna i potencijalna redovna publika, kao dve grupe sa većom učestalosti poseta pozorištu najčešće predstavu biraju kroz delo, pa žanr i glumca/glumce. Najbrojnija, povremena, publika najčešće bira predstavu preko preporuke što se skoro poklapa sa procentom povremene publike koja se o repertoaru informiše preko prijatelja ili poznanika pa tako još jednom potvrđuje ranije iznetu tezu o uticaju preporuka na odlazak u pozorište i izbor predstave. Skoro identična situacija je kod retkih i slučajnih posetilaca, s tim što slučajni posetioci mnogo manje koriste glumca/glumce prilikom izbora predstave.

4.4 Pozorišna kritika

Teorijski posmatrano, jedna od najvažnijih funkcija pozorišne kritike je „vrednovanje“ kroz objektivnu analizu na osnovu profesionalnih kriterijuma. Međutim, ovim se samo delimično pokriva funkcija pozorišne kritike i delimično potiskuje mnogo značajnija funkcija pozorišne kritike – neka vrsta posrednika između predstave i publike. Ovo „posredništvo“ se ostvaruje kroz obrazovanje publike, ili potencijalne publike u pozorišnom smislu ka povećanju receptivnih mogućnosti publike.



Grafikon 18



Prema dobijenim podacima, praćenje pozorišne kritike kod publike profesionalnih pozorišta nije naročito razvijeno, jer više od polovine publike (58.8 %) retko ili nikada ne prati pozorišnu kritiku, a povremeno je prati trećina publike. Najmanje je publike koja redovno prati pozorišnu kritiku (7.6 %). Nema značajnijih razlika u odnosu na pol ($\chi^2 = 29.964$; $\alpha = 0.05$; $C = 0.111$; Pearson's $R = -0.085$), sem što u grupi koja povremeno prati pozorišnu kritiku ima nešto veći procenat žena, dok u grupi koja nikada ne prati kritiku imamo više muškaraca. Kao što se moglo i očekivati iz ranije dobijenog podatka da od svih starosnih grupa najstariji najviše koriste pozorišnu kritiku prilikom izbora predstave koju žele pogledati (Tabela 14), i podaci o praćenju pozorišne kritike pokazuju da možemo odbaciti nultu hipotezu o nezavisnosti ovih modaliteta i usvojiti alternativnu da praćenje pozorišne kritike *zavis* od *godina starosti publike*, sa nešto većom povezanošću (Tabela 15). Dakle, starija publika češće prati pozorišnu kritiku od mlađe publike koja to najčešće čini retko ili uopšte ne prati pozorišnu kritiku.



Tabela 15. Praćenje pozorišne kritike prema godinama starosti publike (%)

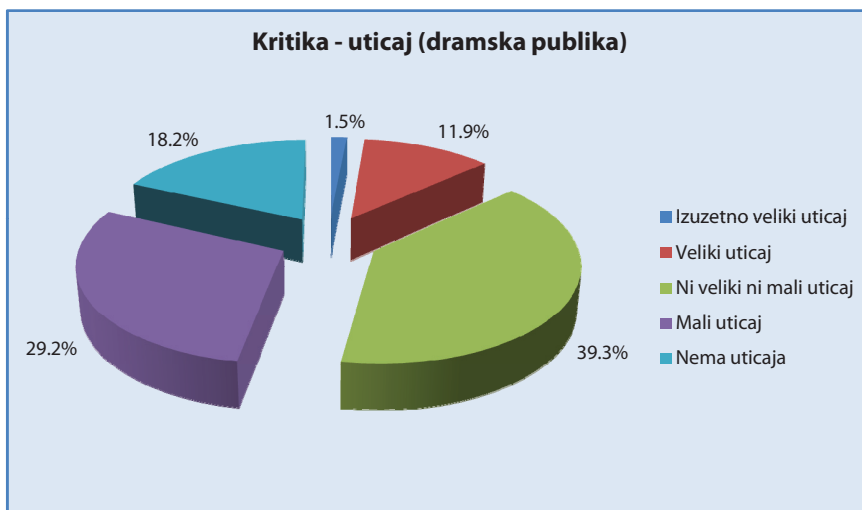
Godine/praćenje pozorišne kritike	Redovno	Povremeno	Retko	Nikada	Ukupno
Do 18	4.9	14.3	40.4	40.4	100.0
19-30	4.9	27.9	39.8	27.4	100.0
31-45	5.5	36.5	37.0	21.0	100.0
46-65	13.3	45.2	27.9	13.7	100.0
Preko 65	20.6	44.9	23.4	11.2	100.0
Ukupno	7.6	33.6	35.8	23.0	100.0

Pearson $\chi^2 = 198.668$; $a = 0.05$; $C = 0.277$; Pearson's $R = -0.265$

Takođe, praćenje pozorišne kritike je u pozitivnoj korelaciji sa učestalošću poseta pozorištu, jer oni koji češće posećuju pozorište redovnije prate i pozorišnu kritiku, sa još značajnijom jačinom veze ($\chi^2 = 381.696$; $a = 0.05$; $C = 0.371$; Pearson's $R = 0.372$).

Slaba učestalost praćenja pozorišne kritike je srazmerna njenom uticaju na stavove i odnos prema repertoaru pozorišta ili pojedinim predstavama (Grafikon 19).

Grafikon 19



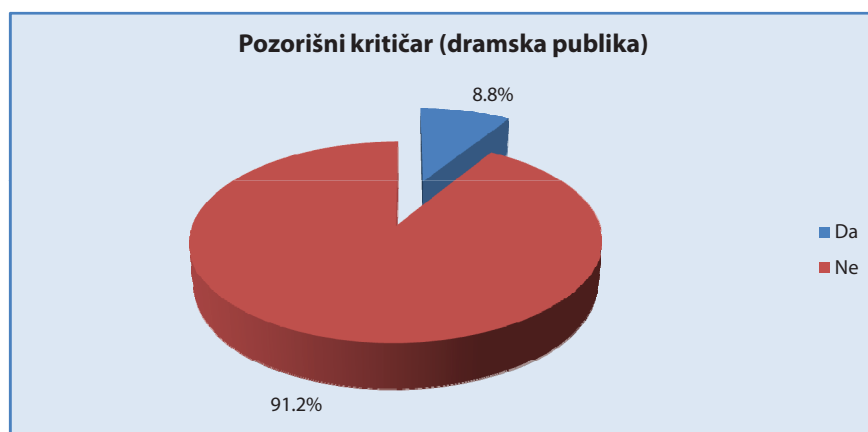
Najveći broj publike od onih koji prate pozorišnu kritiku je kod ovog pitanja ostao neodlučan (39.3 %) jer nije mogao da proceni stepen uticaja kritike zbog slabe učestalosti praćenja, dok je kod 29.2 % publike uticaj kritike mali a kod 18.2 % uopšte nema uticaja. Samo kod 13.4 % publike kritika ima značajniji uticaj na stavove i odnos prema repertoaru



pozorišta ili pojedinim predstavama i ovde se uglavnom radi o starijoj redovnoj ili potencijalno redovnoj publici koja redovnije prati pozorišnu kritiku. Statistička analiza pokazuje da su polna struktura onih koji prate pozorišnu kritiku i njen uticaj nezavisni modaliteti ($\chi^2 = 6.811$; $a = 0.05$; $C = 0.063$; *Pearson's R* = 0.000), kao i starosna struktura u odnosu na uticaj kritike ($\chi^2 = 21.598$; $a = 0.05$; $C = 0.112$; *Pearson's R* = -0.034).

U skladu sa iznetim podacima su i podaci dobijeni odgovorima na pitanje da li postoji neki određen pozorišni kritičar čije analize i mišljenje cene više od drugih (Grafikon 20). Čak 91.2 % publike je odgovorilo da nema nekog određenog pozorišnog kritičara, a samo 8.8 % da ima.¹⁶

Grafikon 20



Iz iznetih podataka nameće se veoma jasan zaključak da je pozorišna kritika izrazito nerazvijen segment pozorišnog života i njen uticaj je izuzetno nizak a, samim tim, i njena funkcija posredništva između predstave i publike, s jedne strane, i edukativna funkcija, sa druge strane, ne ostvaruju se na zadovoljavajućem nivou. Našim istraživanjem nije bila predviđena detaljnija analiza uzroka ovakvog stanja u domenu pozorišne kritike, već samo odnos pozorišne publike i pozorišne kritike.

¹⁶ Navedeni su sledeći kritičari: Jovan Ćirilov, Ivan Medenica, Muharem Pervić, Vladimir Stamenković, Velja Pavlović, Feliks Pašić, Ana Tasić, Dragan Stepanović, Goran Cvetković, Dragana Bošković, Miloš Petrović, Dejan Penčić Poljanski, Željko Jovanović, Aleksandar Milosavljević, Gerold Laszlo, Đorđe Kuburić, Mira Nikolić, Branka Krilović, Olivera Milošević, Olga Dimitrijević, Slobodan Obradović, Miroslav Miki Radonjić, Igor Burić i Milisav Buca Mirković.

