

STUDIJE I ČLANCI
STUDIES AND ARTICLES

IV

Sabina Hadžibulić
Beograd
sabinica602@gmail.com

Jedno sociološko istraživanje publike Opere Narodnog pozorišta u Beogradu

Apstrakt: *Opera Narodnog pozorišta u Beogradu osnovana je 1920. godine, ali je poznato da su operске predstave izvođene i pre njenog zvaničnog osnivanja. Iako u radu nije nailazila na veću fluktuaciju publike, a i dalje predstavlja jedinu opersku kuću u Beogradu (odnosno jednu od dve u zemlji), do sada nije bilo pokušaja da se naučno istraži i profiliše njena publika. Poslednjih decenija svedoci smo sve veće popularizacije operске muzike putem različitih medija, te razvijanjem i širenjem muzičke industrije, što dovodi i do promene njenog socijalnog statusa. Cilj ovog dela istraživanja jeste da sazna da li je izmenjeni socijalni život opere izmenio i njenu publiku, da li nju – prema ustaljenim shvatanjima – i dalje pretežno čine visokoobrazovani, stariji pojedinci određenih zanimanja i visokog materijalnog standarda, odnosno koliko je opera zaista prisutna u privatnoj i javnoj sferi njihovih života.*

295

Ključne reči: *Opera Narodnog pozorišta u Beogradu, publika, sociodemografski profil, privatna kulturna participacija, javna kulturna participacija.*

Uvod

Razvoj modernih institucija kulture u Srbiji započeo je u XIX veku. U to vreme Beograd postaje najznačajnije mesto razvoja modernih kulturnih institucija kakve su već mnogo ranije stvorene u drugim evropskim gradovima: Narodna biblioteka Srbije (1832), Narodni muzej (1844), Narodno pozorište (1868) i dr. Uporedo sa ovim razvojem, razume se, stvarala se i nova građanska publika (Nemanjić 1991: 11). Narodno pozorište u Beogradu, osnovano kao dramski teatar, jedna je od najistaknutijih kulturno-umetničkih institucija u Srbiji. Danas ono ima tri umetnička sektora: dramu, operu i balet.

Ustaljeno je mišljenje da je Opera Narodnog pozorišta u Beogradu osnovana 1920. godine. Međutim, kako je muzički odeljak Narodnog pozorišta mnogo pre početka Prvog svetskog rata redovno i uspešno priređivao operске i operetske predstave, jasno je da je i pre zvaničnog osnivanja Opere postojao priličan broj ljubitelja i poznavalaca operskog stvaralaštva. Još 1894. godine prikazana je prva operska predstava, Blodekova (Blodek) *Na bunaru*, pod dirigentskom palicom Josifa Svobode. Od samog nastanka, pa do današnjih dana Opera Narodnog pozorišta u Beogradu imala je jasno definisanu repertoarsku politiku. Njenu bazu činilo je tradicionalno operско stvaralaštvo, zasnovano na operskim delima najvećih

italijanskih, francuskih, nemačkih i ruskih stvaralaca (tzv. gvozdeni repertoar). Nešto manje, ali svakako uporno i u kontinuitetu, negovano je i podsticano domaće operско stvaralaštvo. Kako navodi Vinaver (Vinaver 1995: 263–267), u periodu od 1920–1993. godine izvedeno je ukupno 24 domaćih operских dela¹. Slično, prilikom formiranja sezonskih programskih shema neizostavno se vodilo računa i o upoznavanju publike sa savremenim svetskim operским stvaralaštvom².

296 Iako Opera Narodnog pozorišta u Beogradu tokom svoga rada nije nailazila na veću fluktuaciju publike, a i dalje predstavlja jedinu operску kuću u Beogradu³, interesantan je podatak da nikada ranije nije bilo pokušaja da se istraži i profilira njena publika. Redovni posetilac beogradske Opere pažljivim posmatranjem može uočiti izvesne karakteristike publike koje se pretežno odnose na polnu i starosnu strukturu, kao i afinitete publike prema izvesnim operama i operским umetnicima. Ovo istraživanje bilo je vođeno idejom o detaljnijem sagledavanju kako manifestnih, tako i onih latentnih karakteristika operске publike. Već sama opera, koja se najčešće definiše kao kanal komunikacije visoke kulture, pretpostavlja postojanje određenog ukusa i predznanja. No, svedoci smo i sve veće popularizacije operске muzike (putem medija, razvijene muzičke industrije), pa samim tim i promene njenog socijalnog statusa.

Ovaj je rad deo šireg istraživanja publike Opere Narodnog pozorišta u Beogradu izvedenog tokom sezone 2008/2009, a prezentovaće deo rezultata koji se odnosi na sociodemografske karakteristike iste, te njenu kulturnu participaciju u javnoj i privatnoj sferi. Cilj ovog dela istraživanja jeste da sazna da li je promenjeni socijalni život opere promenio i njenu publiku, da li nju – prema ustaljenim shvatanjima – i dalje pretežno čine visokoobrazovani pojedinci, odnosno koliko je opera zaista prisutna u privatnoj i javnoj sferi njihovih života.

Teorijski pristup istraživanju

Opera u društvenom životu

Opera kao muzičko-scensko delo najčešće se smatra oličenjem visoke, odnosno elitne kulture. Taj status joj je pripisan još krajem 19. veka, iako je ona prilikom svog nastajanja ali i kasnije tokom istorije bila, prevashodno, oblik popularne zabave za pripadnike svih društvenih klasa.

1 Među njima opere Petra Konjovića, Stanislava Biničkog, Stevana Hristića, Petra Krstića, Jakova Gotovca, Svetomira Nastasijevića i mnogih drugih.

2 Treba reći da su neke opere vrlo brzo nakon svetskih premijera doživele svoja prva izvođenja u Operi Narodnog pozorišta u Beogradu. Među najpoznatijima je, svakako, Šostakovičeva (Шостакович) *Katarina Izmajlova*.

3 Istovremeno predstavlja i jednu od samo dve operске kuće u celoj zemlji.

Nastala u 16. veku u Firenci⁴, opera je od samog početka imala publiku iz svih društvenih klasa. Prema rečima Zelečova (Zelechow 1993: 261), operске kuće su bile prve muzičke institucije koje su otvorile vrata raznolikoj (opštoj) publici. Do kraja 18. i u 19. veku opera je igrala značajnu ulogu u kulturnom životu Evrope. Operске kuće su postale mesto sastajanja svih društvenih klasa (Zelechow 1993: 262). Opera je bila integralni deo javne kulture, uživala je veliku popularnost, a većinski deo populacije je uživao u njoj.

