

ZAVOD ZA PROUČAVANJE KULTURNOG RAZVITKA

mr Mrđa Slobodan

**PUBLIKA NARODNOG POZORIŠTA U
BEOGRADU**

Izveštaj o istraživanju

Beograd, 2010.

Sadržaj

1	Uvod	3
2	Predmet istraživanja.....	4
2.1	Značaj istraživanja.....	4
2.2	Ciljevi istraživanja.....	5
3	Metode i tehnike istraživanja.....	6
3.1	Instrument.....	6
3.2	Uzorak	7
3.3	Tok i uslovi istraživanja	8
4	Rezultati istraživanja	8
4.1	Sociodemografska obeležja publike Narodnog pozorišta u Beogradu.....	8
4.2	Odnos publike prema Narodnom pozorištu u Beogradu	20
4.3	Repertoar Narodnog pozorišta u Beogradu	28
4.4	Vreme početka predstava Narodnog pozorišta u Beogradu	51
4.5	Karte (ulaznice) Narodnog pozorišta u Beogradu	55
5	Zaključak	65
6	Literatura.....	72

1 Uvod

Istraživanje publike Narodnog pozorišta u Beogradu, kao jedne od najvažnijih nacionalnih institucija kulture u Srbiji, može se uklopiti u kompleks istraživanja o tzv. *posebnim publikama* ali i o kulturnom životu uopšte. Odmah se mora naglasiti da je ovakav istraživački zadatak veoma složen, s obzirom na to da je publika Narodnog pozorišta u Beogradu teorijski i empirijski nedovoljno istražena u našoj savremenoj sociologiji i teatrologiji. Ovim istraživanjem obuhvaćena je publika Narodnog pozorišta u Beogradu (dramska, operna i baletska).

Na istraživačkom planu, uzimanje bilo koje vrste publike za predmet istraživanja znači izdvajanje jedne dimenzije kulturne potrebe. 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 obeležavaju duboke protivrečnosti u društvenoj artikulaciji života, što se posredno ili neposredno odražava na kulturni život svih društvenih grupa, posebno na društvene grupe sa profilisanim interesovanjima u domenu zadovoljavanja potreba iz oblasti kulture. Upravo zbog toga 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 delovima društvene realnosti došli do faze kad se može govoriti o razorenim delovima društvenog sistema koji dovode do opasnosti od *razaranja celokupnog društvenog sistema ili njegove dezintegracije*.

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 i društvenog napretka uopšte.

2 Predmet istraživanja

Predmet istraživanja je analiza strukture *publike Narodnog pozorišta u Beogradu*. 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 omogućavaju da se upoznaju neke dimenzije kulturnih potreba koje je na drugi način nemoguće spoznati. Naravno, problem publike Narodnog pozorišta u Beogradu, 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 i 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 relativno retka, prvenstveno nas je zanimalo da utvrdimo sve relevantne karakteristike (demografske i socijalne) publike Narodnog pozorišta u Beogradu. Dakle, radi se o istraživanju publike, *ali ne i potencijalne publike (nepublike)¹ Narodnog pozorišta u Beogradu*, što bi trebao biti predmet posebnog istraživanja.

U prvom redu, želeli smo da utvrdimo učestalost dolaska na dramske, baletske i operске predstave i na osnovu toga izvršimo kategorizaciju publike Narodnog pozorišta u Beogradu. Takođe, zanimalo nas je koji faktori najviše utiču na učestalost dolaska u Narodno pozorište u Beogradu, 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 ali i načinu izbora predstave.

2.1 Značaj istraživanja

Istraživanje publike Narodnog pozorišta u Beogradu, u svim njegovim aspektima, može nas uputiti na rešavanje nekih pitanja o budućnosti i razvoju Narodnog pozorišta u Beogradu uopšte. U situaciji nedostatka istraživanja ove vrste, ovako postavljen projektni zadatak i njegovo naučno izvođenje može da doprinese boljem sagledavanju položaja i perspektive Narodnog pozorišta u Beogradu u našoj kulturnoj i društvenoj stvarnosti.

¹ 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.

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, zdravstvo 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.

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, ali i razvijanje novih teorija o predmetu istraživanja.

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 *istraživački cilj* sastoji se u: (1) deskripciji svih relevantnih karakteristika publike Narodnog pozorišta u Beogradu, (2) ispitivanju učestalosti poseta dramskim, baletskim i operskim predstavama Narodnog pozorišta u Beogradu, (3) kategorizaciji dramske, baletske i operске publike, (4) utvrđivanju faktora koji najviše utiču na učestalost odlaska u Narodno pozorište u Beogradu, 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 Narodnog pozorišta u Beogradu, (2) definisanje aktivnosti za uspostavljanje dvosmerne komunikacije između pozorišta i publike i (3) utvrđivanje indikatora koji će moći biti iskorišćeni za realnije sagledavanje položaja i perspektive Narodnog pozorišta u Beogradu.

Pored praktične upotrebljivosti istraživanja, u smislu podizanja nivoa i kvaliteta produkcije Narodnog pozorišta u Beogradu, istraživanje 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 reagovanja, različitog tipa i intenziteta, svih subjekata istraživanja.

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 (upitnike za dramsku, baletsku i opersku publiku) korišćen u ovom istraživanju izradio je autor projekta uz stručnu pomoć sardnika.² Deo upitnika za dramsku publiku preuzet je iz istraživanja *Pozorišna publika u Srbiji – dramska publika* (Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 2010.), dok upitnici za baletsku i opersku publiku nisu ranije korišćeni u istraživanjima, bilo u celini ili nekim delovima. Upitnici predstavljaju pokušaj sinteze dosadašnjih teorijskih saznanja o predmetu istraživanja i potrebe prikupljanja merljivih indikatora u skladu sa ciljevima istraživanja.

Instrument se sastojao od pet delova, sa 22 pitanja, većinom zatvorenog tipa. Prvi deo instrumenta predstavlja standardnu seriju pitanja koja se odnose na podatke o socio-demografskim karakteristikama ispitanika. Ovde su prikupljeni podaci o polu, uzrastu, stepenu obrazovanja i zanimanju. Drugi deo instrumenta odnosi se na set pitanja kojima se želio utvrditi odnos publike prema pozorištu. Ovde su prikupljeni podaci o učestalosti poseta pozorištu i najvažnijim razlozima. Treći deo instrumenta odnosi se na repertoar pozorišta. Tu su prikupljeni podaci o načinu informisanja o radu pozorišta, upoznatosti i zadovoljstvom repertoarom pozorišta, žanru i žanrovskim potrebama i načinu na koji vrše izbor predstave iz repertoara pozorišta. Četvrti deo instrumenta posvećen je vremenu početka i otkazivanju predstava. Ovde su prikupljeni podaci o odnosu publike prema vremenu početka predstava i predlozima za postupanje uprave nakon otkazivanja predstave. Peti deo instrumenta je posvećen kartama za pozorišne predstave. Ovde su

² Stručni saradnici za izradu instrumenta bili su dr Aleksandra Đuričić, teatrolog, mr Dragana Martinović, istraživač Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka i Jelena Kostić, istraživač Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka.

prikupljeni podaci o načinu nabavke karata, pretplatnim kartama, ceni i uticaju cene karte na učestalost poseta.

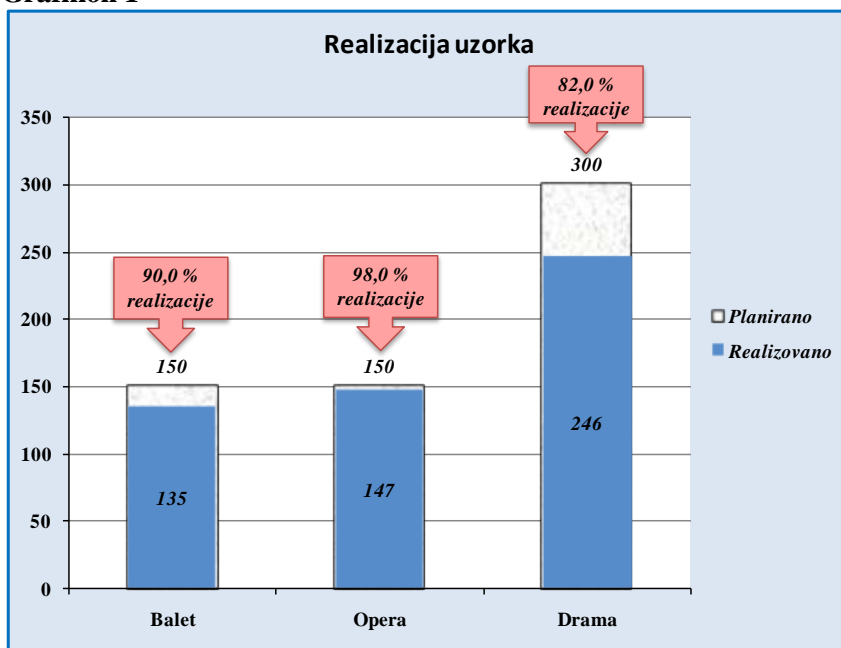
Varijable u vezi sa stepenom zadovoljstva praćene su sa standardnom petostepenom skalom Likertovog tipa. Sve varijable gde je to bilo moguće sadržavale su i opciju „nešto drugo“ da bi se dala legitimnost neodlučnosti ili nedovoljno profilisanim stavovima, ali i otkrivanju novih indikatora za pojedine varijable.

3.2 Uzorak

S obzirom na to da smo pre formiranja uzorka samo delimično poznavali obeležja osnovnog skupa iz koga izvlačimo uzorak, uz podatke o ukupnom broju predstava i gledalaca po scenama i direkcijama Narodnog pozorišta u Beogradu, logičan izbor u ovakvoj situaciji bio je *jednostavni slučajni uzorak*. Nakon analize podataka o broju dramske, operске i baletske publike Narodnog pozorišta u Beogradu u prošloj sezoni, određen je uzorak veličine 600 ispitanika – 300 dramska publika (po 150 ispitanika na Velikoj sceni i sceni „Raša Plaović“), 150 baletska publika i 150 operсka publika.

Od 600 planiranih ispitanika, anketirano je 528 što čini 88,0 % *realizacije uzorka*. Struktura realizovanog uzorka po direkcijama (Grafikon 1) pokazuje da je samo realizovani uzorak kod dramske publike nešto manji od ukupnog, ali to značajno ne utiče na reprezentativnost.

Grafikon 1



Polnu strukturu uzorka čini 69.5 % žena i 30.5 % muškaraca (Grafikon 2). U starosnoj strukturi (Grafikon 8) najviše ispitanika je od 19 do 30 godina (46.6 %), zatim od 31 do 45 godina

(23.5 %), pa od 46 do 55 godina (18.6 %). Najmanje ispitanika je iz grupa preko 65 godina (7.8 %) i do 18 godina (3.6 %).

Najveći broj ispitanika ima visoku stručnu spremu (52.5 %), dok sa srednjom školom imamo 36.6 % i višom 3.8 %. Ostali nivoi obrazovanja pojedinačno su zastupljeni sa manje od tri procenta (Grafikon 13). Što se zanimanja publike tiče, najviše je stručnjaka (54.0 %) i studenata (24.6 %), uz statistički značajan broj penzionera (9.5 %), većinom sa visokom stručnom spremom. Zanimljivo je da službenika ima 8.5 %, većinom sa srednjom školom, a učenika srednjih škola ima samo 3.4 % (Grafikon 18).

3.3 Tok i uslovi istraživanja

Planom realizacije istraživanja bilo je predviđeno da se anketiranje sprovede u saradnji sa sektorom opštih poslova Narodnog pozorišta u Beogradu i da se u dogovoru sa nadležnim osobama odaberu predstave na kojima će se vršiti anketiranje publike. Osnovni kriterijumi za izbor predstava bili su: predstave ansambla pozorišta i dužine trajanja predstava u repertoaru pozorišta (život predstave). Pomenuti kriterijumi za izbor predstave su ispunjeni. Preporuka za slučajni izbor ispitanika bila je *izbor u pravilnom intervalu*.

Ispitivanje je sprovedeno u periodu od 15. aprila do 15. juna 2010. godine. Anketiranje su obavili saradnici³ iz Narodnog pozorišta u Beogradu, iz sektora opštih poslova. Nakon prikupljanja podataka, kontrolu upitnika, šifriranje i unos podataka obavio je autor projekta. Prema izveštajima 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.

4 Rezultati istraživanja

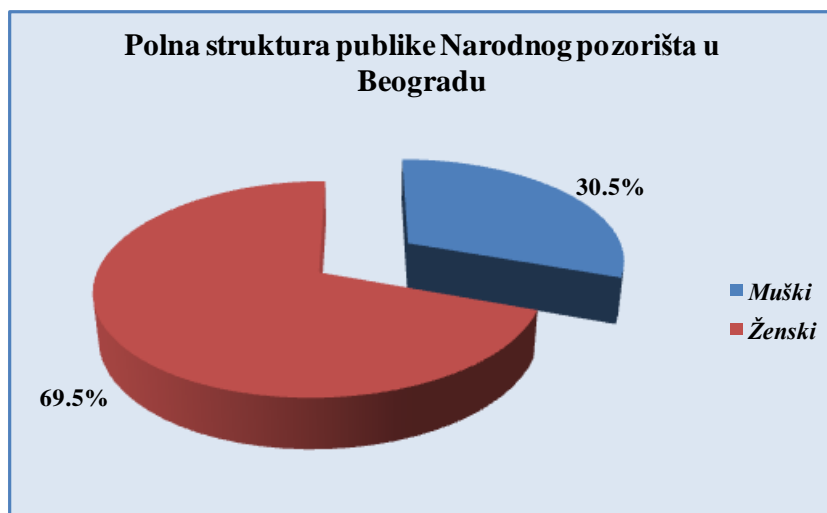
4.1 Sociodemografska obeležja publike Narodnog pozorišta u Beogradu

Rezultati pokazuju da više od dve trećine publike Narodnog pozorišta u Beogradu čine žene, dok su muškarci zastupljeni sa nešto manje od trećine (Grafikon 2). 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

³Saradnici iz Narodnog pozorišta u Beogradu koji su obavili kompletno anketiranje: Dragana Prtina, koordinator istraživanja, Ljubica Milovanović, Nevena Sajko, Irena Graora, Ana Stefanović, Ivana Glišić, Jovana Džoljić, Sanja Smiljanić, Milena Marjanović, Aleksandra Vujović, Maja Stejić, Anja Mihić, Marina Filipović, Marija Đorđević, Maja Milić, Andrea Milosavljević, Sandra Žirović, Jelena Simović, Branislava Božić, Maja Eremija, Marta Blanuša, Andrea Ađančić, Radica Delon, Bojana Vučetić, Teodora Milenović, Elena Samolov, Marina Čečović, Tijana Antić i Milena Jovanović.

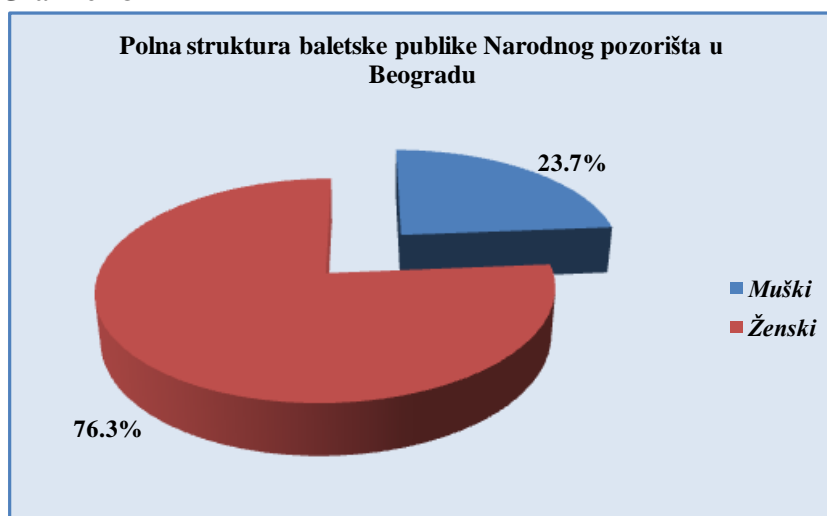
populacije publike Narodnog pozorišta u Beogradu. Takođe, ovi rezultati se u velikom stepenu poklapaju sa rezultatima dobijenim u istraživanju dramske pozorišne publike u Srbiji⁴ koje je prethodilo ovom istraživanju. Treba napomenuti da će delovi ovog istraživanja iz Narodnog pozorišta u Beogradu (baletska i operaska publika) biti sastavni deo opšte studije o pozorišnoj publici u Srbiji planirane za 2011. godinu.

Grafikon 2



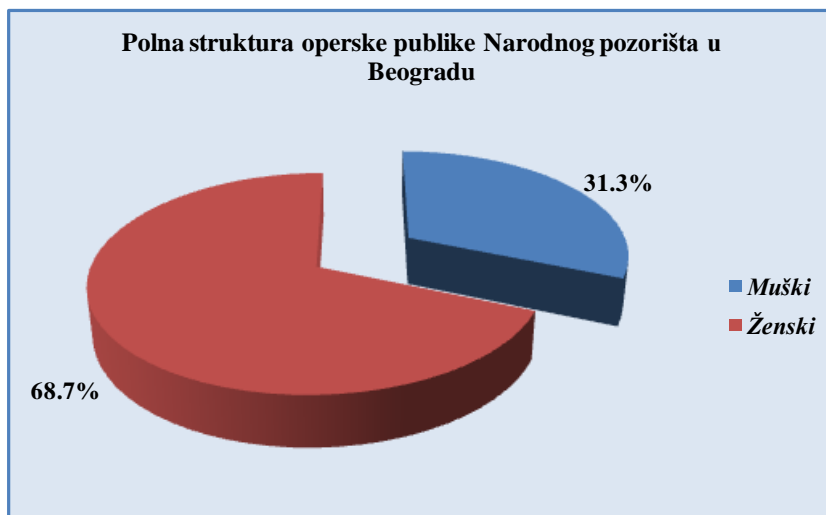
S obzirom na to da je jedan od ciljeva istraživanja bio da utvrdimo i polnu strukturu publike Narodnog pozorišta u Beogradu, evidentno je da dominiraju žene, te se može reći da odlazak u pozorište predstavlja važniji način provođenja slobodnog vremena ženske populacije u Beogradu koja svoje slobodno vreme provodi na aktivan način.

Grafikon 3



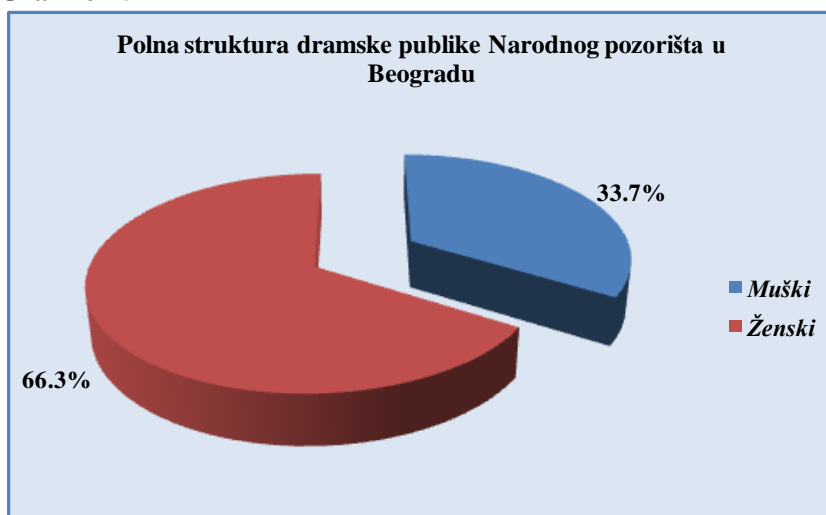
⁴Mrđa, Slobodan. 2010. *Pozorišna publika u Srbiji – dramska publika*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.

Grafikon 4

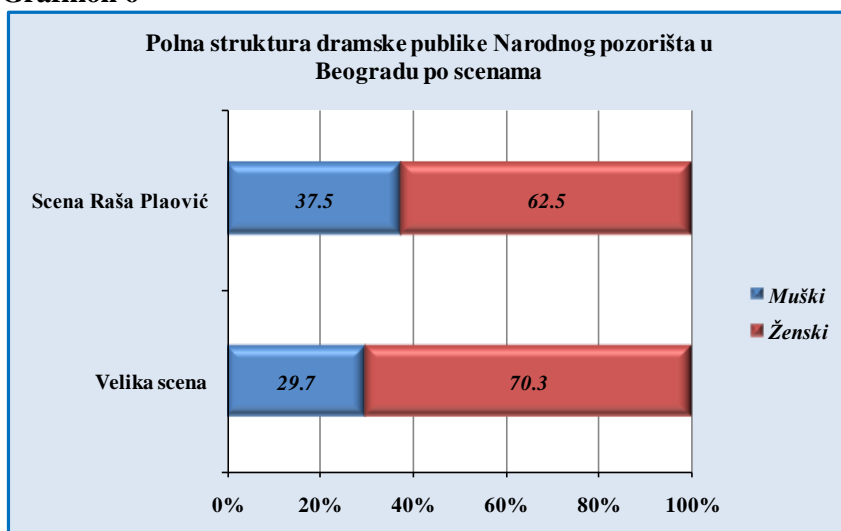


Ukoliko pogledamo polnu strukturu po direkcijama (Grafikoni 3, 4, 5 i 7), vidimo da je u strukturi baletske publike procenat žena još veći (76.3 %), dok je u strukturi operske publike nešto manji (68.7 %) od ukupne polne strukture publike pozorišta. Najviše mušakaraca imamo u strukturi dramske publike (33.7 %), te se može konstatovati da su muškarci najzainteresovaniji za dramske predstave, nešto manje za operu a najmanje su zainteresovani za baletske predstave. Ako pogledamo polnu strukturu dramske publike u odnosu na scenu (različit repertoar) vidimo da su mušaraci zainteresovaniji za predstave na sceni „Raša Plaović“ (Grafikon 6).

Grafikon 5

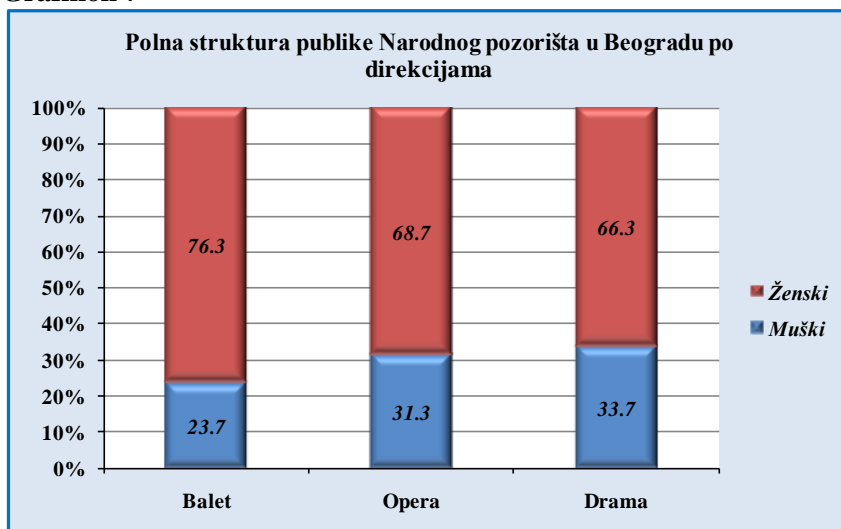


Grafikon 6



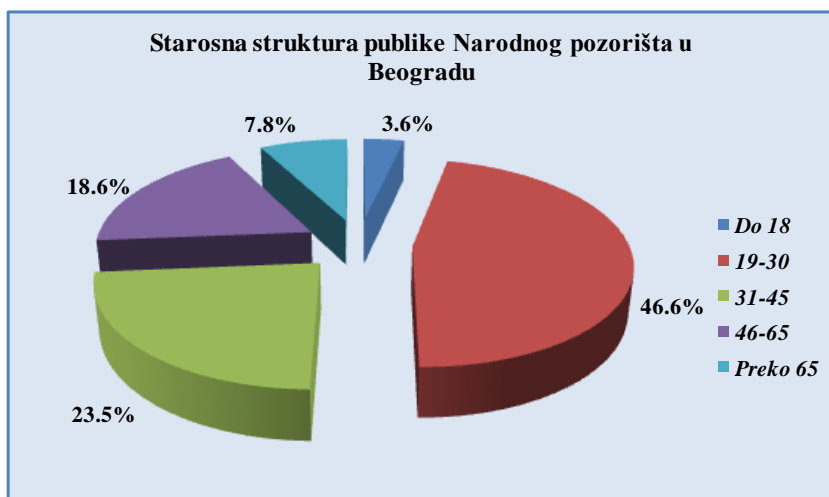
S obzirom na to da žene dominiraju u strukturi publike Narodnog pozorišta u Beogradu, posmatrajući uporedne podatke o polnoj strukturi po direkcijama (Grafikon 7), vrlo uslovno, možemo reći da su žene malo više zainteresovane za balet i operu u odnosu na dramske predstave, dok su muškarci najzainteresovaniji za dramske predstave a najmanje za baletske predstave.