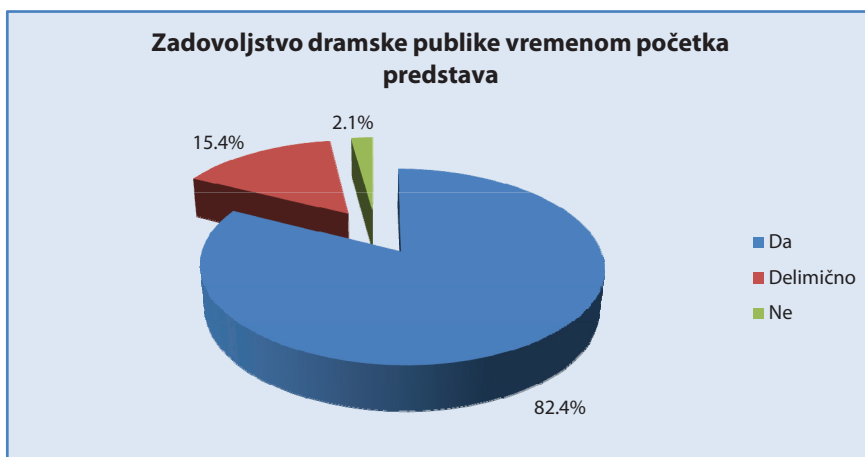


Međutim, ovi podaci su dovoljni da se ukaže na potrebu detaljnijeg istraživanja ovog problema.

4.5 Vreme početka i otkazivanje pozorišnih predstava

Deo upitnika za dramsku pozorišnu publiku bio je posvećen pitanjima o vremenu početka i otkazivanju pozorišnih predstava. Zanimalo nas je da li publici odgovara vreme kada počinju pozorišne predstave i ako ne odgovara koje bi vreme njima najviše odgovaralo. S druge strane, zanimalo nas je koliko im se često dogodilo da predstave koje su želeli da pogledaju budu otkazane i šta bi po njihovom mišljenju trebalo uraditi kada se to dogodi.

Grafikon 21



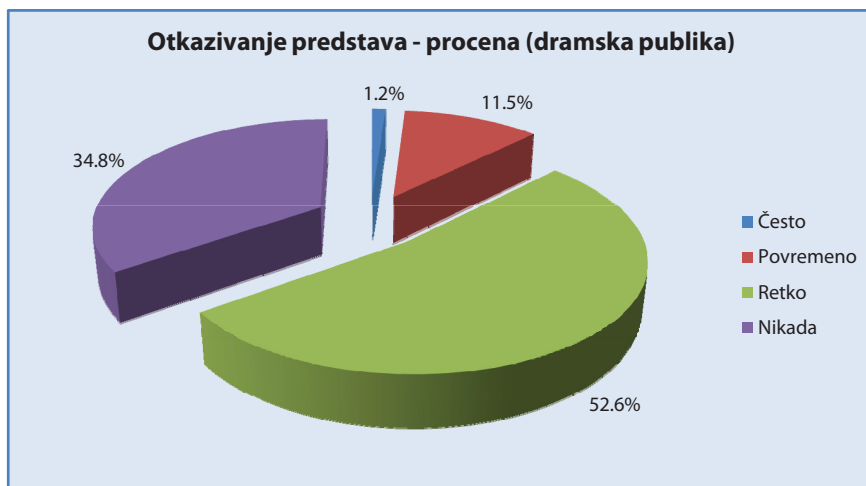
Dobijeni podaci pokazuju da profesionalna pozorišta u Srbiji imaju dobro vreme početka predstava, jer je velika većina publike (82.4 %) u potpunosti zadovoljna vremenom početka predstava, a 15.4 % delimično zadovoljno. Nezadovoljnih je statistički zanemarivih 2.1 %. Publika koja je nezadovoljna ili delimično zadovoljna vremenom početka predstava kao najbolje vreme najčešće navodi 21^h (43.6 %), pa 20^h (30.7 %), 19^h (17.6 %) i 18^h (8.1 %).¹⁷

17 Ovde treba naglasiti da smo radi lakšeg grupisanja vreme zaokruživali na pun sat, ako je bilo navedeno drugačije. Ukoliko je vreme navedeno na polovini sata zaokruživano je na viši pun sat, dok je vreme navedeno do polovine sata zaokruživano na niži pun sat.



Što se otkazivanja predstava tiče (Grafikon 22), publika je procenila¹⁸ da se to događa vrlo retko, drugim rečima, da se otkazivanje predstava u profesionalnim pozorištima u Srbiji događa relativno retko i da velikoj većini publike to ne predstavlja problem.

Grafikon 22



Ove podatke u potpunosti potvrđuje i distribucija procene učestalosti otkazivanja predstava po pozorištima (Tabela 16).

¹⁸ Dakle, radi se o proceni publike, tj. subjektivnoj proceni učestalosti svakog ispitanika.



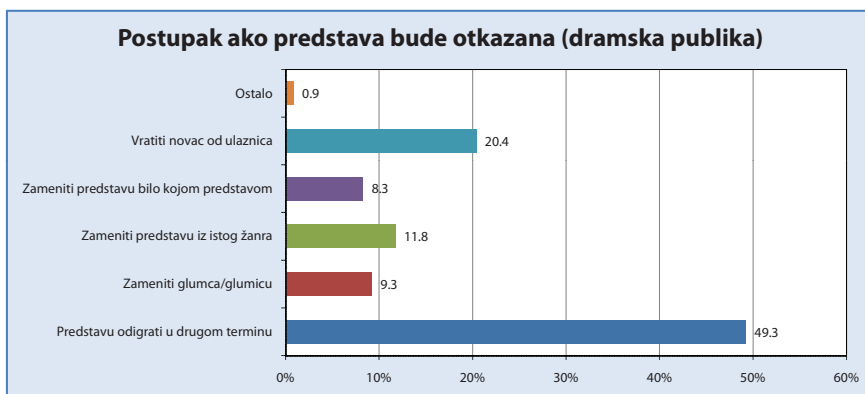
Tabela 16. Procena dramske publike o učestalosti otkazivanja predstava po pozorištima (%)

Pozorište	Mesto	Često	Povremeno	Retko	Nikada	Ukupno
Atelje 212	Beograd	0.0	9.2	53.9	36.9	100
Beogradsko dramsko pozorište	Beograd	0.0	11.1	54.2	34.7	100
BITEF teatar	Beograd	0.0	30.0	60.0	10.0	100
Jugoslovensko dramsko pozorište	Beograd	2.9	19.4	56.6	21.1	100
Opera i teatar „Madlenianum“	Beograd	0.0	12.7	52.4	34.9	100
Kraljevačko pozorište	Kraljevo	0.0	18.5	48.1	33.3	100
Kruševačko pozorište	Kruševac	1.6	7.3	46.8	44.4	100
Narodno pozorište „Bora Stanković“	Vranje	0.0	0.0	55.6	44.4	100
Šabačko pozorište	Šabac	3.1	1.0	56.7	39.2	100
Narodno pozorište „Nepszhaz“	Subotica	1.8	3.6	56.4	38.2	100
Narodno pozorište „Sterija“	Vršac	0.0	17.6	70.6	11.8	100
Narodno pozorište „Toša Jovanović“	Zrenjanin	1.4	5.7	55.7	37.1	100
Narodno pozorište Beograd	Beograd	1.2	13.2	50.8	34.9	100
Narodno pozorište Kikinda	Kikinda	0.0	6.3	50.0	43.8	100
Narodno pozorište Leskovac	Leskovac	0.0	8.6	74.3	17.1	100
Narodno pozorište Niš	Niš	5.9	27.5	41.2	25.5	100
Narodno pozorište Pirot	Pirot	0.0	0.0	52.9	47.1	100
Narodno pozorište Sombor	Sombor	3.7	14.8	59.3	22.2	100
Narodno pozorište Užice	Užice	0.0	0.0	52.9	47.1	100
Pozorište Slavija	Beograd	1.9	8.9	46.5	42.7	100
Pozorište „Ujvideki Szinhaz“	Novi Sad	0.0	9.5	52.4	38.1	100
Pozorište mladih	Novi Sad	0.0	17.1	45.7	37.1	100
Pozorište na Terazijama	Beograd	1.1	7.7	55.2	36.1	100
Pozorište „Zoran Radmilović“	Zaječar	0.0	17.1	51.4	31.4	100
Srpsko narodno pozorište	Novi Sad	0.0	23.2	46.4	30.4	100
Pozorište „Boško Buha“	Beograd	6.3	15.6	53.1	25.0	100
Zvezdara teatar	Beograd	0.0	15.7	50.6	33.7	100
Ukupno		1.2	11.5	52.6	34.8	100

Ukoliko bi se desilo da iz nekog razloga predstava bude otkazana, oko polovine publike (49.3 %) bi želelo da se predstava odigra u drugom terminu, ali bi 20.4 % želelo da im se vrati novac od ulaznice. Za zamenu predstave po nekom od kriterijuma je ukupno 29.4 % publike (Grafikon 23). To praktično znači da nešto više od dve trećine publike (69.7 %) želi da gleda baš predstavu koju je odabralo sa originalnom glumačkom ekipom, dok je nešto manje od trećine spremno da pogleda i neku drugu predstavu umesto odabrane.



