



UNIVERZITET UMETNOSTI U BEOGRADU
FAKULTET DRAMSKIH UMETNOSTI
POZORIŠTA, FILMA, RADIJA I TELEVIZIJE

PLANSKI AGENSI SOCIJALIZACIJE: ŠKOLA, POZORIŠTE I
MEDIJI I NJIHOV UTICAJ NA RAZVOJ INTERESOVANJA
UČENIKA SREDNJE ŠKOLE ZA POZORIŠTE

DOKTORSKA DISERTACIJA

Kandidat

Dušica Dragin
Index broj: 11/2009d

Mentor
prof. dr Vesna Đukić

Beograd, 2016.



UNIVERSITY OF ARTS IN BELGRADE
FACULTY OF DRAMATIC ARTS THEATRE
THEATRE, FILM, RADIO AND TELEVISION.

THE METHODOLOGICAL AGENTS OF SOCIALIZATION: SCHOOL,
THEATRE AND THE MEDIA AND THEIR IMPACT ON
DEVELOPMENT OF INTERESTS OF HIGH SCHOOL
STUDENTS FOR THEATRE

DOCTORAL DISSERTATION

CANDIDATE
Dušica Dragin

MENTOR
PhD. Vesna Đukić, prof.

Belgrade, 2016.

Izjava zahvalnosti

Veoma mi je važno da izrazim veliku zahvalnost mentoru dr Vesni Đukić, redovnom profesoru Fakulteta dramskih umetnosti Univerziteta umetnosti u Beogradu, na strpljenju, podršci i usmeravanju izrazito konstruktivnim savetima koji su mi pomogli da istražim uočeni problem, da dođem do mogućih rešenja i da uobličim ovu disertaciju.

Takođe se zahvaljujem Slobodanu Mrđi, savetniku i koordinatorskom odeljenju za istraživanja Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka u Beogradu, na stručnim savetima i nesebičnoj pomoći u izradi istraživačkog instrumenta. Zahvaljujem se Školskoj upravi Novi Sad, Petru Viđikantu i zaposlenima u srednjim školama koji su mi pomogli u sprovođenju ankete.

Veliko hvala mojoj porodici na strpljenju i podršci.

Apstrakt

PLANSKI AGENSI SOCIJALIZACIJE: ŠKOLA, POZORIŠTE I MEDIJI I NJIHOV UTICAJ NA RAZVOJ INTERESOVANJA UČENIKA SREDNJE ŠKOLE ZA POZORIŠTE

Ova doktorska disertacija predstavlja obimna teorijska i empirijska interdisciplinarna istraživanja korelacije, tj. međusobnih uticaja, tri ključna posmatrana fenomena: 1. kulture i društva kao izvora socijalizacije, 2. agenasa socijalizacije koje čine: škola, pozorište i sredstva masovne komunikacije (televizija, štampa, radio i internet) i 3. interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. Izučavanje ova tri fenomena dovelo je do zaključka da je velika nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorište posledica slabosti postojećeg sistema socijalizacije koje se ogledaju u zanemarenim kulturnim i obrazovnim funkcijama škola, pozorišta i medija, kao planskih agenasa socijalizacije. Nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorište je stoga, samo deo slike o intenzivnom rastu onog dela stanovništva koje smatramo pozorišnom nepublikom u Srbiji. Sa aspekta menadžmenta u kulturi ova pojava predstavlja hroničan problem, čije rešavanje mora počivati isključivo na principima dugoročnog i inovativnog strategijskog menadžmenta.

Rezultati ovog naučnog istraživanja opisuju fenomen nezainteresovanosti srednjoškolske populacije za pozorište i okolnosti u kojima se ona javlja u procesu socijalizacije, definišu značaj i mesto pozorišta u kulturnom i društvenom sistemu u Srbiji i konačno prikazuju adekvatne teorijske i empirijske osnove kao polazno uporište u modelovanju strategije razvoja mlade pozorišne ili bilo koje druge umetničke publike.

Ključne reči

nepublika, razvoj publike, kulturne potrebe, interesovanja, socijalizacija, država, pozorište

Abstract

THE METHODOLOGICAL AGENTS OF SOCIALIZATION: SCHOOL, THEATRE AND THE MEDIA AND THEIR IMPACT ON DEVELOPMENT OF INTERESTS OF HIGH SCHOOL STUDENTS FOR THEATRE

This doctoral thesis presents extensive theoretical and empirical interdisciplinary research of correlation, i.e. mutual influences of three key phenomena observed: 1. culture and society as sources of socialization, 2. agents of socialization that consist of school, theater and the mass-media (television, printed media, radio and internet) and 3. interests of high school students for the theater. The study of these three phenomena has led to the conclusion that the vast indifference of high school students for theater is a consequence of weaknesses in the existing system of socialization, which are reflected in neglected cultural and educational functions of schools, theaters and media, as well as methodical agents of socialization. Lack of interest of high school students for the theater is, therefore, only a part of the picture of the intensive growth of that population part that we consider as theater non-publics in Serbia. From the aspect of culture management, this phenomenon represents a chronic problem, whose solution must be based exclusively on the principles of long-term and innovative strategic management.

The results of this scientific research describe the phenomenon of disinterest among secondary school population for the theater and the circumstances in which it occurs in the socialization process, define the importance and the place of theater in the cultural and social system in Serbia and, finally, show adequate theoretical and empirical basis as a staging point in the modeling of strategy for development of youth theater, or any other art audience.

Keywords

non-publics, audience development, cultural needs, interests, socialization, state, theatre

SADRŽAJ

1. UVOD	9
1.1. Predmet i ciljevi istraživanja	10
1.2. Pojmovno – hipotetički okvir istraživanja	13
1.3. Naučni i društveni značaj teme	20
1.4. Metodologija izrade rada	21
2. ULOGA DRŽAVE U PROCESU SOCIJALIZACIJE	27
2.1. Teorija socijalizacije	30
2.1.1. Izvori socijalizacije	34
2.1.1.1. Kultura	35
2.1.1.1.1. Odnos kulture i ličnosti pojedinca	38
2.1.1.2. Društvo	42
2.1.1.3. Opšti pogled na društvo i kulturu u Srbiji	44
2.1.2. Agensi socijalizacije	47
2.2. Uloga javnih praktičnih politika u procesu socijalizacije	47
2.2.1. Uloga obrazovne politike u procesu socijalizacije	50
2.2.1.1. Zakonodavstvo u domenu srednjoškolskog obrazovanja	53
2.2.1.1.1. Pozorište – jedna od mogućih fakultativnih vannastavnih aktivnosti	59
2.2.1.2. Obazovna politika i pozorište	68
2.2.2. Uloga kulturne politike u procesu socijalizacije	70
2.2.2.1. Stanje u kulturi kao ogledalo kulturne politike u Srbiji	71
2.2.2.2. Zakonodavstvo u domenu kulturne politike u Srbiji	73
2.2.2.3. Pravo na kulturu i zadovoljavanje (ne)postojećih kulturnih potreba građana	75
2.2.2.4. Kulturna politika u oblasti pozorišnog stvaralaštva	76
2.2.3. Značaj međuresorne i međusektorske saradnje u oblasti pozorišnog stvaralaštva	83
2.2.4. Uloga medijske politike u procesu socijalizacije	86
2.2.4.1. Medijska legislativa vs praksa	88
2.3. Zastupljenost pozorišta u opštem sadržaju srpskih izvora socijalizacije	92

3. INTERESOVANJA - PREDUSLOV RAZVOJA POZORIŠNE PUBLIKE	95
3.1. Pojmovno određenje interesovanja	96
3.1.1. Neke karakteristike interesovanja	100
3.1.1.1. Lična dispozicija	100
3.1.1.2. Motivi	101
3.1.1.2.1. Mogući pristupi u motivisanju učenika srednjih škola za odlazak u pozorište	103
3.1.1.3. Stavovi	106
3.1.1.3.1. Učenici srednjih škola i njihov stav prema pozorištu	109
3.2. Formiranje i razvoj interesovanja	111
3.2.1. Socijalni činioci i razvoj interesovanja	113
3.2.1.1. Uticaj porodice na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište	118
3.3. Umetnička interesovanja	122
3.3.1. Pregled dosadašnjih teorijskih i empirijskih istraživanja umetničkih interesovanja	123
3.4. Značaj interesovanja u periodu adolescencije	126
3.5. Pozorište kao objekat interesovanja mladih	130
4. ŠKOLA KAO PLANSKI AGENS SOCIJALIZACIJE	133
4.1. Kulturna funkcija škole	137
4.2. Uticaj novosadskih srednjih škola na razvoj interesovanja učenika za pozorište	140
4.2.1. Posete pozorištu	144
4.2.2. Uticaj dramske sekcije na formiranje interesovanja za pozorište	146
4.2.3. Razgovori na temu pozorišta	149
4.3. SWOT analiza	151
5. POZORIŠTE KAO PLANSKI AGENS SOCIJALIZACIJE	154
5.1. Programska (dez)orijentacija novosadskih pozorišta	158
5.2. Uticaj novosadskih pozorišta kao planskog agensa socijalizacija na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište	172
5.3. SWOT analiza	182
6. MEDIJI KAO PLANSKI AGENS SOCIJALIZACIJE	186

6.1. Kulturna funkcija medija masovnih komunikacija	189
6.2. Uticaj medija na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište	189
6.2.1. Televizija	194
6.2.2. Radio	197
6.2.3. Štampa	198
6.2.4. Internet	199
6.3. SWOT analiza	203
7. DELOTVORNE PREPORUKE ZA POVEĆANJE KULTURNIH I OBRAZOVNIH FUNKCIJA PLANSKIH AGENSA SOCIJALIZACIJE	207
7.1. Izvori i agensi socijalizacije vs pozorište	210
7.2. Odgovornost države za rezultate socijalizacije	222
7.3. Pozorište kao objekat interesovanja	225
7.4. Opšte preporuke za razvoj mlade pozorišne dramske publike	228
8. ZAKLJUČAK	242
Spisak literature	247
Web izvori	260
Zakoni i podzakonska akta	263
Prilozi	265
Biografija autora	272

1. UVOD

Podatak da ogroman broj učenika srednjih škola ne ide u pozorište, nalazimo u rezultatima istraživanja koja se bave obrazovanjem, kulturnim potrebama ili slobodnim vremenom mladih. Prema istraživanju Slobodana Mrđe 77,8% učenika srednje škole retko ili nikada ne ide u pozorište (Mrđa, 2011: 73). Situacija je još gora dve godine kasnije – samo 9% srednjoškolaca radije, u svom slobodnom vremenu, bira pozorište ili koncert (Ristić i Škorc 2013: 195). Odgovor na pitanje: zašto učenici srednjih škola ne idu u pozorište, mogao bi biti da ih pozorište, jednostavno, ne zanima. Kao najvažniji razlog za retke posete institucijama kulture i kulturnim događajima, učenici srednjih škola navodili su nezainteresovanost, tako da možemo konstatovati da je oko dve trećine srednjoškolaca potpuno nezainteresovano za kulturnu participaciju. Drugim rečima, nezainteresovanost je limitirajući faktor za kulturnu participaciju srednjoškolske populacije (Mrđa, 2011: 127).

Takav odgovor samo ukazuje na dublji problem, koji možemo iskazati pitanjem: zašto učenici srednjih škola nemaju interesovanje za pozorište? Velika dilema na samom početku ovog istraživanja, bila je odakle krenuti u pronalaženju odgovora na ovo pitanje, i gde potražiti ideje za rešavanje ovakvog problema? Kao najlakše rešenje, nametnula se teorija razvoja publike. Problemi na koje smo nailazili tokom izrade koncepta istraživanja, davali su nagoveštaje da modelovanju strategije razvoja mlade pozorišne publike nedostaje izvesna faza koja prethodi izradi ovog modela.

Faza koja nedostaje inicijalno je identifikovana putem teorije menadžmenta u kulturi po kojoj današnji menadžer umetnosti mora postati ono što Džon Pik (John Pick) naziva društveni istražitelj. Društveni istražitelj je uronjen u socijalnu i kulturno-političku zamršenost zajednica, iz koje nastoji da razvije aktivnu publiku (Pick, 2011: 38). Da bi se identifikovala i primenila sva legitimna sredstva u razvoju publike, neophodno je, pre bilo kakvih aktivnosti u tom pravcu, u potpunosti upoznati svoju potencijalnu publiku. Odnosno, potrebno je sagledati elemente njihovih različitih života, različitih verovanja, standarda, sistema vrednosti, stavova, interesovanja, problema, tabua i predrasuda. Dakle, radi se o interdisciplinarnom istraživanju određenog dela populacije i pokušaju da se analizira struktura učenika srednjih škola, sa fokusom na njihov stepen (ne)zainteresovanosti i potencijalnog razvoja interesovanja za pozorište. Cilj ovog istraživanja jeste upravo da se u posebnim društvenim grupama otkrije mogućnost razvoja pozorišne publike.

Nekoliko je dilema i pitanja na početku ovog istraživanja. Kao prvo, zanima nas pod uticajem kojih činilaca dolazi do zainteresovanosti ili nezainteresovanosti za pozorište? Kako stvoriti kulturnu potrebu za pozorišnom umetnošću kod učenika srednjih škola i transformisati ih u buduću redovnu pozorišnu publiku? Kako inicirati i razvijati interesovanje za pozorišnom umetnošću? Polaskom u srednju školu, započinje stadijum verifikacije interesovanja, kada se mladi ljudi odriču nespecifičnog interesovanja za sve (Tyler, 1955, prema: Pantić, 1981: 54). To je primarni razlog zbog kojih je srednjoškolska populacija uočena kao ciljna grupa. Ukoliko do završetka tog perioda ne dođe u dodir sa pozorištem, ne razvije interesovanje, ili stekne navike odlaska u pozorište u bilo kom stepenu, velika je verovatnoća da će ova populacija zauvek biti izgubljena kao pozorišna publika.

1.1. Predmet i ciljevi istraživanja

Predmet ovog istraživanja jeste uticaj planskih agensa socijalizacije, škole, pozorišta i medija, na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. Socijalizacija, u najopštijem smislu, predstavlja usvajanje oblika društvenog života. Ukoliko mladi u procesu socijalizacije putem planskih agenasa ne budu dovedeni u kontakt sa pozorišnom umetnošću, očekivano je da nikada neće razviti interesovanje za nju.

Kao razvojni period između detinjstva i odraslog doba, adolescencija je obeležena intenzivnim i sveobuhvatnim promenama u svim aspektima razvoja koji se manifestuju u opštem funkcionisanju pojedinca. Najvažnije promene u adolescenciji povezane s temom ovog istraživanja jesu promene koje se učenicima srednjih škola dešavaju po pitanju njihovih interesovanja. Interesovanja imaju značajnu ulogu u svim periodima našeg života, ali u pojedinim životnim dobima njihova funkcija je specifična, odnosno, neke njihove karakteristike su izraženije nego u ostalim uzrasnim periodima.