Grafikon 7



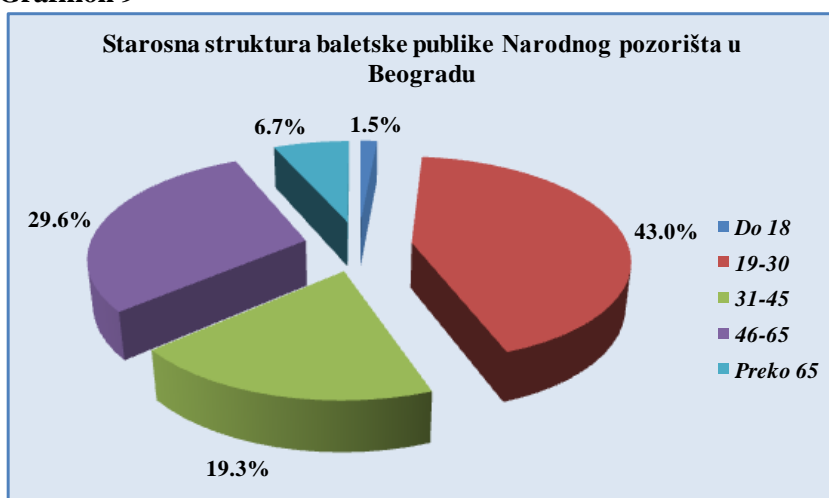
Kao što smo i očekivali, starosna struktura (Grafikon 8) je nešto heterogenija. Ubedljivo najviše, skoro polovina, publike je između 19 i 30 godina starosti (46.6 %), a najmanje, očekivano, publike do 18 godina (3.6 %). S obzirom na to da publike uzrasta između 31 i 45 godina ima značajnih 23.5 %, vidimo da čak 70.1 % publike Narodnog pozorišta u Beogradu ima između 19 i 45 godina.

Grafikon 8

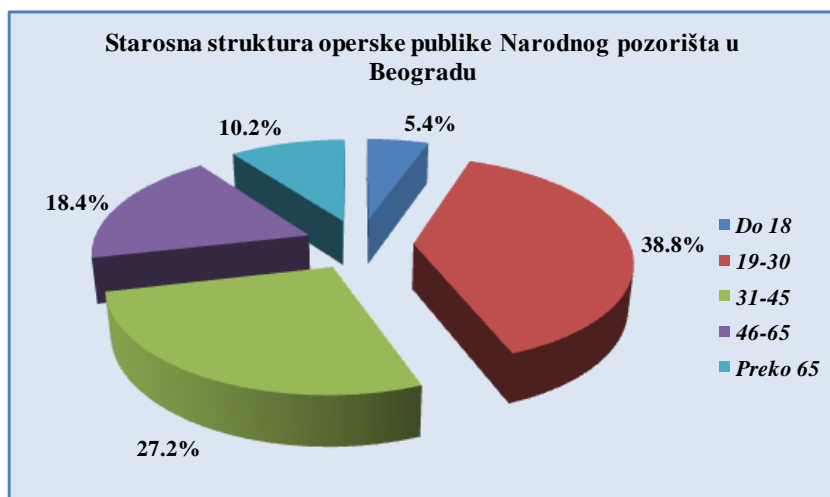


Publike od 46 do 65 godina ima značajnih 18.6 %, dok najstarije publike ima 7.8 %. Starosna struktura publike po direkcijama (Grafikoni 9, 10, 11 i 12) pokazuje da je baletska publika u proseku najstarija, dok je najmlađa dramska publika, prevenstveno zbog većeg broja studenata koji su nešto zainteresovaniji za dramske predstave u odnosu na baletske i operne predstave.

Grafikon 9

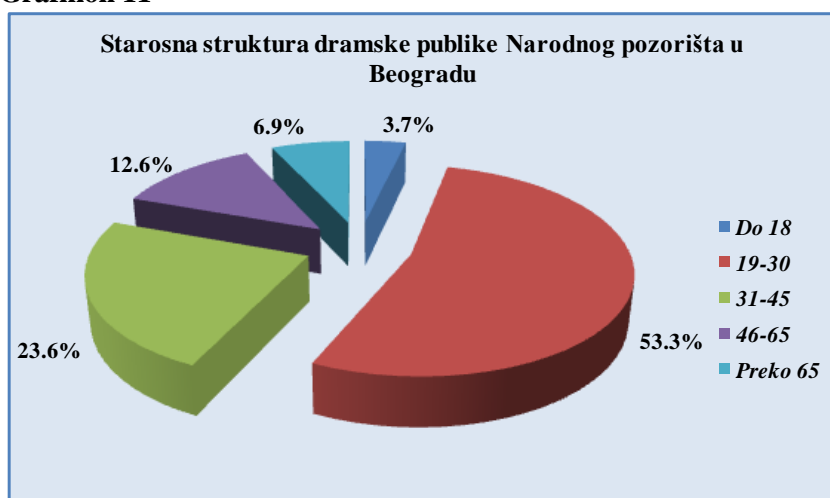


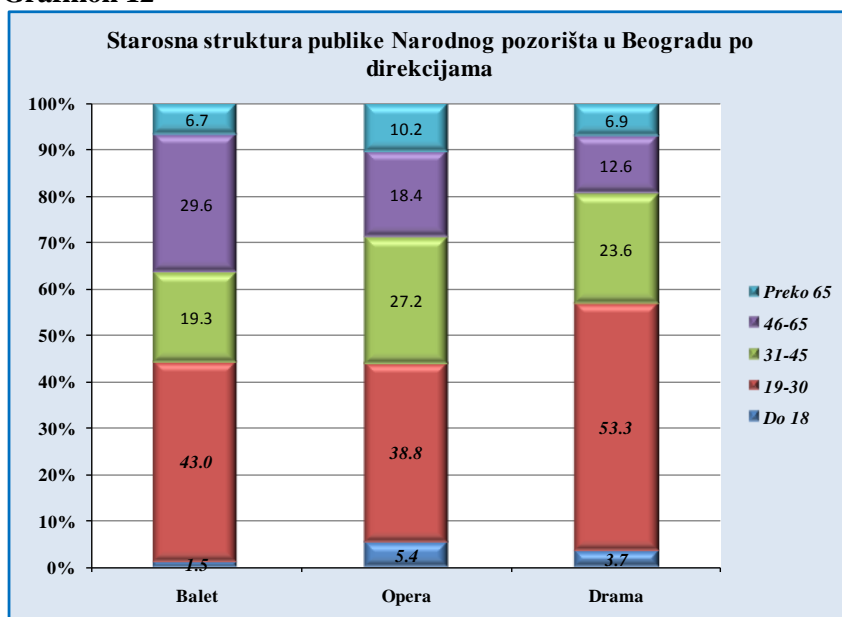
Grafikon 10



Najuravnoteženiju starosnu strukturu ima operска publika i, što je posebno značajno, imaju više od 5 procenata najmlađe publike, ali i najviše najstarije publike (10.2 %). Takođe, podatak da opera i balet imaju u proseku stariju publiku od drame pokazuje, između ostalog, da starija, prvenstveno visoko obrazovana publika, ima razvijeniju strukturu potreba iz oblasti kulture.

Grafikon 11

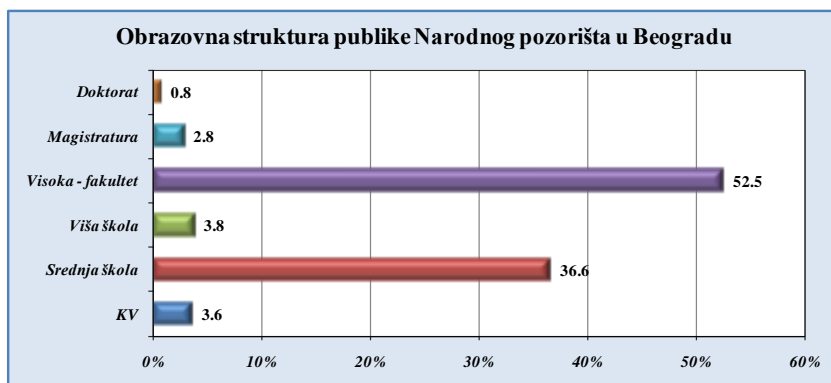


Grafikon 12

U većini starosnih grupa u odnosu na pol nema značajnih razlika u odnosu na ukupnu polnu strukturu publike Narodnog pozorišta u Beogradu (skoro dvotrećinska dominacija žena), osim u grupi publike preko 65 godina gde imamo nešto uravnoteženiju strukturu. Pošto se u ovoj grupi, uglavnom, radi o penzionerima možemo pretpostaviti je 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. Dakle, rezultati pokazuju relativno stabilnu 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.

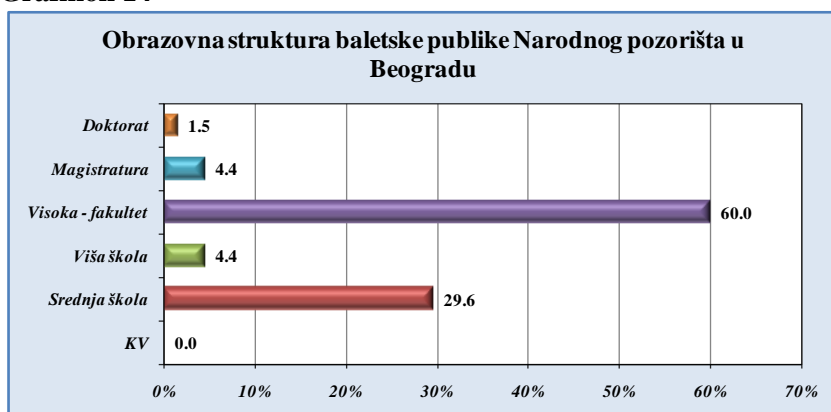
Što se obrazovne strukture tiče (Grafikon 13), više od polovine publike Narodnog pozorišta u Beogradu ima visoku stručnu spremu (52.5 %), dok sa srednjom školom imamo 36.6 %. Ostali nivoi obrazovanja pojedinačno su zastupljeni sa manje od četiri procenta. Nisu uočene značajne razlike u odnosu na pol publike.

Grafikon 13

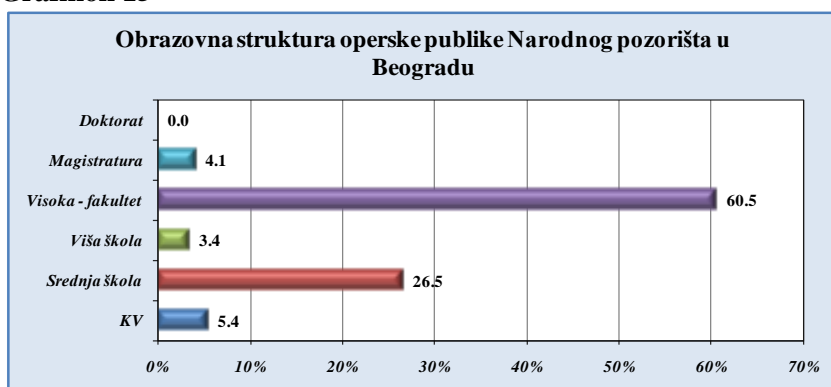


Obrazovna struktura publike po direkcijama (Grafikoni 14, 15, 16 i 17) pokazuje da opera i balet imaju publiku sa višim obrazovanjem, s obzirom na to da u svojim strukturama publike imaju preko 60 procenata publike sa visokim obrazovanjem, ali i preko 4 procenta magistara.

Grafikon 14



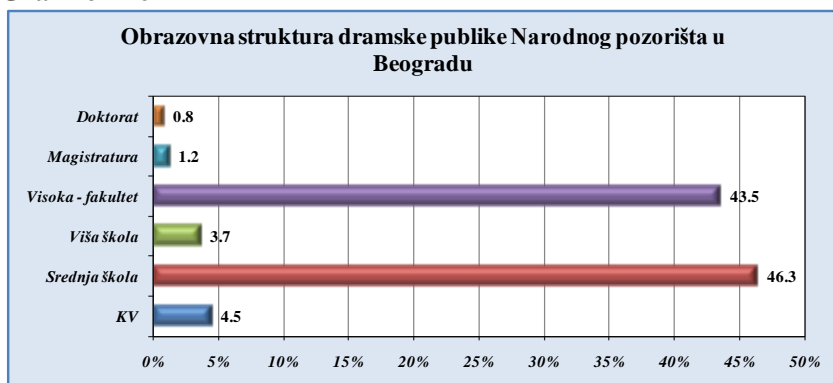
Grafikon 15



Kod strukture dramske publike uočavamo nešto veći broj publike sa srednjom školom od visoko obrazovanih. Bez obzira što se u strukturi srednjoskolaca većinom nalaze studenti, što će detaljnije biti objašnjeno kada se bude govorilo o strukturi publike po zanimanju, ovaj nalaz je, s

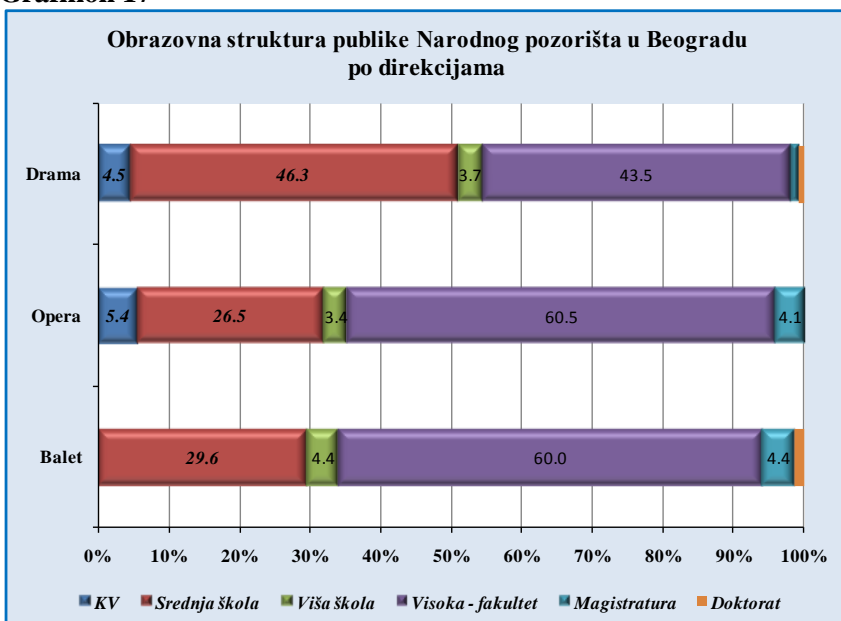
jedne strane, verovatno posledica nedoslednosti u izboru ispitanika i odstupanja u slučajnom izboru ispitanika u pravilnom intervalu, kako je bilo predviđeno. S druge strane, ne sme se zanemariti ni tzv. *situacioni faktor* koji u obzir uzima i strukturu repertoara u vremenu realizacije ankete, ali samo vreme provođenja ankete (kraj sezone).

Grafikon 16



Ipak, 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 određenoj stepena obrazovanja u odnosu na godine starosti.

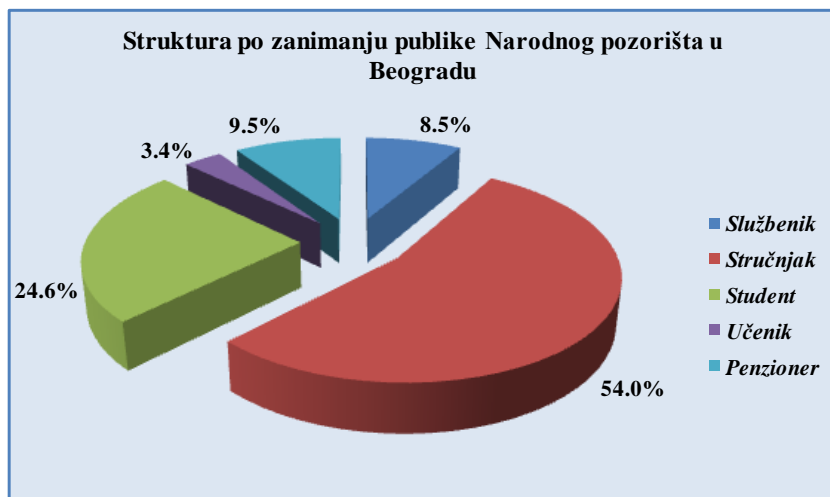
Grafikon 17



Generalno posmatrano, distribucija publike Narodnog pozorišta u Beogradu po stručnoj spremi u potpunosti je potvrdila hipotezu da najveći broj publike Narodnog pozorišta u Beogradu 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, zbog toga što u strukturi srednjoškolaca dominiraju studenti. Razlog ovakvom trendu prvenstveno treba tražiti u činjenici *da osobe sa višim nivoima obrazovanja imaju razvijeniju strukturu potreba sa profilisanim interesovanjima u domenu zadovoljavanja potreba iz oblasti kulture.*

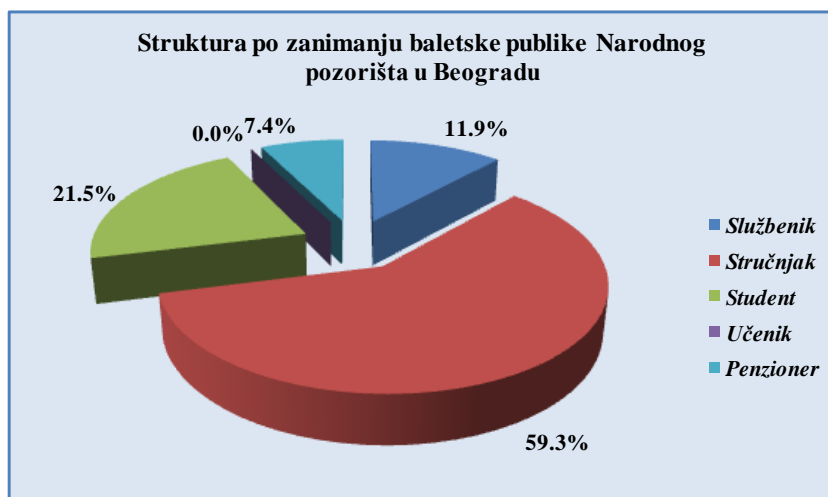
Što se zanimanja publike Narodnog pozorišta u Beogradu tiče (Grafikon 18), očekivano, najviše je stručnjaka (54.0 %) i studenata (24.6 %), uz statistički značajan broj penzionera (9.5 %). Zanimljivo je da službenika ima 8.5 %, većinom sa srednjom i višom školom.

Grafikon 18



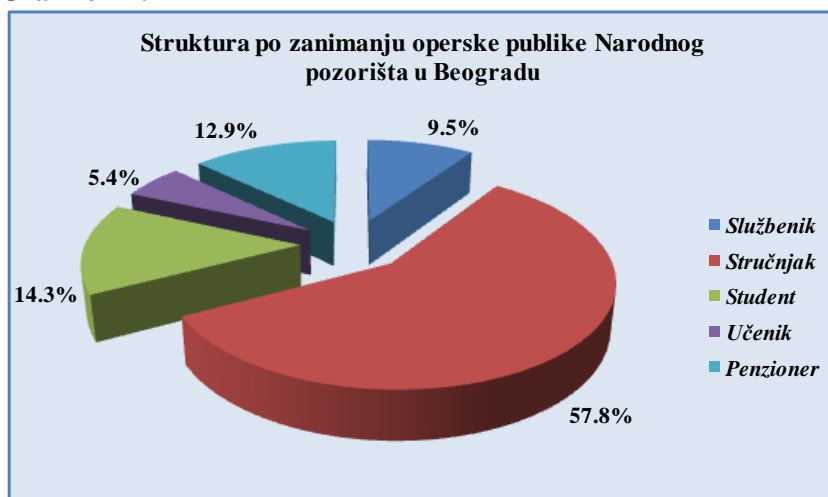
Ovakva struktura po zanimanju je u saglasnosti sa podacima o obrazovnoj strukturi i pokazuje da Narodno pozorište u Beogradu ima izuzetno povoljnu strukturu publike po stručnoj spremi i zanimanju. Stabilan broj stručnjaka i relativno veliki broj studenata pokazuju da Narodno pozorište u Beogradu može i u budućnosti da računa na sličnu strukturu publike i da je jasno koje su “ciljne grupe” najinteresantnije za Narodno pozorište u Beogradu.

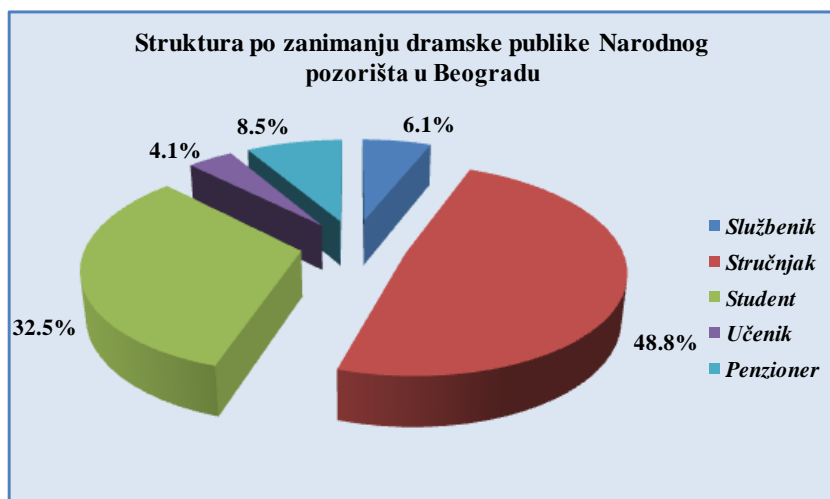
Grafikon 19



Struktura publike po zanimanju u odnosu na direkciju (Grafikoni 19, 20, 21 i 22) pokazuje da balet i opera imaju veći broj stručnjaka od proseka na nivou celog pozorišta, ali zato imaju manje studenata od proseka. Zanimljivo je da najviše penzionera ima u strukturi operске publike, ali i nadprosečan broj učenika. S druge strane, vidljivo je da su učenici najmanje zainteresovani za balet jer ih u strukturi baletske publike nema uopšte, što naravno može da se delimično objasni nedoslednostima u izboru ispitanika, ali generalno posmatrano može se tvrditi da imamo jako mali broj učenika srednjih škola zainteresovanih za baletske predstave. Ovaj podatak može biti od velike koristi službama Narodnog pozorišta u Beogradu koje se bave marketingom i prodajom ulaznica.

Grafikon 20



Grafikon 21

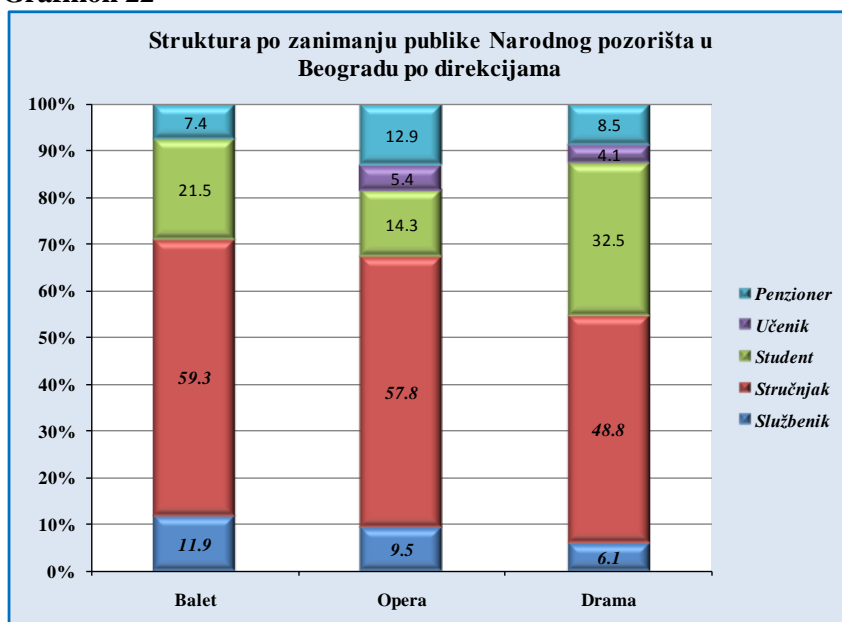
Kao i što smo naglasili, kod strukture dramske publike imamo nešto veći broj publike sa srednjom školom, gde su u velikoj većini studenti (Grafikon 21) a ostalo su u pitanju srednje-stručne škole koje su u strukturi zanimanja vođene pod stručnjacima i zbog toga uočavamo ovu razliku u procentima kad se u odnos dovedu varijable zanimanje i stručna sprema (visoko obrazovanje/srednje obrazovanje naspram stručnjaka/studenata).

Tabela 1. Struktura po zanimanju dramske publike u odnosu na scenu

Zanimanje/Scena	Scena		Ukupno	
	Velika scena	Scena "Raša Plaović"		
Zanimanje	Službenik	8.5	3.9	6.1
	Stručnjak	51.7	46.1	48.8
	Student	24.6	39.8	32.5
	Učenik	5.1	3.1	4.1
	Penzioner	10.2	7.0	8.5
Ukupno	100.0	100.0	100.0	

Ako pogledamo strukturu zanimanja dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu po scenama, (Tabela 1) imamo nadprosečan broj stručnjaka u strukturi dramske publike na Velikoj sceni i nešto manje od proseka studenata. Na sceni "Raša Plaović" je obrnuta situacija. Dakle, studentima nešto više odgovara repertoar na sceni "Raša Plaović", stručnjaci dominiraju na obe scene, dok penzionerima nešto više odgovara dramski repertoar na Velikoj sceni.

Grafikon 22



Dakle, stručnjaci dominiraju u strukturi publike drame, balete i opere, dok su studenti najzainteresovaniji za drame, pa za balet a najmanje za operске predstave. Penzioneri su najzainteresovaniji za operске predstave a nešto manje za dramske i baletske predstave. Nalaz po kome najviše učenika imamo na operskim i dramskim predstavama je veoma teško komentarisati prvenstveno zbog malog broja učenika u uzorku, te zbog toga nije moguće izvlačiti preciznije zaključke.