Grafikon 23



Zanimljivo je da postupak usled otkazivanja predstave *ne zavisi od učestalosti poseta pozorištu* ($\chi^2 = 27.097$; $\alpha = 0.05$; $C = 0.110$; *Pearson's R* = -0.011), mada je bilo za očekivati da su redovna i potencijalna publika manje sklone kompromisnom rešenju od povremene, retke ili slučajne publike. Takođe, postupak usled otkazivanja predstave ne zavisi od socio-demografskih varijabli te možemo prihvatiti nulte hipoteze kod ovih modaliteta.



Tabela 17. Postupak ako predstava bude otkazana po pozorištima (%)

Pozorište	Mesto	Drugi termin	Zamena glumca/glumice	Zamena predstave iz istog žanra	Zamena predstave bilo kojom predstavom	Vratiti novac od ulaznica	Ostalo	Ukupno
Atelje 212	Beograd	44.6	9.8	10.9	10.4	23.3	1.0	100
Beogradsko dramsko pozorište	Beograd	48.8	7.2	9.2	5.8	27.1	1.9	100
BITEF teatar	Beograd	35.0	10.0	15.0	10.0	30.0	0.0	100
Jugoslovensko dramsko pozorište	Beograd	45.0	8.9	13.0	5.9	26.6	0.6	100
Opera i teatar „Madlenianum“	Beograd	46.3	11.1	11.1	5.6	22.2	3.7	100
Kraljevačko pozorište	Kraljevo	46.2	7.7	7.7	15.4	23.1	0.0	100
Kruševačko pozorište	Kruševac	58.5	5.1	11.0	13.6	10.2	1.7	100
Narodno pozorište „Bora Stanković“	Vranje	43.5	8.7	17.4	13.0	13.0	4.3	100
Šabačko pozorište	Šabac	53.2	4.3	7.4	14.9	19.1	1.1	100
Narodno pozorište „Nepszin haz“	Subotica	45.7	19.6	2.2	13.0	19.6	0.0	100
Narodno pozorište „Sterija“	Vršac	73.3	6.7	13.3	0.0	6.7	0.0	100
Narodno pozorište „Toša Jovanović“	Zrenjanin	63.1	10.8	12.3	1.5	10.8	1.5	100
Narodno pozorište Beograd	Beograd	45.7	9.6	13.5	7.9	23.3	0.0	100
Narodno pozorište Kikinda	Kikinda	73.8	4.8	9.5	7.1	4.8	0.0	100
Narodno pozorište Leskovac	Leskovac	85.3	5.9	0.0	0.0	8.8	0.0	100
Narodno pozorište Niš	Niš	75.0	8.3	8.3	6.3	0.0	2.1	100
Narodno pozorište Pirot	Pirot	78.1	6.3	3.1	3.1	9.4	0.0	100
Narodno pozorište Sombor	Sombor	50.0	3.8	7.7	15.4	23.1	0.0	100
Narodno pozorište Užice	Užice	66.7	6.7	13.3	6.7	6.7	0.0	100
Pozorište Slavija	Beograd	33.1	11.5	23.0	9.4	23.0	0.0	100
Pozorište „Ujvideki Szinhaz“	Novi Sad	62.9	11.4	8.6	8.6	8.6	0.0	100
Pozorište mladih	Novi Sad	42.9	11.4	20.0	11.4	14.3	0.0	100
Pozorište na Terazijama	Beograd	43.9	12.9	11.7	7.0	23.4	1.2	100
Pozorište „Zoran Radmilović“	Zaječar	55.9	2.9	14.7	11.8	14.7	0.0	100
Srpsko narodno pozorište	Novi Sad	64.2	3.8	11.3	5.7	13.2	1.9	100
Pozorište „Boško Buha“	Beograd	35.7	10.7	7.1	10.7	32.1	3.6	100
Zvezdara teatar	Beograd	35.4	17.7	11.4	8.9	25.3	1.3	100
Ukupno		49.3	9.3	11.8	8.3	20.4	0.9	100

Distribucija odgovora u odnosu na pojedina pozorišta (Tabela 17) pokazuje manja odstupanja u zavisnosti od postupka u odnosu na ukupan uzorak. Najmanje zainteresovane publike za odigravanje otkazane predstave u drugom terminu imaju beogradska pozorišta: BITEF teatar, Pozorište Slavija, Pozorište „Boško Buha“ i Zvezdara teatar. S druge strane, ova pozorišta imaju nešto više publike koja bi želela da im se vrati novac ukoliko predstava bude otkazana, što bi sugerisalo zaključak



da ova pozorišta imaju relativno manje tolerantnu publiku. Mada, treba napomenuti da bi 17.7 % publike Zvezdara teatra želelo da se zameni glumac/glumica zbog koga/je je predstava otkazana. Značajan broj publike (19.6 %) koji bi želelo da se zameni glumac/glumica zbog koga/je je predstava otkazana ima i Narodno pozorište „Nepszinhaz“ Subotica. Zanimljivo je primetiti da najmanje publike koja želi da im se vrati novac a najviše publike koja bi želela da gleda predstavu u drugom terminu imaju pozorišta van Beograda. Ovaj podatak bi se mogao posmatrati kroz činjenicu da je pozorišni život, u svakom pogledu, najrazvijeniji u Beogradu i da beogradska publika ima manju toleranciju na otkazivanje predstava jer ima veći izbor pozorišta i predstava. S druge strane, publika van Beograda ima manji izbor predstava i, osim Novog Sada, samo jedno pozorište, pa je njihova tolerancija u slučaju otkazivanja predstava mnogo veća.

4.6 Karte (ulaznice)

U poslednjem delu upitnika nalazio se set pitanja o načinu nabavke karata, proceni visine cena i realnoj ceni.¹⁹ Na kraju, zanimalo nas je koliki uticaj ima cena karata za pozorišne predstave na broj predstava koje publika želi da pogleda (učestalost odlaska u pozorište).

S obzirom na to da je većina publike kod odgovora o načinu nabavke karata zaokružila više od jedne opcije iako je u pitanju tražena najčešća, odlučili smo da ovo pitanje kodiramo kao multipli odgovor (najviše tri načina). Procentualne strukture multiplih odgovora date su u grafikonu 24 i tabeli 18.

19 Ovde treba još jednom naglasiti da se radi o *proceni publike* na osnovu njihovih sopstvenih kriterijuma u koje nismo ulazili. U razmatranju ove problematike nismo se upuštali u pokušaj određivanja „realne“ cene karata, niti u procenu kriterijuma i načina određivanja cene karte svakog pozorišta jer to nije bio jedan od ciljeva istraživanja.

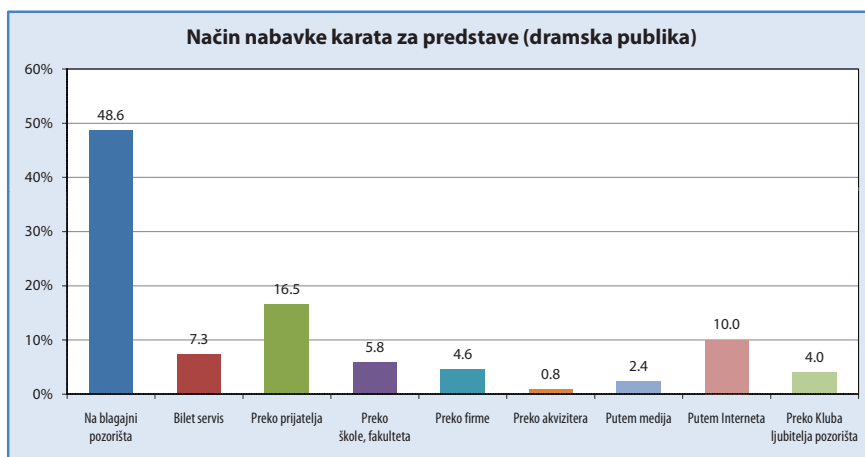


Tabela 18

Način nabavke karata za predstave (dramska publika)	Procenat	Procenat slučajeva
Na blagajni pozorišta	48.6%	55.6%
Bilet servis	7.3%	8.3%
Preko prijatelja	16.5%	18.8%
Preko škole, fakulteta	5.8%	6.6%
Preko firme gde sam zaposlen/a	4.6%	5.3%
Preko akvizitera	0.8%	1.0%
Putem medija	2.4%	2.7%
Putem Interneta	10.0%	11.4%
Preko kluba ljubitelja pozorišta	4.0%	4.6%

Najviše publike karte nabavlja na blagajni pozorišta, a zatim „preko prijatelja“ i putem Interneta. Ostali načini zastupljeni su ispod deset procenata (Grafikon 24). Kod 55.6 % publike se među prva tri izdvaja blagajna pozorišta, ali se kod 18.8 % ispitanika među prva tri nalazi i način nabavke „preko prijatelja“.

Grafikon 24



Ako smo i očekivali da najviše publike kupuje karte na blagajni pozorišta, malo iznenađenje predstavlja podatak da se način po učestalosti „preko prijatelja“ nalazi odmah iza blagajne pozorišta. Naravno, nije lako objasniti ovaj nalaz ako se ima u vidu da naš instrument (štampani upitnik sa većinom zatvorenih pitanja) nije mogao da „uhvati“ detaljnije (tzv. dubinske) informacije o ovom načinu nabavke karata, te se nećemo



upuštati u analize koje nismo u stanju empirijski i statistički potkrepiti. Što se Interneta kao načina nabavke karata tiče, tu je situacija nešto jasnija. S obzirom na to da mogućnost kupovine i, posebno, plaćanja preko Interneta u našoj zemlji još nije dovoljno razvijena, pretpostavljamo da se ovde radi o eventualnoj mogućnosti rezervacije karata preko Interneta. S druge strane, relativno veliki procenat publike koji „nabavlja“ karte preko Interneta nije iznenađenje ako se uzmu u obzir podaci o načinu informisanja o repertoaru pozorišta gde je Internet najčešći način informisanja o repertoaru pozorišta (Grafikon 9, Tabele 10 i 11).