Promene po pitanju interesovanja u periodu adolescencije odvijaju se u procesu koji Tajler naziva *stadijum verifikacije interesovanja*. Polaskom u srednju školu započinje taj proces u kome se mladi ljudi odriču nespecifičnog interesovanja za sve (Tyler, 1955, prema: Pantić, 1981: 54) i tada počinju da eksperimentišu i tragaju za novim oblastima koje bi pobudile i održale njihovu pažnju. I premda učenici srednjih škola kao najvažniji razlog za retke posete institucijama kulture i kulturnim događajima, navode nezainteresovanost (Mrđa, 2011: 127). Takve promene kod srednjoškolaca, posmatrane posebno iz ugla preduzetništva u

kulturi (Dragin, 2011), predstavljaju izrazito povoljnu okolnost za razvoj mlade pozorišne publike.

Špranger smatra da je mladalački period doba otkrića ili shvatanja kulturnih vrednosti i da mladi osećaju potrebu da se izraze u estetskim formama, i zbog toga umetnost savršeno odgovara njihovim psihičkim osobenostima (Spranger, 1925: 60 u Gajić, 1999: 89). Izučavajući prirodu interesovanja, Pantić (Pantić, 1980: 97) osnovnim problemom podrazumeva pitanje da li su ona urođena ili stečena, i navodi da većina autora izričito ističe uticaj sredine, naročito one socijalne. Shodno tome pridaje najveći značaj učenju.¹ Učenje pod uticajem sredine podrazumeva jedan celoživotni proces koji se zove socijalizacija. To je „proces kojim čovek razvija funkcije neophodne za pasivno i aktivno učestvovanje u društvenim odnosima” (Krstić, 1988: 575). I u najtežim uslovima podignuta ljudska jedinka postaje kvalitativno drugačija od ma kog drugog živog bića, biće koje se, među ostalim, služi sistematski oruđima i govorom. Ali ona to postaje tek učenjem preko delovanja socijalnih faktora (Rot, 2010b: 83). Među njima najznačajnije je razlikovati dve grupe. Prvu grupu čine faktori koje zovemo *izvori socijalizacije (kultura i društvo)* dok drugu grupu čine faktori koje zovemo *agensi (prenosioci, vršioci, posrednici) socijalizacije*, preko kojih se socijalizacija ostvaruje. Izvori socijalizacije jesu kultura i društvo. Oni određuju sadržaj socijalizacije. Agensi socijalizacije jesu društveni činioци koji predstavljaju zastupnike društva i kulture, koji neposredno utiču na proces socijalizacije. Agenasa socijalizacije ima mnogo: porodica, vrtić, škola, vršnjača grupa, radno mesto, religija, društvene organizacije, sredstva masovne komunikacije. Zapravo, svaka individua, grupa ili organizacija može biti agens socijalizacije.

Ovo istraživanje polazi od izvora socijalizacije, zato što oni određuju ciljeve, sadržaj i sredstva socijalizacije ali i zato što određuju i kontrolišu agense socijalizacije. Iz tih razloga je od izuzetnog značaja utvrditi koje je mesto i značaj pozorišnog stvaralaštva u kulturi i društvu Srbije. Da bismo saznali na koji način se može uticati na povećanje zainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišno stvaralaštvo, neophodan je utvrditi stepen zastupljenosti pozorišnog stvaralaštva u opštem sadržaju srpskih izvora socijalizacije i utvrditi kakve odlike ima kulturna politika u Srbiji u odnosu na delovanje u oblasti pozorišta. U fokusu ovog istraživanja biće sledeći agensi socijalizacije: škola, pozorište kao društvena organizacija i sredstva masovne komunikacije (televizija, štampa, radio i internet). Porodica je prvi i najznačajniji agens socijalizacije ali u periodu adolescencije njen uticaj slabi. Iako nije u

¹ Pantić, napominje da postoje prilične razlike u tumačenju učenja.

fokusu, porodica je, kao i njen uticaj na formiranje i razvoj interesovanja za pozorište, donekle obuhvaćena ovim istraživanjem. To je neophodno, jer uticaj porodice na sve aspekte socijalizacije ne može biti zanemaren.

Istraživačko pitanje ovog rada jeste: na koji način menadžment u kulturi i umetnosti i kulturna politika mogu uticati na povećanje kulturnih i obrazovnih funkcija osnovnih agenasa socijalizacije (škole, kulturnih i umetnickih organizacija, medija), a time i povećati zainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišno stvaralaštvo?

Motivi za izbor teme:

- nedostatak empirijskih istraživanja uzroka nezainteresovanosti srednjoškolske populacije za pozorišnu umetnost zbog čega retko ili nikada ne ide u pozorište;
- nedostatak istraživanja odnosa pozorišnih ustanova prema učenicima srednjih škola;
- nedostatak istraživanja o mogućnostima i ograničenjima razvoja pozorišne publike u današnjim uslovima u Srbiji;
- nedostatak istraživanja nepublike.

Ciljevi istraživanja:

Naučni cilj istraživanja jeste utvrđivanje najadekvatnijih teorijskih i empirijskih osnova, koje bi bile polazno uporište u modelovanju strategije razvoja mlade pozorišne publike.

Eksplorativno-deskriptivni cilj ovog istraživačkog procesa je upoznavanje i opisivanje pojave nezainteresovanosti srednjoškolske populacije za pozorište i okolnosti u kojima se ona javlja u procesu socijalizacije. Ovim ciljem, takođe, smatramo i utvrđivanje značaja i mesta pozorišta u kulturnom i društvenom sistemu u Srbiji.

Cilj istraživanja je i *eksplikativnog karaktera* jer teži objašnjenju pojave sa pretpostavkom o uzročno-posledičnoj vezi socijalizacije i nezainteresovanosti za pozorište.

Operativni cilj istraživanja je utvrditi da li, u okviru kulturnih i obrazovnih funkcija osnovni agensi socijalizacije (škole, pozorišta i mediji), utiču na formiranje i razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

Pojedinačni ciljevi koji su obuhvaćeni istraživanjem:

1. Istražiti socio-demografski profil učenika srednjih škola u Novom Sadu;
2. Utvrditi stepen znanja, interesovanja i stav ciljne grupe o pozorišnoj umetnosti;
3. Utvrditi činioce motivisanosti ciljne grupe za posećivanje dramskih pozorišnih predstava;
4. Analizirati kulturnu politiku u Srbiji u odnosu na pozorišnu delatnost;
5. Utvrditi uticaj škole na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište;
6. Utvrditi uticaj pozorišnih institucija u Novom Sadu (Srpskog narodnog pozorišta, Novosadskog pozorišta i Pozorišta mladih) na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište;
7. Utvrditi uticaj medija na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište;
8. Analizirati repertoarsku politiku novosadskih pozorišta;
9. Utvrditi stav pozorišnih institucija prema srednjoškolskoj publici.

1.2. Pojmovno – hipotetički okvir istraživanja

U radu koji se bavi istraživanjem uticaja planskih agenasa socijalizacije na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište potrebno je, pored ključnih pomova koji će detaljno biti objašnjeni u radu, definisati i druge pojmove.

Kulturna potreba spada u više nivoa potreba, tako da se prvo niži nivoi potreba moraju zadovoljiti pre nego što se uopšte aktiviraju potrebe viših nivoa.² Nemanjić, koji je izuzetnu pažnju poklonio ovoj pojavi (Nemanjić, 1970; 1971; 1974; 1991), kulturnu potrebu definiše na sledeći način: „podstaknuta kulturnom proizvodnjom, kulturna potreba se formira kao kulturni interes povezan s kulturnom vrednošću”. Ukoliko je taj interes dovoljno snažan, kulturna potreba se ispoljava kao određena aktivnost usmerena na neki kulturni objekat. U svom ostvarenju, kulturna potreba se javlja kao oblik simboličke komunikacije. Nemanjić, jednostavno i plastično objašnjava da „[...] ne možemo očekivati pojavljivanje kulturne potrebe ukoliko ne postoji ono što je izaziva, ono što je podržava, što je orjentiše i daje joj smisao” (Nemanjić, 1991: 23). U svojoj antropološkoj osnovi (Nemanjić, 1974: 68), kao svest, kao prirodna inteligencija, kao imaginacija, kao sposobnost za simboličku transformaciju i komunikaciju – kulturna potreba je manje ili više prisutna kod svih ljudi, ali je ona ostala neispoljena i nerazvijena. Dragičević-Šešić i Stojković naglašavaju da je

² Prema američkom psihologu Abrahamu Maslovu (1908–1970). On je osnivač škole unutar savremene psihologije koja je poznata pod imenom *humanistička psihologija*, čija hijerarhija potreba predstavlja jedno od najvažnijih dostignuća, ne samo u oblasti psihologije, već i marketinga i trgovine. Lestvica potreba od najnižeg ka najvišem nivou izgleda ovako: 1. Fiziološke potrebe; 2. Potreba za sigurnošću; 3. Potreba za pripadanjem i ljubavlju; 4. Potreba za uvažavanjem, 5. Potreba za samoaktuelizacijom.

„istraživanje i poznavanje kulturnih potreba, ali i socijalnog ponašanja, jedan je od osnovnih zadataka menadžera kulture, prevashodno da bi mogao da planira kulturne aktivnosti i programe (zadovoljavati kulturne potrebe), ali i zato da bi mogao da planira razvoj (podsticati razvitak novih kulturnih potreba ili širiti krug ljudi koji će imati bogatije i raznovrsnije kulturne aspiracije)“ (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 21–22).

U najopštijem smislu, reč **publika** se odnosi na primaoca 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. Pojam publika ima različite kategorizacije. U zavisnosti od učestalosti poseta kulturnim sadržajima, načina na koji se doživljava određeno umetničko delo ili pak nekog drugog određenja, u literaturi nailazimo na sledeće vrste publike: stalna, redovna, povremena, potencijalna, prava, elitna, masovna, aktivna, posebna, nepublika, slučajna, jednostavna, difuzna, raspoloživa, neraspoločiva, moguća, akciona (Digl, 1998; Ambercrombie; Longherst, 1998; Nemanjić, 1991; Dragičević-Šešić i Stojković, 2007; Alexander, 2007).

Proučavajući pozorišnu publiku Fransis Žanson (Mrđa, 2010: 6) deli stanovništvo na **publiku, moguću publiku i nepubliku**, što je podela koja najviše pogoduje prirodi ovog istraživanja u čijem fokusu nije publika već upravo nepublika. U daljem radu, kada budemo govorili o stanovništvu koje je pozorišna publika, podrazumevaćemo onaj deo populacije koji ima razvijenu kulturnu potrebu za ovom vrstom umetnosti i često posećuje pozorište. Moguća publika je onaj deo stanovništva sa delimično razvijenim kulturnim potrebama i ona povremeno posećuje pozorište. Nepublika je onaj deo stanovništva koji nema razvijenu kulturnu potrebu za pozorišnom umetnošću i najčešće nikad ne posećuje pozorište.

Pojam **kulturni kapital** u savremenu antropologiju i sociologiju uveo je francuski sociolog Pjer Burdije (Pierre Bourdieu). Burdijeova teorija kulturnog kapitala je najrasprostranjenija u sociološko-kulturološkom diskursu. Prema njegovom tumačenju, kulturni kapital predstavlja podlogu, znanje, afinitete i sposobnosti, koje se prenose sa roditelja na dete. Prema Burdijeovim teorijama društvene reprodukcije i kulturnog kapitala (Bourdieu, 1973), kultura vladajuće klase se prenosi tradicionalnim, mejnstrim, obrazovnim sistemom. Kulturni kapital se sastoji od jezičke i kulturne kompetencije, kao i šireg poznavanja kulture, koji je inherentan članovima viših klasa, a nalazi se mnogo ređe među nižim klasama. Burdije je smatrao da deca roditelja koji poseduju veći ekonomski kapital imaju više mogućnosti za sticanje kulturnog kapitala. U svojoj studiji *Oblici kapitala*, Burdije

navodi tri osnovna oblika *kulturnog kapitala*: 1. inkorporirani kulturni kapital (poznavanje jezika, veština društvenog ophođenja, estetski ukus pripadnika određene klase, obrazovanje i slično); 2. forma kulturnih dobara (knjige, rečnici, instrumenti, slike i druga umetnička dela, i tako dalje); 3. institucionalizovani oblik (školske kvalifikacije, nivo obrazovanja). Dve važne komponente Burdijeove doktrine o kulturnom kapitalu su pojam *habitusa* i *društvene reprodukcije*. Prema Burdijeu, kulturni kapital se primarno stiče u detinjstvu kroz habitus. Habitus uključuje verovanja, stavove, iskustva, vrednosti i težnje pojedinaca. Društvena reprodukcija se zasniva na međugeneracijskom prenosu kulturnog kapitala. Burdijeova teorija društvene reprodukcije odražava stanovište po kojem se postojeća klasna struktura i društvene nejednakosti pojedinaca i grupa, u kapitalističkom društvu, reprodukuju upravo od strane tog istog društva. Burdije smatra da su kulturni kapital i habitus ključni u procesu društvene reprodukcije (Bourdieu, 1973. U Jovanov, 2014: 37-38).