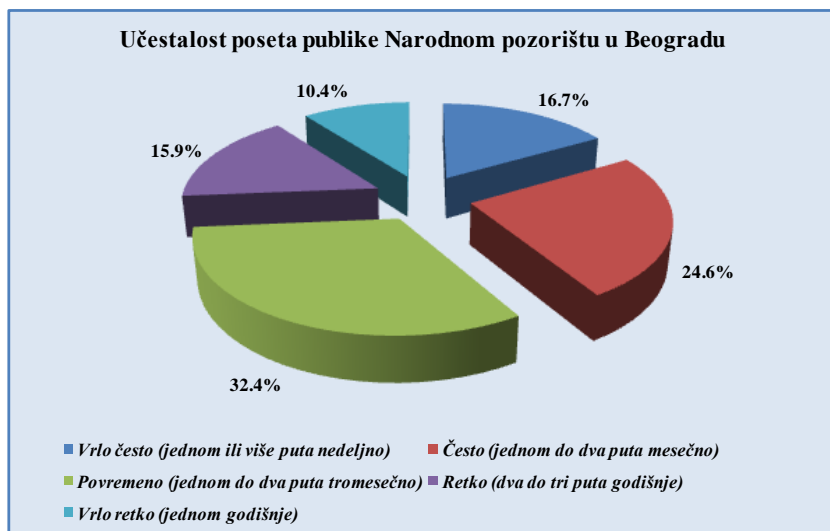
4.2 Odnos publike prema Narodnom pozorištu u Beogradu

Odnos publike prema Narodnom pozorištu u Beogradu pokušali smo ispitati pomoću nekoliko pitanja u upitniku u kome su prikupljeni podaci o učestalosti poseta pozorištu i najvažnijim razlozima.

S obzirom na to da je jedan od najvažnijih ciljeva istraživanja bio da se ispita učestalost poseta predstavama Narodnog pozorišta u Beogradu, 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* (u upitniku za opersku i baletsku publiku precizirana učestalost je bila samo *jednom nedeljno*, zbog repertoara tj. broja operskih i baletskih predstava na nedeljnom nivou), što se u idealno-tipskom smislu može smatrati *redovnom publikom*. Česte posete pozorištu određene su učestalošću jednom do dva puta *mesečno*, što bi mogla biti *potencijalna 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*.

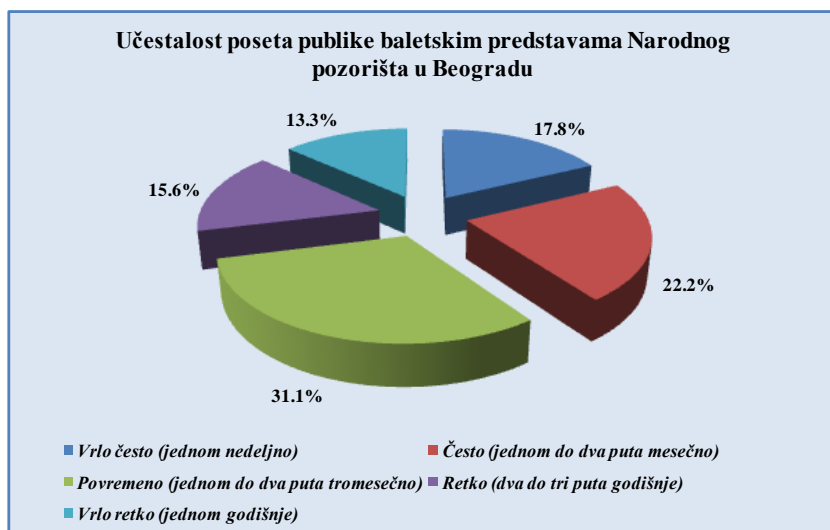
Grafikon 23



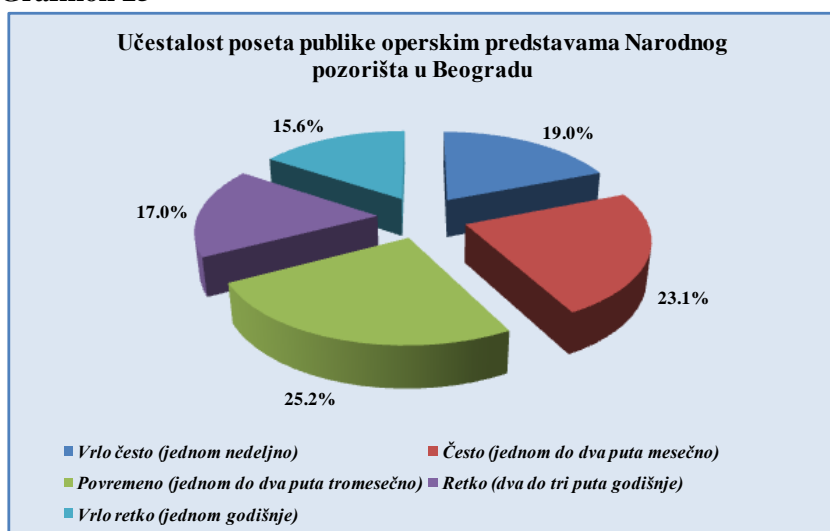
Najveći broj publike Narodnog pozorišta u Beogradu su povremeni posetioci pozorišta (32.4 %) u prosečnom intervalu od jednom do dva puta tromesečno. Ova grupa spada u *klasičnu povremenu publiku* za koju smo i pretpostavljali da je najbrojnija. Međutim, 24.6 % publike odlazi u pozorište jednom do dva puta mesečno i ova grupa predstavlja *potencijalnu redovnu publiku*, tj. iz ove grupe treba očekivati buduće redovne posetioce Narodnog pozorišta u Beogradu. Ako tome dodamo i 16.7 % redovne publike koja u pozorište dolazi jednom ili više puta nedeljno, dobijamo da se 41.3 % publike nalazi u gornjem delu skale sa većom učestalosti poseta Narodnom pozorištu. (Grafikon 23).

S obzirom na trenutnu situaciju u društvu koju karakteriše vrednosni vakum i strukturna vrednosna dezorijentacija u svim društvenim sferama, pa i u oblasti kulture, postojanje ovakve, relativno velike, grupe potencijalno redovne publike znači da Narodno pozorište u Beogradu ima povoljne početne pretpostavke da unapređenjem svoga rada i komunikacije sa publikom obezbedi stabilnu posećenost. S druge strane, imamo 15.9 % publike koja u pozorište dolazi samo dva do tri puta godišnje što spada u *retke posetioce*, i 10.4 % *slučajnih posetilaca* koji u pozorište “svrate” jednom godišnje, obično u pratnji drugoj osobi.

Grafikon 24

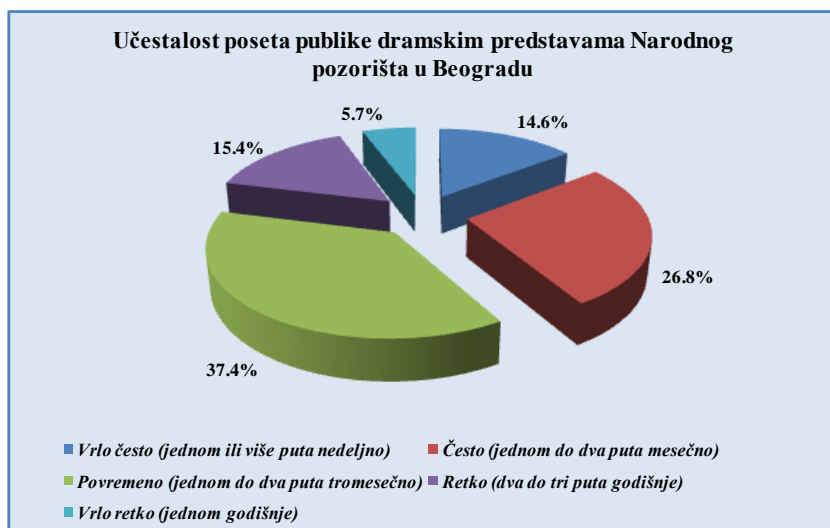


Grafikon 25

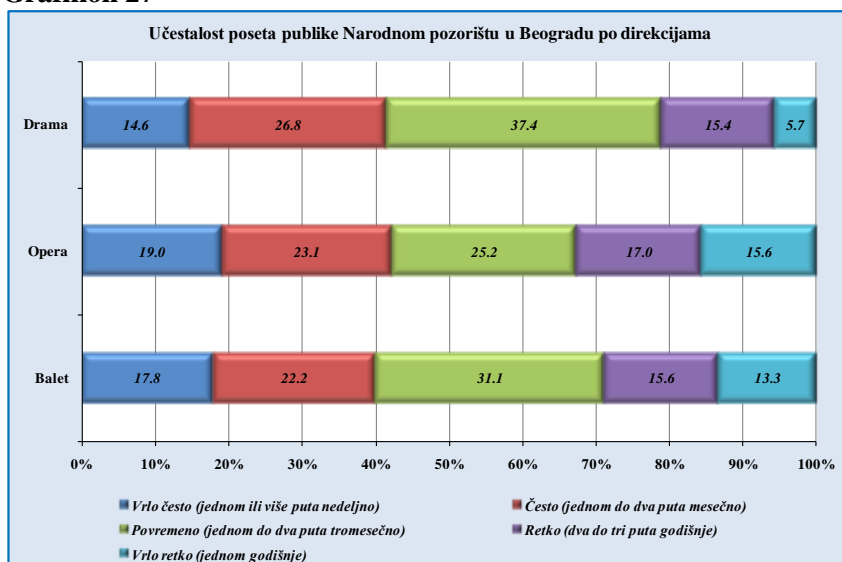


Ako pogledamo učestalost poseta po direkcijama (Grafikoni 24, 25 26 i 27), vidimo da najviše redovne publike ima opera, pa balet, a najmanje drama kod koje ima najviše povremene publike. Takođe, veoma je značajno da u strukturi publike u svim direkcijama ima značajan broj potencijalno redovne publike, iz koje, u većini slučajeva, treba očekivati novu redovnu publiku.

Grafikon 26



Najveći broj tzv. slučajne publike, koja u pozorište dolazi u proseku jednom godišnje, imamo kod opere (15.6 %) i baleta (13.3 %), dok je kod drame taj procenat znatno niži (5.7 %). Može se pretpostaviti da se u strukturi retke publike opere i baleta radi, većinom, o dramskoj publici koja je želela da pogleda i neku operску ili baletsku predstavu. Inače, struktura publike po učestalosti u kombinaciji sa socio-demografskim obeležjima publike (prvenstveno starost, stručna sprema i zanimanje) pokazuje relativno jasnu “formulu” formiranja pozorišne publike. Najveći broj publike prvi kontakt sa pozorištem je imao kroz dramske predstave, da bi tek nakon izvesnog vremena i većeg broja dramskih predstava odlazili i na operске ili baletске predstave. Ovaj obrazac možemo jasno pratiti i kroz starosnu strukturu publike po direkcijama, gde je dramska publika prosečno najmlađa, dok je baletska i operska publika starija (iskusnija, informisanija i sa razvijenijom strukturom potreba) i obrazovanja od proseka na nivou pozorišta. Ovim se jasno vidi veliki značaj dramskog repertoara u formiranju redovne pozorišne publike.

Grafikon 27

Iz ovih podataka možemo proceniti da Narodno pozorište u Beogradu u celini može da računa na prosečno 20 procenata “svoje” tj. redovne publike i sa veoma značajnim “rezervoarom” od oko 30 procenata potencijalne redovne publike iz koje će se “regrutovati” nova redovna publika. S obzirom na starosnu strukturu publike Narodnog pozorišta u Beogradu, uz poboljšanu komunikaciju sa publikom, može se očekivati kontinuirano povećavanje procenta redovne publike u narednom periodu. Takođe, gledano po direkcijama, stabilno povećanje procenta redovne publike možemo očekivati prvenstveno kod baletske i operске publike a nešto manje kod dramske publike.

Distribucija učestalosti u odnosu na pol po direkcijama (Tabela 2) pokazuje da u pojedinim grupama učestalosti po direkcijama polna struktura delimično odstupa od polne strukture uzorka, ali i polne strukture na nivou direkcije. Kod baletske publike, u grupi povremenih posetilaca imamo znatno više žena od proseka u odnosu na muškarce (odnos 85.7 : 14.3 %), dok se, sa druge strane, u grupi koja vrlo retko odlazi u pozorište, koju smo odredili kao slučajne posetioce, nalazi veći broj muškaraca (33.3 %) od proseka na nivou baletske publike. Dakle, muškarci su brojniji slučajni posetioći baletskih predstava. Kod operске publike, jasno se uočava trend povećanja učešća muškaraca sa smanjenjem učestalosti poseta operским predstavama, ili drugačije rečeno, povećanjem učestalosti poseta baletskim predstavama povećava se učešće žena u polnoj strukturi operске publike. Slična situacija je i kod dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu, sa razlikom što u grupama retkih i slučajnih posetilaca dramskih predstava u polnoj strukturi imamo čak polovinu muškaraca.

Dakle, muškarci su brojniji slučajni posetioći predstava Narodnog pozorišta u Beogradu u svim direkcijama, što delimično objašnjava podatak da više od dve trećine publike Narodnog pozorišta u Beogradu čine žene i da, za razliku od muškaraca, za njih odlazak u pozorište predstavlja važniji način provođenja slobodnog vremena.

Tabela 2. Učestalost poseta Narodnom pozorištu prema polu publike po direkcijama (%)

<i>Direkcija/Pol/Učestalost</i>		<i>Učestalost poseta pozorištu</i>					<i>Ukupno</i>
		<i>Vrlo često</i>	<i>Često</i>	<i>Povremeno</i>	<i>Retko</i>	<i>Vrlo retko</i>	
<i>Balet</i>	Muški	29.2	23.3	14.3	28.6	33.3	23.7
	Ženski	70.8	76.7	85.7	71.4	66.7	76.3
<i>Ukupno balet</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>
<i>Opera</i>	Muški	25.0	26.5	27.0	40.0	43.5	31.3
	Ženski	75.0	73.5	73.0	60.0	56.5	68.7
<i>Ukupno opera</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>
<i>Drama</i>	Muški	33.3	25.8	29.3	50.0	57.1	33.7
	Ženski	66.7	74.2	70.7	50.0	42.9	66.3
<i>Ukupno drama</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

U odnosu na stepen stručne sprema jedina statistički značajna razlika je uočena kod slučajnih i retkih 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.

Ukupno posmatrano, možemo reći da učestalost odlazaka u pozorište zavisi od stepena obrazovanja jer su posetioci Narodnog pozorišta u Beogradu velikom većinom visoko obrazovani ili studenti, sa veoma malim učešćem ostalih nivoa obrazovanja.

Dakle, u potpunosti je potvrđena osnovna hipoteza da najveći broj publike Narodnog pozorišta u Beogradu dolazi na predstave povremeno i da se u strukturi dramske publike radi o nešto mlađoj populaciji, dok se kod baletske i operске publike radi o nešto starijoj populaciji sa višim stepenom obrazovanja. Takođe, potvrđena je i hipoteza da su socio-demografske varijable važan izvor varijacije učestalosti poseta Narodnom pozorištu u Beogradu, što se jasno može videti iz podataka o polnoj i obrazovnoj strukturi publike pozorišta.

U sklopu ispitivanja učestalosti poseta Narodnom pozorištu u Beogradu, jedan od ciljeva istraživanja bio je i pokušaj utvrđivanja najvažnijih 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 5 i 7 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 3 i 4.

Tabela 3. Razlozi za česte ili povremene posete Narodnom pozorištu u Beogradu

<i>Razlozi za česte (i povremene) posete pozorištu</i>	<i>Balet</i>		<i>Opera</i>		<i>Drama</i>	
	<i>Procenat</i>	<i>Procenat slušajeva</i>	<i>Procenat</i>	<i>Procenat slušajeva</i>	<i>Procenat</i>	<i>Procenat slušajeva</i>
Zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe	21.4 %	44.8 %	18.8 %	37.8 %	25.1 %	48.5 %
Kvalitetan repertoar	13.9 %	29.2 %	13.2 %	26.5 %	14.2 %	27.3 %
Kvalitetan ansambl (glumci, solisti)	15.4 %	32.3 %	12.7 %	25.5 %	7.5 %	14.4 %
Izlazak (zabava)	7.5 %	15.6 %	6.1 %	12.2 %	9.6 %	18.6 %
Edukacija	10.0 %	20.8 %	10.7 %	21.4 %	11.0 %	21.1 %
Volim da gledam pozorišne predstave	31.8 %	66.7 %	34.0 %	68.4 %	32.6 %	62.9 %
Dirigent (samo za operu)	-	-	4.6 %	9.2 %	-	-

Publika koja često ili povremeno posećuje Narodno pozorište u Beogradu kao najvažnije razloge navodi da *vole da gledaju pozorišne predstave*, zatim *zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe* i *kvalitetan repertoar*. Zanimljivo je da se kod čak 66.7 % baletske publike, 68.4 % operске publike i 62.9 % dramske publike među tri najvažnija razloga nalazi razlog *volim da gledam pozorišne predstave*, dok se razlog *zadovoljavanje kulturno-umetničke potrebe* nalazi kod 44.8 % baletske publike, 37.8 % operске i 48.5 % dramske publike. *Kvalitetan repertoar*, razlog za koji smo očekivali da se kotira veoma visoko, nalazi se kod “samo” oko 30 % publike u sve tri direkcije 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, 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 publika Narodnog pozorišta u Beogradu, kao i svih drugih pozorišta u Srbiji, 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, a posebno operске i baletske. Naravno, ne treba zanemariti ni tzv. *situacioni faktor* koji je povezan sa socio-ekonomskom i ukupnom društvenom situacijom u Srbiji i Beogradu, koju karakterišu procesi koji u svojoj osnovi imaju veoma jak uticaj *razorenog starog sistema vrednosti i nepostojanja novog iole konzistentnog 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 svakodnevnice.

Dakle, nije potvrđena hipoteza da je najznačajniji faktor koji utiče na učestalost odlaska u Narodno pozorište u Beogradu *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, baletska publika koja retko posećuje Narodno pozorište u Beogradu, kao najvažniji razlog navodi *nedostatak interesovanja*, dok operaska i dramska publika navode *nedostatak slobodnog vremena*. Nedostatak slobodnog vremena kod operске i dramske publike nalazi se kod više od polovine publike koja retko posećuje pozorište (operska 60.4 % i dramska 53.8 %) među prvih tri razloga. Međutim, za razliku od nedostatka slobodnog vremena (opera i drama) gde je polna struktura u skladu sa polnom strukturom uzorka, kod nedostatka interesovanja (balet) imamo više muškaraca i zbog relativno značajne razlike možemo zaključiti da je nezainteresovanost za baletske predstave više izražena kod muške publike, između ostalog uzrokovana nedostatkom informacija (kod trećine publike). Porodični i životni uslovi kao razlozi za retko posećivanje pozorišta su nešto izraženiji kod starije publike, posebno penzionera, što pokazuje da vremena velikih kriza najviše pogađaju, pored mladih, i najstarije društvene grupe.

Podaci dobijeni od dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu u odnosu na distribuciju odgovora prema sceni (Velika scena i scena „Raša Plaović“) pokazali su da nema značajnijih razlika u odnosu na ukupne podatke dramske publike.

Tabela 4. Razlozi za retke posete Narodnom pozorištu u Beogradu

<i>Razlozi za retke posete pozorištu</i>	<i>Balet</i>		<i>Opera</i>		<i>Drama</i>	
	<i>Procenat</i>	<i>Procenat slučajeva</i>	<i>Procenat</i>	<i>Procenat slučajeva</i>	<i>Procenat</i>	<i>Procenat slučajeva</i>
Porodični i životni uslovi	-	-	10.0 %	14.6 %	7.1 %	11.5 %
Nedostatak slobodnog vremena	25.5 %	35.9 %	41.4 %	60.4 %	33.3 %	53.8 %
Nedostatak informacija	23.6 %	33.3 %	10.0 %	14.6 %	20.2 %	32.7 %
Nedostatak interesovanja	27.3 %	38.5 %	12.9 %	18.8 %	15.5 %	25.0 %
Neodgovarajući repertoar	7.3 %	10.3 %	10.0 %	14.6 %	1.2 %	1.9 %
Materijalni razlog	10.9 %	15.4 %	8.6 %	12.5 %	16.7 %	26.9 %
Visoke cene karata	5.5 %	7.7 %	7.1 %	10.4 %	6.0 %	9.6 %

Takođe, statistički značajan procenat baletske i dramske publike koja retko posećuje Narodno pozorište u Beogradu navodi materijalni razlog (nedostatak novca) kao prepreku za češće posete pozorištu. S druge strane, kada pogledamo razloge koje je navela baletska publika, možemo zaključiti da kombinacija razloga: nedostatak interesovanja, nedostatak slobodnog vremena i nedostatak informacija u svojoj osnovi imaju problem složene simboličke strukture baletske umetnosti, koju je očigledno potrebno više približiti prosečnom posetioocu pozorišta da bi se češće odlučivali da pogledaju baletsku predstavu.

Ako pogledamo kompletnu strukturu razloga za retke posete Narodnom pozorištu u Beogradu videćemo da su svi značajni razlozi vezani za socio-ekonomsku i vrednosnu sferu čovekovog života, dok su razlozi vezani direktno za Narodno pozorište u Beogradu (repertoar, cene karata) manje zastupljeni. S obzirom na to, rezultati istraživanja pokazali su da *najvažniji* razlozi za retke

posete pozorištu nisu *direktno* vezani za rad Narodnog pozorišta u Beogradu i njegove karakteristike, nego za društveno ekonomske uslove u kojima publika egzistira i dominantne vrednosne orijentacije u društvu.

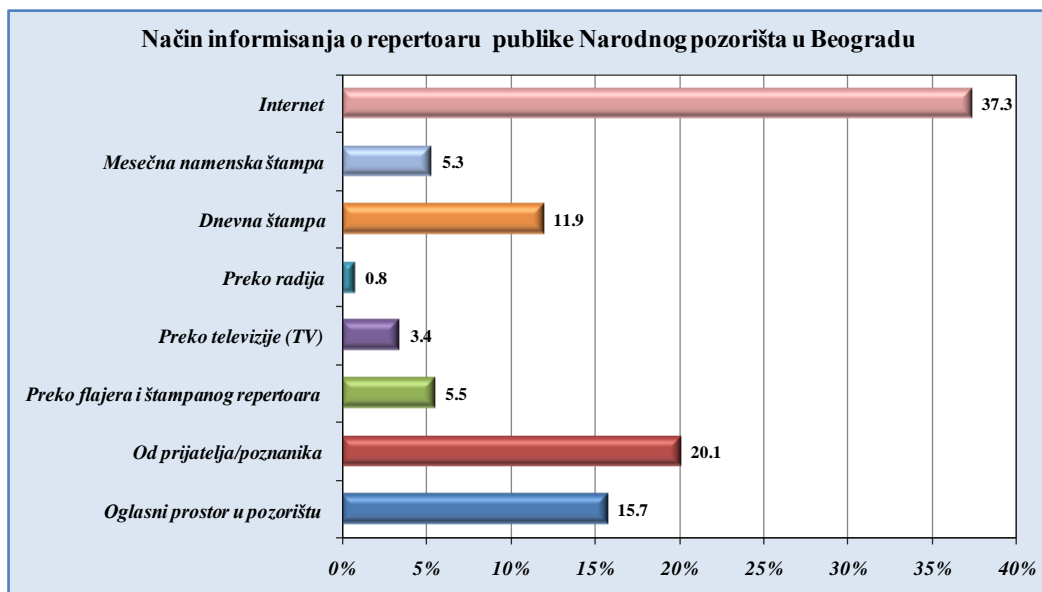
4.3 Repertoar Narodnog pozorišta u Beogradu

Odnos publike prema repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu 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 utvrditi koji su žanrovi (vrste) drame, baleta i opere publici najinteresantniji i kojih bi dramskih predstava po žanrovima trebalo biti više.

Na kraju, interesovalo nas je da li bi baletska i operaska publika želela da u toku istog meseca bude više istih naslova sa različitim podelama i na koji način publika bira predstavu koju želi da pogleda, tj. koji faktori najviše utiču na izbor predstave iz repertoara pozorišta.