Uzimajući u obzir sve podatke vezane za Internet, možemo zaključiti da će ovaj način komunikacije između pozorišta i publike imati konstantan trend rasta i razvoja, tako da pozorišta, ako žele da imaju dobru komunikaciju sa publikom, moraju konstantno razvijati svoje Internet resurse. Ovde se prvenstveno misli na Internet prezentacije koje bi trebalo da sadrže detaljne informacije o repertoaru, zaposlenima, ansamblu, zatim, mogućnost rezervacije (kasnije i mogućnost kupovine) karata za predstave, forume i *mail* liste (mogućnost prijavljivanja na listu radi redovnog dobijanja informacija elektronskom poštom ili SMS porukama na mobilne uređaje).

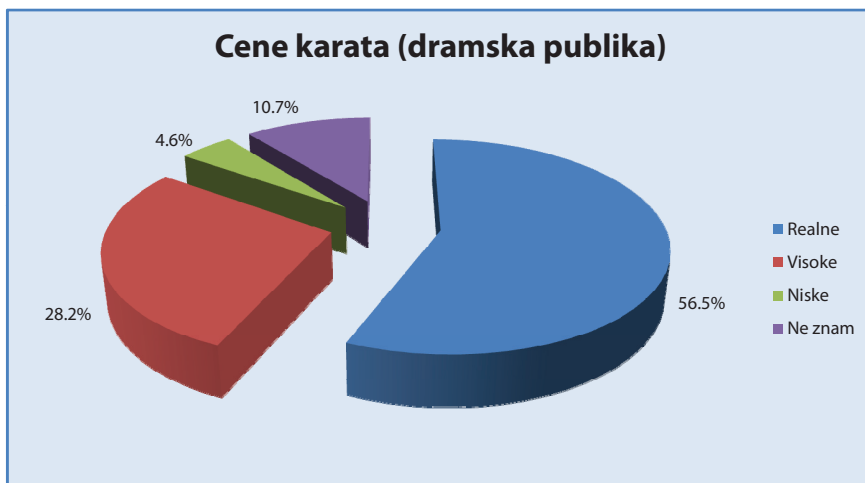
Inače, kod načina nabavke karata nema značajnijih razlika u odnosu na pol, ali se kod struktura po godinama uočava nešto veći broj mlađe publike koja „nabavlja“ preko Interneta, dok je način „preko prijatelja“ nešto zastupljeniji kod starije publike.

Kao što smo očekivali redovna i potencijalna redovna pozorišna publika najčešće kupuje karte na blagajni pozorišta, dok se kod najbrojnije povremene publike uočava trend povećanog učešća Interneta za „nabavku“ karata. Kod retkih i slučajnih posetilaca povećava se učešće nabavke „preko prijatelja“.

Više od polovine publike dramskih predstava (56.5 %) profesionalnih pozorišta u Srbiji smatra da su sadašnje cene karata realne, dok ih 28.2 % smatra visokim, ali imamo i 4.6 % publike koja cene karata smatra niskim, uz 10.7 % neodlučnih (Grafikon 25).



Grafikon 25



Najveći broj neodlučnih je kod najmlađe publike, dok je najveći broj publike koji cene smatra visokim iz najbrojnije starosne grupe od 19 do 30 godina, ali bez značajnijih korelacija ($\chi^2 = 28.360$; $\alpha = 0.05$; $C = 0.109$; Pearson's $R = -0.038$).



Tabela 19. Procene cene karata po pozorištima (%)

Pozorište	Mesto	Realne	Visoke	Niske	Ne znam	Ukupno	Cena karte (din)
Atelje 212	Beograd	49.8	41.1	2.4	6.8	100	800-1000
Beogradsko dramsko pozorište	Beograd	62.0	27.3	1.4	9.3	100	400-700
BITEF teatar	Beograd	60.0	25.0	5.0	10.0	100	400
Jugoslovensko dramsko pozorište	Beograd	45.1	42.2	1.2	11.6	100	100-1000
Opera i teatar „Madlenianum“	Beograd	47.6	41.3	3.2	7.9	100	400-1300
Kraljevačko pozorište	Kraljevo	71.4	3.6	10.7	14.3	100	250-300
Kruševačko pozorište	Kruševac	64.8	15.2	2.4	17.6	100	180-300
Narodno pozorište „Bora Stanković“	Vranje	74.1	3.7	14.8	7.4	100	100
Šabačko pozorište	Šabac	62.9	21.6	6.2	9.3	100	400
Narodno pozorište „Nepszin haz“	Subotica	86.8	3.8	3.8	5.7	100	300-500
Narodno pozorište „Sterija“	Vršac	58.8	0.0	0.0	41.2	100	100-350
Narodno pozorište „Toša Jovanović“	Zrenjanin	72.1	2.9	11.8	13.2	100	250
Narodno pozorište Beograd	Beograd	53.6	30.9	4.4	11.1	100	100-800
Narodno pozorište Kikinda	Kikinda	74.5	10.6	10.6	4.3	100	150-200
Narodno pozorište Leskovac	Leskovac	77.1	22.9	0.0	0.0	100	300
Narodno pozorište Niš	Niš	60.8	29.4	0.0	9.8	100	500
Narodno pozorište Pirot	Pirot	57.6	0.0	42.4	0.0	100	200-400
Narodno pozorište Sombor	Sombor	29.6	29.6	11.1	29.6	100	300-400
Narodno pozorište Užice	Užice	64.7	0.0	17.6	17.6	100	200-300
Pozorište Slavija	Beograd	46.5	35.2	3.8	14.5	100	600-1000
Pozorište „Ujvideki Szinhaz“	Novi Sad	69.8	4.7	14.0	11.6	100	400-500
Pozorište mladih	Novi Sad	60.0	20.0	2.9	17.1	100	400
Pozorište na Terazijama	Beograd	52.4	34.8	2.1	10.7	100	600-1000
Pozorište „Zoran Radmilović“	Zaječar	63.9	13.9	8.3	13.9	100	100-150
Srpsko narodno pozorište	Novi Sad	65.5	20.0	3.6	10.9	100	500-1400
Pozorište „Boško Buha“	Beograd	40.6	50.0	3.1	6.3	100	300-900
Zvezdara teatar	Beograd	42.9	48.4	3.3	5.5	100	800-1200
Ukupno		56.5	28.2	4.6	10.7	100	

Cene karata²⁰ za dramske predstave u Srbiji kreću se u velikom rasponu od 100 do 1.400 dinara.²¹ Kao i što smo očekivali cene karata za dramske predstave su u proseku znatno više u beogradskim pozorištima u odnosu na pozorišta van glavnog grada (Tabela 19), te ove podatke treba imati

20 Podatke o ceni karata u pozorištima prikupila saradnik Dušica Milovanović iz Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka, Beograd, koristeći zvanične Internet prezentacije pozorišta ili telefonski kontakt ako na prezentaciji nije bilo podataka o cenama. Cene karata su prikupljene zaključno sa 12.02.2010. godine.

21 Ovde moramo naglasiti da cene karata prvenstveno zavise od kvaliteta mesta u sali, zatim zavise od toga da li se radi o premijeri i da li se radi o gostujućoj predstavi ili je predstava ansambla pozorišta. Takođe, cene karata zavise i od toga da li se radi o kartama namenjenim posebnim grupama, npr: učenici, studenti, kolektivne posete i slično.



u vidu prilikom elaboracije rezultata procene cena karata. Posebno treba imati u vidu činjenicu da je publika pozorišta van Beograda i pored znatno nižih cena karata u najvećem procentu te cene procenila kao realne. Najvažniji razlog ovakvom rezultatu treba, svakako, tražiti u ekonomskom položaju (životni standard) publike van Beograda. Nije potrebno posebno naglašavati da je ekonomski položaj beogradske publike povoljniji, što uzrokuje mogućnost da se više sredstava iz ličnog ili kućnog budžeta može izdvojiti za zadovoljavanje potreba iz oblasti kulture. S druge strane, pored ekonomskog razloga, publika van Beograda ima i znatno manji izbor predstava u ponudi da bi stekla naviku da odvoja više sredstava za odlazak u pozorište. U vezi s tim, treba naglasiti da smo kroz komentare publike (videti poglavlje *Komentari publike* na kraju teksta) stekli utisak da bi publika van Beograda želela više (češće) kvalitetnijih predstava, posebno premijera i više gostovanja (gostujućih predstava, posebno beogradskih pozorišta) i da su u tom slučaju spremni da plate i više cene karata.

Beogradska pozorišta Atelje 212, Jugoslovensko dramsko pozorište, „Madlenianum“, „Boško Buha“, Zvezdara teatar (svi preko 40 % publike) i delimično Pozorište na Terazijama (34.8 %) imaju najviše publike koja smatra da su cene karata visoke. Najviše, nešto manje od polovine, ovog dela publike (49.3 %) smatra da bi cena karte trebalo da bude 500 dinara, dok 29.1 % smatra da cena treba da bude 300 dinara a 15.7 % oko 400 dinara.