Istražujući socijalni život opere u Sjedinjenim Američkim Državama i većem delu Evrope, Stori (Storey 2003) objašnjava kako je prekretnica nastala sredinom 19. veka, kada su elitne društvene grupe postepeno izdvojile operu iz svakodnevnog sveta popularne zabave. Pre svega, opera je odvojena od teatra izgradnjom posebnih prostora za izvedbe operskog repertoara. Zatim, dosta je insistirano na poštovanju i formiranju koda ponašanja i oblačenja tokom izvođenja opere. Na kraju, insistiralo se na izvođenju opera na originalnom jeziku, kako bi samo „odabrani“ pojedinci mogli da ih razumeju. Moglo bi se reći da je krajem 19. veka opera bila uspešno izolovana od drugih oblika zabave. Stori navodi mišljenje Livina (Levin, prema Storey 1998: 9–13), koji je tvrdio da je tada počelo da raste društveno prihvatanje nastojanja da je opera „viši“ oblik umetnosti i, kao takva, zahteva kultivisanu, tj. obrazovanu publiku. Tako, zaključuje Stori (Storey 2003: 12–13), opera nije postala nepopularna, već je, radije, *učinjena* nepopularnom. Prisvojile su je elitne društvene grupe rešene da je postave kao krunu njihove kulture, tzv. *visoke kulture*. Dakle, opera je transformisana od zabave mnogih u kulturu pojedinih.

297

U poslednjih nekoliko decenija socijalni život opere ponovo menja svoj put. Ono što Stori (Storey 2003) primećuje jeste povećana društvena vidljivost opere. Naime, svedoci smo sve veće upotrebe opere u različite svrhe. Danas se opera koristi u komercijalne svrhe (kao muzička pozadina ekonomsko-propagandnog programa), ali i kao prateća forma drugih vidova umetnosti (vidno je povećano korišćenje opere u filmovima)⁵. Na sličan način se razvija i promocija operских predstava (čitavi timovi ljudi rade na osmišljavanju i prezentaciji operске predstave u javnosti), dok operски pevači postaju zvezde pevajući sa pop-zvezdama⁶ učestvujući u različitim događanjima nemuzičke prirode⁷ i predstavljajući operску muziku na

4 Smatra se da je operu stvorila grupa firentinskih intelektualaca pod imenom Kamerata (Camerata).

5 U prilog ovoj tvrdnji Stori prilaže listu reklama i filmova u kojima je, na evropsko-američkom tržištu, upotrebljena muzika iz opera.

6 Npr. Lućano Pavaroti (Luciano Pavarotti) sa Stingom (Sting), Bonom Voksom (Bono Vox) i dr., Monserat Kabalje (Montserrat Caballe) sa Fredijem Merkjurijem (Freddie Mercury), itd.

7 Koncert Pavarotija, Dominga (Domingo) i Karerasa (Carreras) na otvaranju Svetskog prvenstva u fudbalu svakako je jedan od njih.

nekonvencionalan način⁸. Isto tako, na tržištu klasične muzike danas je na raspolaganju veliki broj nosača zvukova sa operskom muzikom, a njihovi naslovi i način na koji se reklamiraju neodvojivi su od marketinških tehnika koje se koriste za prodavanje popularne muzike⁹. Postoji i veliki izbor literature koja na neposredniji način pokušava da približi operu širokoj publici¹⁰.

298 Iz navedenog Stori zaključuje da se opera ponovo pojavljuje kao kulturna praksa koju možemo razumeti i kao umetnost, i kao zabavu, kao integralni deo javne kulture koja se može artikulirati prema različitim društvenim namerama i različitim zadovoljstvima. Zapravo, nije *sadržaj* opere ono što je čini vidom visoke kulture, već *način* na koji se konzumira, odnosno *oni* koji je konzumiraju. Tako ono što čini popularnu kulturu u jednom istorijskom periodu može postati deo elitne kulture u drugom, i obratno (Storey 2003: 24). Na to utiču sile i odnosi koji održavaju osobenosti i razlike, odnosi moći koji konstantno naglašavaju i dele oblast kulture na dominantne i podređene oblike. Danas je opera (u svim svojim sadržajima i praksi) umetnička forma koja je istovremeno i popularna i elitna. Ona pripada i velikom broju ljudi koji u njoj uživaju u kontekstu svakodnevne kulture, ali i manjim društveno i ekonomski elitnim grupama koje time dobijaju zadovoljstvo i društvenu konfirmaciju.

Storijevo stanovište o operskoj muzici koja je u današnje vreme istovremeno i elitna i popularna umetnička forma navelo je i na postavljanje osnovne hipoteze ovog rada. Naime, ako je publika bitan činilac koji se nalazi na jednom kraju kanala komunikacije određenog kulturnog modela, a širenje muzičkog tržišta i pristupačnost različitim medijima menjaju nivo prisutnosti operске muzike u javnom i privatnom životu, onda proizilazi da se profil operске publike nužno izmenio. Sledilo bi da publika Opere Narodnog pozorišta u Beogradu predstavlja heterogeni socijalni agregat, koji čine pojedinci različitih starosnih doba, nivoa obrazovanja, zanimanja, te materijalnog statusa. Na istom tragu pretpostavlja se i da je operska muzika prisutnija u sferi njihovog privatnog i javnog života.

Pojam publike

U najopštijem smislu, reč *publika* se odnosi na primaocе poruka, bez obzira da li se radi o čitaocima, gledaocima, slušaocima, nezavisno od prirode medija preko kojih se odvija komunikacijski proces ili od sadržaja poruka. Međutim, sa razvojem medija komunikacija i sam fenomen na koji se ovaj termin odnosi je u

8 Prepoznatljiviji su atraktivni, netipični video-spotovi operskih zvezda Ane Njetrebko (Ана Нетребко), Rene Fleming (Renee Fleming) i dr.

9 Neki od njih su: Operski hitovi, 50 najboljih momenata opere, Najbolje od Pučinja, Najbolje od Pavarotija i sl.

10 Npr. *Vodič kroz operu*, *Naučite se operi*, itd.

konstantnoj promeni, pa zahteva stalna redefinisavanja i nove teorijske i empirijske pristupe istraživanju iste.