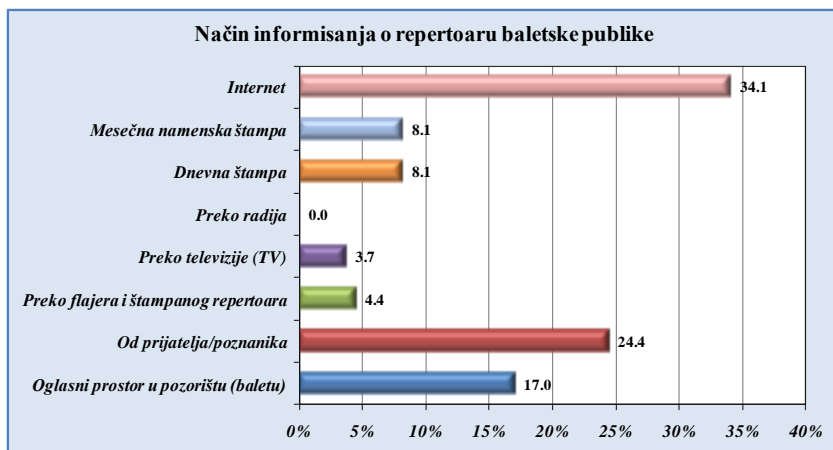
Grafikon 28



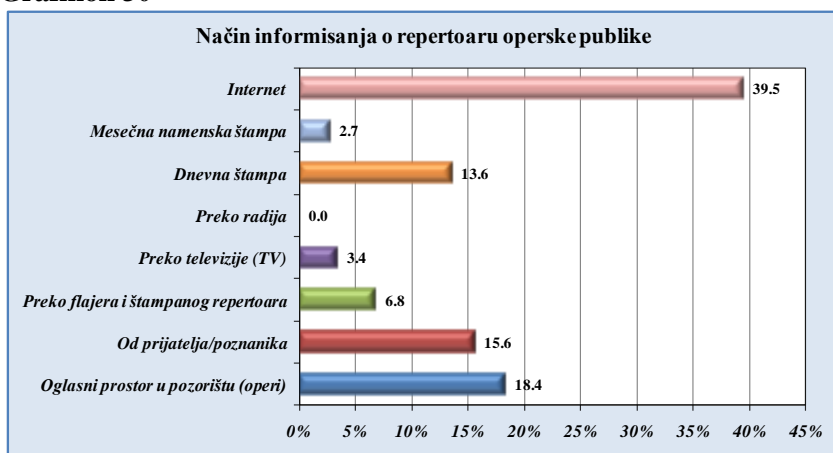
Rezultati su pokazali da se najveći broj publike o repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu informiše putem *Interneta* (37.3 %) i *preporukom od strane prijatelja/poznanika* (20.1 %). Klasični načini informisanja putem oglasnog prostora u pozorištu i dnevne štampe su još značajno zastupljeni, mada se može primetiti trend njihove stagnacije sa prognozom daljeg opadanja srazmerno povećavanju savremenih načina informisanja putem informacionih tehnologija. Televizija i radio su ubedljivo najređi način informisanja o repertoaru pozorišta iz najmanje dva povezana razloga. Reklamnih 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, 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.

Grafikon 29



Grafikon 30



Ako pogledamo distribuciju odgovora o načinu informisanja o radu i repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu po direkcijama (Grafikoni 29, 30, 31 i 32), videćemo da nema značajnije razlike u odnosu na prosečnu. U svim direkcijama (balet, opera i drama) kao način informisanja dominira Internet, sa vrlo značajnom zastupljenošću informisanja preko prijatelja/poznanika. Takođe, zanimljivo je da nema baletske i operske publike koja se informiše preko radija. Podaci se mnogo ne razlikuju ni kada pogledamo samo dramsku publiku grupisanu prema scenama (Tabela 5). I dalje je dominantan način informisanja preko Interneta, nešto više na sceni „Raša Plaović“, verovatno zbog mlađe publike koja je značajno zastupljena u starosnoj strukturi publike na ovoj

sceni. Nešto manji broj dramske publike sa Velike scene koja se informiše preko Interneta je povezan sa većim brojem publike od proseka koja se informiše putem dnevne štampe, što je, takođe, povezano sa starosnom strukturom dramske publike na Velikoj sceni gde je nešto veći broj starije publike koja tradicionalno više koristi dnevnu štampu i oglasni prostor u pozorištu.

Naravno, ovde moramo napomenuti da Narodno pozorište u Beogradu ima dosta kvalitetnu Internet prezentciju sa svim potrebnim informacijama, što svakako doprinosi većem procentu publike koja se informiše o repertoaru putem Interneta.

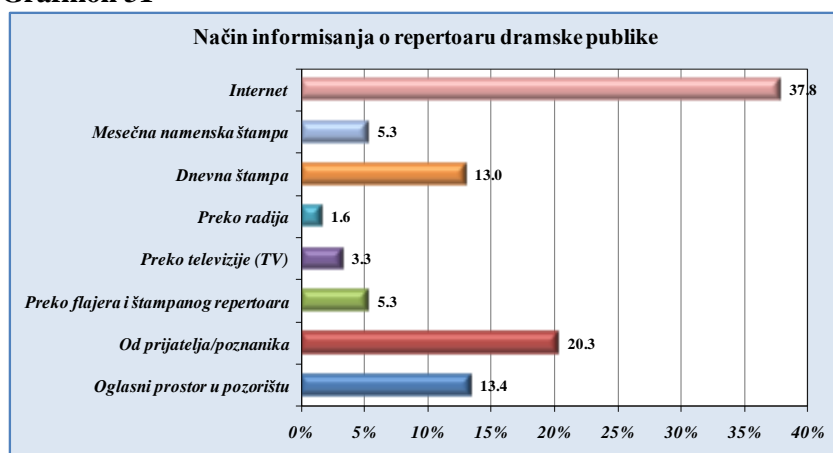
Tabela 5. Način informisanja dramske publike po scenama

<i>Način informisanja/Scena</i>	<i>Scena</i>		<i>Ukupno</i>
	<i>Velika scena</i>	<i>Scena "Raša Plaović"</i>	
Oglasni prostor u pozorištu	15.3	11.7	13.4
Od prijatelja/poznanika	19.5	21.1	20.3
Preko flajera i štampanog repertoara	5.1	5.5	5.3
Preko televizije (TV)	2.5	3.9	3.3
Preko radija	2.5	0.8	1.6
Dnevna štampa	16.9	9.4	13.0
Mesečna namenska štampa	5.9	4.7	5.3
Internet	32.2	43.0	37.8
Ukupno	100.0	100.0	100.0

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 komunikacije i poslovanja.

Internet u Srbiji se, još uvek, 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 najnovijim podacima Republičkog zavoda za statistiku iz septembra 2010. godine, svako drugo domaćinstvo u Srbiji ima računar, ali samo 39,0 % ima Internet priključak. Više od 1.700.000 građana koristi Internet svakodnevno što je značajno povećanje u odnosu na 2008. godinu. Prema dostupnim podacima, Internet u Srbiji se najčešće koristi za razmenu *e-mail* poruka i ostale vrste komunikacija (četovanje i sl), preuzimanje igrice, slika, filmova i muzike, informisanje, čitanje *on-line* novina i časopisa, ali je zabrinjavajući podatak da čak 29,3 % građana uopšte nije zainteresovano za Internet.

Grafikon 31



Iz ranijih istraživanja načina korišćenja slobodnog vremena pozorišne publike (*Pozorišna publika u Srbiji – dramska publika*, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 2010.) dobili smo podatke da pretraživanje Interneta nije jedan od dominantnijih načina korišćenja slobodnog vremena, ali je najčešći način informisanja o repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu, što navodi na zaključak da većina publike koristi Internet ciljno za informisanje (odlazak na internet prezentaciju pozorišta sa traženim informacijama) a ne za pretraživanje u smislu korišćenja slobodnog vremena. S druge strane, ovi podaci govore da je postojanje i održavanje kvalitetne Web prezentacije Narodnog pozorišta u Beogradu apsolutno neophodno ukoliko pozorište želi da prati trendove u načinu komunikacije i informisanja u savremenom informatičkom društvu. Ovo je posebno značajno za mlađu publiku, ali je primetno da se i starija publika sve više koristi ovim načinom informisanja.

Naravno, da bi institucije kulture mogle da se uključe u savremene načine komunikacije moraju biti opremljene odgovarajućom ICT opremom i kadrovima. 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 tog razloga Zavod za proučavanje kulturnog razvitka je realizovao istraživanje o stanju u oblasti informacionih tehnologija u kulturi.⁵ Istraživanje je pokazalo da se razvijanje IT infrastrukture u institucijama kulture u Srbiji odvijalo stihijski, neorganizovano i usporeno u odnosu na brze promene koje su karakteristične za savremene informaciono-komunikacione tehnologije. Konkretno, što se pozorišta tiče, oko 40 % pozorišta u Srbiji stanje sa računarima je ocenilo zadovoljavajućim, ali isto toliko nije moglo da proceni, dok je kod ostalih 20 % stanje sa opremljenosti računarima nezadovoljavajuće. Iz ovih podataka je vidljivo da je neophodno uložiti veća sredstva u opremanje pozorišta ICT opremom, tj. postepenu zamenu

⁵ Jokić, Biljana., Mrđa, Slobodan. 2009. *Informacione tehnologije i ljudski resursi u kulturi Srbije*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.

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 skoro polovina pozorišta u Srbiji mora poboljšati kvalitet svojih informacionih sistema.

Kao i što smo i očekivali način informisanja o repertoaru pozorišta ne zavisi od pola publike, 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 na nivou pozorišta.

Međutim, kod distribucije odgovora u odnosu na godine starosti publike uočene su određene razlike u starosnim grupama. *Najmlađa publika* Narodnog pozorišta u Beogradu se najčešće informiše o repertoaru preko oglasnog prostora u pozorištu u kombinaciji sa preporukom prijatelja, dok informacije na TV i radiju skoro da i ne gledaju, a zanemariv procenat se informiše preko dnevne štampe, što se moglo i očekivati jer su ranija istraživanja⁶ 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 publike Narodnog pozorišta u Beogradu (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 Narodnog pozorišta u Beogradu. Starosna grupa od 31 do 45 godina je skoro identična najbrojnijoj grupi, s tim što se kod ove grupe uočava blagi rast informisanja preko TV i radija.

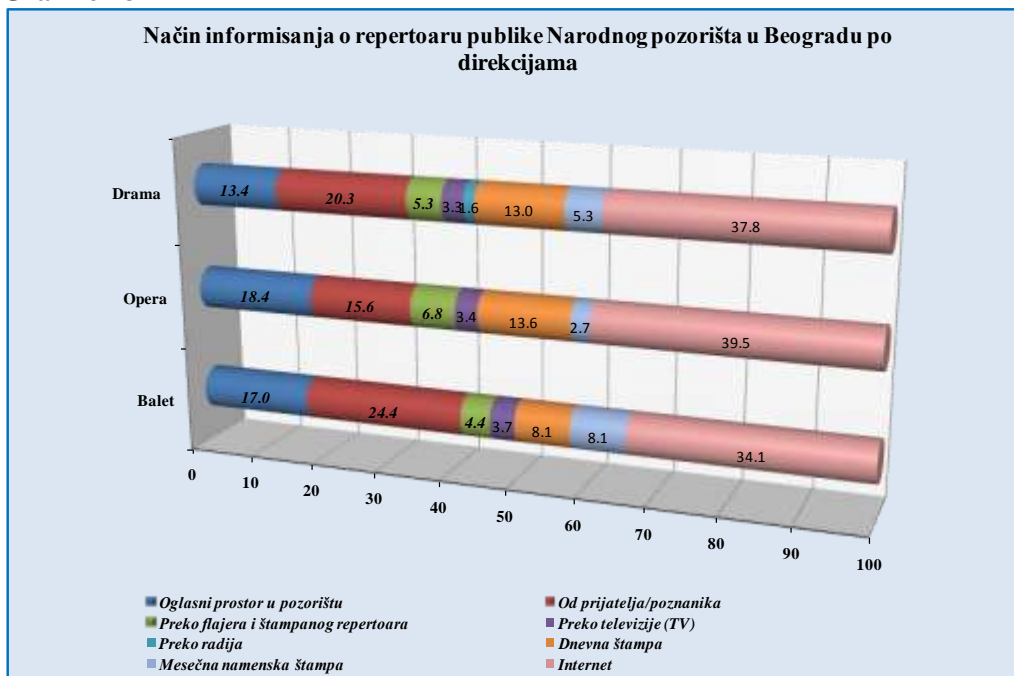
Načini informisanja su najpravnomernije raspoređeni u grupi 46 do 65 godina, sa značajnim povećanjem učešća dnevne štampe kao načina informisanja o repertoaru. Najstarija starosna grupa je karakteristična po tome što najčešće koristi dnevnu štampu za informisanje o repertoaru, ali i najviše traže informacije preko TV.

Inače, uočena je povezanost ova dva načina informisanja (dnevna štampa i TV i radio) u smeru da što je publika starija povećava se i korišćenje ovih tradicionalnijih načina informisanja o

⁶Mrđa, 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.

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 značajnom i stabilnom nivou.

Grafikon 32



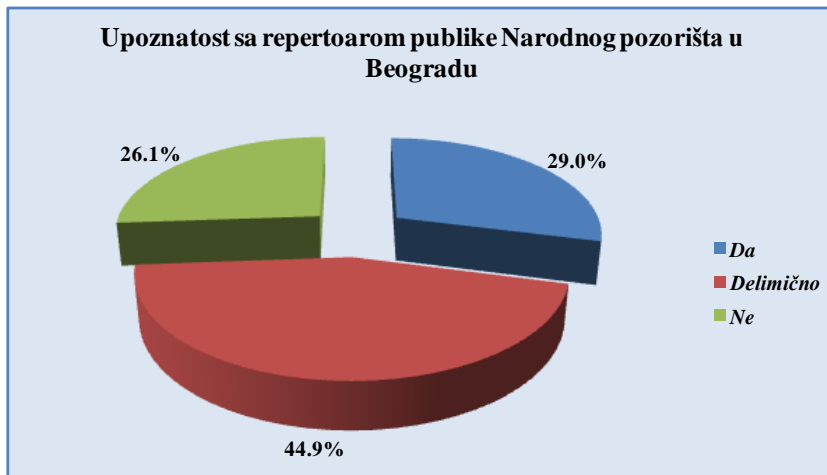
Ukoliko pogledamo distribuciju publike Narodnog pozorišta u Beogradu po učestalosti odlaska u pozorište i njihove načine informisanja o radu i repertoaru, videćemo da postoji relativna povezanost ovih varijabli. Naime, redovna pozorišna publika se najčešće informiše preko oglasnog prostora u pozorištu, 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 Narodno pozorište u Beogradu kombinuje ova dva načina informisanja. Kod najbrojnije, povremene, publike najčešće se koristi Internet, ali i preporuka prijatelja. Kod ređih posetilaca Narodnog pozorišta u Beogradu preporuka prijatelja ili poznanika je zastupljenija, a posebno je dominantna kod slučajnih posetioca jer je skoro svaki treći došao u pozorište posle preporuke prijatelja ili poznanika. S druge strane, izgleda da su češći posetioci razvili sopstvene kriterijume za procenu i izbor predstave iz repertoara i mnogo manje koriste preporuke prijatelja ili poznanika, jer možemo pretpostaviti da je publika iz ove grupe često u situaciji *da daje preporuke*. Naravno, 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.

Dakle, u potpunosti je potvrđena hipoteza da Internet postaje dominantan način informisanja o repertoaru i radu Narodnog pozorišta u Beogradu. Međutim, statistički značajan broj publike se o

radu (najčešće repertoaru) pozorišta informiše preko prijatelja i poznanika (preporuka za predstavu). Klasični načini informisanja (oglasni prostor i dnevna štampa) imaju trend opadanja, ali su još uvek statistički zanimljivi.

U sklopu pitanja o repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu i odnosu publike prema njemu, zanimalo nas je koliko je publika upoznata sa repertoarom pozorišta (Grafikon 33). Pored pozitivnog i negativnog odgovora, ostavili smo i srednju varijantu radi što preciznijeg određenja. Ispostavilo se da se tek nešto manje od polovine publike Narodnog pozorišta u Beogradu (44.9 %) odlučilo za tu varijantu, tj. da je samo delimično upoznata sa repertoarom pozorišta, dok je 29.0 % publike upoznato sa repertoarom. Međutim, imamo čak 26.1 % publike koja uopšte nije upoznata sa repertoarom pozorišta.

Grafikon 33



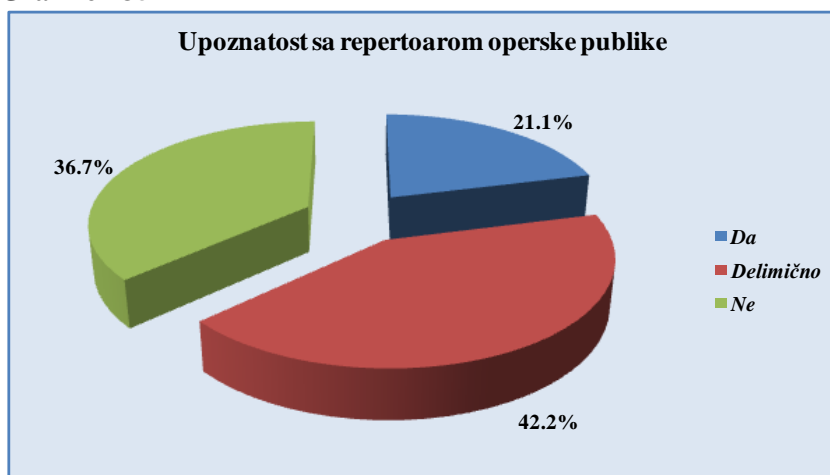
Ukoliko pogledamo distribuciju odgovora prema direkcijama (Grafikoni 34, 35, 36 i 38) vidimo da publika Narodnog pozorišta u Beogradu najbolje poznaje dramski repertoar, na obe scene podjednako (Grafikon 37).

Grafikon 34

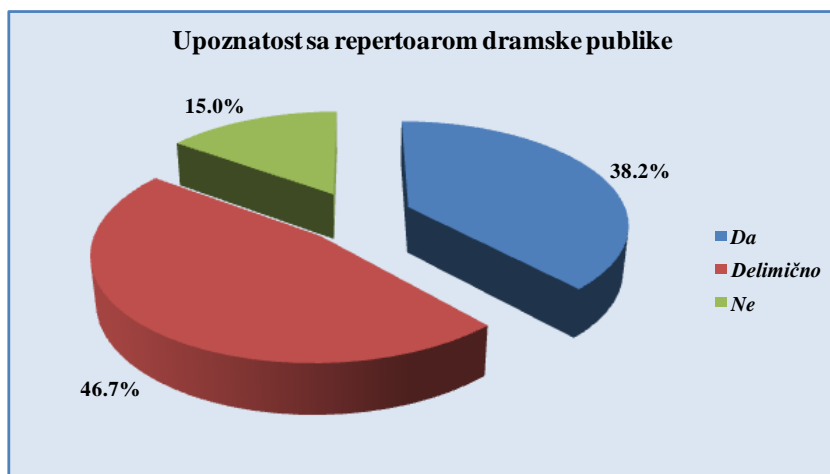


Operska publika Narodnog pozorišta u Beogradu najslabije poznaje repertoar opere gde čak 36.7 % operske publike ne poznaje repertoar dok ga samo delimično poznaje 42.2 % publike (Grafikon 35). Ipak, uz 21.1 % publike koja poznaje repertoar opere, dolazimo do značajnih 63.3 % operske publike koja je različitim nivoima upoznata sa repertoarom. Skoro identična situacija je i sa baletskom publikom (Grafikon 34).

Grafikon 35

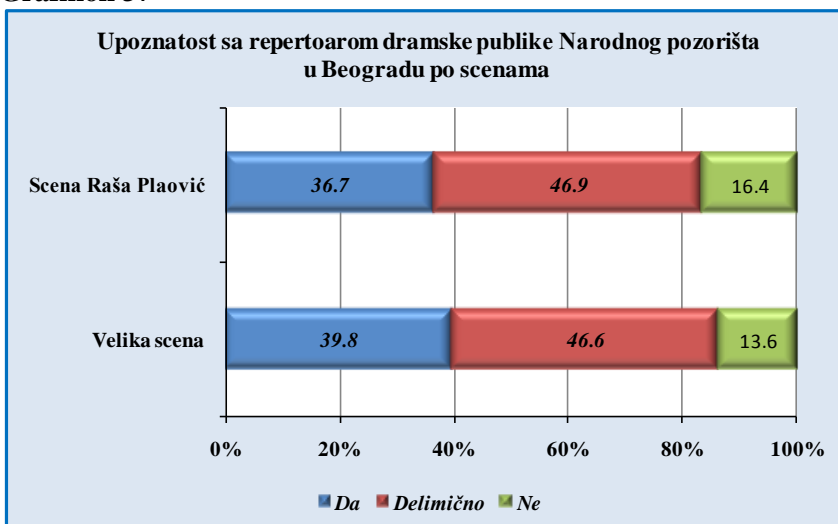


Grafikon 36



Potpuno drugačija situacija je sa dramskim repertoarom koga poznaje značajnih 38.2 % publike a ako tome dodamo i 46.7 % publike koja ga poznaje samo delimično, dobijamo da je čak 84.9 % dramske publike na neki način upoznato sa repertoarom dramskih predstava Narodnog pozorišta u Beogradu. Na žalost, tip instrumenta i način prikupljanja podataka nije omogućavao da se utvrde i razlozi ovako različitog nivoa upoznatosti sa repertoarima po direkcijama, te ovaj problem ostaje da se istraži u nekim narednim istraživanjima publike Narodnog pozorišta u Beogradu.

Grafikon 37

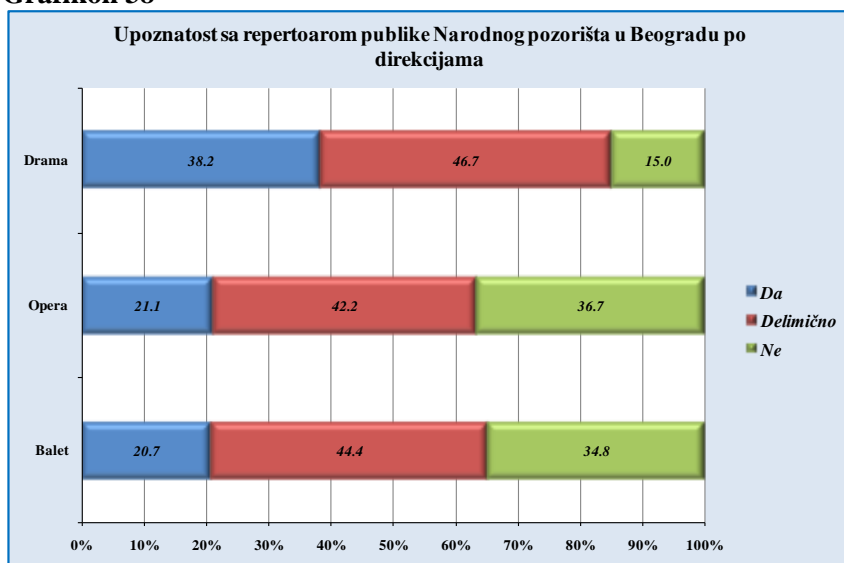


U grupi baletske publike koja je upoznata sa baletskim repertoarom polna struktura je 71.4 % žena i 28.6 % muškaraca, što je vrlo blizu polnoj strukturi baletske publike, dok je u grupi koja je delimično upoznata sa repertoarom značajno veći broj žena (83.3 %) od muškaraca kojih ima samo 16.7 %. Zbog toga je u grupi baletske publike koja nije upoznata sa repertoarom nešto veći procenat muškaraca (29.8 %) u odnosu na polnu strukturu baletske publike.

Što se operse publike tiče, u grupi koja je upoznata sa repertoarom opere polna struktura je 71.0 % žena i 29.0 % muškaraca, što je vrlo blizu polnoj strukturi operse publike, ali ipak sa nekoliko procenata muškaraca više, dok je u grupi koja je delimično upoznata sa repertoarom polna struktura skoro identična ukupnoj polnoj strukturi operse publike, što je i slučaj sa grupom operse publike koja nije upoznata sa repertoarom.

Kod dramske publike, u grupi koja je upoznata sa repertoarom drame, polna struktura je 72.3 % žena i 27.7 % muškaraca, što nam pokazuje da je u odnosu na ukupnu polnu strukturu dramske publike (66.3 % žena i 33.7 % muškaraca) u ovoj grupi značajno više žena, dok je u grupi koja je delimično upoznata sa repertoarom polna struktura skoro identična ukupnoj. Međutim, u grupi dramske publike koja nije upoznata sa repertoarom dominiraju muškarci kojih ima čak 59.5 % u odnosu na „samo“ 40.5 % žena. Dakle, evidentno je da su žene zainteresovanije za dramski repertoar i bolje su upoznate sa repertoarom drame od muškaraca, što se moglo i očekivati s obzirom na ukupnu polnu strukturu publike Narodnog pozorišta u Beogradu.

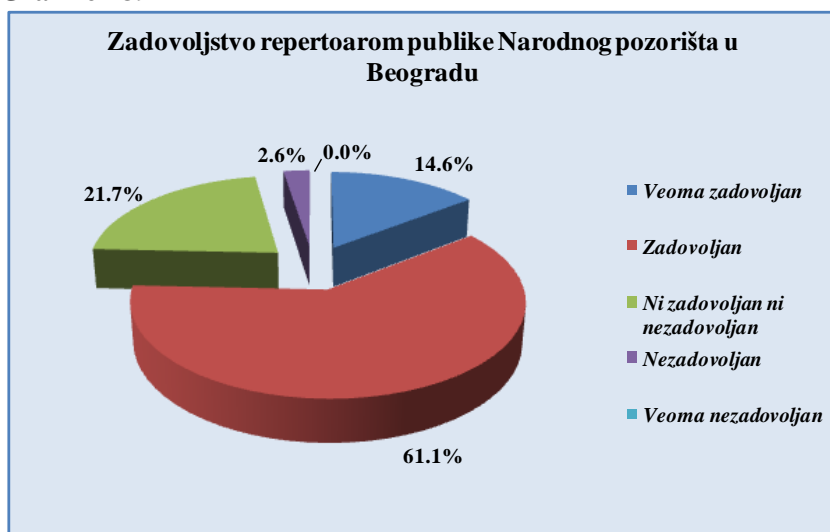
Grafikon 38



Kao što smo očekivali, nema značajnih odstupanja kod distribucije po godinama starosti i stručnoj spremi u svim direkcijama, ali je uočena značajnija korelacija između učestalosti poseta pozorištu i poznavanja repertoara 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 nešto manja kad se informišu od prijatelja i poznanika (jer se najčešće radi o preporuci za pojedinu predstavu) i dnevne štampe.