Kao što smo rekli, iako su u unutrašnjosti cene karata relativno niske, većina publike tih pozorišta ih smatra realnim, ali imamo i pozorišta gde ih statistički značajan procenat publike, u odnosu na procenat celog uzorka, smatra niskim, kao što su: Kraljevačko pozorište, Narodno pozorište „Bora Stanković“, Narodno pozorište „Toša Jovanović“, Narodno pozorište Kikinda, Narodno pozorište Sombor, Narodno pozorište Užice, Pozorište „Ujvideki Szinhaz“ i naročito Narodno pozorište Pirot (Tabela 19). Identičan procenat ovog dela publike (po 32.4 %) smatra da bi cene karte trebalo da budu 500 i 1.000 dinara, dok ih 21.1 % smatra da bi trebalo da budu 300 dinara, a 14.1 % oko 400 dinara.

Generalno posmatrano, onaj deo publike koji smatra da cene karata nisu realne, bez obzira da li su niske ili visoke, u proseku smatra da bi njihova cena treba da bude oko 500 dinara.



Tabela 20. Učestalost poseta pozorištu u odnosu na procenu cene karata (%)

Učestalost poseta/cene karata	Procena cene karata za dramske predstave				Ukupno
	Realne	Visoke	Niske	Ne znam	
Vrlo često	56.4	23.8	8.8	11.0	100.0
Često	62.1	25.8	4.5	7.7	100.0
Povremeno	57.3	29.1	3.1	10.6	100.0
Retko	46.7	34.7	4.1	14.5	100.0
Vrlo retko	39.2	34.0	5.2	21.6	100.0
Ukupno	56.5	28.2	4.6	10.7	100.0

Pearson $\chi^2 = 65.190$; $\alpha = 0.05$; $C = 0.163$; Pearson's $R = -0.076$

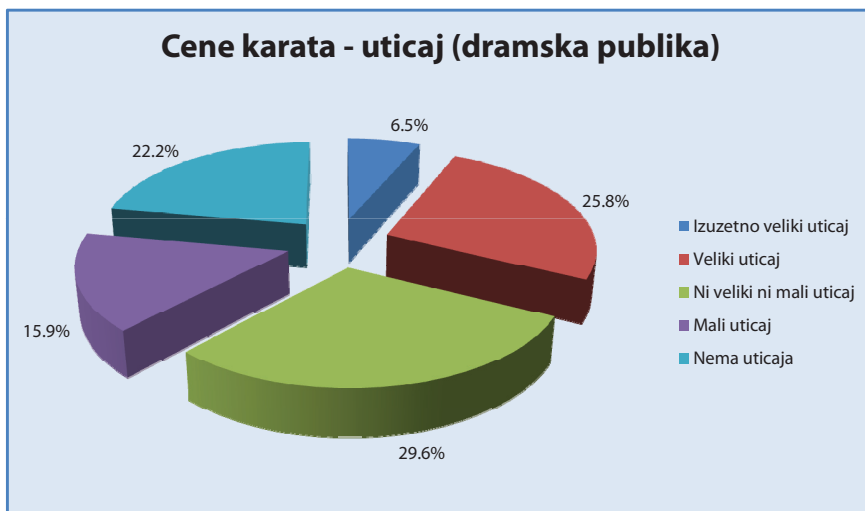
Više od polovine redovne pozorišne publike smatra da su cene karata realne, ali imamo i 23.8% redovne publike koja ih smatra visokim i to je uglavnom deo redovne publike beogradskih pozorišta u kojima su cene i najviše. Kod potencijalno redovne publike procenat publike koji smatra da su cene karata realne je još veći nego kod redovne (62.1 %), ali je veći i procenat onih koji karte smatraju skupim. Kod najbrojnije, povremene, publike, takođe, više od polovine smatra da su cene realne, ali i 29.1 % ih smatra visokim što je nešto više od procenta na nivou celog uzorka. Kod retkih i slučajnih posetilaca pozorišta opada procenat koji smatra da su cene karata realne a povećava se broj onih koji smatraju da su visoke, ali u ovim grupama imamo i značajan broj neodlučnih, posebno kod slučajnih posetilaca, što je bilo i očekivano s obzirom na učestalost odlaska u pozorište.

Međutim, iako je statistička analiza pokazala da postoji određena korelacija između ovih modaliteta, jačina veze između njih je mala, pa možemo zaključiti da je, ipak, potvrđena hipoteza da cene karata *značajno ne utiču* na učestalost odlaska u pozorište, što je u skladu sa podacima iz tabele 8 gde su visoke cene karata tek na petom mestu po rangui kao razlog za retke posete pozorištu.

Delimičnu potvrdu ovih nalaza imamo i kod distribucije odgovora na direktno pitanje da procene koliki uticaj ima cena karata za pozorišne predstave na broj predstava koje žele da pogledaju. Rezultati su pokazali (Grafikon 26) da najveći broj (29.6 %) nije mogao da proceni i dve trećine njih dolazi iz grupe koja je cene karata ocenila realnim, dok je ukupno 32.3 % procenilo da ima veliki uticaj što se delimično poklapa sa onom grupom publike koja je procenila cene karata visokim (28.2 %) jer najveći broj publike dolazi iz ove grupe.



Grafikon 26



U grupama koje su uticaj cene karata na učestalost odlaska u pozorište ocenili malim ili da ga uopšte nema, naravno, dominiraju oni koji su cene karata ocenili realnim (oko 70%). Dakle, ona grupa koja je cene karata ocenila realnim je ili neodlučna oko procene njihovog uticaja na učestalost poseta ili je taj uticaj mali ili ne postoji. Kod grupe koja je cene karata ocenila visokim, njihov uticaj je veliki ili izuzetno veliki, dok kod onih koji su ocenili cene karata niskim to uopšte nema uticaja na njihovu učestalost poseta pozorištu.



5 Zaključak

S obzirom na to da je jedan od prvih i najvažnijih ciljeva istraživanja *Pozorišna publika u Srbiji* bio i deskripcija svih relevantnih socio-demografskih karakteristika dramske publike profesionalnih pozorišta, rezultati su pokazali da u polnoj strukturi dramske publike **dominiraju žene sa skoro dve trećine, dok su muškarci zastupljeni sa nešto više od trećine**, te se može konstatovati da odlazak u pozorište na dramske predstave predstavlja važniji način provođenja slobodnog vremena ženske populacije koja svoje slobodno vreme provodi na aktivan način. **Najviše publike je između 19 i 30 godina starosti** a najmanje preko 65 godina starosti. S obzirom na to da publike uzrasta između 31 i 45 godina ima značajnih 27.1 %, vidimo da skoro dve trećine (65.3 %) publike dramskih predstava ima između 19 i 45 godina. **Najveći broj publike ima visoku stručnu spremu** (43.1 %), dok sa srednjom školom imamo 27.7 % i višom 11.7 %. Publike sa magistraturom imamo 7.6 %. Ostali nivoi obrazovanja pojedinačno su zastupljeni sa manje od tri procenta. Što se zanimanja publike tiče, očekivano, **najviše je stručnjaka** i studenata. Dakle, može se konstatovati da su **sociodemografska obeležja važan izvor varijacije učestalosti poseta pozorištu**. Takođe, potvrđena je polazna hipoteza da najveći broj dramske publike profesionalnih pozorišta u Srbiji ima visoku stručnu spremu, i da se može prognozirati da će se trend povećanja broja publike sa visokom stručnom spremom kontinuirano nastaviti.

Uzimajući u obzir sve sociodemografske karakteristike, **prosečan posetilac** dramskih predstava profesionalnih pozorišta u Srbiji je **žena između 19 i 30 godina starosti sa visokom stručnom spremom, stručnjak iz urbane sredine, koja svoje slobodno vreme provodi na aktivan način**.

Dramska publika profesionalnih pozorišta u Srbiji **ima izrazito aktivan način korišćenja slobodnog vremena** jer raspoloživu količinu slobodnog vremena najčešće koristi kombinujući posete nekoj od institucija kulture, posete prijateljima i za čitanje knjiga, pisanje, slikanje i sl. Veoma je značajan podatak da je samo 2.4 % publike navelo da nema dovoljno slobodnog vremena, što nam potvrđuje da osobe sa **višim nivoima obrazovanja imaju razvijeniju strukturu potreba sa profilisanim interesovanjima u domenu zadovoljavanja kulturno-umetničkih potreba i da odvajaju dovoljno slobodnog vremena za**



ove aktivnosti, dok se sa smanjenjem nivoa obrazovanja povećavaju pasivniji načini korišćenja slobodnog vremena.