Kako navodi Tomić (Tomić 2000: 129–131), publika je kao društveni fenomen bila institucionalizovana još pre dve hiljade godina, u antičko vreme, sa svojim običajima, pravilima i očekivanjima u pogledu mesta, vremena i sadržaja radnje. Najvažnija razlika između antičke i moderne publike je u njihovim osobinama koje su određene vremenom i mestom. Naime, antička publika je zauzimala *auditorium*, mesto sa kojeg se direktno mogla posmatrati predstava, što znači da se radilo o brojno mnogo manjoj grupi u odnosu na modernu publiku. Isto tako, antička publika je bila u stalnoj interakciji sa živim izvođačima i tako činila potencijalni kolektivitet, koji je delio zajedničku pozadinu (*background*) i zajednički doživljaj. Nije teško zaključiti da ove odlike korespondiraju sa odlikama današnje tzv. *jednostavne* publike.

Jednostavna publika se, prema Kostiću (Kostić 1982: 130–135), može definisati kao socijalni agregat, odnosno skup ličnosti koje su povezane fizičkom blizinom, ali među kojima nema recipročnih komunikacija ili su one slabe. Njih povezuje neki privremeni interes: slušanje koncerta, predavanja i sl. Dakle, to je agregat lica sakupljenih po sopstvenoj volji na mestu koje su sama izabrala da bi prisustvovala nekom činu o kome su prethodno bila obaveštena. 299

Ovaj socijalni agregat se od drugih (gomile, mase i manifestacije) razlikuje po tome što ima određeni broj učesnika, isti se pokoravaju izvesnom propisanom redu (npr. posetioci operne predstave zajednički gledaju predstavu i dolaze na svoja mesta po propisima koji važe za to mesto održavanja izvedbe), ličnosti nisu depersonalizovane, imaju slične ukuse i psihičke predispozicije, a emocije koje ih prožimaju su kanalisane međusobnim uticajima učesnika. Vrsta jednostavne publike zavisi od vrste izvedbe kojoj prisustvuje, pa se i njeno ponašanje, samim tim, menja. Tako, na primer, nije isto ponašanje publike na koncertu klasične muzike ili na košarkaškoj utakmici.

Kulturna participacija

Pojam *kulturne participacije* (*cultural participation*) vezuje se za kulturne prakse ljudi, a prema podeli na *culture d'appartement*¹¹ (gledanje televizije, slušanje radija, čitanje i dr.), *culture de sortie*¹² (odlazak u bioskop, izvođačke umetnosti, posjećivanje koncerata, posete muzejima, posete spomenika, arheoloških nalazišta i dr.) i *culture identitaire*¹³ (amaterske izvedbe, kulturna udruženja, popularna kultura i dr.) (prema Morrone 2006). Često je nemoguće te prakse razlikovati na

11 Kultura stana.

12 Kultura izlazaka.

13 Kulturni identitet.

osnovu toga koliko su aktivne, odnosno pasivne jer je priroda nekih od njih dvostrana i nemoguće ih je odrediti u tim kategorijama (npr. čitanje knjiga). Upravo iz tog razloga se kulturna participacija dešava uvek kada pošiljaoci i primaoci, u svakom kontekstu i kroz bilo koji kanal komunikacije, a prema zajedničkom opštem kodu komunikacije obraćaju punu pažnju na sadržaje i forme poruka da bi povećali sopstveni informacioni i kulturni fond (Morrone 2006). Kulturna participacija se može odvijati na različitim mestima i prenositi različitim kanalima komunikacije (putem medija, nosača slike i zvuka, živim izvedbama, itd.), ali je značajno da pošiljalac i primalac imaju zajednički opšti kod komunikacije, te obraćaju pažnju na sadržaj i formu komunikacije. Odatle proizilazi da je glavni cilj učesnika kulturne participacije upravo povećanje i širenje sopstvenog informacionog i kulturnog fonda.

300 Kulturna participacija obuhvata aktivnosti kulturne proizvodnje (*cultural production*) i aktivnosti kulturne potrošnje (*cultural consumption*). Kulturna proizvodnja se odnosi na amatersko ili profesionalno bavljenje umetnošću ili kreativnim hobijem, dok kulturna potrošnja podrazumeva kulturnu recepciju koja se odvija posećivanjem kulturnih događanja (javna kulturna recepcija) i kulturnu recepciju koja se odvija putem medija (televizija, radio, video-plejeri, DVD, diskmeni, MP3 plejeri, aipod i sl.) i u domu recipijenata (privatna kulturna recepcija). Najveći broj socioloških istraživanja kulturne participacije bavio se isključio kulturnom potrošnjom, što je donekle opravdano činjenicom da u aktivnostima kulturne potrošnje učestvuju svi ili gotovo svi članovi društva, te tako ona značajno utiče na socijalne procese, dinamiku i grupisanja.

Uzevši u obzir činjenicu da je kultura izuzetno širok pojam, svako istraživanje kulturne participacije nužno mora da odredi kulturne domene koje istražuje. Ovo istraživanje pojam kulturne participacije, a prema prirodi i neminovnim ograničenjima samog istraživanja, svodi na privatnu i javnu recepciju ispitanika samo u domenu operne muzike.

Metod istraživanja

Narodno pozorište u Beogradu ima dve scene za izvođačku umetnost, Veliku scenu i Scenu Raša Plaović. Na Velikoj sceni se izvode dramske, operne i baletne predstave. Na Sceni Raša Plaović izvodi se pretežno dramski program, ali i operne predstave Operskog studija (funkcioniše u okviru operskog umetničkog sektora, a čine ga studenti solo pevanja) i raznovrstan koncertni program. Velika scena može da primi ukupno 559, a Scena Raša Plaović 281 posetioca.

Statistički podaci pokazuju da je broj posetilaca u prve četiri istraživane sezone varirao između 22 080 i 29 873. Prema prosečnom broju posetilaca po izvedenoj predstavi taj raspon se kretao od 276 do 455,4. No, primetno je da poslednja sezona odudara po broju posetilaca kako u celosti, tako i po pojedinačnoj predstavi.