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 39).

Grafikon 39



Publika koja je *upoznata ili delimično upoznata sa repertoarom Narodnog pozorišta u Beogradu* (73.9 %) je u većini zadovoljna sa repertoarom pozorišta u datim okolnostima. Naime, čak 61.1 % publike je zadovoljno repertoarom, dok je 14.6 % veoma zadovoljno. Neodlučnih je 21.7 %, dok nezadovoljnih ima nešto manje od tri procenta a veoma nezadovoljnih nema uopšte. Ako pogledamo distribuciju odgovora po direkcijama (Tabela 6) uočićemo da su *oni koji su upoznati sa repertoarom* uglavnom grupisani u gornjem delu skale o stepenu zadovoljstva (zadovoljni i veoma zadovoljni) u svim direkcijama. Neodlučnih je prosečno oko 15 procenata u svakoj direkciji. U donjem delu skale o stepenu zadovoljstva (nezadovoljni i veoma nezadovoljni) imamo skoro zanemariv broj publike.

Tabela 6. Zadovoljstvo repertoarom publike Narodnog pozorišta u Beogradu po direkcijama

Zadovoljstvo repertoarom	Balet		Opera		Drama		Ukupno	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Veoma zadovoljan	13	9.6	12	8.2	32	13.0	57	10.8
Zadovoljan	54	40.0	52	35.4	133	54.1	239	45.3
Ni zadovoljan ni nezadovoljan	21	15.6	25	17.0	39	15.9	85	16.1
Nezadovoljan	0	0	5	3.4	5	2.0	10	1.9
Veoma nezadovoljan	0	0	0	0	0	0	0	0
Nije upoznat sa repertoarom	47	34.8	53	36.1	37	15.0	137	25.9
Ukupno	135	100	147	100	246	100	528	100

Slična situacija je i kada se pogledaju odgovori dramske publike distribuirani po scenama (Tabela 7) jer je zadovoljnih preko 60 % na obe scene, ali nešto više na sceni “Raša Plaović”. Neodlučnih je više na Velikoj sceni, ali nema nezadovoljne publike, dok na sceni “Raša Plaović”

ima manje neodlučnih, ali ima i 4.7 % nezadovoljnih. Iako su razlike veoma male, ipak možemo reći da je publika sa scene “Raša Plaović” nešto zadovoljnija sa repertoarom na toj sceni.

Tabela 7. Zadovoljstvo repertoarom dramske publike po scenama

<i>Zadovoljstvo repertoarom/Scena</i>	<i>Scena</i>		<i>Ukupno</i>
	<i>Velika scena</i>	<i>Scena “Raša Plaović”</i>	
Veoma zadovoljan	15.7	15.0	15.3
Zadovoljan	61.8	65.4	63.6
Ni zadovoljan ni nezadovoljan	22.5	15.0	18.7
Nezadovoljan	0	4.7	2.4
Veoma nezadovoljan	-	-	-
Ukupno	100.0	100.0	100.0

Kod polne strukture uočavamo procentualno veće učešće muškaraca u manjoj grupi koja je nezadovoljna repertoarom pozorišta. U većini starosnih grupa zadržale su se proporcije koje ne odstupaju značajno od zadovoljstva repertoarom na nivou uzorka.

Redovna dramska publika Narodnog pozorišta u Beogradu je uglavnom zadovoljna dramskim repertoarom (36.1 % veoma zadovoljnih i 47.2 % zadovoljnih), kao i potencijalna redovna dramska publika (13.1 % veoma zadovoljnih i čak 75.4 % zadovoljnih). Najbrojnija, povremena, dramska publika je nešto manje zadovoljna repertoarom (10.7 % veoma zadovoljnih, 65.5 % zadovoljnih, ali i 22.6 % neodlučnih). Kod retkih i slučajnih posetilaca dramskih predstava povećava se procenat neodlučnih (kod retkih posetilaca je iznad 40.0 %), a ova nemogućnost procene verovatno je posledica neizgrađenih sopstvenih kriterijuma za vrednovanje dramskih predstava, što je u uskoj vezi sa retkim odlaskom u pozorište ili nezainteresovanosti za repertoar pozorišta u celini.

Redovna baletska publika Narodnog pozorišta u Beogradu je uglavnom zadovoljna baletskim repertoarom (30.0 % veoma zadovoljnih i 60.0 % zadovoljnih), kao i potencijalna redovna baletska publika (13.6 % veoma zadovoljnih i čak 72.7 % zadovoljnih). Najbrojnija, povremena, baletska publika je nešto manje zadovoljna repertoarom (7.1 % veoma zadovoljnih, 71.4 % zadovoljnih, ali i 21.4 % neodlučnih). Kod retkih i slučajnih posetilaca baletskih predstava naglo se povećava procenat neodlučnih (kod retkih posetilaca je iznad 50.0 %, dok je kod slučajnih posetilaca neodlučnih čak 62.5 %). Kao i kod dramske publike, ova nemogućnost procene verovatno je posledica neizgrađenih sopstvenih kriterijuma za vrednovanje baletskih predstava, ali i nešto složenije strukture i simboličke forme baletske umetnosti u celini, koja retkim i slučajnim posetiocima baletskih predstava otežava razumevanje i vrednovanje.

Operska publika Narodnog pozorišta u Beogradu je u celini manje zadovoljna operskim repertoarom nego dramska i baletska. Kod redovne operske publike imamo samo 19.0 % veoma zadovoljnih i 52.4 % zadovoljnih, neodlučnih ima isto 19.0 %, ali i 9.5 % nezadovoljnih repertoarom. Kod potencijalne redovne operska publike nema nezadovoljnih, dok je 12.0 % veoma

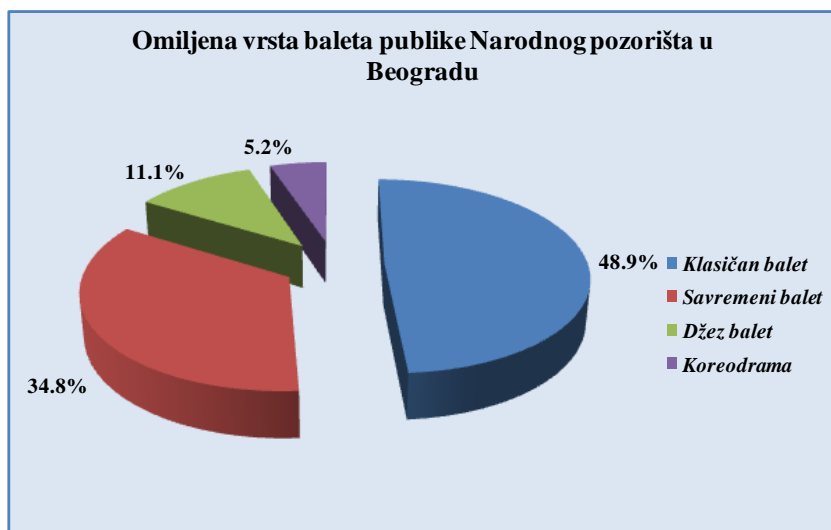
zadovoljnih i 56.0 % zadovoljnih, ali čak 32.0 % neodlučnih. Kod najbrojnije, povremene, operске publike imamo samo 3.6 % veoma zadovoljnih, 64.3 % zadovoljnih, neodlučnih je 21.4 %, ali i 10.7 % nezadovoljnih. Kod slučajnih posetilaca operških predstava naglo se povećava procenat neodlučnih kojih je čak 85.7 %. Kao kod dramske i baletske publike, ova nemogućnost procene verovatno je posledica neizgrađenih sopstvenih kriterijuma za vrednovanje operških predstava, ali i nešto složenije strukture i forme operске predstave u celini, koja retkim i slučajnim posetiocima operških predstava otežava praćenje, samim tim i razumevanje i vrednovanje.

Statistička analiza pokazala je da postoji određena korelacija, tj. da zadovoljstvo repertoarom utiče na učestalost odlaska u Narodno pozorište u Beogradu, ali je jačina ove veze relativno slaba. I pored toga što faktor zadovoljstva repertoarom nije dominantan faktor koji utiče na učestalost odlaska u Narodno pozorište u Beogradu (Tabele 3 i 4), 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 Narodno pozorište u Beogradu.

Takođe, ovi podaci su sasvim u skladu sa podacima o najvažnijim razlozima za česte ili povremene posete pozorištu (Tabela 3) gde se kvalitetan repertoar, razlog za koji smo očekivali da se kotira veoma visoko, nalazi se kod "samo" 30 % publike među tri najvažnija razloga.

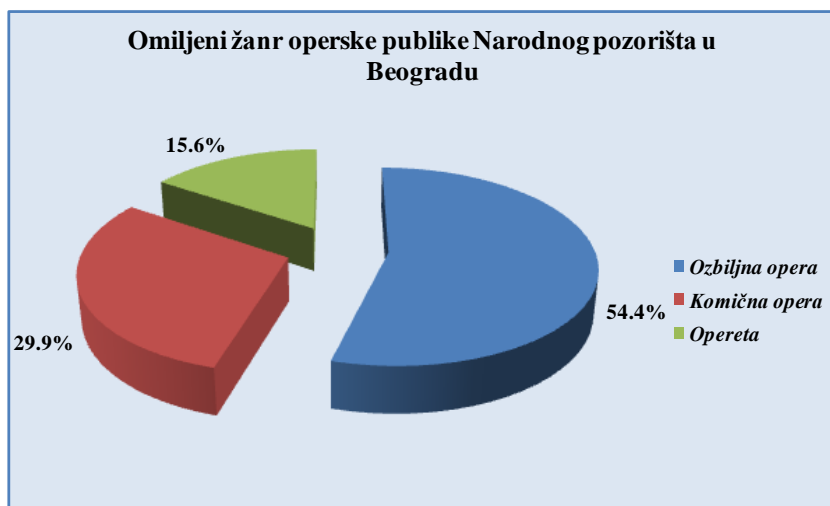
U delu sva tri upitnika (drama, balet, opera) o repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu nalazila su se i pitanja o žanrovima (drama, opera) i vrstama baleta, sa ciljem da se pokuša ustanoviti za koje žanrove drame i opere i vrste baleta je publika najviše zainteresovana. U upitniku za dramsku publiku nalazilo se i pitanje sa kojim smo želeli utvrditi kojih bi predstava po žanru publika želela više u repertoaru, dok su se u upitnicima za baletsku i operšku publiku nalazila pitanja o zainteresovanosti publike za druge vidove operškog i baletskog izvođenja.

Grafikon 40

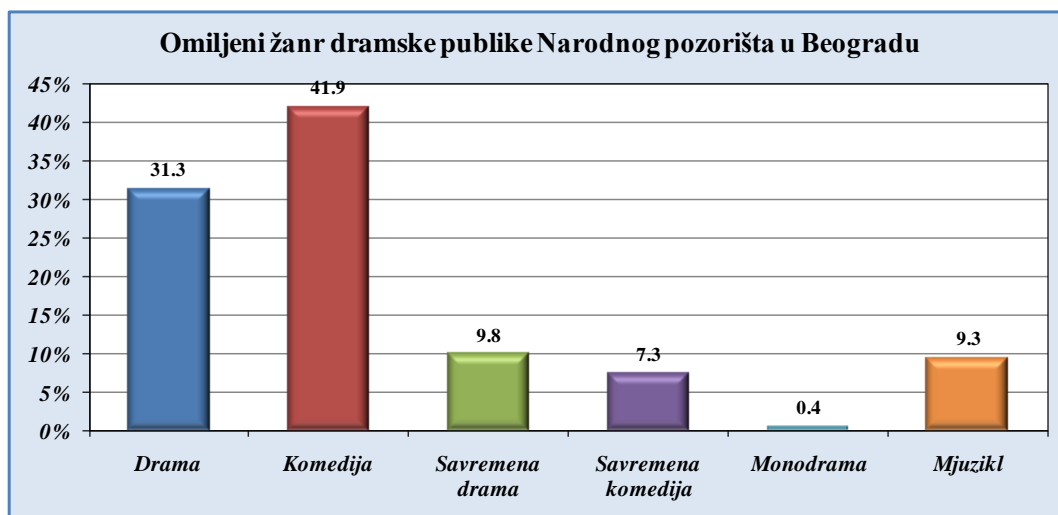


Skoro polovina (48.9 %) baletske publike je najzainteresovanija za klasičan balet, ali je više od trećine publike (34.8 %) zainteresovano za savremeni balet (Grafikon 40). Znatno manje je zainteresovanih za džez balet i koreodramu. Nema značajnih razlika kod polne strukture, ali se uočava da je za klasičan balet zainteresovanija starija obrazovana publika, dok se kod savremenog baleta pojavljuje veći broj mladih (prvenstveno studenata). Što se učestalosti tiče, redovnu i potencijalno redovnu baletsku publiku isključivo zanimaju klasičan i savremeni balet, dok je interesovanje za džez balet i koreodramu u ovim grupama zanemarivo. Najbrojniju povremenu baletsku publiku, takođe, najviše zanima klasičan pa savremeni balet, ali se u ovoj grupi javlja i 14.3 % zainteresovanih za džez balet. Kod retkih i slučajnih posetilaca baletskih predstava uočava se nešto veća zainteresovanost za džez balet i koreodramu, što je verovatno posledica interesovanja da se jednom vide i ovakve vrste baleta. S obzirom na to da se radi o publici koja retko posećuje baletske predstave procenjujemo da se ne radi o nekoj vrsti trenda nego o trenutnom interesovanju bez značajnog dugoročnog uticaja.

Grafikon 41



Što se omiljenog žanra operске publike Narodnog pozorišta u Beogradu tiče, više od polovine (54.4 %) operске publike je najzainteresovanije za ozbiljnu operu, ali imamo manje od trećine publike (29.9 %) zainteresovane za komičnu operu (Grafikon 41). Znatno manje, ali relativno statistički značajno (15.6 %), je zainteresovanih za operetu. Kod polne strukture uočavamo da je za komičnu operu manje od proseka zainteresovanih muškaraca. Starija obrazovana publika je zainteresovanija za ozbiljnu operu, dok se kod komične opere i operete pojavljuje veći broj mladih sa srednjom stručnom spremom. Što se učestalosti tiče, redovnu operску publiku ubedljivo najviše zanima ozbiljna opera (75.0 %), dok je interesovanje za komičnu operu u ovoj grupi znatno manje (21.4 %). Kod potencijalno redovne operске publike imamo značajnih 58.8 % zainteresovanih za ozbiljnu operu i nešto manje od trećine (29.4 %) zainteresovanih za komičnu operu, ali i 11.8 % zainteresovanih za operetu. Najbrojniju povremenu operскую publiku, takođe, najviše zanima ozbiljna pa komična opera, ali se u ovoj grupi javlja i značajnih 16.2 % zainteresovanih operetu. Kod retkih i slučajnih posetilaca operских predstava uočava se malo veća zainteresovanost za komičnu operu i operetu ali je to, kao i kod baletske publike, verovatno posledica interesovanja da se jednom pogledaju i ovakvi operски žanrovi. S obzirom na to da se radi o publici koja retko posećuje operске predstave mislimo da se ne radi o nekoj vrsti trenda nego o trenutnom interesovanju bez značajnog dugoročnog uticaja.

Grafikon 42

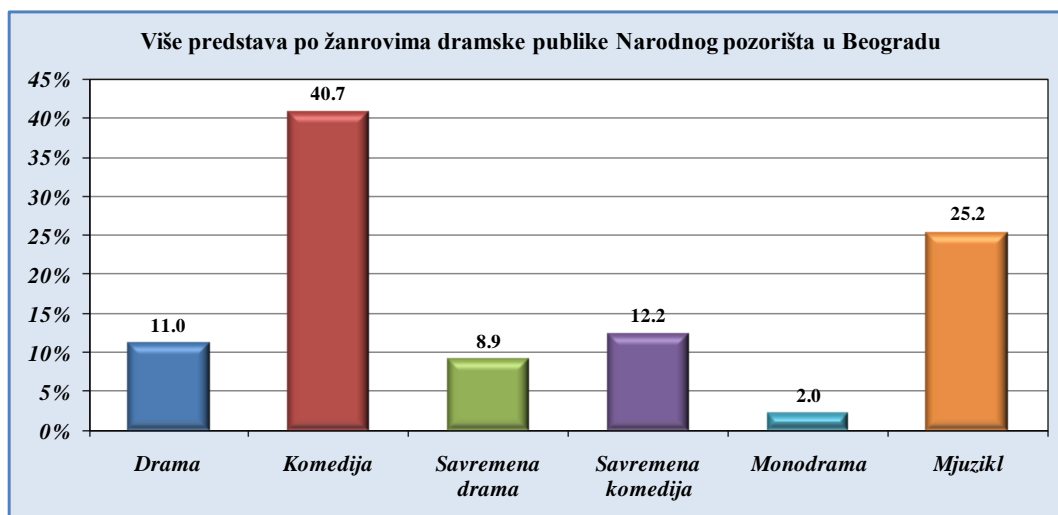
Što se strukture dramskog repertoara po žanrovima tiče (Grafikon 42), kao što smo i očekivali najveće interesovanje publike je za *komedije* (41.9 %) i *drame* (31.3 %). Interesovanje za komedije i drame je tradicionalno visoko, ali se uočava blagi rast interesovanja za savremene drame, savremene komedije za koje je povećano interesovanje muške publike, a posebno za *mjuzikle*, gde veće interesovanje pokazuju žene. Komedije i mjuzikli su nešto popularniji kod mlađe publike, dok drame više voli starija publika. Nisu primećene značajnije razlike kod omiljenih žanrova ukoliko posmatramo odgovore grupisane po scenama Narodnog pozorišta u Beogradu.

Što se učestalosti tiče, redovnu dramsku publiku Narodnog pozorišta u Beogradu ubedljivo najviše zanimaju drame (52.8 %) i komedije (30.6 %), dok je interesovanje za ostale žanrove u ovoj grupi znatno manje (ispod 10.0 %). Kod potencijalno redovne dramske publike imamo nešto ravnomerniju podelu, jer je za drame i komedije zainteresovana po trećina publike iz ove grupe, ali imamo i značajnih 18.2 % zainteresovanih za mjuzikle. Najbrojniju povremenu dramsku publiku, najviše zanima komedija (44.6 %) pa drama (25.0 %), ali se u ovoj grupi javlja i značajnih 12.0 % zainteresovanih za savremenu dramu i 10.9 % za savremenu komediju. Kod retkih i slučajnih posetilaca dramskih predstava nema značajnije razlike u odnosu na povremenu dramsku publiku.

Iz ovih podataka se jasno vidi da je potvrđen deo hipoteze da su komedija i drama omiljeni žanrovi dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu.

Nakon utvrđivanja omiljenog žanra dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu, zanimalo nas je kojih bi predstava po žanrovima publika želela da ima više u dramskom repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu (Grafikon 43).

Grafikon 43



Uzimajući u obzir podatke o omiljenom žanru, nije veliko iznenađenje što bi najviše dramske publike (40.7 %) želelo više komedija u repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu, ali se uočava nagli rast interesovanja za mjuzikle jer bi 25.3 % publike želelo da ih ima više u repertoaru. Takođe, uočava se trend povećanja interesovanja za savremenu komediju.

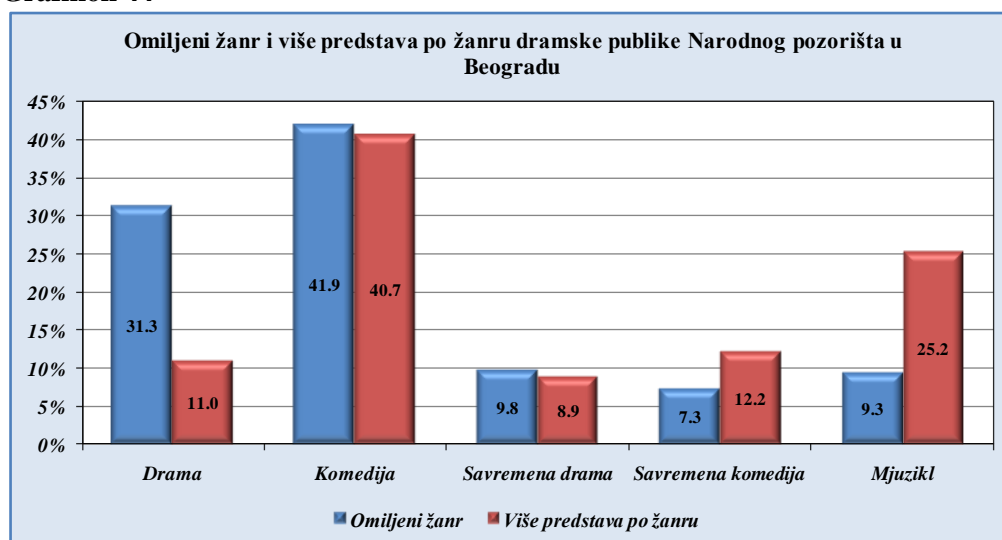
S druge strane, ako uporedno predstavimo podatke o omiljenom žanru i željama publike iz tog domena (Grafikon 44), jasno se vidi da su komedije i dalje najpopularnije i interesovanje za njih će se još dugo konstantno održavati u vrhu, dok dramska publika smatra da su drame dovoljno zastupljene u repertoaru jer bi samo 11.0 % publike želelo više drama u repertoaru. Da će interesovanje za komedije i dalje biti veliko pokazuju i podaci o laganom rastu interesovanja za savremene komedije.

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 Beogradu. 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 situacijom u društvu. Sve ovo rezultira specifičnom tzv. *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 a, takođe, izmenjena je „logika“ funkcionisanja društva koja je dovela do novih društvenih problema i novih protivrečnosti. Čini se da veliki deo publike Narodnog pozorišta u Beogradu kroz želju za većim brojem komedija, baš u pozorištu traži, barem trenutno, izolovanje od sumorne stvarnosti i svakodnevnih problema. Time je uloga pozorišta još značajnija, posebno u vrednosnom smislu.

Grafikon 44



Međutim, ovde treba posebno naglasiti da se najviše povećalo interesovanje za *mjuzikle* koje bi čak 25.2 % publike volelo da ih ima više u repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu. Ovako značajan rast publike zainteresovane za mjuzikle je već uočen u našem ranijem istraživanju (fusnota 4) i ovim novim podacima taj trend je potvrđen, tako da sada sa većom pouzdanosti možemo očekivati dalji kontinuiran rast interesovanja za ovaj žanr.

Dakle, nije potvrđen deo hipoteze da će, osim komedije i drame, ostali žanrovi imati trend opadanja jer rezultati su pokazali da se pojavljuje povećano interesovanje za mjuzikle i, za sada mali ali konstantan, trend rasta interesovanja za savremene komedije.

Kao što smo ranije naglasili u upitnicima za baletsku i opersku publiku nalazila su se i pitanja o zainteresovanosti publike za druge vidove operskog i baletskog izvođenja. Rezultati su pokazali (Tabela 8) da je baletska publika najzainteresovanija za *gostovanja prvaka baleta iz inostranstva*, jer čak 76.3 % baletske publike Narodnog pozorišta u Beogradu bi želelo da vidi prvake baleta iz inostranstva. Takođe, za *gala večeri prvaka baleta* bilo bi zainteresovano 68.9 % baletske publike. Iako bi više od polovine baletske publike bilo zainteresovano za festivale igre, zbog relativno

velikog broja nezainteresovanih (28.9 %) i neodlučnih (13.3 %) ovaj vid baletskog izvođenja još nije u vrhu interesovanja. Ubedljivo najmanje interesovanja baletska publika pokazuje za *festivale koreografskih minijatura*.

Tabela 8. Zainteresovanost baletske publike za druge vidove baletskog izvođenja

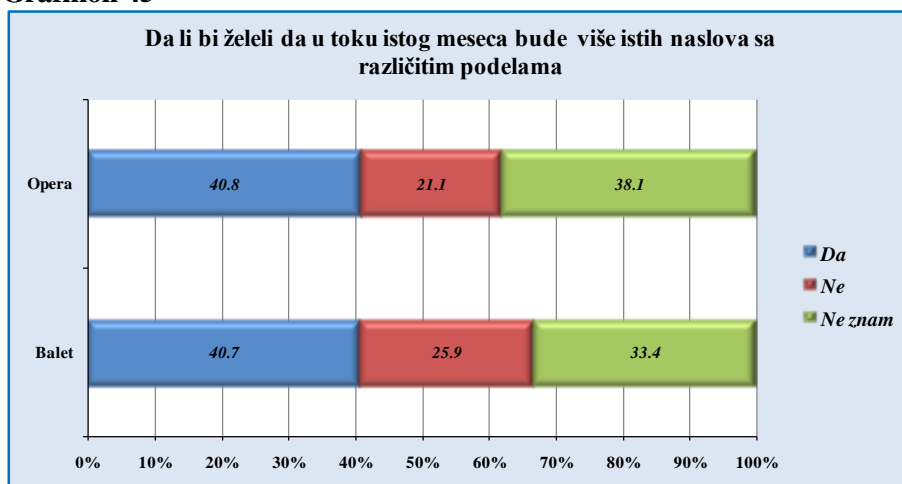
Vidovi	Zainteresovan/a	Neodlučan/a (i jesam i nisam)	Nisam zainteresovan/a	Ukupno
Gala večeri prvaka baleta	68.9	12.6	18.5	100
Gostovanja prvaka baleta iz inostranstva	76.3	11.9	11.9	100
Festival koreografskih minijatura	37.0	23.7	39.3	100
Festivali igre i sl.	57.8	13.3	28.9	100

Što se tiče drugih vidova operskog izvođenja (Tabela 9), operaska publika Narodnog pozorišta u Beogradu pokazuje najviše interesovanja za *gala koncerte više pevača* (62.6 %) i za *koncerte prvaka opere* (58.5 %). Nešto manje interesovanje je za *koncertno izvođenje opere*, a najmanje za *otvorene operске festivale*.