Adolescenti su značajna uzrasna grupa iz više aspekata. Oni predstavljaju najbrojniju starosnu grupu u većini zemalja sveta. Fizički i psihički rast i razvoj u adolescenciji određiće umnogome fizički i psihološki profil populacije odraslih. Mnogi obrasci ponašanja koji se formiraju u adolescenciji, identitet pojedinca, sistemi vrednosti, društveno-politička opredeljenja, sve će se to dugo održati u životu pojedinca i biti okosnica ličnosti kada odraste (Kapor-Stanulović, 1988: 26). Biološki činioci su zajednički kod svih adolescenata širom sveta, ali je veoma važan socijalni ambijent u kome se adolescenti razvijaju, zatim običaji i kulturne norme, socijalne relacije, mesto koje adolescent ima u društvu kom pripada, očekivanja i odnos starijih prema adolescentima, slobodno vreme, mas-mediji itd. (Gutović, 2006 u Minić 2014: 36). Adolescencija je važan razvojni period, kog karakterišu brojni problemi, intenzivna promena telesnog izgleda, intenziviranje seksualnih potreba i odnosa sa vršnjacima, kritički osvrt prema roditeljima, autoritetima i okolini, eksperimentisanje na različitim poljima (Gutović, 2006; Nešić i Radomirović, 2000; Lacković-Grgin, 1994; Đorđević, 1988). U adolescenciji se dešavaju promene³ u kvalitetu kognitivnog funkcionisanja (tzv. kvalitativni skok) u odnosu na prethodni razvojni period – detinjstvo, zatim promene u odnosima adolescenata sa okolinom ali i okoline prema adolescentu; u periodu adolescencije intenzivno se stiču znanja i veštine, kako u okviru formalnog i neformalnog, tako i informalnog obrazovanja; kvalitativno je drugačije kognitivno, pojmovno, moralno, emocionalno i socijalno funkcionisanje (Minić, 2014: 35). Postoje

³ Pomenute promene su detaljno opisane u teorijama kognitivnog razvoja Ž. Pijažea, kulturno-istorijskoj teoriji L. Vigotskog, u teoriji moralnog razvoja Ž. Pijažea i L. Kolberga itd., a koje se mogu pronaći u udžbenicima razvojne psihologije različitih autora u zemlji i svetu.

različite tendencije u definisanju adolescencije i u određivanju njenih granica. Prema Kapor-Stanulović (Kapor-Stanulović, 1988: 31) adolescencija je period života u kome je osoba u razvoju u prelazu od detinjstva ka odraslosti. Ona deli adolescenciju na tri podperioda: 1) rana adolescencija (10-14. godine); 2) srednja adolescencija (15-19. godine); 3) pozna adolescencija (20-24. godine). U ovom radu koristiće se pojam adolescenti, ali i mladi i omladina, u zavisnosti od autora koje budemo citirali, jer opredeljenje za jedan pojam nema uticaja na istraživanje. U svakom slučaju, govorićemo o učenicima srednjih škola uzrasta 15–19 godina, odnosno, o srednjoškolcima koji su ciljna grupa ovog istraživanja.

Razvoj publike. Kao i za mnoge pojmove, ne postoji opšte prihvaćena definicija razvoja publike, već postoji mnogo definicija i modela putem kojih svaki autor predstavlja sopstveno viđenje te teme. Naravno, ove interpretacije i viđenja razvoja publike su donekle slična, te se autori slažu da razvoj publike uključuje tri osnovna aspekta: edukativni, marketinški i umetnički. Sva tri aspekta imaju važan zadatak u razvoju odnosa publike i umetnosti.

Umetničko veće Engleske (Arts Council of England) izradilo je veći broj izveštaja o razvoju publike (Suonsyrjä, 2007:11). Jedan od tih izveštaja je i vodič za promovisanje boljeg razumevanja i rad na razvoju publike koji je napisala savetnica za marketing u umetnosti, Heder Majtland (Heather Maitland). U njenom izveštaju navodi da su tri aspekta: obrazovanje, marketing i umetnost, podjednako ispravni. Ona smatra da razlika postoji samo zato što umetnici, radnici u obrazovanju i marketinški stručnjaci pristupaju konceptu razvoja publike iz različitih pravaca. Majtland takođe naglašava da razvoj publike predstavlja planirani proces koji uključuje izgradnju odnosa između pojedinca i umetnosti. Ostvarivanje ovog zadatka zahteva vreme i ne može se desiti sam od sebe. Razvoj publike obuhvata razbijanje fizičkih, psiholoških i socijalnih barijera koje sprečavaju ljude da učestvuju u, ili prisustvuju umetničkom događaju (Maitland, 1997: 5-6, 9). Debi Hajes (Debi Hayes) profesorka menadžmenta u umetnosti na Fakultetu za menadžment u Griniču (Greenwich School of Management) opisuje razvoj publike kao amorfni koncept koji obuhvata širok opseg aktivnosti sa različitim ishodima koji se ostvaruju korišćenjem jednog seta ili mešavine veština. Ona smatra da se razvoj publike u suštini bavi promenom strukture i kompozicije publike, kako bi doveo do demokratskog učešća u umetnosti, kao i da bi izazvao više nivoje poverenja i predanosti (odanosti) među već postojećim i novoformiranim grupama publike (Hayes, 2003: 1).

Nobuko Kavašima (Nobuko Kawashima), istraživač Centra za proučavanje kulturne politike (Centre for Cultural Policy Studies) u Ujedinjenom Kraljevstvu (United Kingdom), ističe da bi se razvoj publike mogao razumeti kao nešto što se bavi proširenjem osnove iz koje dolazi publika, kako u kvantitativnom, tako i u kvalitativnom smislu, i obogaćivanjem iskustva *potrošača* (Kawashima, 2000: 3–4). Rik Rodžers (Rick Rogers) vidi razvoj publike kao holističku i integrativnu aktivnost koja zahteva posedovanje marketinških, edukativnih i programerskih veština. Razvoj publike teži ka ostvarivanju serije kratkoročnih, srednjoročnih i dugoročnih ciljeva, koji povećaju, proširuju i obogaćuju ciljne grupe. Rodžers ističe da je za umetničke organizacije ključno da *odgoje* postojeću, kao i novu publiku, kvantitativno i kvalitativno ciljajući nove oblasti na nove načine, kako bi proširili osnovu iz koje dolazi publika koja prati umetnost (Rogers, 1998: 14). Razvoj publike, prema Dragičević-Šešić i Dragojević (Dragičević-Šešić i Dragojević, 2005: 106) pretpostavlja dugoročni sistemski angažman, bilo da je u pitanju animacija ne-publike, razvoj mlade publike ili programsko-metodološke inovacije koje otvaraju put ka specifičnim socijalnim grupama.

Zbog čega je bitan razvoj publike? Prema Debi Hejes (Hayes, 2003: 18) razvoj publike predstavlja životnu snagu umetničke organizacije. Umetničke organizacije imaju različite vrste ciljeva koje žele da postignu, a to su umetnički, finansijski, i društveni ciljevi, kao i kombinacija tih ciljeva. Razvoj publike predstavlja način za postizanje tih ciljeva. Motivi za razvoj publike su složeni moralni i filozofski razlozi u kombinaciji sa marketinški vođenim pristupom u merenju umetničkih subvencija putem ekonomskih i socijalnih pojmova (Hayes and Slater 2002: 1). Nobuko Kavašima navodi da bi prednosti razvoja publike trebala da bude ekonomska sigurnost umetničke industrije, veći broj mogućnosti za umetnike, kao i poboljšanje društvene kohezije i individualnog razvoja i ličnog postignuća (Kawashima, 2000: 10).

Prema Hejes i Slejter (Hayes and Slater, 2002: 4) i Kavašimi (Kawashima, 2000: 8–11), postoje različiti pristupi razvoju publike, u zavisnosti od cilja. Hejes i Slejter predstavljaju dva načina pristupa: *misionarski* i *klasični* način razvoja publike. Prvi teži proširenju *baze* iz koje publika dolazi i prilagođavanju socio-demografskog profila putem privlačenja nove publike, a drugi produbljuvanju doživljenog iskustva kod već postojeće publike. Autori tvrde da je fokus često na privlačenju nove publike, a ne na zadržavanju postojeće, te da su *misionarski* projekti daleko zahtevniji u pogledu vremena, novca i angažovanja radne snage. Oni zagovaraju holistički pristup razvoju publike koji uključuje i *klasične* i *misionarske* aktivnosti. Nekolicina autora (Maitland, 1997, Rogers 1998, Hayes

2003) upozorava da postoje određeni preduslovi za razvoj publike. Pre svega, mora postojati razumevanje zbog čega je razvoj publike važan za organizaciju, odnosno, koji su njeni motivi. Drugo, trebalo bi da postoji znanje zasnovano na proučavanju postojeće publike i stanovništva regiona. Treće, zasnovano na prethodnom znanju, trebao bi da postoji plan o tome šta organizacija želi da postigne razvojem publike i strategija kako da implementira te planove. Na kraju, mora postojati dovoljno resursa za taj posao.

Relevantni stručnjaci Evropske unije davno su došli do zaključka da je sistematski razvoj publike od vitalnog značaja za obezbeđivanje dugoročne i stabilne budućnosti kulturnog tržišta. Nakon što su analizirali više od 80 politika i praksi, obuhvaćenih priručnikom iz 2013. godine⁴, stručnjaci⁵ iz država članica zaključili su da je problem nedostatka interesa javnosti jednak problemu dostupnosti, i da zbog toga treba podsticati razvoj publike. Na temelju tih zaključaka stručna grupa OMK-a⁶, iznela je stavove da bi kulturne ustanove trebale prilagoditi svoje programe (npr. pozorišne predstave, izložbe itd.) kako bi ih učinile interesantnim za različitu publiku.

Drugi slični termini, kao što su *obrazovanje publike* i *umetničko obrazovanje*, često se koriste paralelno, pa čak i kao sinonimi terminu *razvoj publike*. Kavašima opisuje razliku između umetničkog obrazovanja i obrazovanja publike: „umetničko obrazovanje može postojati kao sama želja za obrazovanjem, ili ličnim razvojem, pri čemu umetnost tome doprinosi, dok je obrazovanje publike, suprotno tome, jasnije fokusirano na publiku, bilo postojeću ili potencijalnu, a obrazovanje predstavlja implicitan način za postizanje toga da umetnost bude dostupna publici“ (Kavašima 2002: 10). Osnovu ove definicije čini tvrdnja da je obrazovanje publike uključeno u njen razvoj, ali da predstavlja sopstveni, posebni brend. Rodžers objašnjava da obrazovanje može postojati i bez razvoja publike, ali je teško zamisliti pravi razvoj publike bez obrazovanja. On uviđa da obrazovanje omogućava pristup većem broju grupa i pojedinaca, kao i da taj pristup može biti postignut samo ako obrazovanje i marketing efikasno udruže svoje snage (Rogers, 1998: 1).

⁴ http://ec.europa.eu/culture/library/reports/201405-omc-diversity-dialogue_en.pdf (pristupljeno 25.03.2015).

⁵ Izvešće komisije europskom parlamentu, vijeću, europskom gospodarskom i socijalnom odboru i odboru regija – Izvešće o provedbi i relevantnosti plana rada za kulturu 2011–2014.

<http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2014/HR/1-2014-535-HR-F1-1.Pdf> (pristupljeno 25.03.2015).

⁶ Otvorena metoda koordinacije. OMK je fleksibilan i neobvezujući okvir za strukturiranje saradnje između država članica. Grupe su u proseku bile sastavljene od 25 stručnjaka koji su predstavljali jednak broj država članica. Stručnjaci su dolazili iz različitih područja i predstavljali su nacionalna ministarstva, akademski sektor i civilno društvo.

Pojam **kulturne participacije** vezuje se za kulturne prakse ljudi, a prema podeli na *culture d'appartement*⁷ (gledanje televizije, slušanje radija, čitanje i dr.), *culture de sortie*⁸ (odlazak u bioskop, izvodjačke umetnosti, posećivanje koncerata, posete muzejima, posete spomenika, arheoloških nalazišta i dr.) i *culture identitaire*⁹ (amaterske izvedbe, kulturna udruženja, popularna kultura i dr.) (Morrone, 2006: 30). 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 pošiljaoc 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. Kulturna participacija obuhvata aktivnosti kulturne proizvodnje i aktivnosti kulturne potrošnje. **Kulturna proizvodnja** se odnosi na amatersko ili profesionalno bavljenje umetnošću ili kreativnim hobiem, 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, I-pod i sl.), i u domu recipijenata (privatna kulturna recepcija). U našem radu baziraćemo se na koncept kulturne potrošnje koji se direktno vezuje za pojmove kulturnih potreba, motiva, stavova, interesovanja, navika i ukusa. Savremena sociološka literatura teorije kulturne participacije deli u dve velike grupe. Na jednoj strani su teorije koje povezuju aktivnosti kulturne potrošnje sa klasnom stratifikacijom, dok su na drugoj one koje smatraju da ta veza u savremenim postindustrijskim društvima prestaje da bude od važnosti (Chan, Goldthorp, 2005: 2–4).

Pod pojmom **segmentacija publike** podrazumevaće se definicija Fransoa Kolbera (François Colbert): „radnja kojom se jedinice od kojih se sastoji tržište odvajaju u podgrupe, i čini da svaku grupu karakterišu homogene potrebe, dok se različite podgrupe međusobno razlikuju po heterogenim potrebama“ (Kolber, 2010: 140). On ističe da je segmentacija verovatno najvažniji od svih osnovnih marketinških principa, ali na žalost i jedan od najslabije shvaćenih. Segmentacijom utvrđujemo različite strukture publike, svrha segmentiranja tržišta je odabir ciljnog tržišta i adekvatna pozicioniranost na njemu. Cilj segmentacije publike je upravo da se otkriju realne potrebe konkretnih grupa odnosno segmenata. Mladi ne smeju biti shvaćeni kao jednobrazna publika. Postoji razlika između petnaestogodišnjaka i devetnaestogodišnjaka. Njihova interesovanja su različita a sposobnosti

⁷ Kultura stana.

⁸ Kultura izlazaka.

⁹ Kulturni identitet.

za razumevanje informacija su na različitom nivou. Hejdi Bel (Haidee Bell), menadžer inovativnih programa iz Velike Britanije, nakon 15 godina savetovanja kulturnih organizacija o tome kako da povećaju brojnost svoje publike, zauzima snažan, pragmatičan stav o ovoj misiji: „Zabluda je verovati da ćete privući sve da vide vašu predstavu ili izložbu ili događaj. Pravi izazov je u tome da jasno odlučite koju ulogu vaša umetnička aktivnost ima, da realistično procenite njene vrednosti – a zatim da je na odgovarajući način usmerite ka ciljanoj grupi publike” (European Audiences: 2020 and beyond).

Polazne hipoteze

Opšta hipoteza: nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišno stvaralaštvo posledica je slabosti postojećeg sistema socijalizacije koje se ogledaju u zanemarenim kulturnim i obrazovnim funkcijama škola, pozorišta i medija.

Posebne hipoteze:

- Škola je izgubila kulturnu funkciju te ne utiče značajno na formiranje i razvoj interesovanja za pozorište učenika srednjih škola.
- Pozorišta u Novom Sadu nemaju adekvatan program koji je namenjen srednjoškolskoj populaciji, nemaju razvijenu obrazovnu funkciju te ne doprinose smanjenju nezainteresovanosti srednjoškolaca za pozorišno stvaralaštvo.
- Mediji masovne komunikacije (televizija, radio, štampa i internet) nemaju dovoljno kulturno-obrazovnih i umetničkih sadržaja kojima bi mogli uticati na formiranje i razvoj interesovanja za pozorištem kod učenika srednjih škola.