Ispitivanje učestalosti poseta dramskim predstavama profesionalnih pozorišta s ciljem kategorizacije dramske publike, pokazalo je da najveći broj publike profesionalnih pozorišta čine povremeni posetioци pozorišta (37.0 %) u prosečnom intervalu od jednom do dva puta tromesečno. Ovu grupu smo odredili kao **klasičnu povremenu publiku** za koju smo i pretpostavljali da je najbrojnija. Međutim, 30.2 % publike odlazi u pozorište jednom do dva puta mesečno i ovu grupu smo odredili kao **potencijalnu redovnu publiku**, tj. iz ove grupe treba očekivati buduće redovne posetioce pozorišta. Onu grupu koja u pozorište dolazi jednom ili više puta nedeljno (15.3 %) odredili smo kao **redovnu dramsku publiku**. Publiku koja u pozorište dolazi samo dva do tri puta godišnje (13.4 %) odredili smo kao **retku publiku**, i publiku koja u pozorište dolazi jednom godišnje (4.1 %) odredili smo kao **slučajnu publiku**. Grupnim posmatranjem skale učestalosti po liniji često – retko, dobijamo da se 45.5 % publike nalazi u gornjem delu skale sa većom učestalosti poseta pozorištu. Posebno je značajna grupa koja često posećuje pozorišne predstave, koju smo odredili kao potencijalno redovnu dramsku publiku. S obzirom na to da trenutnu situaciju u društvu karakteriše vrednosna dezorijentacija u svim društvenim sferama, pa i u oblasti kulture, postojanje ovakve, relativno velike, grupe potencijalno redovne dramske publike znači da **profesionalna pozorišta u Srbiji imaju prostora da unapređenjem svoga rada i komunikacije sa publikom obezbede bolju posećenost**. Dakle, **profesionalna pozorišta u Srbiji mogu da računaju na prosečno 15 % redovne publike, ali i na duplo više potencijalno redovne publike kao „rezervoara“ iz koga bi se mogla obezbediti veća i stabilnija posećenost**.

Jedan od ciljeva istraživanja bio je i utvrđivanje faktora koji najviše utiču na učestalost odlaska u pozorište, uz pokušaj izolovanja dominantnog faktora ili sistema faktora. Rezultati su pokazali da publika sa većom učestalosti poseta pozorištu kao najvažnije razloge navodi da *voli da gleda pozorišne predstave*, zatim *zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe* i tek kao treći faktor *kvalitetan repertoar*. S obzirom na to nije potvrđena hipoteza da je najznačajniji faktor koji utiče na učestalost odlaska u pozorište zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe, ali jeste hipoteza da zbog heterogenosti i složenosti faktora koji utiču na odlazak u pozorište **nije moguće izdvojiti sistem faktora sa zajedničkom**



osnovom. S druge strane, publika koja retko posećuje pozorište, kao najvažnije razloge je navela *nedostatak slobodnog vremena, porodične i životne uslove i nedostatak interesovanja*. Nedostatak slobodnog vremena nalazi se kod skoro polovine publike iz ove grupe (44.9 %) među prva tri razloga. Ukupna struktura razloga za retke posete pozorištu pokazuje da su svi značajni razlozi vezani za socio-ekonomsku i vrednosnu sferu čovekovog života, dok su razlozi vezani direktno za pozorište (repertoar, enterijer, vreme početka predstava) znatno manje zastupljeni. Dakle, rezultati istraživanja pokazali su da **najvažniji razlozi za retke posete pozorištu nisu direktno vezani za rad pozorišta i njegove karakteristike, nego za društveno ekonomske uslove u kojima publika egzistira i dominantne vrednosne orijentacije u društvu.**

Ispitivanje odnosa publike prema pozorištu kroz način informisanja o radu pozorišta i stavove o radu pozorišta u domenu repertoara pokazalo je da se **najveći broj publike o repertoaru pozorišta informiše putem Interneta i preporukom od strane prijatelja**. Klasični načini informisanja putem oglasnog prostora u pozorištu i dnevne štampe su još značajno zastupljeni, mada je primetan trend njihove stagnacije sa tendencijom daljeg opadanja srazmerno povećavanju savremenih načina informisanja putem informacionih tehnologija. Radio džinglovi i TV spotovi ubedljivo su najređi način informisanja o repertoaru pozorišta, jer ih nema u dovoljnoj meri, iz razloga što je reklamni prostor u elektronskim medijima, posebno u boljim terminima, skup u odnosu na trenutne finansijske mogućnosti svih pozorišta u Srbiji. Takođe, mala zastupljenost načina informisanja preko emisija o kulturi na radiju i TV, govori u prilog činjenici da **na našim elektronskim medijima nema dovoljno emisija o kulturi uopšte, pa ni o pozorišnom životu.**

I pored toga što pretraživanje Interneta nije jedan od dominantnijih načina korišćenja slobodnog vremena dramske pozorišne publike, Internet je najčešći način informisanja o repertoaru pozorišta posebno kod najbrojnije beogradske publike, što navodi na zaključak da **većina pozorišne publike koristi Internet ciljno za informisanje** (odlazak na određene linkove sa traženim informacijama) a ne za pretraživanje u smislu korišćenja slobodnog vremena. S druge strane, ovi podaci govore da je **postojanje kvalitetne Web (Internet) prezentacije pozorišta apsolutno neophodno ukoliko pozorište želi da prati trendove u načinu komunikacije i informisanja u savremenom informatičkom društvu.**



Dakle, u potpunosti je potvrđena hipoteza da **Internet postaje dominantan način informisanja o repertoaru i radu pozorišta**. Posebno se to odnosi na beogradska pozorišta. Značajan broj publike se o radu (najčešće repertoaru) pozorišta informiše preko prijatelja i poznanika (preporuka za predstavu) što je zastupljenije u pozorištima van Beograda. Klasični načini informisanja (oglasni prostor i dnevna štampa) imaju trend opadanja, ali su još uvek na statistički značajnom nivou.

Međutim, ispostavilo se da je čak **polovina pozorišne publike samo delimično upoznata sa repertoarom pozorišta**, dok je nešto više od trećine upoznato sa repertoarom. I pored toga, ukupno **59.5 % publike koja je upoznata sa repertoarom (delimično ili potpuno) je zadovoljno kvalitetom repertoara**, ali zbog relativno slabe veze između ovih modaliteta možemo konstatovati da nije potvrđena hipoteza da postoji *značajna* povezanost između repertoara pozorišta (zadovoljstvo repertoarom) i učestalosti dolaska u pozorište.

Što se strukture repertoara po žanrovima tiče, **najveće interesovanje publike je za komedije i drame**. Interesovanje za komedije je tradicionalno visoko, ali se uočava **rast interesovanja za savremene komedije i savremene drame a posebno za mjuzikle**. Detaljnijom analizom interesovanja za dela prema autorima i povećanog interesovanja za savremena dela, utvrđeno je da je **publika zainteresovanija za savremena dela domaćih autora**.

Komedije su nešto popularnije kod mlađe publike, a drame više voli starija publika, dok je interesovanje za mjuzikle podjednako zastupljeno u svim starosnim grupama. Dakle, potvrđen je deo hipoteze da su komedija i drama omiljeni žanrovi publike u Srbiji, ali nije potvrđen deo hipoteze da će ostali žanrovi imati trend opadanja jer rezultati su pokazali da se pojavljuje konstantan trend rasta interesovanja za mjuzikle i savremene drame i komedije.

Praćenje pozorišne kritike, kao izuzetno važnog dela pozorišnog života, kod dramske publike profesionalnih pozorišta nije naročito razvijeno, **jer više od polovine dramske publike retko ili nikada ne prati pozorišnu kritiku**, a tek povremeno je prati trećina publike. Slaba učestalost praćenja pozorišne kritike je srazmerna njenom uticaju na stavove i odnos prema repertoaru pozorišta ili pojedinim predstavama, pa stoga ne treba da čudi i podatak da čak 91.2 % publike nema nekog određenog pozorišnog kritičara čije kritike želi da pročita. S obzirom na to nameće se veoma jasan zaključak da je **pozorišna kritika izrazito**



nerazvijen segment pozorišnog života i njen uticaj je izuzetno nizak a, samim tim, i njena funkcija posredništva između predstave i publike, s jedne strane, i edukativna funkcija, sa druge strane, ne ostvaruju se na zadovoljavajućem nivou.

Ispitivanje odnosa publike prema pozorištu kroz odnos prema vremenu početka predstava pokazalo je da **profesionalna pozorišta u Srbiji imaju dobro vreme početka predstava**, jer je velika većina publike (82.4 %) u potpunosti zadovoljna vremenom početka predstava, a tek 15.4 % delimično zadovoljno. Takođe, **otkazivanje predstava u profesionalnim pozorištima u Srbiji događa se relativno retko i velikoj većini publike to ne predstavlja problem**.

Što se cena ulaznica za dramske predstave tiče, **više od polovine publike dramskih predstava profesionalnih pozorišta u Srbiji smatra da su sadašnje cene karata realne**, dok ih 28.2 % smatra visokim, ali imamo i 4.6 % publike koja cene karata smatra niskim, uz 10.7 % neodlučnih. Cene karata za dramske predstave su u proseku znatno više u beogradskim pozorištima u odnosu na pozorišta van glavnog grada. Generalno posmatrano, onaj deo publike koji smatra da cene karata nisu realne, bez obzira da li su niske ili visoke, u proseku smatra da njihova **cena treba da bude oko 500 dinara**. I pored postojanja određene korelacije između ovih modaliteta, jačina veze između njih je slaba, pa možemo zaključiti da je, ipak, potvrđena hipoteza da cene karata **značajno ne utiču na učestalost odlaska u pozorište**, što je u skladu sa podacima da su visoke cene karata tek na petom mestu po rangu kao razlog za retke posete pozorištu.