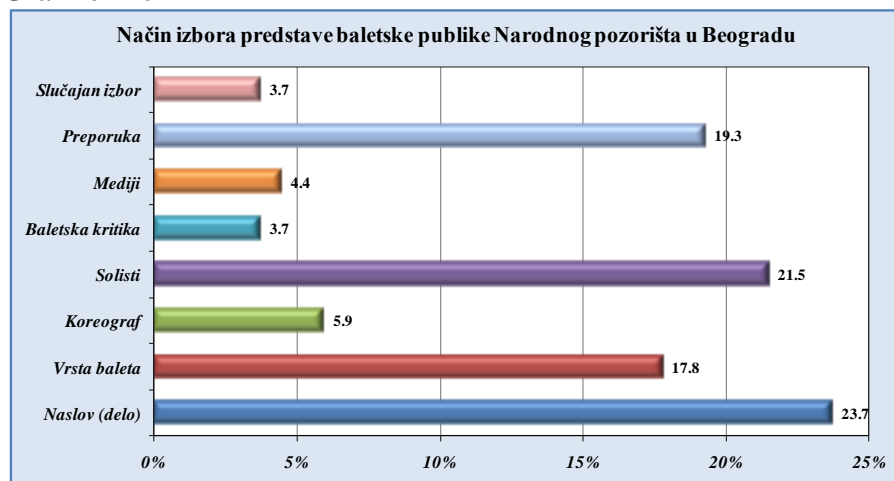
Tabela 9. Zainteresovanost operске publike za druge vidove operskog izvođenja

Vidovi	Zainteresovan/a	Neodlučan/a (i jesam i nisam)	Nisam zainteresovan/a	Ukupno
Koncertno izvođenje opere	49.7	18.4	32.0	100
Otvoreni operски festivali	39.5	24.5	36.1	100
Gala koncerti više pevača	62.6	13.6	23.8	100
Koncerti prvaka opere	58.5	9.5	32.0	100

U sklopu seta pitanja o repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu nalazilo se i pitanje za baletsku i opersku publiku gde nas je zanimalo da li su zainteresovani da u toku istog meseca bude više istih naslova sa različitim podelama. Rezultati su pokazali (Grafikon 45) da u obe vrste publike imamo nešto preko 40 % zainteresovanih, ali i značajan broj neodlučnih (operska publika 38.1 % i baletska 33.8 %). Nezainteresovanih u obe grupe publike ima preko 20 %, nešto više kod baletske publike. Ukoliko saberemo neodlučne i nezainteresovane, vidimo da više od polovine publike nema želju da pogleda iste naslove sa različitim podelama. Stoga, i pored značajnog broja zainteresovanih, procenjujemo da još nije vreme za značajnije povećavanje broja ovih predstava u repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu i da sa takvim promenama treba ići postepeno.

Grafikon 45

Kao poslednje pitanje iz dela o repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu, zanimalo nas je na koji način publika vrši izbor predstave koju želi da pogleda (Grafikoni 46, 47 i 48). Kao što se vidi iz grafikona nema izrazito dominantnog načina na koji publika bira predstavu. I kod baletske, operске i dramske publike najčešće se izbor vrši na osnovu dela. Drugi način kod operске i dramske publike je žanr, dok su kod baletske publike to solisti baleta. Takođe, relativno značajnu ulogu u izboru predstave kod operске publike imaju solisti opere.

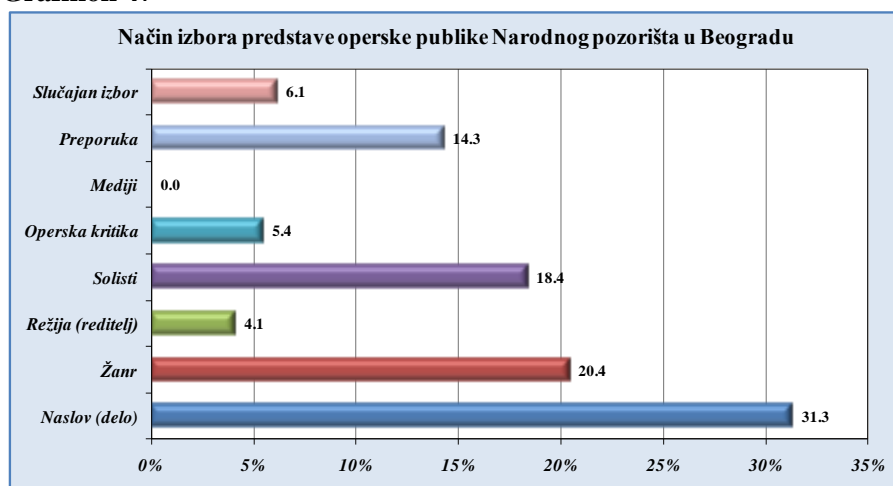
Grafikon 46

Međutim, ovde treba pomenuti i da u sve tri grupe publike preporuka prijatelja kao način izbora ima statistički značajan trend. Kod baletske publike imamo 19.3 % ispitanika koji biraju predstavu na preporuku prijatelja ili poznanika, kod dramske publike 17.9 % i kod operске, najmanje, 14.3 %.

Podatak da prosečno 20.0 % publike vrši izbor predstave na osnovu preporuke je u skladu sa podacima prema kojima se najveći broj publike o repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu

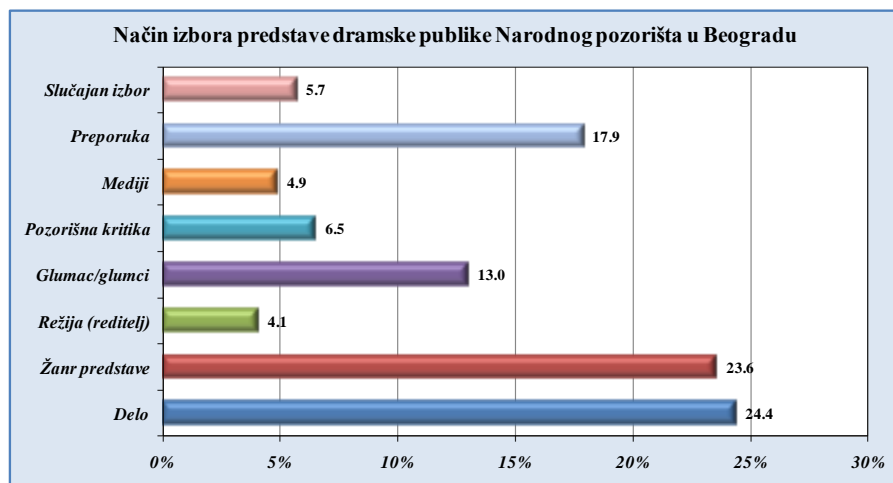
informiše putem Interneta (37.3 %) i *preporukom od strane prijatelja* (20.1 %), takođe, i zbog toga što je preporuka prijatelja kao način informisanja o predstavama karakteristična za sve grupe publike i održava se na stabilnom nivou. Iz ovoga se može zaključiti da preporuka predstavlja veoma važan faktor prilikom odluke za odlazak u pozorište ujedno i prilikom izbora predstave koja će se gledati. S obzirom na to da je i u prethodnom našem istraživanju ovaj način imao sličan rejting možemo pretpostaviti da će i u budućnosti preporuka prijatelja biti konstantno zastupljena kod prosečno 20 procenata publike.

Grafikon 47



Zanimljivo je da ostali nepomenuti načini izbora predstave pojedinačno ne prelaze 7 procenata. Nema značajnih razlika u odnosu na pol, stručnu spremu i zanimanje publike.

Distribucija prema starosti publike pokazuje da su se u okviru mlađih starosnih grupa prilično ravnomerno rasporedila tri načina izbora (delo, žanr i preporuka), ali treba naglasiti da najmlađa publika najviše koristi slučajni izbor prilikom odluke koju će predstvu gledati. Najbrojnija starosna grupa od 19 do 30 godina najčešće bira predstavu kroz delo i preporuku, a nešto manje kroz žanr i glumce/soliste. Kod starije publike najviše se koristi žanr, a zanimljivo je da najstarija publika najčešće predstavu bira u zavisnosti od toga ko su glumci/solisti, pa tek onda kroz delo i žanr, s tim da najstariji najviše koriste kritiku, ali bez statističke značajnosti.

Grafikon 48

Ako pogledamo distribuciju odgovora dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu razvrstanu po scenama (Tabela 10) videćemo da publika sa scene “Raša Plaović” kod izbora najviše koristi žanr predstave, pa zatim delo, dok je na Velikoj sceni situacija obrnuta. Preporuka i glumci kao način izbora su na istom nivou na obe scene. Iz ovoga se može zaključiti da scena “Raša Plaović”, žanrovski posmatrano, ima deo “svoje” publike koja je prepoznala žanrovsku usmerenost scene “Raša Plaović”.

Tabela 10. Način izbora predstave dramske publike po scenama

Način izbora predstave/Scena	Scena		Ukupno
	Velika scena	Scena “Raša Plaović”	
Delo	27.1	21.9	24.4
Žanr predstave	22.0	25.0	23.6
Režija (reditelj)	4.2	3.9	4.1
Glumac/glumci	12.7	13.3	13.0
Pozorišna kritika	6.8	6.3	6.5
Sredstva informisanja (mediji)	3.4	6.3	4.9
Preporuka prijatelja/poznanika	17.8	18.0	17.9
Slučajan izbor	5.9	5.5	5.7
Ukupno	100.0	100.0	100.0

Što se učestalosti tiče, zanimljivo je što redovna baletska publika najčešće baletsku predstavu bira u zavisnosti od toga koji su solisti u predstavi (33.3 %), pa prema naslovu/delu (25.0 %), dok su vrsta baleta, koreograf i preporuka zastupljeni sa po identičnih 12.0 %. Kod potencijalne redovne baletske publike situacija je obrnuta, jer najveći broj ove publike predstavu bira na osnovu naslova/dela (33.3 %), pa solista (26.7 %), uz statistički značajan broj koji predstavu bira prema vrsti baleta (16.7 %) i preporukom (13.3 %). Najbrojnija, povremena, baletska publika najčešće bira predstavu, kao i redovna publika, u zavisnosti od toga koji su solisti u predstavi (23.8 %) i koja je vrsta baleta u pitanju (21.4 %), pa preko preporuke (16.7 %) i tek onda na osnovu naslova/dela (14.3 %). Kod retkih posetilaca baletskih predstava najčešći način je naslov/delo pa vrsta baleta i

preporuka prijatelja. Kod slučajnih posetioca baletskih predstava situacija je potpuno drugačija. Oni najčešće predstavu biraju preko preporuke prijatelja/poznanika (38.9 %) pa podjednako putem medija i prema naslovu/delu (po 16.7 %). Dakle, evidentno je da je kod realne baletske publike prilikom izbora predstave veoma važan faktor *solisti baleta* koji su u podeli predstave.

Redovna operaska publika najčešće predstavu bira kroz naslov/delo (35.8 %), pa u zavisnosti od toga koji su solisti u predstavi (25.0 %), i preko prijatelja/poznanika (17.9 %). Kod potencijalno redovne operске publike na prvom mestu je naslov/delo (35.3 %), pa solisti u predstavi (32.4 %), što je znatno više nego kod redovne operске publike, i na trećem mestu za razliku od redovne nalazi se žanr predstave (17.6 %). Zanimljivo je da se kod potencijalno redovne operске publike preporuka prijatelja/poznanika nalazi na zanemarivih 2.9 %. Najbrojnija povremena operaska publika predstavu bira najčešće preko naslova/dela i žanra (po 29.7 %), pa u zavisnosti od toga koji su solisti u predstavi (25.0 %), i preko prijatelja/poznanika (17.9 %). Kod retke operске publike situacija je slična kao kod povremene operске publike. Kao i kod baletske publike, slučajni posetioci najčešće predstavu biraju preporukom prijatelja/poznanika (39.1 %), pa preko naslova/dela i žanra. Ukupno posmatrano operaska publika Narodnog pozorišta u Beogradu najčešće predstavu bira u zavisnosti od naslova/dela, dok su solisti nešto manje značajan faktor nego kod baletske publike.

Redovna dramska publika najčešće predstavu bira kroz naslov/delo (33.3 %), pa kroz žanr (16.8 %), i na trećem mestu, što je veoma zanimljivo, putem pozorišne kritike (16.7 %). Naravno, ovde moramo da uzmemo u obzir relativno mali uzorak iz koga smo izdvojili redovnu dramsku publiku, jer na manje uzorke veoma jak uticaj može da ima nedoslednost u izboru ispitanika i situacioni faktor. Razlog zbog čega mislimo da se radi o ovim uzrocima su podaci iz našeg ranijeg istraživanja gde je praćenje pozorišne kritike bilo svedeno na pojedinačne slučajeve, tako da je malo verovatno da je ovakav nagli rast proizvod realnog trenda. Potencijalna redovna dramska publika najviše koristi žanr predstave (25.8 %) i delo (24.2 %), pa preporuku prijatelja/poznanika (16.7 %). Mada je u ovoj grupi na statistički značajnijem nivou (13.6 %) i izbor predstave u zavisnosti od glumaca (glumačke podele). Kod najbrojnije povremene dramske publike situacija je skoro identična kao kod potencijalno redovne publike, s tom razlikom što se na trećem mestu nalaze glumačke podele i preporuka (po 14.1 %). Kod retke i slučajne publike dominira način izbora predstave preko preporuke prijatelja/poznanika, pa tek, znatno manje, naslov/delo i žanr predstave. Dakle, dramska publika Narodnog pozorišta u Beogradu najčešće predstavu bira kroz naslov/delo i žanr, dok su nešto manje zastupljeni glumačke podele i preporuka.

Generalno posmatrano, kao što smo i očekivali, uočena je relativno značajna korelacija između učestalosti dolaska publike na predstavu i načina izbora predstave, u smeru da što je učestalost veća to se predstava bira na osnovu naslova/dela i žanra, a što se učestalost smanjuje predstava se češće bira preporukom prijatelja/poznanika. Dobra ilustracija ovog trenda je čvrst i

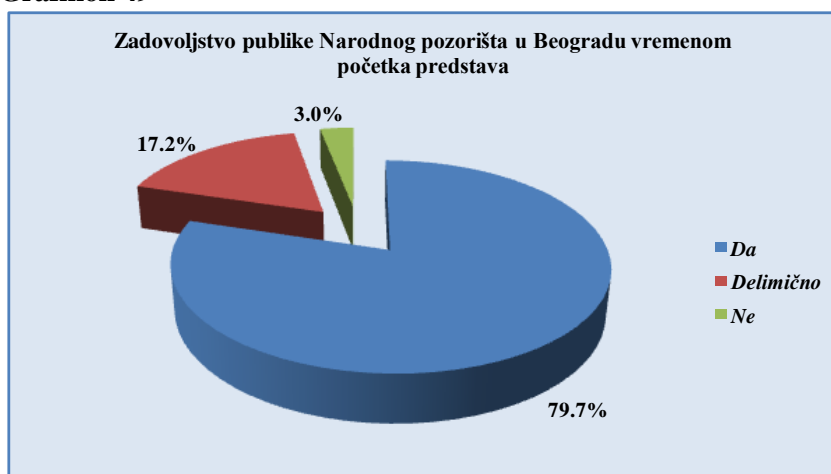
stabilan trend kod slučajnih posetilaca predstava Narodnog pozorišta u Beogradu kod kojih apsolutno dominira preporuka kao način izbora predstave iz repertoara pozorišta.

4.4 Vreme početka predstava Narodnog pozorišta u Beogradu

Deo upitnika za sve tri grupe publike bio je posvećen pitanjima o vremenu početka predstava. Zanimalo nas je da li publici odgovara vreme kada počinju predstave i ako ne odgovara koje bi vreme njima najviše odgovaralo. S druge strane, kod dramske publike, zanimalo nas je šta bi po njihovom mišljenju trebalo uraditi ako predstava iz nekog razloga bude otkazana.

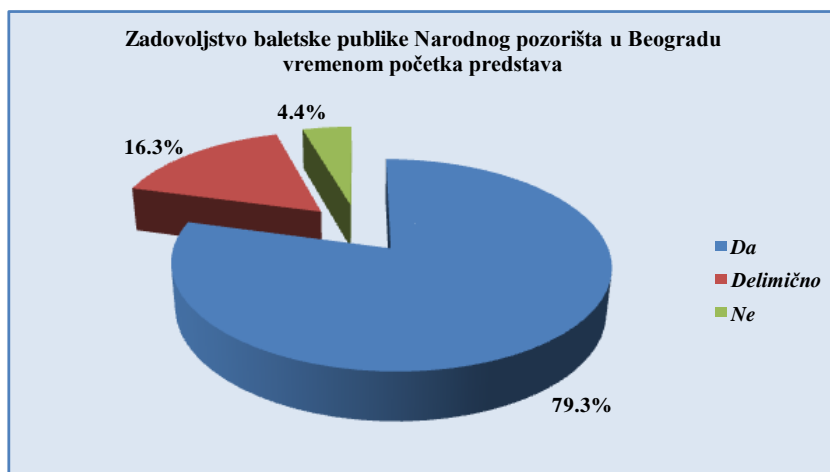
Dobijeni podaci pokazuju da Narodno pozorište u Beogradu ima dobro vreme početka predstava (Grafikoni 49, 50, 51, 52 i 54), jer je velika većina publike (79.7 %) u potpunosti zadovoljna vremenom početka predstava, a 17.2 % delimično zadovoljno. Nezadovoljnih je statistički manje značajnih 3.0 %.

Grafikon 49



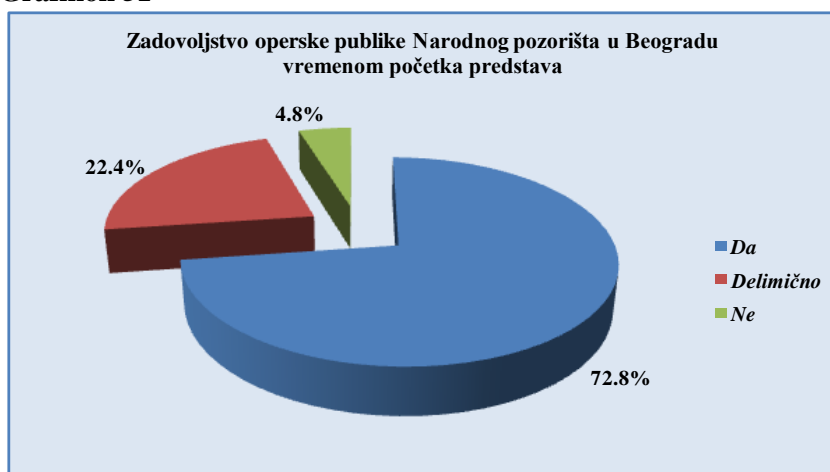
Velika većina (79.3 %) baletske publike je u potpunosti zadovoljna vremenom početka predstava, dok su oni koji su delimično zadovoljni ili nezadovoljni (ukupno 20.7 %) najviše zainteresovani za termin od 20^h.

Grafikon 50



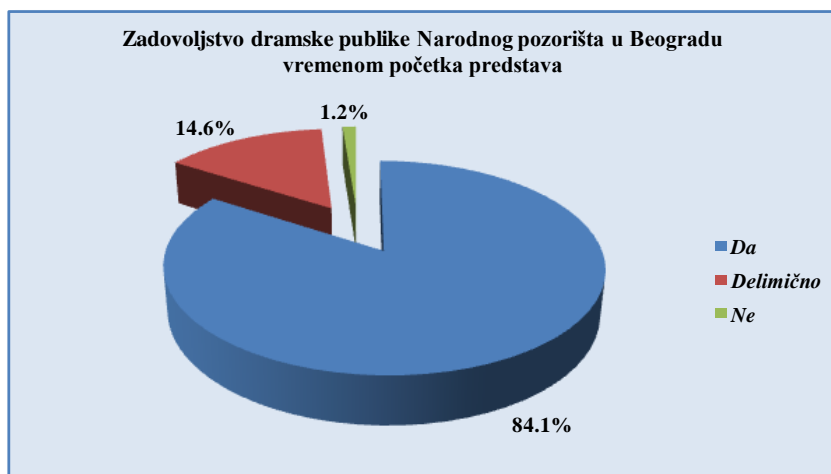
Operaska publika je, takođe, veoma zadovoljna (72.8 %) vremenom početka predstava, dok oni koji su delimično zadovoljni ili nezadovoljni (ukupno 27.2 %) najviše zainteresovani za termin između 19 i 20^h.

Grafikon 51



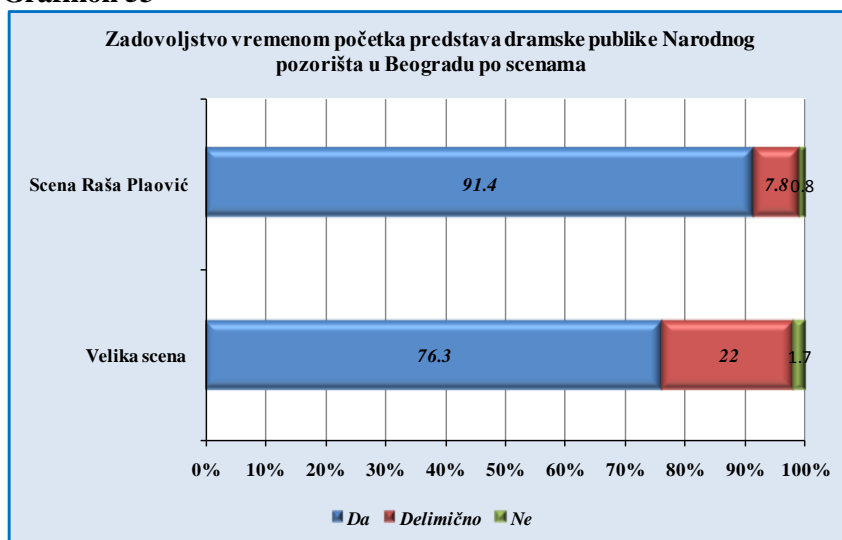
Dramskoj publici Narodnog pozorišta u Beogradu najviše odgovara vreme početka predstava jer je čak 84.1 % dramske publike u potpunosti zadovoljno vremenom početka dramskih predstava. Ukoliko pogledamo distribuciju odgovora u odnosu na scenu (Grafikon 53) uočavamo da je skoro sva publika scene “Raša Plaović” zadovoljna vremenom početka predstave.

Grafikon 52



Na Velikoj sceni imamo 22.0 % delimično zadovoljnih i njima bi najviše odgovaralo kada bi predstave na Velikoj sceni počinjale između 20 i 21^h, s tim što se nešto više publike opredelilo za termin od 21^h.

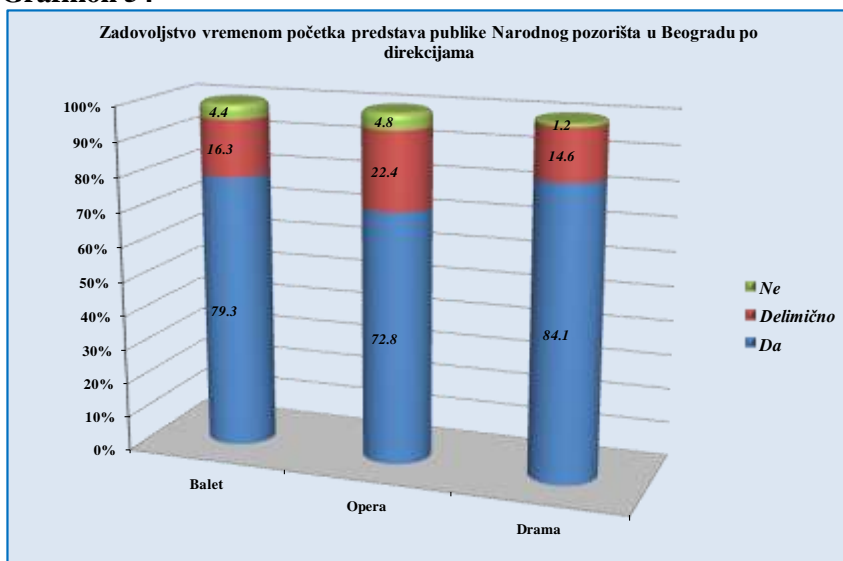
Grafikon 53



Ukupno posmatrano, vreme početka svih predstava Narodnog pozorišta u Beogradu bez obzira na direkciju je veoma dobro izabrano i velikoj većini publike odgovara ovakav vremenski pristup i u narednim sezonama ga neće biti potrebno menjati. Publika koja je nezadovoljna ili delimično zadovoljna vremenom početka predstava kao najbolje vreme najčešće navodi period između 20 i 21^h, s tim što imamo malo veći broj publike kojima odgovara kasniji početak, većinom među mlađom publikom.⁷

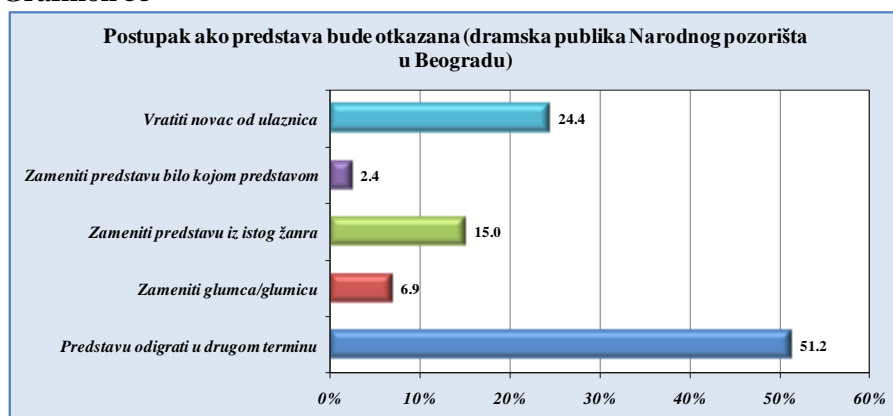
⁷ Ovde treba naglasiti da smo radi lakšeg grupisanja vreme zaokruživali na pun sat, ako je bilo navedeno drugačije. Ukoliko je vreme navedeno na polovini sata zaokruživano je na viši pun sat, dok je vreme navedeno do polovine sata zaokruživano na niži pun sat.