1.3. Naučni i društveni značaj teme

Ovaj rad predstavlja obimna teorijska i empirijska interdisciplinarna istraživanja korelacije, tj. međusobnih uticaja, tri ključna fenomena koja posmatramo: 1. kulture i društva kao izvora socijalizacije, 2. *agenasa* socijalizacije koje čine: škola, pozorište i sredstva masovne komunikacije (televizija, štampa, radio i internet) i 3. interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

U procesu istraživanja korelacije pomenuta tri fenomena očekivani rezultati ovog rada proizvod su deskripcije, klasifikacije i eksplanacije najrelevantnijih činjenica u mnoštvu

važnih informacija u kontekstu razvoja mlade publike. U tom smislu ,očekivani naučni doprinos jeste, pre svega, proširivanje naučnih saznanja u oblasti menadžmenta pozorišta, socijalne psihologije, pedagogije, sociologije kulture, socijalne ekonomije i preduzetništva sa stanovišta menadžmenta u kulturi i kulturne politike. Kako su menadžment u kulturi i kulturna politika kao primenjene nauke usmerene na rešavanje praktičnih problema u određenom društvu, uvid u eksplicitna i implicitna obeležja proučavanih fenomena i utvrđivanje stepena i prirode njihove korelacije, predstavljajući preduslov ne samo za razumevanje proučavanog naučnog problema, već i za naučna predviđanja mogućih rešenja pojave velike nezainteresovanosti učenika srednjih škola za pozorište. Polazimo od pretpostavke da ako su naučnici poznati uzroci nezainteresovanosti, moguće je i praktično izvršiti uticaj na te uzroke i kontrolisati taj fenomen u skladu s naučnim zaključcima do kojih će se doći u ovom radu. Pomoću pomenutih faktora biće moguće identifikovati unutrašnje snage i slabosti, kao i spoljašnje mogućnosti i pretnje navedenih izvora i agenasa socijalizacije (posmatrane situacije u Srbiji). Na taj način možemo konstruisati efikasniji i efektivniji teorijski model razvoja mlade pozorišne publike koji bi mogao predstavljati naučnu osnovu modelovanja strategije razvoja interesovanja, odnosno razvoja mlade dramske pozorišne publike.

1.4. Metodologija izrade rada

Kako bi smo ostvarili postavljene ciljeve i dokazali postavljene hipoteze upotrebljen je interdisciplinarni pristup uz korišćenje teorija iz oblasti socijalne psihologije, psihologije, menadžmenta u kulturi, menadžmenta pozorišta i kulturne politike, sociologije kulture i pozorišta, političke sociologije. Teorije iz oblasti menadžmenta u kulturi i menadžmenta pozorišta su polazno teorijsko uporište i osnovni teorijski okvir ovog primenjenog naučnog istraživanja. Teorije kulturne politike pomogle su u procesu utvrđivanja mesta i značaja pozorišta u socijalnom kontekstu, kao i u analizi kulturne i obrazovne funkcije škole, pozorišta i medija u današnjoj Srbiji. Teorije iz oblasti socijalne psihologije i psihologije korišćene su radi boljeg razumevanja mehanizama nastanka interesovanja u procesu socijalizacije i u procesu razvoja ličnosti, sa fokusom na nastanak interesovanja za pozorište. Pomoću teorija iz oblasti sociologije kulture objasnili smo kulturne potrebe i kulturne navike srednjoškolske populacije, kao i to da je percepcija pozorišne predstave složen i individualan proces, koji zavisi od brojnih faktora (starost, kulturni kapital i obrazovanje, profil ličnosti, interesovanja). Sociologija pozorišta bila je neophodna u proučavanju društvene funkcije

pozorišta i mogućnosti njegovog uticaja na publiku. Pomoću teorije političke sociologije objašnjena je uloga države u procesu socijalizacije, jer je to disciplina koja se bavi proučavanjem odnosa društva i politike, a u središtu tog odnosa je relacija između društva i države.

U našem istraživačkom procesu korišćene su različite tehnike i metode istraživanja. U primarnom postupku istraživanje je bilo usmereno na pojmovno određenje i prezentovanje teorijske osnove, primenom teorijsko-interpretativne i deskriptivne metode. Interpretacija prikupljenih podataka obuhvatila je:

a) relevantnu teorijsku literaturu vezanu za naučne oblasti koje izučavaju proces socijalizacije i razvoj interesovanja;

b) stručne časopise, zbornike radova i veb-sajtove, koji se odnose na prethodno navedene oblasti;

c) magistarske i doktorske radove bliske temi rada.

d) interpretacija sadržaja korišćena je u analizi strateških državnih dokumenata u oblasti obrazovanja, kulture i medija sa fokusom na pozorišne institucije i pozorišnu delatnost. Analizirana su sledeća dokumenta:

- Ustav Republike Srbije (“Službeni glasnik RS”, br. 98/2006);
- Zakon o javnim službama (“Službeni glasnik RS”, br. 42/91, 71/94, 79/2005 – dr. zakon, 81/2005 – ispr. dr. zakona, 83/2005 – ispr. dr. zakona i 83/2014 – dr. zakon);
- Nacionalna strategija za mlade za period od 2015. do 2025. (Na osnovu člana 10. Zakona o mladima („Službeni glasnik RS”, broj 50/11) i člana 45. stav 1. Zakona o Vladi („Službeni glasnik RS”, br. 55/05, 71/05 – ispravka, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 – US, 72/12, 7/14 – US i 44/14);
- Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine („Službeni glasnik Republike Srbije”, broj 107/12.);
- Zakon o utvrđivanju nadležnosti Autonomne pokrajine Vojvodine („Službeni glasnik RS”, br. 99/09, 67/2012);
- Zakon o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja (“Sl. glasnik RS”, br. 72/2009, 52/2011, 55/2013, 35/2015 - autentično tumačenje i 68/2015);
- Zakonom o srednjem obrazovanju i vaspitanju („Službeni glasnik RS”, br. 55/2013);
- Pravilnik o nastavnom planu i programu za gimnaziju („Službeni glasnik SRS – Prosvetni glasnik”, broj 5/90 i „Prosvetni glasnik”, br. 3/91, 3/92, 17/93, 2/94, 2/95,

8/95, 23/97, 2/02, 5/03, 10/03, 11/04, 18/04, 24/04, 3/05, 11/05, 2/06, 6/06, 12/06, 17/06, 1/08, 8/08, 1/09, 3/09, 10/09, 5/2010, 7/2011, 5/14 i 5/15);

- Pravilnik o izmenama pravilnika o planu i programu obrazovanja i vaspitanja za zajedničke predmete u stručnim i umetničkim školama („Službeni glasnik RS – Prosvetni glasnik”, br. 3/2015) od 07. 05. 2015. godine, stupio je na snagu 15. 05. 2015, a primenjuje se od školske 2015/2016);
- Pravilnik o nastavnom planu i programu srednjeg stručnog obrazovanja u području rada ekonomija, pravo i administracija („Službeni glasnik RS – Prosvetni glasnik”, br. 10/2012 i 1/2013 – ispr.);
- Pravilnik o nastavnom planu i programu opšteobrazovnih predmeta srednjeg stručnog obrazovanja u području rada poljoprivreda, proizvodnja i prerada hrane („Službeni glasnik RS – Prosvetni glasnik“, br. 6/2012);
- Pravilnik o opštim standardima postignuća za kraj opšteg srednjeg obrazovanja i srednjeg stručnog obrazovanja u delu opšteobrazovnih predmeta. Pravilnik je objavljen u „Službenom glasniku RS”, br. 117/2013 od 30. 12. 2013. godine a stupio je na snagu 07. 01. 2014);
- Zakon o kulturi („Službeni glasnik RS” br. 72/09, 13/16);
- Program razvoja AP Vojvodine 2014 – 2020;
- Strategija privrednog razvoja grada Novog Sada;
- Zakon o javnom informisanju i medijima („Službeni glasnik RS”, br. 83/2014 i 58/2015);
- Zakon o elektronskim medijima („Službeni glasnik RS”, br. 83/2014);
- Zakon o javnim medijskim servisima („Službeni glasnik RS”, br. 83/2014 i 103/2015);
- Zakon o oglašavanju („Službeni glasnik RS“, br. 79/2005 i 83/2014 – dr. zakon);

Empirijska istraživanja realizovana su na sledeći način:

Metoda studije slučaja obuhvatila je agense socijalizacije – pozorišta i škole (u Novom Sadu) i medije masovne komunikacije (televizija, radio i štampa). U okviru metode studije slučaja korišćena je tehnika ankete, i to pismene ankete sa formalizovanim (standardizovanim) pismenim upitnikom. Instrument (upitnik) korišćen u ovom istraživanju izradio je autor ovog rada uz stručnu pomoć Slobodana Mrđe koordinatora istraživačkog odeljenja Zavoda za proučavanje kulturnog razvitka. Upitnik predstavlja pokušaj sinteze dosadašnjih teorijskih saznanja o predmetu istraživanja i potrebe prikupljanja merljivih

indikatora u skladu sa ciljevima istraživanja. Instrument se sastojao od opšteg uvodnog i četiri specijalizovana dela, sa ukupno 54 pitanja, otvorenog i zatvorenog tipa. Opštim delom dobijeni su podaci o socio-demografskim karakteristikama ispitanika, vrsti škole, razredu, uspehu i stepenu obrazovanja roditelja. Nakon opšteg dela uz pomoć prve grupe pitanja pokušali smo da dobijemo što bolji uvid u odnos i stavove ispitanika prema pozorištu, kao i da otkrijemo koliki uticaj na taj odnos imaju porodica i posebno srednja škola koju ispitanici pohađaju. Pomoću sledeće grupe pitanja koja su se odnosila na medije, prikupljeni su podaci o tome koje medije ispitanici prate, što je bilo neophodno zbog istraživanja uticaja medija na razvoj interesovanja učenika za pozorište. Treća i četvrta grupa pitanja odnosila se na opšta interesovanja i probleme učenika.

Radi lakše komunikacije sa rukovodstvom škola, najpre je pribavljena pismena podrška od strane Školske uprave Novi Sad, i nakon toga su kontaktirane škole. Anketiranje, od strane autora ovog rada, izvršeno je neposrednim uručivanjem anketnog upitnika učenicima osam srednjih škola u Novom Sadu tokom oktobra i novembra 2015. godine: Medicinska škola „7 april“, Poljoprivredna škola sa domom učenika Futog, Gimnazija „Jovan Jovanović Zmaj“, Škola za dizajn „Bogdan Šuput“, Tehnička škola „Mileva Marić Ajnštajn“, Srednja mašinska škola Novi Sad, Srednja škola „Svetozar Miletić“ i privatna „E-gimnazija“, čime je obuhvaćeno opšte, umetničko i srednje stručno obrazovanje i vaspitanje.

Anketirano je 648 učenika, pomenutih škola, od prvog do četvrtog razreda, sa 28 smerova. U okviru Medicinske škole „7 april“ upitnik su popunjavali sledeći smerovi: medicinska sestra-tehničar (63 ispitanika), pedijatrijska sestra-tehničar (29 ispitanika) i fizioterapeut (22 ispitanika). U istraživanju su učestvovala tri smera Poljoprivredne škole sa domom učenika u Futogu: tehničar hortikulture (21 ispitanik), veterinarski tehničar (34 ispitanika) i rukovalac-mehaničar poljoprivredne tehnike (3 ispitanika). U okviru Gimnazije „Jovan Jovanović Zmaj“ u Novom Sadu ispitana su dva smera: društveno-jezički smer (78 ispitanika) i prirodno-matematički smer (24 ispitanika). Upitnici u 5 razreda Škole za dizajn „Bogdan Šuput“ obuhvatili su sledeće smerove: likovni tehničar (20 ispitanika), tekstilni tehničar (9 ispitanika), dizajn enterijera i industrijskih proizvoda (16 ispitanika), grafički dizajn (19 ispitanika) i dizajn ambalaže (27 ispitanika). U okviru Tehničke škole „Mileva Marić Ajnštajn“ to su: tehničar za oblikovanje grafičkih proizvoda (32 ispitanika), stolar (4 ispitanika), tapetar (3 ispitanika), tehničar za pejzažnu arhitekturu (28 ispitanika), grafički tehničar za niskogradnju (23 ispitanika). U okviru Srednje mašinske škole ispitani su učenici: automehaničar (17 ispitanika), tehničar za kompjutersko konstruisanje (8 ispitanika), tehničar

za rashladne uređaje (1 ispitanik), zavarivač (5 ispitanika), instalater (1 ispitanik), mašinski tehničar motornih vozila (15 ispitanika). U okviru Srednje škole „Svetozar Miletić“ ispitanici su: konobar (36 ispitanika), turistički tehničar (23 ispitanika), finansijski administrator (28 ispitanika). „E-gimnazija” ima samo jedan smer, „opšti“ gde je anketirano svih 59 ispitanika.

Obavljeni su individualni strukturirani intervjui sa zaposlenima u školama u kojima je sprovedena anketa, putem telefonskog razgovora. Nakon obrade rezultata sprovedene ankete, ispostavilo se da nije jasno da li u određenim školama postoji ili ne postoji dramska sekcija. U slučaju Medicinske škole „7 april“, Gimnazije „Jovan Jovanović Zmaj“ i Srednje mašinske škole Novi Sad intervju je obavljen sa školskim psiholozima, dok smo u Školi za dizajn „Bogdan Šuput“ razgovarali sa školskim pedagogom. U Poljoprivrednoj školi sa domom učenika Futog razgovarali smo sa profesorkom sociologije, u Tehničkoj školi „Mileva Marić Ajnštajn“ razgovor je obavljen sa profesorkom srpskog jezika i književnosti, u Srednjoj školi „Svetozar Miletić“ i u privatnoj gimnaziji „E-gimnazija” o dramskoj sekciji pitali smo pomoćnike direktora.

Kvantitativna metoda analize korišćena je u analizi medijskog sadržaja (televizija, radio, štampa) da bi se utvrdila frekventnost udela pozorišta i pozorišne umetnosti. Odabir medija izvršen je nakon anketiranja učenika srednjih škola u zavisnosti od toga koje televizijske programe najčešće gledaju, koji radio najčešće slušaju, koju štampu najčešće čitaju. Praćenje medijskog sadržaja povereno je specijalizovanoj agenciji za praćenje i analizu medija Kliping. Agencija je sprovedla pres kliping u periodu između 21. i 27. aprila 2016. godine sledećih elektronskih i štampanih medija: Prva, Pink, B92, FOX, RTS 1, FOX Life, Discovery, TLC i MTV Radio S, Play radio i AS FM, Blic, Kurir, Alo, Večernje novosti, 24 sata, Dnevnik i Informer. Pres kliping časopisa sproveden je u periodu između 21. aprila i 21. maja 2016., odnosno praćena su četiri izdanja sledećih nedeljnih časopisa: Bravo, Hej, Story, Politikin zabavnik i OK.