Ukupan broj posetilaca u sezoni 2007/2008. iznosi 42 224, a prosečan broj posetilaca po predstavi 703, 7. Ovo povećanje broja posetilaca direktno se vezuje za izvedbu opere *Aida* Đ. Verdija (G. Verdi), koja je premijeru i reprizna izvođenja imala van matične kuće, odnosno u mnogo većoj sali Sava centra¹⁴.

U statistici izvođenih operskih dela razdoblja koje obuhvata pet sezona (sezone: 2003/2004, 2004/2005, 2005/2006, 2006/2007. i 2007/2008) jasno se oslikava sprovođenje već opisane repertoarske politike. Tokom poslednjih pet sezona Opera Narodnog pozorišta u Beogradu izvela je ukupno 36 različitih operskih dela. Od toga su 22 italijanske opere, šest je nemačkih, tri francuske, dve ruske, dve domaće i jedna američka. Analiza opera po sezonama, a prema samom delu i broju izvedenih predstava pokazala je da italijanske opere prednjače kako u broju tako i u broju izvedbi, dok za njima slede francuske, nemačke i ruske. Valja primetiti i da je ukupan broj izvedenih predstava u pet istraživanih sezona 344.

Polazeći od Storiјevog stanovišta o izmenjenom statusu opere, koja je danas istovremeno kanal komunikacije i elitne i popularne kulture, osnovna pretpostavka istraživanja jeste da je, samim tim, publika Opere Narodnog pozorišta u Beogradu heterogena, odnosno da je čine pojedinci različite starosne dobi, nivoa obrazovanja i zanimanja. Na tom tragu sledi i pretpostavka da je opera prisutnija u privatnoj i javnoj sferi njihovih života, a preko praćenja iste putem različitih medija, te čestim slušanjem opere uživo.

301

Istraživani uzorak je činilo 100 ispitanika, koji su izabrani metodom jednostavnog slučajnog izbora (*simply random sampling*).

Stvaranje iskustvene građe započeto je prikupljanjem podataka o repertoaru i broju posetilaca u pet pomenutih sezona, a zahvaljujući postojećim izvorima podataka koji obuhvataju liste muzičkog programa i godišnje zbornike o radu Opere Narodnog pozorišta.

Imajući u vidu predmet i cilj istraživanja, te populaciju i veličinu uzorka koji se istražuju, kao najprikladniji način za neposredno prikupljanje podataka pokazao se upitnik, koji je svojim osobenostima omogućio prikupljanje obimne građe. Isti sadrži pretežno pitanja zatvorenog i svega jedno otvorenog tipa¹⁵.

Istraživanje je sprovedeno u decembru 2008, odnosno u sezoni 2008/2009. Podaci su od ispitanika prikupljeni tokom tri operske predstave: *Verter* Masnea (Masset), *Boemi* Pučinija (Puccini) i *Slepi miš* J. Štrausa (J. Strauss). Namera je bila da se izbor operskih predstava poklapa sa njihovom zastupljenošću na repertoaru, pa

14 Valja napomenuti da opera *Aida* pripada redovnom repertoaru Opere Narodnog pozorišta, ali je usled specifičnih zahteva scenografije za tu priliku u sezoni 2007/2008. izvođena u velikoj sali Sava centra.

15 Pitanje otvorenog tipa odnosi se na zanimanje ispitanika.

su tako izabrane jedna italijanska, jedna francuska i jedna nemačka opera. Ispitanicima je uručivan upitnik pre samog početka predstave ili na pauzi između činova, koji bi vraćali po završetku predstave. Pokazali su se vrlo otvorenim i spremnim za saradnju, a to je potvrdilo i dodatno interesovanje za temu i cilj rada, te iskazivanje želje da se autorka istog podrži i pohvali u svojim zalaganjima. No, što je još važnije, članovi publike su bili ažurni i temeljni u odgovaranju na pitanja upitnika, te broj onih neispunjenih, odnosno nepotpunih nije vredan pomena.

Rezultati istraživanja

Sociodemografski profil publike

Neka ranija istraživanja publike koncerata klasične muzike izvedena u Engleskoj i Americi (Mann 1969, 1970; Gainer 1993) pokazala su da je pohađanje istih pre ženska, negoli muška aktivnost. Istraživanje publike koncerata Londonske filharmonije iz 2001. godine Bonite M. Kolb¹⁶ nije zabeležilo veću razliku u brojnemu odnosu dveju polnih struktura.

302

Uzorak publike Opere Narodnog pozorišta u Beogradu brojao je 40 muškaraca i 60 žena. Dakle, izvesno je da u polnoj strukturi operске publike u Beogradu prevladuje ženska populacija.

Prilikom formiranja slike o starosnoj strukturi operске publike u Beogradu najuočljiviji je podatak da je ona izuzetno malobrojna u starosnoj kategoriji do 20 godina (pretpostavlja se da ona obuhvata čak osnovnih i srednjih škola), a najmnogobrojnija u kategoriji od 51–60 godina. Taj odnos ide u korist poslednje kategorije čak tri i po puta. S druge strane, treba imati u vidu da se generacija do 20 godina ne može porediti sa drugim kategorijama koje obuhvataju desetogodišnja razdoblja. Ovde se otvara pitanje koje je najranija doba ljudi na koje se može računati kao na opersku publiku.

Po brojnosti se izdvaja i kategorija od 51–60 godina, dok starosne kategorije između već pomenutih detektuju slabe razlike u brojnosti. Može se još primetiti i da se brojnost u starosnim kategorijama povećava sa svakom sledećom starosnom kategorijom (gledajući od najmlađe, pa do najstarije), sa izuzetkom neznatne procentualne razlike u poslednje dve najstarije kategorije ispitanika.