Grafikon 54



Ukoliko bi se desilo da iz nekog razloga dramska predstava Narodnog pozorišta u Beogradu bude otkazana, više od polovine dramske publike (51.2 %) bi želelo da se predstava odigra u drugom terminu, ali bi 24.4 % želelo da im se vrati novac od ulaznice. Za zamenu predstave po nekom od kriterijuma je ukupno 24.3 % publike (Grafikon 55). To praktično znači da velika većina publike (75.6 %) želi da gleda baš predstavu koju je odabrala sa originalnom glumačkom ekipom, dok je ispod 20 procenata dramske publike spremno da pogleda i neku drugu predstavu umesto odabrane.

Grafikon 55



Zanimljivo je da postupak usled otkazivanja predstave *ne zavisi od učestalosti poseta pozorištu*, 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.

4.5 Karte (ulaznice) Narodnog pozorišta u Beogradu

U poslednjem delu upitnika nalazio se set pitanja o načinu nabavke karata, proceni visine cena i realnoj ceni.⁸ Takođe, zanimalo nas je da li je publika Narodnog pozorišta u Beogradu zainteresovana za kupovinu pretplatnih karata i u kojoj formi i, na kraju, 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 56 za dramsku publiku i u tabeli 11 za baletsku i opersku publiku.

Tabela 11. Način nabavke karata baletske i operske publike

<i>Način nabavke karata za predstave</i>	<i>Balet</i>		<i>Opera</i>	
	<i>Procenat</i>	<i>Procenat slučajeva</i>	<i>Procenat</i>	<i>Procenat slučajeva</i>
Na blagajni pozorišta (opere, baleta)	47.3 %	63.7 %	55.4 %	73.5 %
Pozorišna kartica	4.4 %	5.9 %	4.6 %	6.1 %
Bilet servis	4.4 %	5.9 %	5.1 %	6.8 %
Preko prijatelja	28.0 %	37.8 %	15.9 %	21.1 %
Preko akvizitera	-	-	-	-
Preko kluba ljubitelja pozorišta	11.5 %	15.6 %	12.8 %	17.0 %
Putem Interneta	4.4 %	5.9 %	6.2 %	8.2 %

Najviše publike karte nabavlja na blagajni Narodnog pozorišta u Beogradu, a zatim “preko prijatelja” i preko Kluba ljubitelja pozorišta. Ostali načini zastupljeni su ispod 10 procenata.

Kod 73.5 % operske publike i 63.7 % baletske publike se među prva tri načina izdvaja blagajna pozorišta, ali se kod čak 37.8 % baletske publike među prva tri nalazi i način nabavke “preko prijatelja”. Taj procenat kod operske publike je znatno manji (21.1 %).

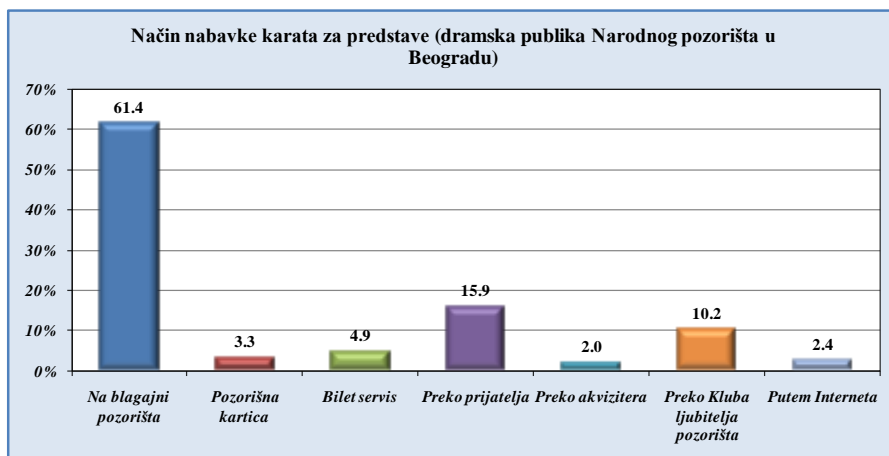
Ako smo i očekivali da najviše publike kupuje karte na blagajni Narodnog pozorišta u Beogradu, malo iznenađenje predstavlja podatak da se način po učestalosti “preko prijatelja” nalazi odmah iza blagajne pozorišta. Naravno, nije lako objasniti ovaj nalaz ako se ima u vidu da naš instrument (štampani 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.

⁸ 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 Narodnog pozorišta u Beogradu, jer to nije bio jedan od ciljeva istraživanja.

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, 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.

Upravo zbog toga, mogućnost kupovine karata preko Interneta će sigurno biti veoma atraktivna, posebno za mlađu i buduću redovnu publiku. Čim se budu stvorili zakonski, sigurnosni i tehnički uslovi za ovakav način kupovine karata Narodno pozorište u Beogradu će omogućiti ovakav način kupovine karata, jer je ta stranica na zvaničnoj Internet prezentaciji pozorišta predviđena i trenutno je u pripremi.

Grafikon 56



Uzimajući u obzir sve podatke vezane za Internet, možemo zaključiti da će ovaj način komunikacije između Narodnog pozorišta u Beogradu i publike imati konstantan trend rasta i razvoja, tako da pozorište, ako želi da imaju dobru komunikaciju sa publikom, mora konstantno ulagati i razvijati svoje Internet resurse. Ovde se prvenstveno misli na Internet prezentaciju Narodnog pozorišta u Beogradu, koja je i danas dosta kvalitetna jer sadrži detaljne informacije o repertoaru, zaposlenima, ansamblu, zatim, mogućnost rezervacije i predviđenu mogućnost kupovine karata za predstave (stranica je u pripremi), forume i mail liste (mogućnost prijavljivanja na listu radi redovnog dobijanja informacija elektronskom poštom).

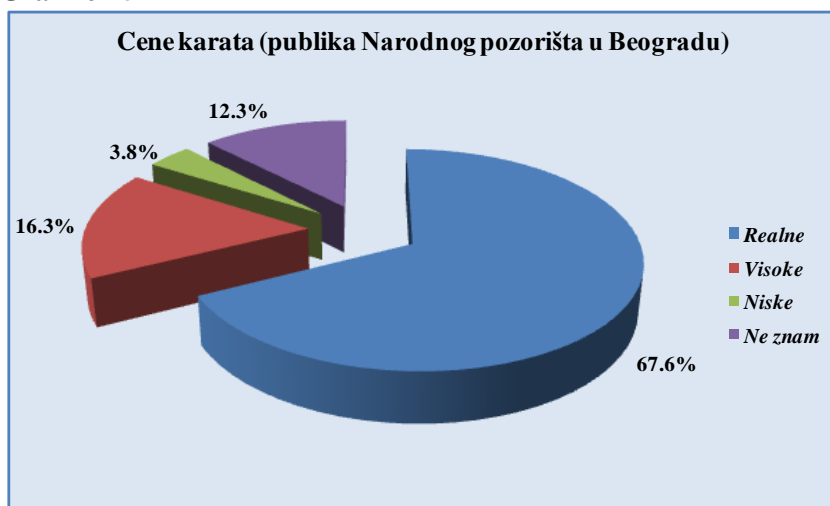
Inače, kod načina nabavke karata nema značajnijih razlika u odnosu na pol, ali se kod struktura po godinama uočava nešto veći broj mlađe publike koja “nabavlja” preko Interneta, dok je način “preko prijatelja” nešto zastupljeniji kod starije publike.

Kao što smo očekivali redovna i potencijalna redovna publika, bez obzira na direkciju, najčešće kupuju karte na blagajni pozorišta, dok se kod najbrojnije povremene publike uočava trend

povećanog učešća nabavke karata “preko prijatelja”. Takođe, kod retkih i slučajnih posetilaca povećava se učešće nabavke “preko prijatelja”.

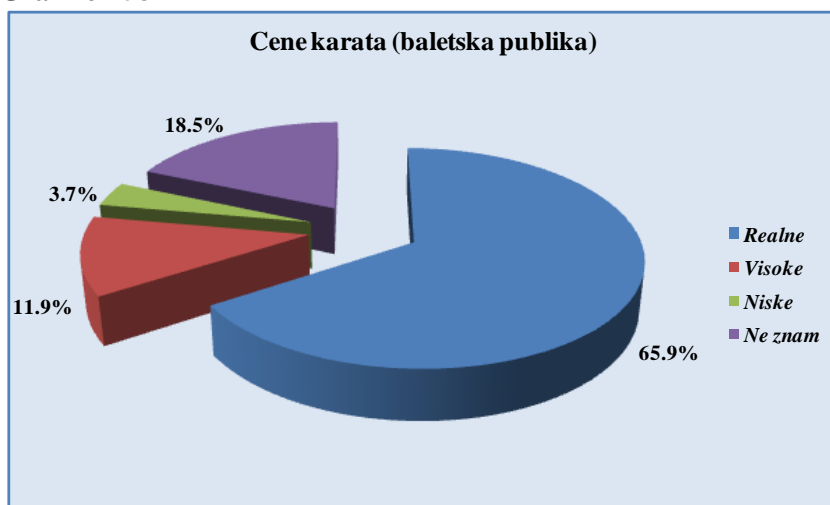
Više od dve trećine publike Narodnog pozorišta u Beogradu (67.6 %) smatra da su sadašnje cene karata realne, dok ih 16.3 % smatra visokim, ali imamo i 3.8 % publike koja cene karata smatra niskim, uz 12.3 % neodlučnih (Grafikon 57).

Grafikon 57



Posmatrano po direkcijama (Grafikoni 58, 59 i 60), nema većih razlika u procentu publike koji cene karata smatra realnim, dok onih koji cene karata smatraju visokim ima najviše među dramskom publikom (22.4 %). S druge strane, zanimljivo je da 7.5 % operске publike smatra da su cene karata niske, dok najviše neodlučnih ima među baletskom publikom (18.5 %).

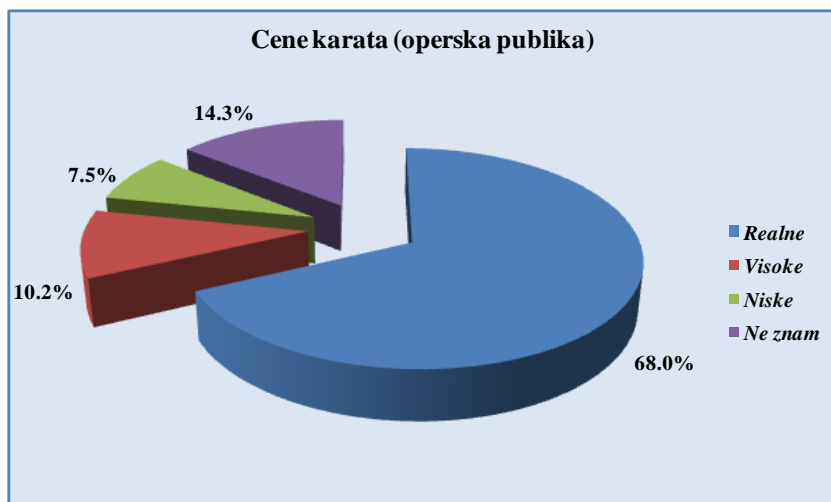
Grafikon 58



Inače, preciznosti radi, cene karata za predstave u Narodnom pozorištu u Beogradu, zavisno od kategorije, kreću se u rasponu od 100 do 800 dinara.⁹

Kod baletske publike, oni koji misle da su cene karata visoke (11.9 %) u većini smatraju da bi one trebalo da budu 500 dinara, dok oni koji misle da su cene karata niske (3.7 %) smatraju da bi one trebalo da budu 1.500 dinara. Slična situacija je i kod operске publike.

Grafikon 59

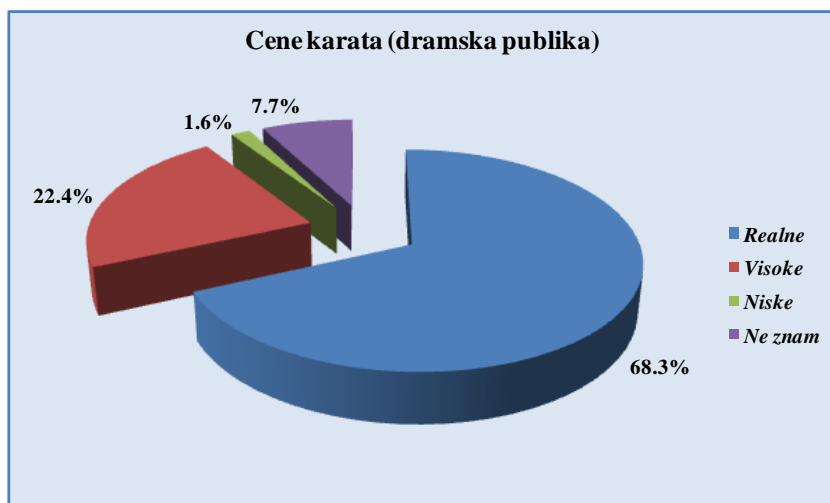


Kod dramske publike situacija je nešto drugačija, jer više od polovine publike koja misli da su cene karata visoke smatra da njihova cena treba da bude između 300 i 400 dinara, dok ostali smatraju da cena treba da bude 500 dinara, kao kod operске i baletske publike.

Generalno posmatrano, onaj deo publike koji smatra da su cene karata visoke, bez obzira na vrstu (dramska, baletska, operska), u proseku smatra da bi njihova cena trebala da bude oko 500 dinara.

⁹ Ovde moramo naglasiti da cene karata prvenstveno zavise od kvaliteta mesta u sali. Takođe, cene karata zavise i od toga da li se radi o kartama namenjenim posebnim grupama, npr: učenici, studenti, kolektivne posete i slično.

Grafikon 60



Kod dramske publike, procena cene karata u odnosu na učestalost dolaska u pozorište ne pokazuje značajnija odstupanja u odnosu na opštu strukturu na nivou pozorišta, tj. u svim grupama učestalosti poseta pozorištu dominiraju oni koji smatraju da su cene karata realne.

Situacija je slična i kod baletske publike s tom razlikom što kod slučajnih posetilaca baletskih predstava imamo “samo” 50 % onih koji cene karata za baletske predstave smatraju realnim a povećava se broj neodlučnih (27.8 %) i onih koji cene karata smatraju visokim (22.2 %).

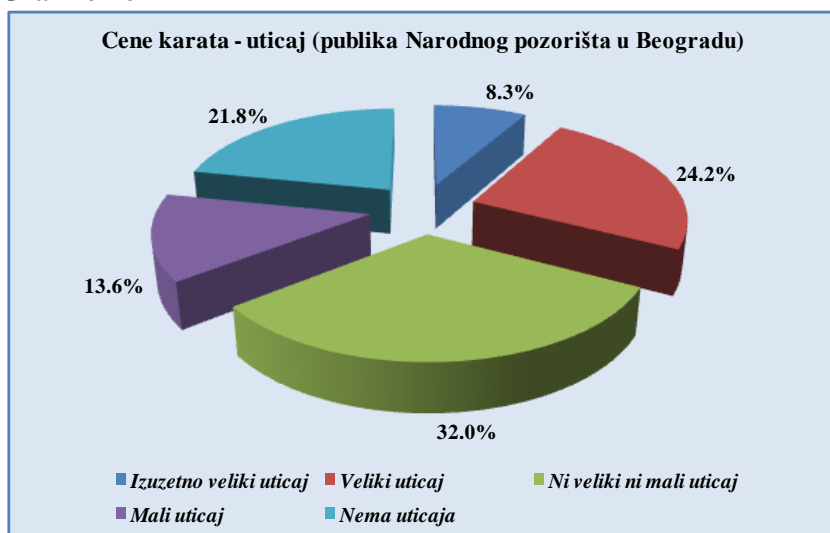
Najzanimljivija situacija je kod operске publike, gde u grupi redovne operске publike imamo 57.1 % onih koji smatraju da su cene karata za operске predstave realne, ali i 21.4 % onih koji smatraju da su cene karata niske i 14.3 % onih koji cene smatraju visokim, uz 7.1 % neodlučnih. Potencijalna redovna operска publika u veoma velikom procentu (85.3 %) smatra cene realnim, dok kod najbrojnije povremene publike imamo 67.6 % onih koji cene karata smatraju realnim, 16.2 % neodlučnih i 13.5 % onih koji cene smatraju visokim. U grupama sa manjom učestalosti poseta operским predstavama Narodnog pozorišta u Beogradu uočava se trend povećanja neodlučnih (u grupi slučajnih posetilaca operских predstava ima ih čak 39.1 %).

Kod retkih i slučajnih posetilaca Narodnog pozorišta u Beogradu lagano opada procenat publike koji smatra da su cene karata realne a povećava se broj neodlučnih i onih koji smatraju da su visoke, 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 4 gde su visoke cene karata na poslednjem mestu po rangui kao razlog za retke posete pozorištu.

Delimičnu potvrdu ovih nalaza imamo i kod distribucije odgovora na direktno pitanje da ispitanici procene koliki uticaj ima cena karata za predstave na broj predstava koje žele da pogledaju. Rezultati su pokazali (Grafikon 61) da najveći broj (32.0 %) nije mogao da proceni i dve trećine njih dolazi iz grupe koja je cene karata ocenila realnim, dok je ukupno 32.6 % procenilo da ima veliki uticaj (velik i izuzetno velik) a ukupno 35.4 % je ocenilo da je taj uticaj veoma mali (mali uticaj ili ga uopšte nema).

Grafikon 61



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. 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 Narodnom pozorištu u Beogradu.

Na kraju seta pitanja o kartama za predstave Narodnog pozorišta u Beogradu, zanimalo nas je da utvrdimo da li je publika Narodnog pozorišta u Beogradu zainteresovana za kupovinu pretplatnih karata i, ako jeste, za koju formu su najviše zainteresovani.

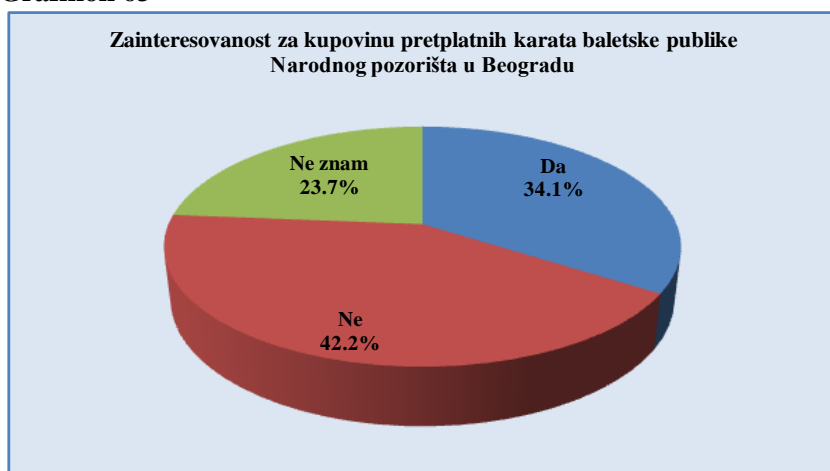
Rezultati pokazuju da je u ovom trenutku samo 28.8 % publike zainteresovano za kupovinu pretplatnih karata za predstave, neodlučnih ima 25.4 %, a čak 45.8 % nije zainteresovano za kupovinu pretplatnih karata (Grafikon 62). To praktično znači da čak 71.2 % publike Narodnog pozorišta u Beogradu u ovom trenutku nije zainteresovano za kupovinu pretplatnih karata.

Grafikon 62



Rezultati po direkcijama (Grafikoni 63, 64, 65, i 66) pokazuju da najviše zainteresovanih za kupovinu pretplatnih karata ima kod baletske publike (34.1 %), a najmanje kod operске publike (25.9 %), ali kod operске publike ima i najviše neopredeljenih (27.2 %). S druge strane najviše onih koji nisu zainteresovani za kupovinu pretplatnih karata je kod dramske publike (47.2 %) i operске publike (46.9 %).

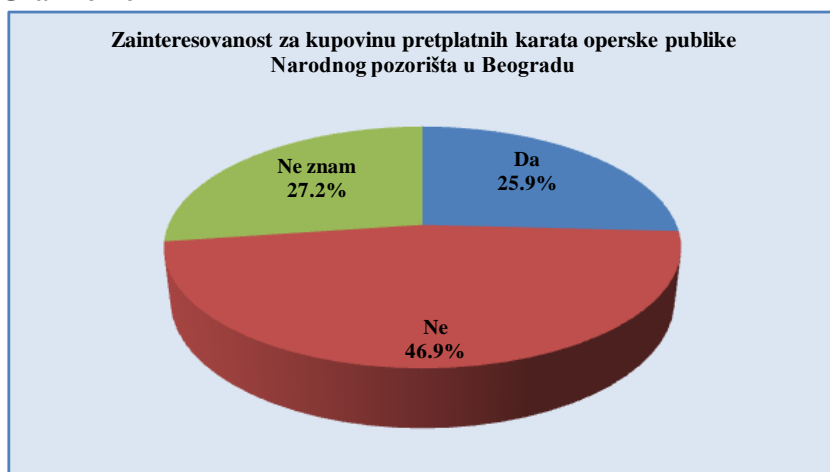
Grafikon 63



Kod baletske publike Narodnog pozorišta u Beogradu, u čijoj strukturi ima najviše zainteresovanih za kupovinu pretplatnih karata, nema značajnijih razlika ako se pogleda polna struktura te grupe u odnosu na ukupnu polnu strukturu baletske publike. Značajnija razlika u odnosu na pol je samo u grupi neodlučnih gde je više žena nego muškaraca (odnos 87.5% žena : 12.5 % muškaraca). S druge strane, u grupi baletske publike koja nije zainteresovana za kupovinu pretplatnih karata ima nešto više muškaraca u odnosu na polnu strukturu baletske publike (odnos 71.9 % žena : 28.1 % muškaraca). Nema značajnijih razlika u odnosu na stepen stručne spreme i zanimanje. Što se učestalosti poseta baletskim predstavama tiče, kao što se moglo i očekivati 45.8

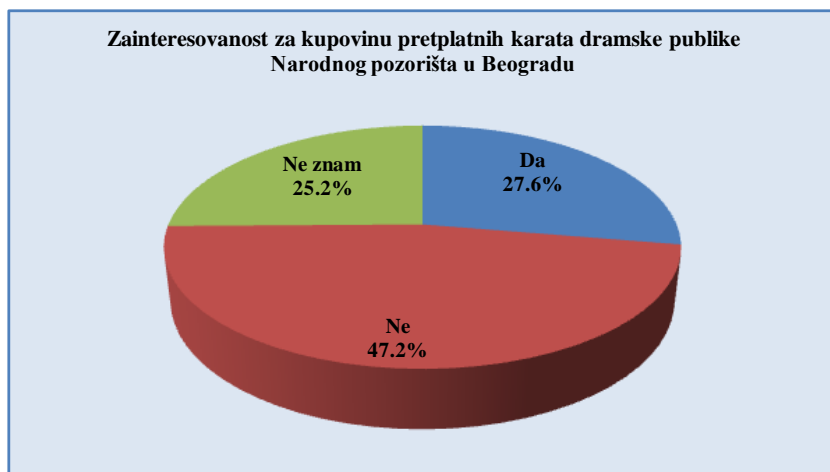
% redovne baletske publike je zainteresovano za kupovinu pretplatnih karata, trećina nije zainteresovana, a neodlučnih je 20.8 %. Slična situacija je i sa potencijalno redovnom publikom. Kod najbrojnije, povremene, baletske publike smanjuje se procenat zainteresovanih (35.7 %) a povećava procenat nezainteresovanih (42.9 %) i neodlučnih (21.4 %). Kod retke i slučajne publike značajnije se povećava procenat onih koji nisu zainteresovani za kupovinu pretplatnih karata i naglo opada procenat zainteresovanih.