Za studiju slučaja odabrane su i pozorišne ustanove u Novom Sadu: Srpsko narodno pozorište (SNP), Novosadsko pozorište (NP) i Pozorište mladih (PM). Za utvrđivanje njihove programske politike i uvida u odnos ovih pozorišta prema srednjoškolskoj populaciji kao posebnoj ciljnoj grupi, izvršena je analiza (kvalitativna metoda) planova rada i programa razvoja (PRPR) trenutnih direktora ovih pozorišta, statuta pozorišta i obavljeni su strukturirani intervjui sa zaposlenima pomenutih institucija. U slučaju SNP-a razgovarali smo sa upravnikom Aleksandrom Milosavljevićem i pomoćnicom upravnika za programsku delatnost

Ljubinkom Gvozdenović. Što se tiče gradskih pozorišta, u slučaju NP razgovarali smo sa direktorom Valentinom Vencelom, dok smo u slučaju PM intervju obavili sa Ivanom Cvejanov koja je zaposlena na poziciji organizatora dramske scene. Direktorica Emilija Mrdaković nije eksplicitno odbila intervju. Međutim, u toku nekoliko meseci nije uspela da nađe vremena ni da, u pismenoj formi putem elektronske pošte, odgovori na naša pitanja.

2. ULOGA DRŽAVE U PROCESU SOCIJALIZACIJE

Socijalizacija je proces, trajan (kontinuiran, doživotan) i veoma složen. To je proces „učenja kulture društva u kome živimo” (Haralambos i Holborn, 2002: 4), proces tokom kojega dete postaje svesno sebe, stiče znanja, ovladava veštinama potrebnim u kulturi u kojoj raste i „najznačajniji kanal za prenošenje kulture kroz vreme i generacije” (Gidens, 2003: 30). Da bi mogla da živi u ljudskom društvu, jedinka mora tome životu i njegovim pravilima da se nauči, jer joj to nije biološki dato – mora da postane čovekom, da bi bila uvedena u život zajednice. Proučavanje teorijskih i empirijskih istraživanja procesa socijalizacije, zbog potrebe naše teme, bilo je izuzetno zanimljivo i dragoceno iskustvo. Mada ne postoji usaglašenost među autorima o predmetu sociologije, naše novostečeno i daleko bolje razumevanje pojma društvo, dovelo je do velikog oduševljenja širinom sociološkog stanovišta. Trebalo je razabrati i pojmiti tu sveukupnost koju sociologija uzima u obzir pre iznošenja svojih stavova o društvu, i to je bio jedan veoma uzbudljiv proces.

Društvo podrazumeva tvorevine, strukture, institucije, neophodnost, nužnost, višestrukost, raznovrsnost, uzajamnu upućenost, mnoštvo interesa, ciljeva i zadataka. Sociološko shvatanje posmatra društvo kao celinu u kojoj se odvijaju složeni i mnogobrojni procesi društvenog delovanja. Takav *totalitet* zahteva veliki broj aspekata, odnosno teoretskih orijentacija, sa kojih sociologija sagledava i proučava društvo i pojedinca u njemu. Širok spektar kategorija kao što su porodica, rad, kultura i umetnost, religija, politika, pravo i mnoge druge iznedrile su sociološke discipline u okviru kojih se sociolozi bave konkretnim društvenim pojavama, oblicima i uzrocima promena u okviru tih kategorija kao i njihovim istorijskim oblicima. Sve te kategorije utiču na ličnost, shodno tome i na društvo, i u odnosu na taj uticaj kao izvor socijalizacije, društvo određuje ciljeve, sadržaj i sredstva socijalizacije propisujući norme, standarde, vrednosti i verovanja u cilju oblikovanja socijalno poželjnog obrazca ponašanja.

Društvenim ponašanjem i teorijom socijalizacije bavi se socijalna psihologija. Kako teorija socijalizacije ne podrazumeva državu već društvo kao jedan od glavnih izvora socijalizacije, veoma je važno objasniti odnos države i društva. Smatramo da država igra jednu, ako ne i najznačajniju, ulogu u tom procesu oblikovanja poželjnog obrazca ponašanja, odnosno oblikovanja društvenog (socijalnog) karaktera. Dugo je bilo uvreženo mišljenje da je između pojma društva i pojma države znak jednakosti. Do razdvajanja ovih pojmova dolazi

tek u XVII i XVIII veku u vreme konstituisanja građanskog društva. Tada se jasnije ističe da je pojam društva daleko širi od pojma države kao pravno-političke organizacije koja vodi javne praktične politike. Uloga države u procesu socijalizacije je ključna jer država podrazumeva postojanje upravljačkog aparata koji vlada na određenoj teritoriji, čija vlast počiva na pravnom sistemu i pravu upotrebe fizičkog nasilja u cilju sprovođenja svoje vlasti. Sprovođenje vlasti se odvija preko ustava, zakona i sudova, putem kojih se društvu određuju pravila, norme i standardi, koje pojedinac uči u procesu socijalizacije. Socijalizacija se može okarakterisati kao „proces kojim se tek rođena biološka jedinka sa ljudskim potencijama pretvara u odraslu, autonomnu socio-kulturnu ličnost, usmeren ka društvenim ciljevima, za šta društvo angažuje splet intitucionalnih nosilaca tog procesa, sa kojima stvara uslove i sredstva za ostvarenje tih ciljeva” (Milić, 2001: 233). Dakle, proces socijalizacije se odvija i na nivou država koje vode kulturne i obrazovne politike kao javne praktične politike, i zbog toga se proces socijalizacije može posmatrati kroz aktivnost državnih organa ili paradržavnih tela u tim resornim oblastima, koja su ključna za ovo istraživanje.

Odnos države i društva predstavlja jedno od ključnih pitanja političke sociologije i političke nauke uopšte o čemu piše V. Pavlović u svojoj iscrpnoj studiji *Država i društvo*. Sa istorijskog stanovišta, Pavlović zaključuje da, ukoliko je društvo jedna vrsta sveobuhvatnog, složenog, samodovoljnog i zaokruženog socijalnog poretka, onda je postojanje države jedan od neophodnih uslova za njegov opstanak i razvoj, bar kada je reč o modernim društvima. Postojanje bezdržavnih društava je predominantna karakteristika drevnih sakupljačkih, lovačkih i plemenskih ljudskih zajednica, a danas su takve bezdržavne društvene zajednice izuzetak koji opstaje u nepristupačnim predelima prostranih pustinja ili u prašumama Amazona i Nove Gvineje. Pavlović ističe da su takve društvene zajednice poput malih, izolovanih socijalnih ostrva unutar granica pojedinih država, i objašnjava da je razlog što pojam *države* u naslovu studije stoji ispred daleko šireg pojma *društvo*, upravo zbog činjenice da je sudbina modernih društava u rukama države (Pavlović, 2011: 11). Kao najvažniji most koji povezuje državu i društvo, Pavlović vidi u političkim institucijama koje formiraju najveći deo političkog aranžmana unutar svakog političkog poretka. Političke institucije oblikuju i distribuiraju politički moć, „utiču na političke preferencije i ponašanja političkih aktera“ (Bel, 2010. u Pavlović, 2011: 251), proizvode norme i pravila i utvrđuju procedure političkog ponašanja. Pavlović polazi od Gelenove (A. Gehlen) antropološke teorije institucija po kojoj one imaju *rasterećujuću funkciju* u kontekstu društva, kao oblik lakšeg savladavanja životno važnih zadataka i okolnosti. U objašnjenju ove funkcije Gelen se poziva na mnoge

antropologe a pre svega na Ilse Švidecki (Ilse Schwidetzki) i njen iskaz iz Fišerovog (Fischer) leksikona *Antropologija*: „U čoveka instikti ne određuju, kao u životinje, pojedinačne utvrđene oblike ponašanja. Umjesto toga, svaka kultura iz mnoštva mogućih ljudskih načina ponašanja uzima određene varijante i uzdiže ih u društveno sankcionirane *obrasce ponašanja*, obavezujuće za sve članove skupine. Takvi kulturni obrasci ponašanja ili *institucije* za individuum znače rasterećenje od pretjerano brojnih odluka, putokaz kroz mnoštvo dojmova i podražaja koji preplavljaju čovjeka otvorenog prema svetu“ (U: Pavlović, 2011: 249). Političke institucije i politička struktura u celini imaju funkciju simplifikatora kompleksnosti sveta u kome se nalaze i kreću pojedinci kao individue. Bez tog uprošćavanja individualnim i drugim akterima bilo bi izuzetno teško da se snađu u složenom spletu okolnosti i uslova, toliko karakterističnim za moderno društvo (Pavlović, 2011: 245-252).

Proučavajući teorije države XIX i XX veka, Vinsent (2009) vrši podelu u dve široke kategorije – pravne/normativne i sociološke/istorijske. On ističe da je sociologija, od svog uspona kao metode izučavanja, svoje proučavanje usmerila na društvo kao samodovoljni entitet, odnosno obuhvatnu mrežu odnosa sa unutrašnjom strukturom, a da državu posmatra samo kao podsistem društva. On kaže da su društvo i država na mnogo načina tesno povezani. Definicija svakog ponaosob i njihovi međusobni odnosi, menjaju se u zavisnosti od teorije u okviru koje se o njima raspravlja i u tom smislu veoma je teško razdvojiti normativnu i deskriptivnu upotrebu pojma. Autor ističe da nedostatak socioloških i istorijskih teorija jeste što nas ne približavaju razumevanju formalnog odgovora na pitanje šta je država, ali da odgovor na ovo pitanje leži u teorijama političke vlasti. Polazeći od apsolutističke, preko konstitucionalne, etičke, klasne do pluralističke, koliko god da o državi razmišljamo kao o nekoj vrsti „pomalo apstraktnog entiteta“, ove teorije ukazuju da je država u suštini politička vlast i u tom smislu naša pažnja je usmerena na nosioce vlasti i njihove odnose. Ove teorije postavljaju široke parametre unutar kojih funkcioniše politička vlast i u svakoj od njih može postojati mnoštvo institucionalnih, administrativnih i vladalačkih uređenja. Vinsent naglašava da je država više nego išta drugo bitna za političku realnost. Ona oličava osećaj za društveni poredak u koji se građani ne mogu integrisati naprosto silom, nego uspostavljanjem jedinstvenog racionalnog karaktera političke vlasti u glavama pojedinaca. Pojedinci osećaju naklonost prema državi i to je izvor njene legitimnosti, iako postoje situacije kada građani ne osećaju tu naklonost i dovode u pitanje njenu legitimnost. Mi smo, pored svega, državna stvorenja čiji razvitak, blagostanje i budućnost ne mogu biti razdvojeni od države. Država je danas najvažniji uslov civilizovanosti i većina vrednosti i praksi se vezuje za nju (Ibid, 249-

257). Djurant civilizaciju definiše kao društveni poredak kojim se unapređuje stvaranje kulture. Nju sačinjavaju četiri elementa: ekonomska obezbeđenost, politička organizacija, moralne tradicije i kontinuitet znanja i umetnosti (Djurant, 1995: 11). Civilizovati znači učiniti koga skladnim članom ljudskog društva (Vujaklija, 1992: 1004).

Pojam socijalizacija nema usaglašenu definiciju. Autori su načelno saglasni da je socijalizacija proces u kome jedinka usvaja određene oblike ponašanja za koje biološki nije predodređena. Ukoliko je država najvažnija politička institucija u ljudskoj istoriji, jasna je i njena uloga u procesu oblikovanja društva ili, kako to From kaže, oblikovanja društvenog karaktera. Može li se u tom slučaju osporiti uticaj države i njenih javnih praktičnih politika na proces socijalizacije?

2.1. Teorija socijalizacije

Termin socijalizacija prvi put upotrebljen je krajem devetnaestog (Mimica, Bogdanović 2007: 526), a u sociologiji se koristi od dvadesetog veka, pod uticajem američke sociologije (Milić, 2001: 233), sa naglaskom na uticaj socijalne sredine na razvitak ličnosti. Psihički život čoveka određen je socijalnim uslovima, društveni činoci utiču na mišljenje, osećanja i osobine ljudi, što je u stručnoj javnosti odavno uočeno, pa je i ljudsko ponašanje „znatnim delom društveno ponašanje” (Rot, 2006: 8). Sve to naše istraživanje odvodi u teorije socijalne psihologije. Socijalna psihologija je naučna disciplina koja se, u najširem smislu, bavi proučavanjem socijalnog ponašanja, a socijalizacija je proces tokom koga se pojedinci uče socijalnom ponašanju.

Socijalizaciju na različite načine definišu sociolozi, psiholozi ili antropolozi, naglašavajući jednu, ili drugu grupu njenih efekata, u odnosu na društvo, pojednica, ili neku njenu dimenziju. Socijalizacija se može proučavati u antropološkom maniru, kao apsorbovanje kulture, kao stvaranje impulsa kontrole (što naglašavaju psihoanalitičari), ili kao učenje za socijalnu paticipaciju, što je aspekt koji naglašavaju sociolozi poput Emila Dirkema (Émile Durkheim) i Talkota Parsonsa (Talcott Parsons) (Golubović, 1981: 246).

Socijalizacija prvenstveno zavisi od učenja, tačnije socijalnog učenja. Iako pojam socijalizacija nema usaglašenu definiciju, autori su načelno saglasni da je socijalizacija proces u kome jedinka usvaja određene oblike ponašanja za koje biološki nije predodređena. U *Sociološkom leksikonu* socijalizacija ličnosti određuje se kao „proces kojim novom članu društva bivaju prenesene vrednosti, norme, stavovi, kulturne tekovine i šire društveno

iskustvo prethodnih generacija neke društvene grupe ili društva u celini” (Sociološki leksikon, 1982: 596). Krstić socijalizaciju definiše kao „proces kojim čovek razvija funkcije neophodne za pasivno i aktivno učestvovanje u društvenim odnosima” (Krstić 1988: 575). Flere pod socijalizacijom podrazumeva „sve uticaje društva i njegovih jedinica (grupa, institucija) na pojedinca kojima se on priprema za preuzimanje svih društvenih uloga koje mu pripadaju i kojima on stvara svoju ličnost, razvija svoj individualitet. Pojedinac u tome ne reaguje samo biološki i mehanički, već i aktivno i kreativno” (Flere, 1976: 14). U *Sociološkom rečniku* pojam socijalizacije podrazumeva „složeni, kontinuirani proces socijalne integracije pojedinca u različite kontekste društvene stvarnosti, tokom koga on internalizuje sociokulturne sadržaje iz okruženja” (Sociološki rečnik, 2007: 526). „Socijalizacija je glavni društveni princip zbog toga što je ona proces u kojem ljudsko biće postaje čovek nasuprot njegovoj ili njenoj neophodnoj pripadnosti društvenoj grupi ili društvenim grupama. Zakonit proces nastajanja društvenog bića kroz proces socijalizacije ima za nužnu posledicu tri dinamike: eksternalizaciju, internalizaciju i objektivizaciju” (Mulkey 1993: 88). Te dinamike, prema Mulkeju, predstavljaju dijalektičku vezu između individue i društvene grupe, tako da je čovek proizvod društva. Proces socijalizacije putem tih dinamika (eksternalizacije, internalizacije i objektivizacije) snažno utiče na temeljni proces *strukturiranja* ličnosti, odnosno na formiranje ličnog i društvenog identiteta. Ovakvo stanovište posebno nam je interesantno zbog upotrebljenog izraza *zakonit* jer on direktno implicira ulogu države u socijalizaciji.