TABELA 1. Starosna struktura publike Opere Narodnog pozorišta u Beogradu (sezona 2008/2009)

STAROSNE KATEGORIJE	DO 20 GOD.	21–30 GOD.	31–40 GOD.	41–50 GOD.	51–60 GOD.	60 I VIŠE GOD.	UKUPNO
Broj ispitanika	6	16	16	18	23	21	100

16 Kolb 2001.

Rezultati istraživanja su pokazali da se široko rasprostranjeni stereotip o visoko-obrazovanoj publici opere u literaturi o istraživanju publike može održati i u slučaju publike Opere Narodnog pozorišta u Beogradu. Do sličnih rezultata došla su i prethodno navedena istraživanja Mana i Kolbove. Naime, rezultati istraživanja operske publike u Beogradu pokazuju da završenu osnovnu školu ima svega tri ispitanika, a prema podacima o zanimanju istih jasno je da se radilo o učenicima srednjih škola čija edukacija još uvek traje. Sa druge strane istog kontinuuma nalazi se 68 ispitanika (odnosno 68% uzorka), koji poseduju visoku stručnu spremu. Od toga, fakultetsko obrazovanje ima 51 ispitanik, završene magistarske studije ima 14 ispitanika, dok tri ispitanika imaju doktorat. U ovoj obrazovnoj kategoriji od ukupno 68 ispitanika: 45 jesu žene, a 23 muškarci. Valja reći i da najviše ispitanika sa visokom stručnom spremom ima u najstarijoj kategoriji (njih 19 od ukupno 68), odnosno najmanje u kategoriji od 21–30 godina (devet od 68 ispitanika te kategorije).

Kategorija ispitanika sa srednjom stručnom spremom obuhvata njih 21, tj. čini 21% ukupnog uzorka. No, treba napomenuti da je dalja analiza rezultata pokazala da od 21 ispitanika njih 10 jesu studenti, tj. njihovo školovanje još uvek traje i pripadaju starosnoj kategoriji do 30 godina, a ostalih 11 su ispitanici koji pripadaju starijim generacijama i, uglavnom, službeničkoj profesionalnoj kategoriji.

303

TABELA 2. Obrazovna struktura publike Opere Narodnog pozorišta u Beogradu (sezona 2008/2009)

NIVO STEČENOG OBRAZOVANJA	OSNOVNA ŠKOLA	SREDNJA ŠKOLA	VIŠA ŠKOLA	VISOKA ŠKOLA	UKUPNO
Broj ispitanika	3	21	8	68	100

Kada govorimo o profesionalnoj strukturi publike, već je rečeno da je grupa studenata brojala 10 ispitanika, a zajedno sa učenicima iznosi 13 ispitanika, odnosno 13% ispitanog uzorka. Oni pripadaju kategoriji izdržanih lica. Uz njih, istoj kategoriji pripada 14 ispitanika penzionera (14%). Obzirom da je kategorija ispitanika sa visokom stručnom spremom najbrojnija, nije teško zaključiti da upravo najveći broj penzionera proističe iz ove kategorije (12 ispitanika).

Kategoriju zaposlenih, tj. radno aktivnih ispitanika pretežno čine stručnjaci, umetnici i službenici (73%), i to: najviše profesori srednjih škola i univerziteta, zatim umetnici muzičke orijentacije (solo pevači, kompozitori, pijanisti), a za njima slede lekari.

TABELA 3. Profesionalna struktura publike Opere Narodnog pozorišta u Beogradu (sezona 2008/2009)

ZANIMANJE	STRUČNJACI	UMETNICI	SLUŽBENICI	PENZIONERI	STUDENTI	UČENICI	UKUPNO
Broj ispitanika	52	12	9	4	10	3	100

304

Dobijanjem odgovora na pitanje o potrošnji u prethodnoj godini („Čega ste, u toku prethodne godine, morali da se odreknete?“) trebalo je, zapravo, dobiti podatke o materijalnom standardu publike. Svega jedan ispitanik (1,06%) je, usled ugroženog materijalnog stanja, morao da se odrekne vitalnih potreba (hrane, lekova i dr.). Podaci ukazuju da on pripada kategoriji studenata, te je time njegovo stanje razumljivo i nije neophodno davati dalja objašnjenja.

Čak više od polovine uzorka (51, 06%) pripada kategoriji populacije sa visokim materijalnim standardom. Naime, ovaj deo publike se u svojoj potrošnji, tokom prethodne godine, nije odrekao ničega. Ovu populaciju gotovo podjednako čine žene i muškarci, ali preovlađuju oni sa stručnjačkim i umetničkim profesijama iz starosne kategorije od 51–60 godina (12,56% ukupnog broja ispitanika koji su odgovorili na ovo pitanje, odnosno 12 od 94 ispitanika).

Publiku Opere koja poseduje srednji i niži materijalni standard operacionalizovan kroz pomenuto pitanje čini 21,27% (20 ispitanika), odnosno 20,21% (19 ispitanika). U oba slučaja su to pretežno žene svih starosnih kategorija, odnosno službeničkih, stručnjačkih i umetničkih zanimanja.

Interesantan je podatak da se 6,38% publike (šest ispitanika) tokom prethodne godine moralo odreći nečeg drugog, a odgovori se pretežno odnose na slobodno vreme (3 ispitanika), odnosno kulturne događaje (dva ispitanika).

Demografska analiza pokazala je da publiku Opere čine i muška i ženska populacija svih starosnih doba, kao i nivoa obrazovanja. Ipak, zapaža se izvesna prednost ženske populacije nad muškom, kao i starosne kategorije od 51–60 godina, ali i značajna dominacija populacije koja poseduje visoku stručnu spremu i visok materijalni standard.

Publiku Opere Narodnog pozorišta čini nekoliko profesionalnih kategorija, a svakako najbrojnije su zastupljene stručnjačke i umetničke profesije, a za njima slede penzioneri i studenti.

Kulturna participacija publike

Prateći brojne primere istraživanja kulturne participacije u svetskoj sociološkoj literaturi¹⁷, pojam kulturne participacije u ovom istraživanju sagledan je i ispitan isključivo kroz njegov aktuelni aspekt, odnosno kroz konkretne prakse i aktivnosti u privatnoj i javnoj sferi. Već je rečeno da se one odnose samo na domen oper-ske muzike.

Aktivnosti kulturne potrošnje koje se odvijaju u domu ispitanika, daleko od očiju javnosti, često se smatraju pravim znacima kulture ličnosti, za razliku od oblika javne kulturne potrošnje (posete kulturnim događajima – pozorištima, koncertima, galerijama), čija je jedna od funkcija uvek i socijalna prezentacija (Cvetičanin 2007: 87). U tom smislu, primetno je da čak 39% ispitanog uzorka publike Opere Narodnog pozorišta sluša operu kod kuće manje od nekoliko puta mesečno, što se može razumeti i kao nekoliko puta u godini, jednom godišnje, jednom u nekoliko godina, odnosno veoma retko, gotovo nikada. Svega 3% ne sluša nikada operu kod kuće. Na drugoj strani istog kontinuuma je 15% onih koji slušaju operu svakodnevno, a njima se pridružuje identičan postotak onih koji to čine nešto manje, tj. nekoliko puta u nedelji.