Na kraju, nadamo se da će rezultati ovog istraživanja, koji su dali osnovne informacije o strukturi dramske pozorišne publike i njenom odnosu prema profesionalnim pozorištima, biti od koristi, prvenstveno pozorištima i pozorišnim radnicima, ali i istraživačima kao podsticaj za dalja istraživanja ovog veoma važnog segmenta kulturnog života. U situaciji evidentnog nedostatka istraživanja ove vrste, rezultati ovakvih istraživanja mogu da doprinesu boljem sagledavanju položaja i perspektive pozorišnih kuća u našoj kulturnoj i društvenoj stvarnosti.



6 Komentari publike²²

- *Narodno pozorište Beograd*
 - Muškarac, 31 do 45 godina: Molio bih da gospođe koje dolaze u pozorište sa natapiranom kosom sede u poslednjim redovima ili da budu izbačene iz istog;
 - Žena, 46 do 65 godina: Adaptirati higijenski prostor u pozorištu;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: NP bi trebalo da uvaži popust od 30 putem kartice „premijera“ i za mesta na prvoj galeriji. Karte su generalno skupe;
 - Žena, 46 do 65 godina: Trebalo bi uvesti kodeks oblačenja i ponašanja za publiku. Kašnjenje publike i predstave je nedopustivo;
 - Žena, 19 do 30 godina: Publika je neadekvatno obučena;
 - Muškarac, 46 do 65 godina: Publika bi morala biti lepše obučena za pozorište;
 - Žena, 46 do 65 godina: Forsirati srpsko pozorište i glumu, iako sam jako zadovoljna inostranim repertoarom;
 - Muškarac, 46 do 65 godina: Uticati da klasični repertoar ne bude improvizacija na naš način, već predstave odigrati na svetski način – precizno;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Po mom mišljenju, i ostala pozorišta trebala bi da uvedu studentske karte pola sata pre predstave kako bi one bile dostupne većem broju ljudi a time bi i pomogle da ljudi češće posećuju predstave;
 - Žena, 46 do 65 godina: WC je velika bruka u pozorištu;
 - Žena, 31 do 45 godina: Toaleti u NP su bruka i sramota (samo jedan i mali);
 - Muškarac, 46 do 65 godina: Naša pozorišta su odlična. Imamo dobre glumce, reditelje, scenografe, koreografe itd;
 - Žena, 19 do 30 godina: Trebalo bi da se pozorište više populariše po fakultetima i školama uz besplatne karte i karte sa popustom;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Predlažem da se uz svaku kupljenu kartu dobije flajer sa informacijama o predstavi;
 - Žena, 19 do 30 godina: Kad se uzimaju studentske karte, da grupa studenata koja dolazi zajedno dobije mesta jedna pored drugih;

²² Komentari publike su navedeni u originalu uz minimalne stilske korekcije.



- Žena, 19 do 30 godina: Više gostovanja predstava i pozorišta iz Beograda u unutrašnjosti s ciljem decentralizacije kulturnog života u Srbiji;
 - Žena, 19 do 30 godina: Toaleti na III galeriji su izuzetno loši;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Toaleti!!!;
 - Žena, 19 do 30 godina: Više komedija i savremenih tekstova. Dramaturzi i tekstopisci neka budu mlađi ljudi;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Izuzetno cjenim i volim predstave Narodnog pozorišta. Naročito mi se sviđa što su karte pristupačne studentima i što mogu pogledati predstave a da ne razmišljam o parama. Hvala vam puno;
 - Žena, 19 do 30 godina: Rado bih vam se zahvalila na veoma pristupačnim cenama za nas studente, što nije slučaj sa ostalim predstavama u drugim pozorištima. Veliki pozdrav;
 - Muškarac, 31 do 45 godina: Osoblje je veoma ljubazno i predusretljivo prema posetiocima.
- *Atelje 212 Beograd*
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Trebalo bi napraviti parking;
 - Žena, 46 do 65 godina: Nižim cenama obezbediti veći broj publike, raznih struktura. Većim brojem odlazaka u pozorište čovek se veže za pozorište pa je u stanju da plati i više nego što može. Problem su niske plate i penzije a ne ljubav prema umetnosti, odnosno pozorištu;
 - Žena, 31 do 45 godina: Cene ulaznica su visoke. Atelje 212 ima najbolje predstave;
 - Muškarac, 46 do 65 godina: Potrebno je prikazivati više komada naših pisaca. Takođe, potreban je „agresivniji“ pristup pozorišta u svim medijima;
 - Žena, 31 do 45 godina: Na žalost, u svakodnevnom životu smo preplavljeni scenama kriminala i svakom vrstom izopačenosti. Poštedite nas toga u večernjem terminu kad tražimo zabavu;
 - Žena, 46 do 65 godina: Volela bih da ponuda pozorišnih predstava bude mnogo veća preko zastupnika u firmama;
 - Žena, 46 do 65 godina: Pozdravljam rad i koncepciju za ovu sezonu u Ateljeu 212 gospodina Kokana Mladenovića.
 - *Pozorište na Terazijama Beograd*
 - Žena, 46 do 65 godina: Ako poželite da budete srećni, ovo pozorište je pravo mesto gde treba da dođete. Uvek iz njega izađem pune duše;



- Muškarac, 19 do 30 godina: Mogućnost rezervacije i kupovine preko Interneta nije data. Glupo je čekati po 45 minuta u redu za karte;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Niske cene karte treba shvatiti uslovno, jer postoji stalna publika kojoj treba omogućiti „loyalty“ programe, a povremenoj publici kojoj cilj nije razvijanje i zadovoljavanje kulturnih potreba, cenu treba povisiti, za određene programe;
 - Muškarac, 31-45 godina: Uvesti kartice za popust i na blagajne pozorišta, da budu pristupačnije kada ih ima;
 - Žena, 19 do 30 godina: Uvesti popust za studente i mogućnost rezervacije preko interneta;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Uvesti mogućnost rezervacije preko interneta;
 - Žena, 19 do 30 godina: Uspostaviti saradnju sa fakultetima, kako bi studenti dobijali karte po 300-400 dinara, i kupovali ih na fakultetu. Neke predstave staviti da igraju od 19^h, jer je komplikovan prevoz iz prigradskih naselja.
- *Narodno pozorište „Sterija“ Vršac*
 - Muškarac, 46 do 65 godina: Trebalo bi da se dobre i kvalitetne predstave mogu gledati češće i van festivala „Vršačka pozorišna jesen“, čak i po višim cenama;
 - Muškarac, 31 do 45 godina: Treba zaposliti mlađe glumce. Pozorišni klub je odličan.
 - *Pozorište `Ujvideki Szinhaz` Novi Sad*
 - Žena, 31 do 45 godina: Trebalo bi renovirati toalete;
 - Žena, 46 do 65 godina: Želela bih da gledam predstave i vikendom.
 - *Beogradsko dramsko pozorište Beograd*
 - Muškarac, 31 do 45 godina: Trebalo bi da bude što više kvalitetnih i dobrih predstava sa dosta muzike i smeha, jer u ovim sumornim vremenima narod treba oraspoložiti i nasmejati;
 - Žena, 46 do 65 godina: Imam veoma lepu saradnju sa blagajnom pozorišta. Osoblje je ljubazno, predstave kvalitetne. Odlazak u BDP je doživljaj;
 - Žena, od 19 do 30 godina: Veća popularizacija pozorišta kao institucije i približavanje mlađim generacijama;
 - Muškarac, od 31 do 45 godina: Što više reklamirati u medijima pozorišne predstave;



- Žena, 31 do 45 godina: Više popularisanja predstava putem medija, hronike, pregledi, komentari. Više saradnje sa školama i radnim organizacijama;
 - Muškarac, od 46 do 65 godina: Programi i karte treba budu na ćirilici;
 - Žena, 31 do 45 godina: Trebalo bi da bude više predstava iz bivših republika, naročito Hrvatske i Slovenije;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Ponudite „last minute“ i popuste za određene predstave ili određenu grupu posetilaca (mladi, studenti, nezaposleni...);
 - Žena, 46 do 65 godina: Uvesti neki dan, npr. prvi ponedeljak u mesecu gde bi karte bile znatno jeftinije nego obično, što bi učinilo publiku zadovoljnom, a poseta bi bila velika;
 - Žena, 19 do 30 godina: Ako ste u mogućnosti, organizujte češće *online* popuste (od 40) ili bar za studente omogućite neki dodatni popust.
- *Kruševačko pozorište Kruševac*
 - Žena, 46-65 godina: Da ima više premijera u toku pozorišne sezone i više gostujućih predstava.
 - *Pirotsko pozorište Pirot*
 - Muškarac, preko 65 godina: Provincijskim pozorištima, koja na jedvite jade vezuju kraj sa krajem, potrebna je pomoć preko dobrih reditelja, dobrih gostujućih glumaca i drugog osoblja, a na račun Republičkog ministarstva za kulturu;
 - Žena, od 46 do 65 godina: Da predstava počne tačno na vreme;
 - Muškarac, od 31 do 45 godina: Više gostovanja pozorišta iz Beograda.
 - *Narodno pozorište Niš*
 - Žena, 19 do 30 godina: Popust za nezaposlene;
 - Muškarac, 31 do 45 godina: Preporuka da bude „Zone Zamfrove“ i „Koštane“;
 - Žena, 19 do 30 godina: Predstava „Bura“ je otkazana po treći put.
 - *Pozorište „Slavija“ Beograd*
 - Muškarac, 31 do 45 godina: Podići cene karata ukoliko treba, da bi se uložilo u enterijer, stolice, da bi ljudi preko 185 cm mogli da uživaju u predstavi;