Nikola Rot kaže da neki autori (J. Stoezel, 1963. i G. Allport, 1969) umesto pojma socijalizacije upotrebljavaju pojam kulturalizacija ili akulturacija. Socijalizacija jeste proces putem kojeg članovi društva usvajaju one oblike ponašanja koji su karakteristični za kulturu kojoj pripadaju. Nema deteta koje bi moglo da se odupre delovanju kulture i kulturnih normi i koje bi moglo da ne usvoji za određenu kulturu karakteristične oblike ponašanja. Svako je, kako kaže Olport, zatvorenik kulture u kojoj se nalazi (u Rot, 2010b: 87). Složićemo se sa Rotom, da je pojam socijalizacije ipak širi, jer on predstavlja proces nastajanja ljudskog socijalnog bića uopšte, dok pojam kulturalizacije označava usvajanje određenog sadržaja neke kulture. Kako se ova dva pojma razlikuju po širini, možemo reći da se proces kulturalizacije odvija paralelno i u okviru procesa socijalizacije.

Društvene discipline razlikuju se u određenju pojma socijalizacija, najviše zbog toga što različite probleme socijalizacije postavljaju kao osnovne probleme. U skladu sa tim, Nikola Rot daje „uprošćen” pregled problematike proučavanja socijalizacije, gde razlikuje tri velike grupe problema (Rot, 2010b: 88–90). Centralni problem psihološkog proučavanja

socijalizacije jesu upravo vrste i oblici učenja preko kojih se socijalizacija ostvaruje. Proučavanjem toga problema žele se utvrditi osnovni načini učenja, posebno socijalnog učenja. Rot opravdano pretpostavlja da kao što pri učenju uopšte ima više principa, tako se i pri socijalnom učenju može utvrditi nekoliko osnovnih vrsta učenja. On razlikuje tri glavne vrste socijalnog učenja: učenje uslovljavanjem, učenje po modelu i učenje uviđanjem. Unutar ovih vrsta moguće je razlikovati nekoliko oblika učenja (Rot, 2010: 96). Ova grupa problema uključuje i izučavanje faktora koji olakšavaju ili otežavaju ostvarenje određenih, društvenom shvatanju, usklađenih oblika socijalnog ponašanja.

Drugu grupu problema socijalizacije predstavlja izučavanje delovanja socijalnih faktora u procesu socijalizacije. Među tim socijalnim faktorima razlikujemo dve grupe. Prvu grupu čine faktori koje zovemo *izvori socijalizacije* (kultura i društvo) dok su u drugoj grupi *agensi socijalizacije* (prenosioci, vršioci, posrednici), preko kojih se socijalizacija ostvaruje.

Treću grupu problema čini proučavanje efekta socijalizacije. Pre svega to su pitanja delovanja socijalizacije na formiranje društveno-relevantnog ponašanja: stavova i vrednosti prema mnogobrojnim opštevažnim pitanjima, kao i sistema ponašanja koje je neophodno socijalizovati u svakome društvu. Pored toga, tu su i pitanja o delovanju drugih osoba i ostalih socijalnih faktora na razvitak psihičkih funkcija i ličnosti u celini. Ovu treću grupu problema čini veoma veliki broj, dosad uglavnom, nedovoljno proučenih pitanja. Tek je mali broj sistema ponašanja iscrpnije proučavan i za neznan broj takvih sistema mi danas posedujemo makar ograničena saznanja o njihovom formiranju i razvitku (Rot, 2010: 96).

Izučavanje prve grupe problema prevazilazi okvire ovog istraživanja, zahteva psihologiju kao teorijsku osnovu i drugačiji metodološki pristup, stoga se na ovu problematiku u radu nećemo fokusirati. Osnovna pitanja našeg istraživanja jesu izučavanje uloge izvora i agenasa socijalizacije kao i pitanja efekata socijalizacije. Odgovori na ova pitanja nastoje da dokažu uticaj socijalizacije na nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorište.

U literaturi se najčešće razlikuju *primarni i sekundarni* tipovi socijalizacije. Kao što je poznato, *primarna socijalizacija* odvija se u ranom periodu djetinjstva, obično u okviru porodice. Ta rana socijalizacija omogućuje da dete postane svesno ko je i osigurava osnovu za svako kasnije učenje jer je deo kulturnog kapitala usvojilo od roditelja i od odraslih članova šire porodice. U fokusu našeg istraživanja je *sekundarna socijalizacija*. Ona je celoživotna a

počinje uključivanjem pojedinca u sistem obrazovanja. Funkcija primarne socijalizacije je da stvori prirodni socijalni milje ili, kao što kažu Berger i Lukman, „dom” u kojem se na bazi poverenja nesvesno prihvataju homogenizovani (najpre roditeljski) standardi, za razliku od sekundarne socijalizacije kao „veštackog” oblika uklapanja individue u sredinu putem institucija (Berger i Luckmann, 1966: 149-166). Neophodno je istaći da i u primarnoj i u sekundarnoj socijalizaciji deca i učenici, kasnije odrasle jedinice društva, nisu pasivni učesnici u interakciji, nego su i aktivni agensi te mogu selektovati ono što će prihvatiti i ono što će odbaciti u tom procesu.

Socijalizacijom, sa jedne strane, pojedinac postaje deo društva, biva osposobljen za društveni život, a sa druge, socijalizacija je i proces u kome se izgrađuje njegova ličnost, sa mnogim opštim, ljudima zajedničkim karakteristikama, ali i specifičnim – ličnim (Rot, 2010: 66). Socijalizacijom se izgrađuje i društveno biće, ali i subjektivni integritet ličnosti (Golubović, 1981: 249). Golubović to objašnjava „spoljašnjom” i „unutrašnjom” stranom socijalizacije. One s jedne strane, čine proces prilagođavanja i identifikacije sa socio-kulturnom sredinom, a sa druge, proces individuacije, odnosno, razvijanje unutrašnjih potencijala individue u manjem ili većem skladu sa zahtevima i normama sredine. Oba aspekta sadržana su u procesu formiranja kako personalnog tako i kolektivnih identiteta. U prvom naglasak je na individualnim komponentama; a u drugom na uklapanju u dati socijalni kontekst. U procesu prilagođavanja i identifikacije najznačajniju ulogu igraju zajedničke vrednosti i potreba da se one prihvate kao osnovni regulator zajedničkog života. Proces individuacije oslanja se na razvijanje sposobnosti za selektivno prihvatanje onoga što je postulirano kao društvena vrednost ali kroz prizmu subjektivnih dispozicija i aspiracija. Formiranje kolektivnog identiteta, kao rezultat neophodnog procesa prilagođavanja (ili „spoljašnje” strane socijalizacije) predstavlja preduslov za učešće individua u društvenom životu (Golubović, 1999: 40).

Tokom perioda adolescencije procesi prilagođavanja, identifikacije i individuacije, imaju centralno mesto. Tokom tih nekoliko godina mladi definitivno prestaju da budu deca ali još uvek nisu odrasli, te je glavni psihosocijalni zadatak adolescencije formiranje čvrstog ličnog identiteta sastavljenog od afektivnih i kognitivnih komponenti. Takav identitet podrazumeva „skup stavova, ubeđenja, osećanja o sebi i sopstvenom ponašanju, željama i aspiracijama“ (Kapor-Stanulović, 1988: 107). Jedna od takođe bitnih karakteristika adolescencije jeste intezivan razvoj socijalnog ponašanja. U tom periodu među značajnijim zadacima je postizanje zadovoljavajućeg nivoa socijalizacije. Bečelić kaže da je pokretač

procesa socijalizacije potreba adolescenta za aktivnim uključivanjem u svoje društveno okruženje, želja za pripadanjem i prihvatanjem, ali da su u tom procesu adolescenti izloženi pritiscima unutrašnje realnosti (psihološke) i pritiscima vremena u kom žive, odnosno, spoljašnje (socijalne) realnosti (Bečelić, 2015: 20). Pod ovim uticajima dete se transformiše u samostalnu odraslu osobu. Ti preobražaji su veoma burni i intezivni. Oni mogu poremetiti psihološku stabilnost adolescenta, narušiti njegovu emotivnu i socijalnu funkcionalnost. S druge strane, okolina koju čine roditelji, porodica, škola, vršnjaci, mediji, može da odigra ulogu potpornog ili destruktivnog činioca, da pomogne ili oteža adolescentima snalaženje u novonastalim izazovima (Ćurčić, 2001. u Bečelić, 2015: 20). Kvalitet i kvantitet sadržaja socijalizacije, kao i način na koji agensi socijalizacije prenose taj sadržaj u procesu jesu ključni elementi za formiranje ličnog identiteta društveno-individualnog karaktera pojedinca a samim tim i društva.

Za društvo, socijalizacija znači „obezbeđivanje trajnosti (opstanka) i prenosa kulture sa generaciju na generaciju” (Mimica i Bogdanović, 2007: 342). Sa stanovišta društva, ono socijalizacijom dobija funkcionalnog člana, ali sa stanovišta pojedinca, ona znači, kako usvajanje kulture i društvenih nazora (koji postaju, i koje on oseća kao deo svoje ličnosti) i njegovu depersonalizaciju: potiskivanje individualnosti i slobode u korist prinude i opštosti društvenih uloga (Erikson, 1976: 81). Dakle, kroz proces socijalizacije ljudi gube sebe „u tuđoj drugosti sveta”, ali i zadobijaju sebe „kao jedinstvene ličnosti koje se oblikuju pomoću nametljivosti sveta” (Dahrendorf, 1989. u Redžić, 2003: 48). From ističe da je smisao socijalizacije uvek i u tome da se kod pojedinca stvore potrebe da članovi društva teže održavanju i razvitku postojećeg društvenog sistema (From, 1963. u Rot, 2010b: 86). Najveći broj članova društva prihvata ponašanja koje to društvo nameće. Međutim, to ne znači da im upravo takvi vidovi ponašanja najviše „leže”, već da su se prilagodili. To samo znači da je savitljivost urođenih sklonosti ljudi izuzetno velika. Dok jednima obrasci ponašanja odgovaraju, drugi im se prilagođavaju, a treći u tome ne uspeavaju, te ostaju neprilagođeni (Benedikt 1976: 271).

2.1.1. Izvori socijalizacije

Putem socijalizacije nastoje se formirati kod pojedinca sasvim određene osobine i načini ponašanja. Tu, pre svega, mislimo na one koji se u određenoj kulturi i određenom društvu smatraju vrednim i poželjnim. Iz tog razloga socijalizacija uvek ima određeni sadržaj. Sadržaj propisuju izvori socijalizacije a prenose ga agensi socijalizacije. Izvori socijalizacije

su kultura i društvo. Oni su izvor društvenih shvatanja. Kultura i društvo određuju ciljeve, sadržaj i sredstva socijalizacije; oni propisuju norme, standarde, vrednosti i verovanja koje će dete usvajati tokom odrastanja. Društveni sistem sa svojom ideologijom i kultura sa svojim standardima i normama osnovni su faktori koji određuju sadržaj socijalizacije; glavni su izvori socijalizacije (Rot, 2010: 162).

Pokušaji da se utvrdi mesto i značaj pozorišnog stvaralaštva u kulturi i društvu Srbije, odnosno, da se ostvari uvid o stepenu zastupljenosti pozorišnog stvaralaštva u opštem sadržaju srpskih izvora socijalizacije, zahtevaju da objasnimo šta podrazumevamo pod pojmovima kultura i društvo kao izvore društvenih shvatanja i socijalizacije.

2.1.1.1. Kultura

Određenje kulture kao izvora socijalizacije podrazumeva široku perspektivu iz koje treba sagledati sve fenomene koji čine kulturu. Spisak fenomena koji čine sadržaj pojma kulture je ogroman a samo neki od njih su: jezik, znanje, umetnost, igra, običaji, vera, verovanja, vrednosti, moral, ideologija, zakon, institucije, navike, naučena ponašanja, način života, alati, oruđa, tehnologija (način rada) itd. (Trebješanin i Lalović, 2011: 27). Svi ovi, međusobno povezani fenomeni, vrše određeni uticaj na pojedince koji čine društvo. Upravo iz tih razloga, tako shvaćenu kulturu u ovom radu nazvaćemo opšta kultura.

Za potrebe našeg istraživanja, trebalo je, odmah na početku, u okviru širih društveno-istorijskih perioda kontekstualizovati i razumeti kulturu kao moćan izvor socijalizacije današnjeg srpskog društva kroz izrazito široko određenje pojma. Uvidom u mišljenja i stavove mnogih autora, uzimajući u obzir predmet i ciljeve ovog istraživanja, dolazimo do sledećeg zaključka: kulturu kao izvor socijalizacije treba posmatrati kao pojavu sa ogromnim brojem polja delovanja različitih fenomena, koja svojim sadržajem uči poželjnom obrascu ponašanja pojedince u društvu, tačnije socijalizuje ih preko agenasa socijalizacije. Takođe, jasno je da nema potrebe prihvatati ili odbaciti određena shvatanja autora pojma kulture, već imati u vidu sledeće: 1) da je kultura izrazito opšti pojam koji se tiče određenog društva a ne prirode; 2) da kulturu čini ogroman broj fenomena apstraktne, duhovne i materijalne prirode; 3) da je kultura kao kontinuiran proces sklona prirodnim ili veštački izazvanim promenama i 4) da vrši direktan i presudan uticaj na pojedinca a samim tim i na društvo u celini.