305

TABELA 4. Učestalost slušanja opere kod kuće (u privatnoj sferi)

KOLIKO ČESTO SLUŠATE OPERU KOD KUĆE?	BROJ ISPITANIKA
Svaki dan	15 (15%)
Nekoliko puta nedeljno	15 (15%)
Nekoliko puta mesečno	28 (28%)
Manje	39 (39%)
Nikad	3 (3%)
Ukupno	100 (100%)

U svakoj grupaciji prema učestalosti slušanja opere kod kuće prednjači ženska populacija, a nešto veća razlika primetna je u kategoriji koja sluša operu nekoliko puta mesečno (28%).

17 Npr. *Europeans' Participation in Cultural Activities 2002*, Craig 2004.

TABELA 5. Učestalost slušanja opere kod kuće prema polu

UČESTALOST SLUŠANJA OPERE KOD KUĆE	MUŠKARCI	ŽENE	UKUPNO
Svaki dan	6 (6%)	9 (9%)	15 (15%)
Nekoliko puta nedeljno	6 (6%)	9 (9%)	15 (15%)
Nekoliko puta mesečno	9 (9%)	19 (19%)	28 (28%)
Manje	17 (17%)	22 (22%)	39 (39%)
Nikad	2 (2%)	1 (1%)	3 (3%)
Ukupno	40 (40%)	60 (60%)	100 (100%)

Uzimajući u obzir sociodemografske karakteristike, uočljivo je da svakodnevno operu u privatnom okruženju najčešće slušaju ispitanici najstarije generacije, a najređe to čine oni iz starosne grupe od 31 do 40 godina.

306

TABELA 6. Učestalost slušanja opere kod kuće prema starosnim kategorijama

UČESTALOST SLUŠANJA OPERE KOD KUĆE	DO 20 GOD.	21-30 GOD.	31-40 GOD.	41-50 GOD.	51-60 GOD.	60 I VIŠE GOD.	UKUPNO
Svaki dan	0 (0%)	1 (1%)	4 (4%)	3 (3%)	2 (2%)	5 (5%)	15 (15%)
Nekoliko puta nedeljno	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	4 (4%)	5 (5%)	4 (4%)	15 (15%)
Nekoliko puta mesečno	4 (4%)	5 (5%)	2 (2%)	3 (3%)	7 (7%)	7 (7%)	28 (28%)
Manje	0 (0%)	9 (9%)	10 (10%)	7 (7%)	8 (8%)	5 (5%)	39 (39%)
Nikad	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	1 (1%)	0 (0%)	3 (3%)
Ukupno	6 (6%)	16 (16%)	16 (16%)	18 (18%)	23 (23%)	21 (21%)	100 (100%)

Prema kriterijumu obrazovanja i pripadnosti određenim grupama zanimanja publika Opere Narodnog pozorišta takođe beleži različite podele. Prema učestalosti slušanja operске muzike u privatnoj sferi svakako je najuočljivija razmera u grupi koja to čini svakodnevno: od 15 ispitanika (15%) 14 je visokoobrazovanih, a svega jedan sa stečenim višim obrazovanjem. Taj odnos je nešto blaži među onima koji operu slušaju kod kuće nekoliko puta u nedelji, odnosno u mesecu, dok u grupi onih koji to čine vrlo retko 27 ispitanika ima stečeno visoko obrazovanje, više tek 4, a srednje 8.

TABELA 7. Učestalost slušanja opere kod kuće prema obrazovanju

UČESTALOST SLUŠANJA OPERE KOD KUĆE	OSNOVNA ŠKOLA	SREDNJA ŠKOLA	VIŠA ŠKOLA	VISOKA ŠKOLA	UKUPNO
Svaki dan	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	14 (14%)	15 (15%)
Nekoliko puta nedeljno	0 (0%)	5 (5%)	2 (2%)	8 (8%)	15 (15%)
Nekoliko puta mesečno	2 (2%)	8 (8%)	1 (1%)	17 (17%)	28 (28%)
Manje	0 (0%)	8 (8%)	4 (4%)	27 (27%)	39 (39%)
Nikad	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (2%)	3 (3%)
Ukupno	3 (3%)	21 (21%)	8 (8%)	68 (68%)	100 (100%)

Među ispitanicima koji operu slušaju kod kuće (njih 97, odnosno 97% uzorka) najčešći medij preko kojega to čine jeste radio. Tačno 37 ispitanika (37%) najčešće operu sluša preko radija, a zatim slede internet (21%), pa nosači zvuka – CD, kasete, vinilne ploče (19%). Ženski deo ispitane populacije najčešće operu sluša putem radija (29%), dok muški deo to najradije čini putem interneta (13%). Odnos polova u upotrebi ostalih medija za slušanje operne muzike u privatnoj sferi nešto je ujednačeniji.

307

TABELA 8. Medij putem kojeg muški i ženski ispitanici najčešće slušaju operu kod kuće

MEDIJ	MUŠKARCI	ŽENE	UKUPNO
Radio	8 (8%)	29 (29%)	37 (37%)
Televizija	7 (7%)	8 (8%)	15 (15%)
Nosači zvuka	8 (8%)	11 (11%)	19 (19%)
Nosači slike i zvuka	2 (2%)	2 (2%)	4 (4%)
Internet	13 (13%)	8 (8%)	21 (21%)
Ukupno	38 (38%)	59 (59%)	97 (97%)*

* Na ovo pitanje odgovorilo je 97 ispitanika, odnosno 97% uzorka.

U istraživanju javne kulturne participacije publike Opere Narodnog pozorišta u Beogradu, odnosno njenog posećivanja operskih predstava, učinilo se adekvatnim ugledati se na pitanja iz upitnika Eurostatovog istraživanja kulturne participacije

iz 2002. i 2003. godine¹⁸. Tako su ispitanici bili u prilici da odgovore koliko su puta u poslednjih 12 meseci pre anketiranja prisustvovali izvođenju neke operске predstave.