- Žena, 31 do 45 godina: Zahtev za veći popust na cenu ulaznice;
 - Muškarac, 31 do 45 godina: Preporuka da mesta budu numerisana zato što se stvara gužva i ljudi se grabe oko mesta, što gospodin smatra neprimerenim za pozorište;
 - Žena, 31 do 45 godina: Treba da se radi na stvaranju nove publike, kao i da se neguju teme koje bi dotakle emocije tinejdžera i radile na mobilisanju mladih preko tema koje su mladima interesante;
 - Žena, 19 do 30 godina: Predlažem da se izdaje godišnja karta kako bi se privukla publika, kao i da na sajtu za svaku predstavu treba da se stavi kratak siže, komentar posetilaca i pozorišnog kritičara o predstavi;
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Spustiti cene karte kako bi se motivisala mlada publika.
- *Narodno pozorište Sombor*
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Trebalo bi da se obnove stare predstave, npr „Majstor i Margarita“, „Opsada crkve svetog spasa“, „Bogojavljenjska noć“, „Putovanje za nant“, „Maska“;
 - Žena, 46 do 65 godina: Predažem da se smanji cena karata za gostovanja drugih pozorišta.
- *Zvezdara teatar Beograd*
 - Žena, 31 do 45 godina: Predlažem da ima više predstava koje će da nasmeju publiku, a manje tragedija i ratnih tema;
 - Žena, 19 do 30 godina: Potrebno je više predstava.
- *Kraljevačko pozorište Kraljevo*
 - Muškarac, 31 do 45 godina: U ovom pozorištu nema toaleta za posetioce, kao ni garderobe;
 - Žena, 46 do 65 godina: Oformiti putujuće pozorište, da se posećuju ruralne oblasti i manji gradovi.
- *Narodno pozorište Kikinda*
 - Žena, do 18 godina: Repertoar deliti na blagajni pozorišta ili pozorišnog kluba, zato što postoje retko obaveštenja o repertoaru koja su dostupna. Naročito je bitno naglasiti na oglasnoj tabli kada se pomera lokacija predstave, recimo kada se održava na trgu;



- Žena, preko 65 godina: Pozorište ima kvalitetan repertoar, i treba da ugošćava kvalitetne predstave i na taj način se trudi da zadovolji potrebe svojih gledalaca, i obezbedi kvalitetan pozorišni život.
- *Narodno pozorište Nepszinhaz Novi Sad*
- Žena, 19 do 30 godina: Glumci i marketing pozorišta su odlični.
- *Pozorište mladih Novi Sad*
- Žena, 31 do 45 godina: Kvalitet predstava je loš, kao i izbor dela i glumački ansambl. Treba se ugledati na manja pozorišta u unutrašnjosti u vezi inovativnosti.
- *Jugoslovensko dramsko pozorište Beograd*
- Žena, 46 do 65 godina: Trebalo bi da postoji dan rezervisan za srednjoškolce, gde bi gledali predstave po pristupačnijoj ceni. Na ovaj način bi se razvijale potrebe za redovne posete pozorištu;
- Žena, 19 do 30 godina: Preurediti hol scene „Bojan Stupica“.
- *Pozorište „Zoran Radmilović“ Zaječar*
- Žena, 46 do 65 godina: Predstave treba da budu igrane vikendom, ne samo radnim danom; da predstave počinju u 21h, kako mnogi ljudi rade do kasno; da gostuju amaterska pozorišta koja na međunarodnim scenama postižu uspehe; da se sredi enterijer – stolice i nagib sale; da pozorište radi češće i van vremena Festivala;
- Žena, 46 do 65 godina: Uvesti što više savremenih pozorišnih predstava;
- Žena, 19 do 30 godina: Bolje informisati javnost o repertoaru putem štampe, TV-a, flajera i radijskog programa;
- Žena, 46 do 65 godina: Napraviti veće i novo pozorište, umesto sadašnjeg malog i starog.
- *Pozorište „Bora Stanković“ Vranje*
- Žena, 31 do 45 godina: Trebalo bi da bude više predstava gostujućih pozorišta;
- Muškarac, 31 do 45 godina: Proširiti salu i urediti enterijer pozorišta.
- *Srpsko narodno pozorište Novi Sad*
- Žena, 46 do 65 godina: Repertoar nacionalnog teatra uskladiti sa srednjoškolskom lektinom;



- *Narodno pozorište Užice*
 - Muškarac, 46 do 65 godina: Pozorište treba da bude „čarolija“, ne treba da oslikava svakodnevne mračne teme, kojih već ima dosta u medijima;
 - Muškarac, 46 do 65 godina: Veća razmena među pozorištima; što više predstava na repertoaru; više gostovanja.
- *Madlenianum Beograd, Zemun*
 - Žena, 19 do 30 godina: Volela bih da češće mogu da pogledam još neki mjuzikl, i da uvedete besplatne ulaznice za glumce i umetnike, njima je to potrebno.
- *Bitef teatar, Beograd*
 - Muškarac, 19 do 30 godina: Predstava bi trebalo da počne na vreme (u 20^h);
 - Muškarac, 31 do 45 godina: Predstava bi trebalo da počne na vreme (u 20^h).



7 Literatura

1. Boal, Augusto. 2004. *Pozorište potlačenog*, Niš: Prosveta.
2. Burdije, Pjer 1970. Intelektualno polje i stvaralačka zamisao, *Kultura*, br. 10, 74-107
3. Coenen-Huther, Josette 1978. Pozorište i kulturne inovacije, *Kultura*, br. 42/43, 90-107.
4. Cvetković, Tomislav 1970. Pozorište svih – pozorište za sve, *Kultura*, br. 11, 142-148.
5. Časopis Kultura: tematski broj o pozorištu 1980, br. 48/49, 10-260.
6. Daković, Nevena 1994. Film i pozorište po-mo trend, *Kultura*, br. 93/94, 23-37.
7. Divinjo, Žan. 1978. *Sociologija pozorišta*, Beograd: BIGZ.
8. Dragičević-Šešić, Milena., Stojković, Branimir. 1993. *Organizovanje kulture: institucije, publika, animacija*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
9. Đukić, Nataša 1989. Pozorište, pre svega, *Kultura*, br. 84/87, 223-227.
10. Godišnjak jugoslovenskih pozorišta, Novi Sad: Sterijino pozorje.
11. Ikonomova, Vera. 1985. *Pozorište i publika: sociološko istraživanje publike beogradskih pozorišta*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
12. Ikonomova, Vera., Vučković, Tihomir., Jokić, Vujadin. 1973. *Pozorište i publika*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
13. Jevtović, Vladimir 1997. Pozorišna publika: svedok ili saučesnik, *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, god. 1, br. 1, 196-211.
14. Jokić, Biljana., Mrđa, Slobodan. 2009. *Informacione tehnologije i ljudski resursi u kulturi Srbije*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
15. Milutinović, Zoran 1997. Teorija publike, *Scena*, god. 33, knjiga 2, br. 5/6, 68-71.
16. Mrđa, Slobodan 2004. Kulturni habitus omladine, u: Nikolić, Milan., Mihailović, Srećko (ur.). *Mladi zagubljeni u tranziciji*. Beograd: Centar za proučavanje alternativa.



17. Nemanjić, Miloš. 1991. *Filmska i pozorišna publika Beograda: socijalno-kulturni uslovi formiranja u periodu 1961-1984*, Beograd: Idea i Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
18. Partoš, Judit., Varga, Lajoš 1971. Pozorište i njegova publika, *Kulturni život*, br. 11.
19. Tasić, Ana 2009. Pozorište u medijskom kontekstu, *Kultura*, br. 124, 109-124.
20. Volk, Petar. 2000. *Pozorište i tradicija*, Beograd: Muzej pozorišne umetnosti Srbije i Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.



ZAVOD ZA PROUČAVANJE KULTURNOG RAZVITKA
Rige od Fere 4, Beograd

mr Mrđa Slobodan

POZORIŠNA PUBLIKA U SRBIJI

Za izdavača
Aleksandar Lazarević

Tiraž
50 primeraka

Tehničko uređenje i štampa
Cicero print
Beograd

*CIP - Katalogizacija u publikaciju
Narodna biblioteka Srbije, Beograd*

792.073(497.11)"2009"(047.31)

*МРЂА, Слoбoдaн, 1970-
Pozorišna publika u Srbiji : izveštaj o
istraživanju : (dramska publika) / Slobodan
Mrđa. - Beograd : Zavod za proučavanje
kulturnog razvitka, 2010 (Beograd : Cicero
print). - 83 str. : table, graf. prikazi ;
24 cm*

*Tiraž 50. - Napomene i bibliografske
reference uz tekst. - Bibliografija: str. 81-82.*

ISBN 978-86-81529-19-5

*a) Позоришна публика - Социолошка
истраживања - Србија - 2009 - Извештаји
COBISS.SR-ID 174508044*