Na početku je važno, makar i delimično, pomenuti mesto umetnosti u kontekstu opšte kulture, da bismo istakli razumevanje pojma kulture kao opšte kulture od upotrebljavanja

pojma kulture u kontekstu umetnosti (kao na primer naš Zakon o kulturi). Umetnost, koja je kroz pozorišni oblik centralna tema ovog rada jeste integralni deo opšte kulture. Ona je, po našem mišljenju, veoma dragocen izvor socijalizacije, naravno sa humanističkog stanovišta, zbog opšte poznatog i u novije vreme, među autorima, sve više isticanog blagorodnog uticaja umetnosti na razvoj pojedinca, pa samim tim i društva. Socijalizacija uči pojedince poželjnom ponašanju. Iz tih razloga valjalo bi da pozorišna umetnost bude zastupljena u najvećoj mogućoj meri u opštem sadržaju socijalizacije, kako bi „oblagorodila” poželjno ponašanje u današnjem modernom srpskom društvu. U daljem radu, pokušaćemo da objasnimo tu sveukupnost opšte kulture kroz mišljenja i stavove nekolicine autora.

Gidens kaže da se „kultura” konceptijski može razlikovati od „društva”, ali da između ta dva pojma postoji veoma uska veza, i da je društvo sistem međusobnih odnosa koji povezuje pojedince. Sva društva povezana su činjenicom da su njihovi članovi organizovani u jasno struktuisane društvene odnose, u zavisnosti od jedinstvene kulture kojoj pripadaju. „Nijedna kultura ne može postojati bez društva. Isto tako, ni jedno društvo ne bi moglo postojati bez kulture. Kad ne bi bilo kulture, mi uopšte ne bismo bili „ljudi”, na ovaj način na koji obično razumemo ovaj pojam” (Gidens, 2003: 24). Taj „način” koji nas čini ljudima uokviren je izvesnim idejama koje određuju šta se smatra važnim, vrednim i poželjnim. Te vrednosti i norme mogu se vremenom menjati, u zavisnosti od klime koja vlada „duhom vremena”.

Kultura je u najopštijem smislu sveukupnost čovekovih materijalnih i duhovnih tvorevina. Ona je složen sistem koji se tradicijom prenosi s generacije na generaciju. Odnosi pojedinca i njegove kulture su složeni, on je tvorevina kulture, ali i nosilac i stvaralac kulture, te su ovi odnosi dinamični, promenljivi i međuzavisni. Dete se rađa u određenoj kulturi, ono se gaji na način koji je kultura razvila, stiče obrazovanje na jeziku sredine i sadržajima koje je kultura odabrala. U toku odrastanja dete obavlja određene uloge (poslove) na način koji mu kultura nudi a zatim se uključuje u društvo odraslih preuzimajući uloge koje je kultura fiksirala i uspostavlja kontakte sa članovima svoga i drugog društva u skladu sa kulturnim normama. Njegovo opažanje, učenje, pamćenje i mišljenje, kao i njegovi emocionalni doživljaji i motivaciona usmerenost uobličeni su kulturom društva u kome živi. Osobine, kao i stavove, vrednosti i ideologiju pojedinac razvija i usklađuje sa odgovarajućim zahtevima kulture.

Kako je kultura veoma širok i neodređen pojam, u pokušajima da se on odredi, veliki broj autora prihvatio je razlikovanje eksplicitne i implicitne kulture. Pod eksplicitnom kulturom podrazumevaju se spoljne manifestacije života neke zajednice (oruđa, običaji, obredi, način života, način oblačenja, standardni obrasci ponašanja, društvene ustanove itd.), dok se pod implicitnom podrazumevaju moralne norme, vrednosti, potrebe, ideali, verovanja, pogled na svet i ideje pripadnika te kulture. Za proces socijalizacije, naročito je važna implicitna kultura, koju roditelji, nastavnici i drugi vaspitači u procesu socijalizacije prenose na ličnost dece. Kreč, Kračfild i Balaki (D. Krech, R.S. Crutchfield, E.L. Ballachey), ističu tri kategorije psiholoških fenomena koji ulaze u pojam implicitne kulture: 1) saznanja i verovanja, 2) vrednosti i 3) norme. Saznanja i verovanja karakteristična su za određeno društvo, a ovoj kategoriji pripadaju i sva stečena saznanja o svetu i društvu, naučna saznanja ali i verovanja, praznoverice i mitovi. Kategoriju vrednosti čine shvatanja o tome šta se ocenjuje kao dobro ili loše. U svakom društvu postoje određene vrednosti koje su više ili manje dominantne, i one predstavljaju društvene ideale. Norme predstavljaju propise i standarde prihvaćene od članova društva ili grupe, i u svakom društvu postoji veliki broj normi (Kreč, Kračfild i Balaki, 1972: 345-389). Za razumevanje društva najvažnije norme predstavljaju sistemi uloga koji postoje u društvu. Mogu se podeliti na: običaje, norme ponašanja u užem smislu i institucionalizovane norme. "Institucionalizovani oblici ponašanja jesu najvažniji oblici ponašanja za neko društvo. To su sistemi standarda ponašanja o tome kako se mora postupiti u određenim situacijama. Ne postupi li se, slede nužno sankcije društva" (Rot, 2010b: 166). Sociolozi Fulčer i Skot smatraju da „norme te veći deo sistema ideja i znakova koje ljudi upotrebljavaju da bi razumeli svoje i ponašanje drugih ljudi sačinjavaju kulturu jednog društva" (Fulcher, Scott, 2011: 113).

Đurić-Bosnić ukazuje da je kulturu moguće sagledati i kao svojstvo zajedničko grupi, kao zajedničko programiranje uma koje „omogućava pripadnicima jedne grupe posebnu bliskost u odnosima koja je onima koji ne pripadaju toj grupi, uskraćena“ (Tomas, Inkson, 2011: 39). Kultura se uči i dugotrajna je, ima moćan uticaj na ponašanje, sistematična je, organizovana i dobrim delom „nevidljiva“. Kultura se, dakle, gradi vremenom, na osnovu kolektivnog iskustva, filtrirana kroz mnoštvo istorijskih događaja, a članovi grupe je kao dugotrajno i konsekvantno mentalno programiranje usvajaju putem interakcija (sa okruženjem i međusobno) putem institucija i porodice. Programiranje uma koje podrazumeva kultura je stoga veoma snažno i neizbežno, budući da je kultura kao organizovan sistem vrednosti, stavova, uverenja i značenja, imanentno sistematična. Upravo zbog potencijala programiranja

uma i zadavanja koordinata koje može da nametne vlastita kultura, prema kulturama drugih se često oseća averzija ili se doživljavaju kao strane, čudne i nedokučive. Koordinate se, kada je reč o kulturi, zadaju svim raspoloživim sredstvima – od jezika i običaja do umetnosti, medija i arhitekture. Međutim, činjenica koja posebno pogoduje instrumentalizovanju kulture od strane vladajuće doktrine je ona na koju, u nešto drugačijem kontekstu, ukazuju Tomas i Inkson, a odnosi se na specifičnu „nevidljivost“ ili skrivenost kulture: „Važan deo ledenog brega, u ovom slučaju kulture, nisu vidljivi fizički simboli koji se nalaze iznad površine, nego su to skrivene vrednosti koje su im u osnovi, i pretpostavke koje oni izražavaju“ (Tomas, Inkson 2011: 42). Upravo su vrednosti, društvene strukture i načini razmišljanja kao „nevidljivi“ delovi kulture i najvažniji, ali i najpodesniji za ideološko oblikovanje i preosmišljanje (Đurić-Bosnić 2015: 64–66).

Kultura uobličava većinu pojedinaca shodno svojim tradicionalnim obrascima, koristeći „biološke osnove kulturnog ponašanja“, koje su, iako mahom bez uticaja, ipak prisutne u tom procesu. Pri tome su društveni („istorijski“) faktori dinamički (Benedikt, 1976: 251–253). U svemu tome, društvo i pojedinac nisu u konfliktu. Među njima nema stvarne suprotnosti, jer je kultura ta koja pojedincu daje okvir i građu za njegov život. Stoga što je bujnija kultura, bogatiji će biti i život čoveka, koji samo u društvu može da razvije svoje potencijale i obratno, jer kultura „živi“ kroz pojedinca i izgrađuje se kroz njih (Benedikt, 1976: 268–270). Antropolozi A. Kreber i K. Klakhon (A. L. Kroeber, C. Kluckhohn) ističu da je veoma teško doći do jedne definicije koncepta kulture. Analizirajući oko tri stotine definicija, oni su ukazali na činjenicu da je taj koncept višeznačan i da kultura obavlja više različitih funkcija ((u Georgievski i Žoglev, 2015: 518). Najčešće citirana, u teoriji menadžmenta u kulturi, je UNESCO-va¹⁰ definicija koncepta kulture: „kultura je set različitih duhovnih, materijalnih, intelektualnih i emocionalnih sadržaja društva ili društvene grupe, koji obuhvata, pored umetnosti i literature, životne stilove, načine zajedničkog života, sisteme vrednosti, tradicije i verovanja“. Stoga, nju navodimo jer eksplicitno uvodi i pojam umetnosti kao sastavni deo kulture u opštem smislu.

2.1.1.1.1. Odnos kulture i ličnosti pojedinca

Kultura je oblik ispoljavanja celokupnih materijalnih i duhovnih moći čoveka, a po svojoj širini i obuhvatnosti, ona je kategorija koja pokriva i prožima društveni totalitet,

¹⁰ <http://portal.unesco.org/culture> (pristupljeno 22. 02. 2016).

determinišući njegovu prirodu, granice i mogućnosti njegovog razvoja. Istraživanja u vezi kulture i ličnosti počinju od antropologa dvadesetih godina XX veka i njihove osnovne postavke bile su da svaka kultura ima karakterističan etos koji pripadnici te kulture internalizuju i razvijaju odgovarajuću strukturu ličnosti koja je nadalje zajednička svim pripadnicima te kulture (predpostavka o uniformnosti); da kultura oblikuje rana iskustva u detinjstvu koja su na predvidljiv način povezana sa obrascima ličnosti kod odraslih (pretpostavka o kontinuitetu); i da se osobine ličnosti odraslih osoba u datoj kulturi odražavaju na njene institucije, istorijske i društvene trendove, na psihopatologiju. U suštini da bi se govorilo o odnosu kulture i ličnosti, kao i o njenom uticaju na ličnost, znači govoriti o uticaju, kako je rečeno na početku, o ogromnom broju fenomena.

Rot (Rot, 2010b: 166–173) ističe da su dvadesetih godina prošlog veka, Sapir (E. Sapir), Malinovski (B. Malinowski) i Rivers (W.H. Rivers), sakupljali veliki broj podataka o životu i karakteristikama pripadnika različitih kultura. Ova istraživanja postaju podsticaj istraživačima 30-tih i 40-tih godina koji ukazuju na vezu između kulture i ličnosti pripadnika te kulture. Među njima, najznačajnija su istraživanja: Margaret Mid (M. Mead), Rut Benedikt (R. Benedict), R. Linton (R. Linton), A. Halovela (A. J. Hallowel) i drugih. Rut Benedikt naglašava povezanost i koherentnost svih elemenata kulture i usklađenost ličnih karakteristika sa određenom kulturom. Autorka kulturu deli na četiri tipa: apolonijsku, dionizijsku, paranoidnu i megalomansku, nazivajući ih „kulturne konfiguracije“. Svaku od ovih konfiguracija odlikuje specifičan način života, odnosno etos – karakterističan moral, estetika i emocije. Rad Rut Benedikt nastavlja njena studetkinja Margaret Mid (Mead). I ona istražuje i piše o nacionalnom karakteru. A. Kardiner (A. Kardiner) i Linton pokušavaju da objasne uticaj kulture na ličnost uvodeći pojam bazične strukture ličnosti. Ona se ne odnosi na celu ličnost nego na one delove koji su zajednički za članove grupe, odnosno one po kojima se oni razlikuju od članova drugih grupa. Bazična struktura ličnosti usklađena je s institucijama određene kulture, a razvija se na osnovu ranog iskustva koje je zajedničko svim članovima zajednice zbog određenog pristupa u načinu podizanja deteta.

Veoma sličan pojam uvodi i Erih From (E. Fromm, 1941. 1947. i 1955) – socijalni (društveni) karakter, gde podrazumeva „jezgro karakterne strukture koje je zajedničko za većinu članove iste kulture i u suprotnosti sa individualnim karakterom po kome se ljudi koji pripadaju istoj kulturi međusobno razlikuju jedan od drugoga“ (u Rot, 2010b: 172). Prema Fromu, ličnost je rezultat prilagođavanja ljudskih potreba uslovima društvenog života u celini. Porodični odnosi ne mogu da budu isključivi uzrok formiranja određenog sklopa ličnosti.

Roditelji koji vaspitavaju dete samo su predstavnici društva, oni predstavljaju osobe koje na dete prenose određene društvene ideje i vrednosti. Tako i sama porodica postaje efekat određene kulture. Funkcija socijalnog karaktera je u tome da se ličnosti članova zajednice formiraju tako da oni žele da deluju upravo onako kako treba da deluju da bi društvo funkcionisalo. Moderno industrijsko društvo, npr. podržava razvoj osobina kao što su disciplinovanost, urednost i tačnost. Socijalni karakter stvara se interakcijom ekonomskih, socioloških i ideoloških faktora, ali u toj interakciji najvažniji su ekonomski faktori jer se oni najsporije i najteže menjaju. Dok su objektivni uslovi stabilni, socijalni karakter ima ulogu društvenog stabilizatora. Promenom spoljnih uslova, kada oni nisu više u skladu sa tradicionalnim socijalnim karakterom, on postaje element dezintegracije društva, postaje, kako From kaže, „dinamit umesto socijalnog maltera“.

Zaključak Rota jeste da su antropološka objašnjenja odnosa kulture i ličnosti značajna, ali da imaju i određene nedostatke. Pomenućemo da mnoge antropološke studije prikazuju članove određene kulture suviše uprošćeno, kao jednoobrazne ličnosti. Međutim, iako u ponašanju ljudi važnu ulogu imaju u određenoj kulturi institucionalizovani oblici ponašanja, ipak postoje razlike u potrebama pojedinaca i u mnogim njihovim karakteristikama. Zatim, antropolozi upotrebljavaju pojam kulture često dosta neodređeno ili je tretiraju kao nešto što postoji samo po sebi, ne uzimajući u obzir značaj proizvodnih snaga i proizvodnih odnosa.