TABELA 9. Učestalost prisustvovanja operskim predstavama u poslednjih 12 meseci

KOLIKO ČESTO STE U POSLEDNJIH 12 MESECI PRISUSTVOVALI IZVOĐENJU OPERSKIH PREDSTAVA?	BROJ ISPITANIKA
Nijednom	1 (1%)
1 – 3 puta	30 (30%)
4 – 6 puta	40 (40%)
6 – 12 puta	25 (25%)
Više od 12 puta	4 (4%)
Ukupno	100 (100%)

308

Iz gore prikazane tabele uočljivo je da najveći deo publike Opere Narodnog pozorišta (40%) operskim predstavama prisustvuje bar jednom u 2–3 meseca, a u njima bliskom procentu su i oni koji to čine još ređe (30%). Svega je 4% ispitanog uzorka operskim predstavama prisustvovalo i po nekoliko puta u mesecu, odnosno više od 12 puta u godini. Na suprotnom polu iste celine nalazi se 1% uzorka kojima je operska predstava na kojoj su bili kada je istraživanje sprovedeno zapravo i prva u poslednjih 12 meseci, odnosno operskim predstavama nisu prisustvovali niti jedanput u pomenutom periodu.

U istraživanju kulturne participacije supružnika, Aprajt (Upright 2004) navodi podatak da žene više posećuju gotovo sve vrste umetničkih dešavanja, sa izuzetkom posećivanja koncerata džez muzike¹⁹. I ovo istraživanje je dobijenim podacima potvrdilo pomenutu činjenicu. Naime, u svakoj kategoriji učestalosti posećivanja operskih predstava ženska populacija je brojnija. Razlika je najizraženija u grupi koja je to činila 4 do 6 puta u poslednjih 12 meseci pre istraživanja.

18 *European's Participation in Cultural Activities*, Eurobarometar, 2002.

19 Radi se o već pomenutom istraživanju Upright 2004.

TABELA 10. Učestalost prisustvovanja operskim predstavama prema polu

UČESTALOST PRISUSTVOVANJA OPERSKIM PREDSTAVAMA	MUŠKARCI	ŽENE	UKUPNO
Nijednom	0 (0%)	1 (1%)	1 (1%)
1 – 3 puta	12 (12%)	18 (18%)	30 (30%)
4 – 6 puta	16 (16%)	24 (24%)	40 (40%)
6 – 12 puta	10 (10%)	15 (15%)	25 (25%)
Više od 12 puta	2 (2%)	2 (2%)	4 (4%)
Ukupno	40 (40%)	60 (60%)	100 (100%)

Posmatrajući učestalost prisustvovanja operskim predstavama u odnosu na starosne kategorije ispitanika moglo bi se reći da je različita frekventnost poseta gotovo ravnomerno raspoređena po svim kategorijama. Starosna kategorija koju čine ispitanici od 61 i više godina je procentualno najzastupljenija kada je u pitanju javna participacija od 6 do 12 puta u godini, a najređe je operskim predstavama prisustvovala kategorija od 31 do 40 godina. S obzirom na činjenicu da je kategorija najveće učestalosti prisustvovanja operskim predstavama procentualno malobrojna, onda nije ni čudno što je odnos starosnih kategorija procentualno gotovo izjednačen.

309

TABELA 11. Učestalost prisustvovanja operskim predstavama prema starosnim kategorijama

UČESTALOST PRISUSTVOVANJA OPER. PREDST.	DO 20 GOD.	21 DO 30 GOD.	31 DO 40 GOD.	41 DO 50 GOD.	51 DO 60 GOD.	60 I VIŠE GOD.	UKUPNO
Nijednom	–	1 (1%)	–	–	–	–	1 (1%)
1 – 3 puta	2 (2%)	3 (3%)	8 (8%)	6 (6%)	6 (6%)	5 (5%)	30 (30%)
4 – 6 puta	3 (3%)	8 (8%)	4 (4%)	5 (5%)	13 (13%)	7 (7%)	40 (40%)
6 – 12 puta	1 (1%)	4 (4%)	2 (2%)	6 (6%)	4 (4%)	8 (8%)	25 (25%)
Više od 12 puta	–	–	2 (2%)	1 (1%)	–	1 (1%)	4 (4%)
Ukupno	6 (6%)	16 (16%)	16 (16%)	18 (18%)	23 (23%)	21 (21%)	100 (100%)

Visokoobrazovani ispitanici jesu najzastupljenija obrazovna grupa publike Opere Narodnog pozorišta i čine dve trećine uzorka. Oni su najčešći posetioci operskih predstava, ali su brojčano najzastupljeniji i u ostalim kategorijama učestalosti.

Moguće je zaključiti, a u odnosu na njihovu brojčanu dominaciju u svim kategorijama, da su oni zasigurno najbrojniji deo publike svake operске predstave Opere.

TABELA 12. Učestalost prisustvovanja operским predstavama prema obrazovanju

UČESTALOST PRISUSTVOVANJA OPER. PREDST.	OSNOVNA ŠKOLA	SREDNJA ŠKOLA	VIŠA ŠKOLA	VISOKA ŠKOLA	UKUPNO
Nijednom	–	1 (1%)	–	–	1 (1%)
1 – 3 puta	1 (1%)	5 (5%)	3 (3%)	21 (21%)	30 (30%)
4 – 6 puta	1 (1%)	10 (10%)	1 (1%)	28 (28%)	40 (40%)
6 – 12 puta	1 (1%)	5 (5%)	3 (3%)	16 (16%)	25 (25%)
Više od 12 puta	–	–	1 (1%)	3 (3%)	4 (4%)
Ukupno	3 (3%)	21 (21%)	8 (8%)	68 (68%)	100 (100%)

310

Ako javne aktivnosti u ciljnem kulturnom domenu, odnosno učestalost posećivanja operских predstava dovedemo u vezu sa zanimanjem ispitanika, lako možemo uočiti da najčešće to čini radno aktivna populacija, tj. stručnjaci i službenici. Moguće je pretpostaviti da to ima veze i sa materijalnim standardom istih. S druge strane, primećuje se i da je najveći postotak kategorije penzionera išao u Operu 6 do 12 puta na godišnjem nivou (6%), što se može smatrati frekventnim posećivanjem ako se uzme u obzir socijalna, materijalna, pa i biološka situacija u kojoj se ta kategorija nalazi.