Grafikon 64



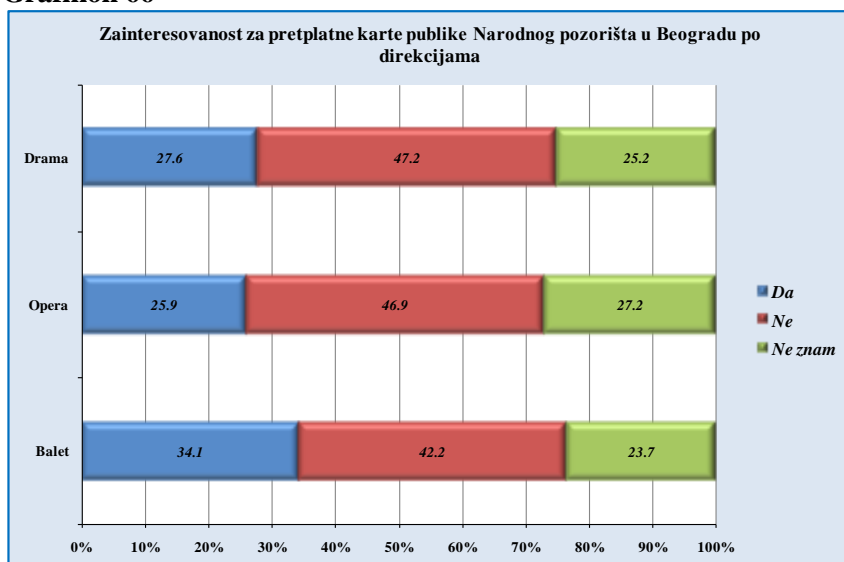
Kod operске publike Narodnog pozorišta u Beogradu, u čijoj strukturi ima najmanje zainteresovanih za kupovinu pretplatnih karata, ako se pogleda polna struktura te grupe (zainteresovanih) u odnosu na ukupnu polnu strukturu operске publike, uočava se značajnija razlika jer je u ovoj grupi znatno više žena nego muškaraca (odnos 86.8 % žena : 13.2 % muškaraca). S druge strane, u grupi operске publike koja nije zainteresovana za kupovinu pretplatnih karata ima nešto više muškaraca u odnosu na ukupnu polnu strukturu operске publike (odnos 60.9 % žena : 30.1 % muškaraca). Nema značajnijih razlika u odnosu na stepen stručne spreme i zanimanje operске publike. Što se učestalosti poseta operским predstavama tiče, samo 28.6 % redovne operске publike je zainteresovano za kupovinu pretplatnih karata (to je značajna razlika u odnosu na redovnu baletsku publiku koja je skoro duplo zainteresovanija za kupovinu pretplatnih karata), 46.4 % nije zainteresovano, a neodlučnih je 25.0 %. Slična situacija je i sa potencijalno redovnom operškom publikom, ali se uočava povećanje procenta neodlučnih. Kod najbrojnije, povremene, operске publike povećava se procenat zainteresovanih (40.5 %), a smanjuje procenat nezainteresovanih (37.8 %) i neodlučnih (21.6 %), što je potpuno suprotan trend od povremene baletske publike. Kod retke i slučajne operске publike, kao što se i moglo očekivati, značajnije se povećava procenat (preko 50 % u obe grupe) onih koji nisu zainteresovani za kupovinu pretplatnih karata i naglo opada procenat zainteresovanih.

Grafikon 65



Kod dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu polna struktura grupe zainteresovanih u odnosu na ukupnu polnu strukturu dramske publike se značajnije razlikuje u smeru da je nešto više žena nego muškaraca (odnos 70.6% žena : 29.4 % muškaraca). S druge strane, u grupi dramske publike koja nije zainteresovana za kupovinu pretplatnih karata ima nešto više muškaraca u odnosu na ukupnu polnu strukturu dramske publike (odnos 64.7 % žena : 35.3 % muškaraca). Nema značajnijih razlika u odnosu na stepen stručne spreme i zanimanje dramske publike. Što se tiče distribucije odgovora dramske publike u odnosu na scenu, nešto više zainteresovanih za kupovinu pretplatnih karata je sa scene "Raša Plaović". Trećina redovne dramske publike je zainteresovana za kupovinu pretplatnih karata, dok više od polovine nije zainteresovano (52.5 %) a neodlučnih je 13.9 %. Slična situacija je i sa potencijalno redovnom dramskom publikom, ali se uočava povećanje procenta neodlučnih (22.7 %). Kod najbrojnije, povremene, dramske publike situacija je slična prethodnim grupama uz još veće povećanje procenta neodlučnih (27.2 %). Kod retke i slučajne dramske publike, baš kao i kod baletske i operске publike, značajnije se povećava procenat (preko 52 % u obe grupe) onih koji nisu zainteresovani za kupovinu pretplatnih karata, istovremeno naglo opada procenat zainteresovanih, a neodlučnih je konstantno oko trećine publike.

Grafikon 66



Što se forme pretplatnih karata tiče, 28.8 % ukupno zainteresovanih za kupovinu pretplatnih karata najviše bi bilo zainteresovano za popust za celu (opersku, baletsku ili dramsku) sezonu ili popust za određen broj predstava po njihovom izboru.

Ukupno posmatrano, trenutno nema značajnijeg interesovanja za kupovinu pretplatnih karata Narodnog pozorišta u Beogradu, ali se uočava uzlazni trend interesovanja, posebno kod baletske publike. Ostali trendovi pokazuju da su žene zainteresovanije za pretplatne karte od muškaraca, između ostalog i zbog toga što su redovniji posetioci pozorišta, ali i da postoji određena i očekivana korelacija između učestalosti poseta pozorištu i zainteresovanosti za kupovinu pretplatnih karata u smeru da što je učestalost poseta pozorištu veća i zainteresovanost za pretplatne karte je povećana i obrnuto. Druge značajnije korelacije i povezanosti na ovom nivou analize nismo uočili.

5 Zaključak

S obzirom na to da je jedan od prvih i najvažnijih ciljeva istraživanja *publike Narodnog pozorišta u Beogradu* bio i deskripcija svih relevantnih socio-demografskih karakteristika publike, rezultati su pokazali da u polnoj strukturi publike Narodnog pozorišta u Beogradu *nema značajnije razlike u odnosu na druga pozorišta u Srbiji*, jer nešto više od *dve trećine publike čine žene, dok su muškarci zastupljeni sa nešto manje od trećine*, te se može konstatovati da odlazak u pozorište predstavlja važniji način provođenja slobodnog vremena ženske populacije u Beogradu koja svoje slobodno vreme provodi na aktivan način. Gledano prema direkcijama, žene su malo više zainteresovane za balet i operu u odnosu na dramske predstave, dok su muškarci najzainteresovaniji za dramske predstave a najmanje za baletske predstave. Posmatrano po scenama, utvrdili smo da su mušaraci nešto zainteresovaniji za predstave na sceni „Raša Plaović“.

Najviše publike je između 19 i 30 godina starosti (46.6 %) a najmanje, očekivano, publike do 18 godina starosti. S obzirom na to da publike uzrasta između 31 i 45 godina ima značajnih 23.5 %, vidimo da čak 70.1 % publike Narodnog pozorišta u Beogradu ima između 19 i 45 godina. Baletska publika je u proseku najstarija, dok je najmlađa dramska publika.

Više od polovine publike ima visoku stručnu spremu (52.5 %), dok sa srednjom školom imamo 36.6 % i višom 3.8 %. Publike sa magistraturom imamo 2.8 %. a sa doktoratom samo 0.8 %. Opera i balet imaju publiku sa višim obrazovanjem s obzirom na to da u svojim strukturama publike imaju preko 60 % publike sa visokim obrazovanjem.

Što se zanimanja publike Narodnog pozorišta u Beogradu tiče, *najviše je stručnjaka (54.0 %) i studenata (24.6 %)*, uz statistički relativno značajan broj penzionera (9.5 %) i službenika (8.5 %), većinom sa srednjom i višom školom. Studentima nešto više odgovara repertoar na sceni “Raša Plaović”, stručnjaci dominiraju na obe scene, dok penzionerima nešto više odgovara dramski repertoar na Velikoj sceni.

Dakle, može se konstatovati da Narodno pozorište u Beogradu ima povoljnu strukturu publike po stručnoj spremi i zanimanju. Stabilan broj stručnjaka i relativno veliki broj studenata pokazuju da pozorište može i u budućnosti da računa na sličnu strukturu publike i da je jasno koje su “ciljne grupe” najinteresantnije za Narodno pozorište u Beogradu.

Iz svega navedenog može se zaključiti da su *sociodemografska obeležja publike važan izvor varijacije učestalosti poseta Narodnom pozorištu u Beogradu*. Takođe, potvrđena je polazna hipoteza da najveći broj publike Narodnog pozorišta u Beogradu ima visoku stručnu spremu, i da možemo pretpostaviti da će se trend povećanja broja publike sa visokom stručnom spremom kontinuirano nastaviti, između ostalog, i zbog relativno velikog broja studenata u strukturi publike.

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

Ispitivanje učestalosti poseta predstavama Narodnog pozorišta u Beogradu s ciljem kategorizacije publike, pokazalo je da najveći broj publike Narodnog pozorišta u Beogradu čine *povremeni posetioci* pozorišta (32.4 %) u prosečnom intervalu od jednom do dva puta tromesečno. Ova grupu smo odredili kao *klasičnu povremenu publiku* za koju smo i pretpostavljali da je najbrojnija. Međutim, 24.6 % publike dolazi u pozorište jednom do dva puta mesečno i ova 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 (16.7 %) odredili smo kao *redovnu dramsku publiku*. Publiku koja u pozorište dolazi samo dva do tri puta godišnje (15.9 %) odredili smo kao *retku publiku*, i publiku koja u pozorište dolazi jednom godišnje (10.4 %) odredili smo kao *slučajnu publiku*. Grupnim posmatranjem skale učestalosti po liniji *često – retko*, dobijamo da se 41.3 % publike nalazi u gornjem delu skale sa većom učestalošću poseta pozorištu. Najviše redovne publike ima opera, pa balet, a najmanje drama, kod koje ima najviše povremene publike. U potpunosti je potvrđena osnovna hipoteza da najveći broj publike Narodnog pozorišta u Beogradu dolazi na predstave povremeno i da se u strukturi dramske publike radi o nešto mlađoj populaciji, dok se kod baletske i operске publike radi o nešto starijoj populaciji sa višim stepenom obrazovanja. Posebno je značajna grupa koja često posećuje predstave Narodnog pozorišta u Beogradu, koju smo odredili kao potencijalno redovnu 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 publike znači da *Narodno pozorište u Beogradu ima potencijala da unapređenjem svoga rada i komunikacije sa publikom obezbedi bolju posećenost. Dakle, Narodno pozorište u Beogradu može da računa na prosečno 20 % redovne publike, ali i na nešto više potencijalne 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 učestalošću poseta Narodnom pozorištu u Beogradu 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, baletska publika koja retko posećuje Narodno pozorište u Beogradu, kao najvažniji razlog navodi *nedostatak interesovanja*, dok operaska i dramska publika navode *nedostatak slobodnog vremena*. Nedostatak slobodnog vremena kod operске i dramske publike nalazi se kod više od polovine publike koja retko posećuje pozorište (operaska 60.4 % i dramska 53.8 %) među prvih tri razloga. Međutim, za razliku od nedostatka slobodnog vremena (opera i drama) gde je polna struktura u skladu sa polnom strukturom uzorka, kod nedostatka interesovanja (balet) imamo više muškaraca i zbog relativno značajne razlike možemo zaključiti da je nezainteresovanost za baletske predstave više izražena kod muške publike, između ostalog uzrokovana nedostatkom informacija. Porodični i životni uslovi kao razlozi za retko posećivanje pozorišta su nešto izraženiji kod starije publike, posebno penzionera, što pokazuje da vremena velikih kriza najviše pogađaju, pored mladih, i najstarije društvene grupe.

Podaci dobijeni od dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu u odnosu na distribuciju odgovora prema sceni (Velika scena i scena „Raša Plaović“) pokazali su da nema značajnijih razlika u odnosu na ukupne podatke dramske publike.

Ukupna struktura razloga za retke posete Narodnom pozorištu u Beogradu pokazuje da su svi značajni razlozi vezani za socio-ekonomsku i vrednosnu sferu čovekovog života, dok su razlozi vezani direktno za pozorište (repertoar, vreme početka predstava, cene karata i sl.) znatno manje zastupljeni. Dakle, rezultati istraživanja pokazali su da *najvažniji razlozi za retke posete Narodnom pozorištu u Beogradu 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 Narodnom pozorištu u Beogradu 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. Televizija i radio su ubedljivo najređi način informisanja o repertoaru pozorišta iz najmanje dva povezana razloga. Reklamnih 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 većine pozorišta u Srbiji. Takođe, 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*.

I pored toga što pretraživanje Interneta nije jedan od dominantnijih načina korišćenja slobodnog vremena pozorišne publike, Internet je najčešći način informisanja o repertoaru Narodnog pozorišta u Beogradu što navodi na zaključak da *većina publike koristi Internet ciljno za informisanje* (odlazak na internet prezentaciju pozorišta) a ne za pretraživanje u smislu korišćenja slobodnog vremena. S druge strane, ovi podaci govore da je *postojanje i održavanje kvalitetne Web (Internet) prezentacije Narodnog pozorišta u Beogradu apsolutno neophodno ukoliko pozorište želi da prati trendove u načinu komunikacije i informisanja u savremenom informatičkom društvu*. Naravno, ovde moramo napomenuti da Narodno pozorište u Beogradu ima dosta kvalitetnu Internet prezentaciju sa svim potrebnim informacijama, što svakako doprinosi većem procentu publike koja se informiše o repertoaru putem Interneta.

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

Međutim, ispostavilo se da je tek *nešto manje od polovine publike (44.9 %) Narodnog pozorišta u Beogradu samo delimično upoznato sa repertoarom pozorišta*, dok je 29.0 % publike upoznato sa repertoarom. Operska publika Narodnog pozorišta u Beogradu najslabije poznaje repertoar opere gde čak 36.7 % publike ne poznaje repertoar, dok ga samo delimično poznaje 42.2 % publike. Ipak, uz 21.1 % publike koja poznaje repertoar opere, dolazimo do značajnih 63.3 % operske publike koja je različitim nivoima upoznata sa repertoarom. Skoro identična situacija je i sa baletskom publikom. Potpuno drugačija situacija je sa dramskim repertoarom koga poznaje značajnih 38.2 % publike a ako tome dodamo i 46.7 % publike koja ga poznaje samo delimično dobijamo da je čak 84.9 % dramske publike na neki način upoznato sa repertoarom dramskih predstava Narodnog pozorišta u Beogradu. Nema značajnih odstupanja kod distribucije po godinama starosti i stručnoj spremi u svim direkcijama, ali je uočena značajnija korelacija između učestalosti poseta pozorištu i poznavanja repertoara 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 nešto manja kad se informiše od prijatelja i poznanika (jer se najčešće radi o preporuci za pojedinu predstavu) i dnevne štampe.

Publika koja je *upoznata ili delimično upoznata sa repertoarom Narodnog pozorišta u Beogradu (73.9 %)* je u većini *zadovoljna sa repertoarom pozorišta*. Naime, čak 61.1 % publike je zadovoljno repertoarom, dok je 14.6 % veoma zadovoljno. Neodlučnih je 21.7 %, dok nezadovoljnih ima nešto manje od tri procenta, a veoma nezadovoljnih nema uopšte. Gledano po

direkcijama, pokazalo se da su *oni koji su upoznati sa repertoarom uglavnom grupisani u gornjem delu skale o stepenu zadovoljstva (zadovoljni i veoma zadovoljni) u svim direkcijama*. Neodlučnih je prosečno oko 15 procenata u svakoj direkciji. U donjem delu skale o stepenu zadovoljstva (nezadovoljni i veoma nezadovoljni) imamo skoro zanemariv broj publike. Slična situacija je i kada se pogledaju podaci distribuirani po scenama jer je zadovoljnih preko 60 % na obe scene, ali nešto više na sceni “Raša Plaović”. Neodlučnih je više na Velikoj sceni, ali nema nezadovoljne publike, dok na sceni “Raša Plaović” ima manje neodlučnih, ali ima i 4.7 % nezadovoljnih. Iako su razlike veoma male, ipak možemo reći da je publika sa scene “Raša Plaović” nešto zadovoljnija sa repertoarom na toj sceni.

Statistička analiza pokazala je da postoji određena korelacija, tj. da zadovoljstvo repertoarom utiče na učestalost odlaska u Narodno pozorište u Beogradu, ali je jačina ove veze relativno slaba. I pored toga što faktor zadovoljstva repertoarom nije dominantan faktor koji utiče na učestalost odlaska u Narodno pozorište u Beogradu, 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 na predstave Narodnog pozorišta u Beogradu.

Što se strukture repertoara po žanrovima tiče, skoro polovina (48.9 %) baletske publike je najzainteresovanija za klasičan balet, ali je više od trećine publike (34.8 %) zainteresovano za savremeni balet. Znatno manje je zainteresovanih za džez balet i koreodramu. Nema značajnih razlika kod polne strukture, ali se uočava da je za klasičan balet zainteresovanija starija obrazovana publika, dok se kod savremenog baleta pojavljuje veći broj mladih. Što se učestalosti tiče, redovnu i potencijalno redovnu baletsku publiku isključivo zanimaju klasičan i savremeni balet, dok je interesovanje za džez balet i koreodramu u ovim grupama zanemarivo.

Što se omiljenog žanra operске publike tiče, više od polovine (54.4 %) operске publike je najzainteresovanije za ozbiljnu operu, ali imamo manje od trećine publike (29.9 %) zainteresovane za komičnu operu. Znatno manje, ali relativno statistički značajno (15.6 %), je zainteresovanih za operetu. Starija obrazovana publika je zainteresovanija za ozbiljnu operu, dok se kod komične opere i operete pojavljuje veći broj mladih sa srednjom stručnom spremom.

Što se strukture dramskog 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 drame i savremene komedije, a posebno za mjuzikle*. Komedije i mjuzikli su nešto popularniji 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 dramske publike Narodnog pozorišta u

Beogradu, ali nije potvrđen deo hipoteze da će, osim komedije i drame, ostali žanrovi imati trend opadanja jer rezultati su pokazali da se pojavljuje konstantan trend rasta interesovanja za mjuzikle i savremene drame i komedije.

Što se zainteresovanosti publike za druge vidove baletskog i operskog izvođenja tiče, rezultati su pokazali da je baletska publika najzainteresovanija za *gostovanja prvaka baleta iz inostranstva*, jer čak 76.3 % baletske publike Narodnog pozorišta u Beogradu bi želelo da vidi prvake baleta iz inostranstva. Takođe, za *gala večeri prvaka baleta* bilo bi zainteresovano 68.9 % baletske publike. Iako bi više od polovine baletske publike bilo zainteresovano za festivale igre, zbog relativno velikog broja nezainteresovanih (28.9 %) i neodlučnih (13.3 %) ovaj vid baletskog izvođenja još nije u vrhu interesovanja. Ubedljivo najmanje interesovanja baletska publika pokazuje za *festivale koreografskih minijatura*.

Operska publika Narodnog pozorišta u Beogradu pokazuje najviše interesovanja za *gala koncerte više pevača* (62.6 %) i za *koncerte prvaka opere* (58.5 %). Nešto manje interesovanje je za *koncertno izvođenje opere*, a najmanje za *otvorene operске festivale*.

Kod publike Narodnog pozorišta u Beogradu nema izrazito dominantnog načina na koji bira predstavu. I kod baletske, operске i dramske publike najčešće se izbor vrši na osnovu dela. Drugi način kod operске i dramske publike je žanr, dok su kod baletske publike to solisti baleta. Takođe, relativno značajnu ulogu u izboru predstave kod operске publike imaju solisti opere. Međutim, ovde treba pomenuti i da u sve tri grupe publike preporuka prijatelja kao način izbora ima statistički značajan trend. Distribucija podataka dramske publike Narodnog pozorišta u Beogradu razvrstana po scenama pokazuje da publika sa scene “Raša Plaović” kod izbora najviše koristi žanr predstave pa zatim delo, dok je na Velikoj sceni situacija obrnuta. Preporuka i glumci kao način izbora su na istom nivou na obe scene. Iz ovih podataka se može videti da scena “Raša Plaović”, žanrovski posmatrano, ima deo “svoje” publike koja je prepoznala žanrovsku usmerenost scene “Raša Plaović”. Generalno posmatrano, uočena je relativno značajna korelacija između učestalosti dolaska publike na predstave i načina izbora predstave u smeru da što je učestalost veća to se predstave bira na osnovu naslova/dela i žanra, a što se učestalost smanjuje predstava se češće bira preporukom prijatelja/poznanika. Dobra ilustracija ovog trenda je čvrst i stabilan trend kod slučajnih posetilaca predstava Narodnog pozorišta u Beogradu kod kojih apsolutno dominira preporuka kao način izbora predstave iz repertoara pozorišta.

Ispitivanje odnosa publike prema Narodnom pozorištu u Beogradu kroz odnos prema vremenu početka predstava pokazalo je da *Narodno pozorište u Beogradu ima dobro vreme početka predstava*, jer je velika većina publike (79.7 %) u potpunosti zadovoljna vremenom početka predstava, a tek 17.2 % delimično zadovoljno.

Ukoliko bi se desilo da iz nekog razloga dramska predstava Narodnog pozorišta u Beogradu bude otkazana, više od polovine dramske publike bi želelo da se predstava odigra u drugom terminu, ali bi 24.4 % želelo da im se vrati novac od ulaznice. Za zamenu predstave po nekom od kriterijuma je ukupno 24.3 % publike. To praktično znači da velika većina publike (75.6 %) želi da gleda baš predstavu koju je odabrala, sa originalnom glumačkom ekipom, dok je ispod 20 procenata dramske publike spremno da pogleda i neku drugu predstavu umesto odabrane (otkazane).

Što se cena ulaznica za predstave tiče, *više od dve trećine publike Narodnog pozorišta u Beogradu smatra da su sadašnje cene karata realne*, dok ih 16.3 % smatra visokim, ali imamo i 3.8 % publike koja cene karata smatra niskim, uz 12.3 % neodlučnih. Onaj deo publike koji smatra da su cene karata visoke, u proseku smatra da bi njihova *cena trebala 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 Narodno pozorište u Beogradu*, što je u skladu sa podacima da su visoke cene karata na poslednjem mestu po rangu kao razlog za retke posete pozorištu.

Što se zainteresovanosti publike za kupovinu pretplatnih karata tiče, rezultati su pokazali da je u ovom trenutku samo 28.8 % publike zainteresovano za kupovinu pretplatnih karata za predstave, neodlučnih ima 25.4 %, a čak 45.8 % nije zainteresovano za kupovinu pretplatnih karata. To praktično znači da čak 71.2 % publike Narodnog pozorišta u Beogradu u ovom trenutku nisu zainteresovani za kupovinu pretplatnih karata. Što se forme pretplatnih karata tiče, ovih 28.8 % ukupno zainteresovanih za kupovinu pretplatnih karata, najviše bi bilo zainteresovano za popust za celu sezonu ili popust za određen broj predstava po njihovom izboru.

Ukupno posmatrano, trenutno nema značajnijeg interesovanja za kupovinu pretplatnih karata Narodnog pozorišta u Beogradu, ali se uočava uzlazni trend interesovanja, posebno kod baletske publike. Ostali trendovi pokazuju da su žene zainteresovanije za pretplatne karte od muškaraca, između ostalog i zbog toga što su redovniji posetioci pozorišta, ali i da postoji određena i očekivana korelacija između učestalosti poseta pozorištu i zainteresovanosti za kupovinu pretplatnih karata u smeru da što je učestalost poseta pozorištu veća i zainteresovanost za pretplatne karte je povećana i obrnuto. Druge značajnije korelacije i povezanosti na ovom nivou analize nismo uočili.

Na kraju, nadamo se da će rezultati ovog istraživanja, koji su dali osnovne informacije o strukturi publike i njenom odnosu prema Narodnom pozorištu u Beogradu, biti od koristi, prvenstveno upravi i zaposlenim u Narodnom pozorištu u Beogradu, ali i istraživačima kao podsticaj za dalja istraživanja ovog veoma važnog segmenta kulturnog života Beograda i Srbije. 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 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. Hristić, Jovan. 1977. *Pozorište, pozorište*, Beograd: Prosveta.
12. Ikonomova, Vera. 1985. *Pozorište i publika: sociološko istraživanje publike beogradskih pozorišta*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
13. Ikonomova, Vera., Vučković, Tihomir., Jokić, Vujadin. 1973. *Pozorište i publika*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
14. Jevtović, Vladimir 1997. Pozorišna publika: svedok ili saučesnik, *Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti*, god. 1, br. 1, 196-211.
15. Jokić, Biljana., Mrđa, Slobodan. 2009. *Informacione tehnologije i ljudski resursi u kulturi Srbije*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
16. Milutinović, Zoran 1997. Teorija publike, *Scena*, god. 33, knjiga 2, br. 5/6, 68-71.
17. Mrđa, Slobodan 2004. Kulturni habitus omladine, u: Nikolić, Milan., Mihailović, Srećko (ur.). *Mladi zagubljeni u tranziciji*. Beograd: Centar za proučavanje alternativa.
18. Mrđa, Slobodan. 2010. *Pozorišna publika u Srbiji – dramska publika*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
19. Nemanjić, Miloš. 1991. *Filmska i pozorišna publika Beograda: socijalno-kulturni uslovi formiranja u periodu 1961-1984*, Beograd: Idea i Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
20. Partoš, Judit., Varga, Lajoš 1971. Pozorište i njegova publika, *Kulturni život*, br. 11.
21. Radovanović, Aleksandar. 1994. *Pregled istorije Narodnog pozorišta u Beogradu 1868 – 1993*, Beograd: Narodno pozorište u Beogradu i Institut za književnost i umetnost Beograd.

22. Šekner, Ričard. 1992. *Ka postmodernom pozorištu, Između antropologije i pozorišta*, Beograd: Fakultet dramskih umetnosti Beograd i Institut za pozorište, film, radio i televiziju.
23. Tasić, Ana 2009. Pozorište u medijskom kontekstu, *Kultura*, br. 124, 109-124.
24. Volk, Petar. 2000. *Pozorište i tradicija*, Beograd: Muzej pozorišne umetnosti Srbije i Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.