TABELA 13. Učestalost posećivanja operских predstava prema zanimanju

UČESTALOST PRISUSTVOVANJA OPER. PREDST.	STRUČNJACI	UMETNICI	SLUŽBENICI	PENZIONERI	STUDENTI	UČENICI	UKUPNO
Nijednom	–	1 (1%)	–	–	–	–	1 (1%)
1 – 3 puta	15 (15%)	5 (5%)	2 (2%)	4 (4%)	3 (3%)	1 (1%)	30 (30%)
4 – 6 puta	22 (22%)	5 (5%)	2 (2%)	4 (4%)	6 (6%)	1 (1%)	40 (40%)
6 – 12 puta	12 (12%)	1 (1%)	4 (4%)	6 (6%)	1 (1%)	1 (1%)	25 (25%)
Više od 12 p.	3 (3%)	–	1 (1%)	–	–	–	4 (4%)
Ukupno	64 (64%)	9 (9%)	14 (14%)	10 (10%)	3 (3%)	–	100 (100%)

Zaključna razmatranja

Slika koju dobijamo nakon analize dobijenih podataka pokazuje da je publika Opere Narodnog pozorišta znatno heterogena. Nju čine pripadnici oba pola, različite starosne dobi, nivoa obrazovanja, zanimanja, ali i materijalnog standarda. No, kada uzmemo u obzir procentualnu zastupljenost pomenutih kategorija možemo uvideti da su neke kategorije vidno zastupljenije od ostalih. U tom smislu, potvrđeni su neki rezultati kad je reč o operskoj publici. Istu više čini ženska populacija, visokoobrazovani pojedinci stručnjačkih zanimanja sa visokim materijalnim standardom. Dakle, izvesno je da popularizacija operske muzike koju identifikuje Stori, u našoj sredini koja, ipak, predstavlja specifično kulturološko okruženje, nije znatno doprinela bitnijoj promeni sociodemografskog profila njezne publike. Ona je i dalje obeležena pojedinim sociodemografskim karakteristikama koje su se, usled decenijskog ponavljanja, ustalile i kao stereotipi o operskoj publici. Možda bi se to moglo objasniti nedovoljnim muzičkim obrazovanjem i informisanošću populacije ili, pak, nedovoljnim upućivanjem i usmeravanjem pažnje na opersku muziku preko relevantnih institucija (počevši od institucija osnovnog obrazovanja i vaspitanja), medija, te približavanjem iste kroz različite popularnije sadržaje.

311

Kako je kulturna participacija u privatnoj sferi, zapravo, značajan pokazatelj kulture ličnosti, instruktivno je saznanje da veći deo publike beogradske Opere ovu muziku vrlo retko sluša kod kuće. I dalje su u tome najažurnije žene, odnosno najstariji, visokoobrazovani pripadnici populacije, a to čine putem jednog od najstarijeg medija (radija). No, ne treba zanemariti i podatak da je internet kao medij (čak i u tako niskoj zastupljenosti operske muzike u domovima ispitanika) ipak značajno doprineo i tom niskom procentu privatne kulturne participacije u domenu operske muzike. To bi se moglo dovesti i u vezu sa nedovoljnom zastuplenošću operske muzike u domaćim medijima, odnosno nemogućnošću populacije da istu konzumira i na taj način. Na tom tragu bi bilo uputno dalje istražiti dublje razloge takvom ponašanju.

Primljeno: 18. maj 2012.

Prihvaćeno: 29. septembar 2012.

Literatura

Andrews, Richard (2003), *Research Questions*, London, New York: Continuum.

Cvetičanin, Predrag (2007), *Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije i Makedonije*, Niš: OGI.

European's Participation in Cultural Activities (2003), Eurobarometar.

Kolb, Bonita (2001), „The Decline of the Subscribers Base: A Study of the Philharmonia Orchestra Audience“, *International Journal of Arts Management* 3 (2): 51–59.

Kostić, Cvetko (1982), *Grad i vreme: Osnovi sociologije grada*, Beograd: Vuk Karadžić.

- Gainer, B. I. (1993), „An Empirical Investigation of the Role of Involment with the Gender Product“, *Psychology and Marketing* 10 (4): 265–283.
- Mann, Peter (1969), *The Provincial Audience for Drama, Ballet and Opera*, Department of Sociological Studies, Sheffield: University of Sheffield.
- Mann, Peter (1975), *The Audiances for Orchestral Concerts*, Department of Sociological Studies, Sheffield: University of Sheffield.
- Morrone, Adolfo (2006), *Guidelines for Measuring Cultural Participation*, Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- Nemanjić, Miloš (1991), *Filmska i pozorišna publika Beograda: Socijalno-kulturni uslovi formiranja u periodu 1961–1984*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Storey, Jason (2003), „The Social Life of Opera“, *European Journal of Cultural Studies* 6 (1): 5–35.
- Storey, Jason (2006), „Inventing Opera as Art in Ninetheenth-century Manchester“, *International Journal of Cultural Studies* 9: 435–456.
- Tomić, Zorica (2001), *Komunikologija*, Beograd: Čigoja štampa.
- 312 Vinaver, Konstantin (1995), „Srpska muzička scena“, u Mosusova Nadežda (prir.), *Zbornik radova Muzikološkog instituta SANU*, Beograd: Muzikološki institut SANU: str. 263–269.
- Upright, C. B. (2004), *Social Capital and Cultural Participation: A Spousal Influence on Attendance at Art Events*, New Jersey: Pricetone University.
- Zelchow, Boris (1993), „The Opera: The Meeting of Popular and Elite Culture in the Ninetheenth Century“, *History of European Ideas* 16 (1–3): 261–266.

Sabina Hadžibulić

The Sociological Investigation of the Audience
of the Opera of the National Theater in Belgrade

Abstract

The Opera of the National Theater in Belgrade was founded in 1920, but it is well known that opera performances were held long before its official opening. Despite the fact that this is the sole opera house in Belgrade (and one of the only two in Serbia), as well as the fact that it did not face any strong audience fluctuation, it is unusual that no one ever tried to investigate and profile its audience. During the last decades we were witnessing the popularization of the opera via various medias, as well as development and extention of the music industry, which surely changed its social status. The aim of the investigation that is going to be presented is to discover if this social life of opera changed its audience and does it still consists of – according to stereotypes – elderly, high educated individuals of certain professions and high material standards, i.e. at which level the opera is present in the private and public sphere of their lives.

Key words The Opera of the National Theater in Belgrade, audience, socio-demographic profile, private cultural participation, public cultural participation.