Rana istraživanja odnosa kulture i ličnosti, vršena su uglavnom na pripadnicima raznih plemena, pa je među autorima bilo pokušaja da se utvrdi veza i između karakterističnih osobina kulture i ličnosti i kod pripadnika razvijenih društava zapadne civilizacije. Tada govorimo o nacionalnim karakteristikama, odnosno, uvodi se pojam nacionalnog karaktera. Iako Rot tvrdi da se za gotovo sve prikaze nacionalnih karakteristika kojim za sada raspolazemo ne može reći da predstavljaju dovoljno sigurne rezultate i zaključke, on ipak pominje čuveno istraživanje Jovana Cvijića o psihičkim osobinama južnoslovenskih naroda. Za izučavanje psihičkih osobina naroda Balkana Cvijić koristi raznovrsnu metologiju: primenjivao je upitnike, analizirao folklor, narodne pesme, narodna shvatanja, istoriju, političke institucije i antropološke razlike, i prikazuje psihičke osobine stanovnika Balkana koristeći termin „etnopsihički profili“ i tipovi. Pri tome ne misli na prikaz kompletnih ličnosti nego na utvrđivanje najčešćih karakteristika kod pojedinih tipova, varijeteta i grupa. Cvijić zaključuje da postoji etničko i psihološko jedinstvo južnoslovenskih naroda. Zajedničke psihičke karakteristike jesu: osećajnost, saosećanje, bogata mašta i sklonost oduševljavanju i zanosu. Jednim imenom ih označava kao „idealizam“.

U okviru tog jedinstva postoje regionalne razlike – tipovi mentaliteta. Razlikuje četiri tipa: dinarski, centralni, istočnobalkanski i panonski. Odlike dinarskog tipa bile bi: mentalno zdravlje i stoičko podnošenje teškoća, solidarnost, srdačnost, lično dostojanstvo, poštovanje starijih, dece i žena, poštovanje predaka, jaka nacionalna svest, izrazite vojničke vrline, energičnost, impulsivnost, smisao za pesništvo i pripovedanje. Najhomogeniji i napotpuniji predstavnik dinarskog tipa je erski varijetet, u okviru kojeg Cvijić razlikuje više grupa. Jednu od njih čine „dinarska plemena“. Pod ovim nazivom Cvijić obuhvata Crnogorce i opisuje ih ovako: izrazito junaštvo, sujeta, ponos, isticanje časti i dostojanstva, snažan uticaj javnog mnjenja, ozbiljnost do ukrućenosti, jaka želja za pohvalama, strah od sramote, „ljudi i u punoj snazi malo rade, ne žure i ne vode računa o vremenu, žene rade mnogo a nisu ravnopravne“. Psihičke karakteristike tipova ne izvodi samo iz geografskih faktora nego i istorije, seobe, kulture, ekonomskih odnosa, načina privređivanja. Npr. za centralni tip je karakteristična *moralna mimikrija* (socijalno prerusavanje, nepoverljivost i dvoličnost), te su osobine stvorene uslovima života u cilju adaptacije i preživljavanja pod nasiljem ugnjetača. Maštovitost, kao jednu opštu karakteristiku južnoslovenskih naroda, on dovodi u vezu sa esktenzivnim stočarstvom koje ostavlja ljudima dosta slobodnog vremena. Istovremeno se razvija i sklonost ka sporom načinu rada, radu bez naprezanja i sklonost besposlici.

Cvijićevom radu zamera se to što je pošao od postavke jedinstva Južnih Slovena i političkog ubeđenja o potrebi njihovog ujedinjenja. Dinarski tip smatra najvažnijim i odnosnim tipom, on je obrađen najdetaljnije uz dosta idealizacije. Pripadnike onih grupa koje, po Cvijićevom mišljenju, pokazuju manje nacionalne svesti, prikazuje nepotpuno uz oštriju ocenu. Drugim rečima, u njegovom radu naslućuje se naklonost i pristrasnost. Ipak, Cvijićev rad ima i izuzetnu vrednost: prema obuhvatnosti izvora i korištenoj metodologiji, bogatstvu podataka i opservacija, značaju za razvoj naučnih disciplina kao što su geografija i etnologija, njegovo istraživanje je, do sada, nedostignut prilog proučavanju nacionalnih karakteristika južnoslovenskih naroda (u Rot, 2010b: 180–182).

Govoreći o kulturi, u ovom radu, imamo u vidu dve ravni o kojima govori Golubović. Prva je teorijsko poimanje i određivanje značenja kulture i njenog značaja za život čoveka i ljudskog društva. Drugu ravan čini empirijsko određivanje funkcije kulture u sklopu određenog društvenog sistema (kulturne politike) i doživljaji kulturnih praksi u svakodnevnom životu ljudi (Golubović, 2010: 9). Povezivanjem i stavljanjem ovih aspekata u kontekst našeg istraživanja, pokušaćemo da sagledamo koliki je udeo i značaj pozorišne umetnosti u sadržaju opšte kulture u srpskom društvu.

2.1.1.2. Društvo

Društvo pored kulture, predstavlja jedan od najmoćnijih izvora socijalizacije koji na pojedinca takođe deluje preko svojih agenasa. Društvo u skladu sa svojom strukturom i ideologijom u toku socijalizacije kroz vaspitne institucije, nagrađivanjem i kažnjavanjem, kao i nametanjem uzora, ideala i društvenih uloga, obrazuje poželjni društveni (socijalni) karakter.

Kada se upotrebljava pojam *društvo* najčešće se misli na *opšte društvo* ili *društvo uopšte*. To je misaona, teorijska, apstraktna kategorija i definicija društva, kao i bilo koja druga definicija, morala bi da bude iscrpno obrazložena. Međutim, definisati društvo, kao i kulturu jeste teško, jer treba objasniti kompleksan, višedimenzionalan pojam koji se pokušava razumeti kao *totalitet* (Filipović), *sistem* (Dirkem, Parsons, Bovan), *celina* (Filipović) ili *zajednica* (Tönnies) sa „sopstvenim karakteristikama” (Dirkem, 1963), i karakteristikama pojedinaca koji čine tu masu, „čije se volje i sfere nalaze u brojnim odnosima jedne prema drugima i jedne sa drugima” (Tönnies u Parsons, Šils, Negel i Pits, 1969) u „velikom broju raznih socijalnih situacija” (Rot, 2010). Sociologija je najopštija nauka o društvu, nauka koja se bavi *totalitetom* društva i njegovih pojava. Ona proučava „društveni život čoveka, grupe i društva“ (Gidens, 2003: 2). Predmet sociologije jeste globalno društvo, ali i pojedinac u njemu. Ta široka sociološka perspektiva je neophodna, da bismo razumeli društvo kao agens socijalizacije.

Iako je društvo sastavljeno od pojedinaca, slažemo se sa Dirkemom da ono „nije prost zbir individua. Ono je sistem formiran na osnovu njihovog udruživanja i predstavlja specifičnu realnost koja ima svoje sopstvene karakteristike” (Dirkem, 1963: 97). Društvo, za Tenisa (Tönnies) zbog konvencija i prirodnih prava predstavlja „jedan agregat, i treba da bude shvaćeno kao mnoštvo prirodnih i artificijelnih individua, čije se volje i sfere nalaze u brojnim odnosima jedne prema drugima i jedne sa drugima” (Tenis u Parsons, Šils, Negel i Pits, 1969: 192). Za Popovića, društvo je „manje ili više organizovana zajednica ljudi u kojoj oni, pod određenim prirodnim okolnostima, vrše različite delatnosti i uloge” (Popović, 1967: 19–20). Za nas može biti značajno shvatanje društva kao kolektivnosti, tačnije kao „sistem konkretnih međusobno delujućih ljudskih pojedinaca, koji je primaran nosilac osobene institucionalizovane kulture” (Parsons, Šils, Negel i Pits, 1969: 41), jer oni uvode pojam *institucionalizovanost* koji implicira instituciju kao značajan element društva.

Da bi osvetlila društvo kao širi pojam, sociologija mora da se bavi i drugim njegovim dimenzijama: sistemom društvenih odnosa, raspodeli društvenih i položajnih moći, socijalnim promenama i revolucionarnim procesima i mnogim drugim pitanjima. Do određenja pojma društva ne može se doći nezavisno od ljudskih međusobno povezanih delatnosti: materijalno-proizvodnih, duhovno-proizvodnih (stvaralačkih), organizacionih delatnosti i dr. Različita delanja ljudi su, u stvari, različita ponašanja u različitim socijalnim situacijama. „Ova međusobno povezana ponašanja čine različite društvene pojave (društveni procesi, društveni odnosi, društvene grupe i društvene tvorevine) koje, kao celina, tvore društvo. Reč je, dakle, o sveukupnosti veza i odnosa nastalih u procesu proizvodnje ili u brojnim drugim oblastima društva (politički odnosi, porodični odnosi, nacionalni odnosi, sportski odnosi, crkveno-religijski odnosi, obrazovnonastavni i vaspitni odnosi, naučno-istraživački odnosi, klasno-slojni odnosi, stranački odnosi, odnosi saradnje ili sukoba, odnosi eksploatacije, odnosi potčinjenosti ili nadređenosti i dr.)”.¹¹

Rot upozorava da društvena struktura takođe značajno deluje na razvitak ličnosti i na ponašanje (Rot, 2010b: 196). Na taj način specifičnosti strukture jednog društva – političke, ekonomske i kulturne – utiču i na celokupan karakter datog društva. Svaka promena društvenih uslova koja implicira i promene društvene strukture ima za posledicu kompatibilne izmene društvenog karaktera (From, 1984: 95). Osnovne elemente društvene strukture predstavljaju ljudi (sa svojim povezanim ponašanjima), razne društvene tvorevine i institucije i pojedine parcijalne sredine u okviru šireg društvenog totaliteta. Analizirajući društvenu strukturu Popović (Popović, 1967: 42–26) pokazuje da, pored opšte (zajedničke, celovite) strukture globalnog društva, postoje i posebne (parcijalne) socijalne strukture: demografska (struktura stanovništva i njene promene); profesionalna (zanimanja, profesije); klasna (diferencijacija članova jednog društva na vlasnike sredstava za proizvodnju i na one koji to nisu); politička (pravni sistem, političke institucije, politički procesi); idejna (različiti oblici društvene svesti). Struktura društva pokazuje da je ono, kao sistem raznovrsnih društvenih pojava, diferencirano na brojne međusobno uslovljene komponente. Kad kažemo, na primer, „ekonomska sfera društva”, govorimo o jednom od elemenata strukture društva. Reč je o celini odnosa i procesa koji se uspostavljaju u jednoj od oblasti društvenog života pod uticajem ekonomske društvene delatnosti. Sociologija vidi sferu društvene proizvodnje, raspodele, razmene i potrošnje, kao bazičnu oblast društvenog života, pa ekonomska

¹¹ <http://nevena-fam.blogspot.rs/2011/06/drustvo-i-drustvena-struktura.html> (pristupljeno 06. 04. 2016).

kategorija i klasna pripadnost formiraju tzv. tržišni karakter društva. „A savremenom tržišnom društvu, pak, odgovara tržišni karakter, koji je oportunističan, pragmatičan, bez ličnog identiteta, koji sebe doživljava kao robu koja se može prodati na tržištu, ako ima osobine koje se trenutno traže” (From, 1984. u Trebješanin i Lalović, 2011: 29).

U najopštijem smislu, društvo se određuje kao totalitet društvenih pojava, procesa i odnosa. Društvo je proizvod uzajamne delatnosti ljudi – socijalne interakcije. Društvo je i složena ljudska zajednica nastala na bazi potreba i interesa. Društvo je, takođe, i najviši vid udruživanja ljudi radi opstanka i razvoja. U svim ovim određenjima uočavamo veze i odnose među ljudima koje su trajnog karaktera, koje se prenose iz generacije u generaciju, menjaju i razvijaju. Ljudi stupaju u komunikaciju na osnovu ekvivalentnih usluga. Vršenje određenih uloga reguliše se obavezujućim ugovorom, tako da društvena volja takođe predstavlja oblik konvencije i dogovora (Tennis u Parsons, Šils, Negel i Pits, 1969: 184).

2.1.1.3. Opšti pogled na društvo i kulturu u Srbiji

Koristimo se Belovim rečima kada kažemo da su društva slična prema prema tome što su demokratska i „tržišno orijentisana”. Međutim, on naglašava da „svako društvo ima idiosinkratsku (specifičnu) istoriju oblikovanu pod uticajem topografije i lokacije, tradicije i kulture i sa onim manje podesnim elementom za definisanje duha i običaja što pravi kulturu i ljude tog društva posebnim. Ta idiosinkratska crta – da je nazovemo *stilom jedne nacije* – često je osnovno obeležje koje treba da se utvrdi da bi se razumela istorija, politika ili karakter neke zemlje” (Bell, 1990: 10). Iako to osnovno obeležje možemo da razumemo kao konstantu, kultura se menja zajedno sa ostalim društvenim promenama, bilo na globalnom ili nacionalnom nivou, tako da stil jedne nacije u određenim istorijskim periodima biva značajno „obojen” datim okolnostima. Društvene promene u zavisnosti od dinamike i trajanja i nakon dugog vremena nastavljaju da vrše svoj uticaj i često ostavljaju neizbrisiv trag.

Društvena i kulturna klima u tolikoj meri utiču na pojedince, grupe i društvo u celini i njegova ponašanja da je nemoguće objašnjavati bilo koju društvenu pojavu bez uvida u društvene i kulturne prilike u datom periodu. Iz tih razloga, navodimo da radovi iz oblasti društvenih nauka u Srbiji, poslednjih dvadesetak godina, obiluju *sličnim opisima* prilika i stanja u kulturi i društvu. Najčešće se mogu naći izrazi poput: duhovno i materijalno siromaštvo, destrukcija vrednosti, kič, dekadencija države, poremećen sistem vrednosti, kriza, degradacija socijalnih i kulturnih aktivnosti i institucija, kolaps ekonomskog sistema, kriza

identiteta, tranzicija, nezaposlenost, korupcija, nepotizam, poltronstvo, nasilje u porodici, nasilje u školama, što sve ukupno utiče na „psihički stres kod ljudi” (Milivojević, 2011: 187) i na njihovo socijalno ponašanje. Navedeni izrazi oslikavanju i naše viđenje srpskog društva u drugoj deceniji XXI veka, pa pozivajući se na Gidensa koji kaže da se „kulture izuzetno teško mogu sagledati ako se posmatraju spolja” (Gidens, 2003: 27), kažemo da to isto tako znači da se kultura jednog društva može izuzetno lako sagledati ako se posmatra iznutra. Prisutnost, tačnije život u Srbiji i razvijeno kritičko razmišljanje, jesu uporište naših opštih pogleda na društvo i kulturu.

Poslužićemo se opet Rotovim određenjem izvora socijalizacije: društveni sistem sa svojom *ideologijom* i kultura sa svojim *standardima* i *normama* osnovni su faktori koji određuju sadržaj socijalizacije – glavni su izvori socijalizacije (Rot, 2010b: 162). Smatramo da su *ideologije* koje se, umesto programskih koncepcija, „nude i propagiraju” (Stoiljković, 2011: 106) srpskom društvu od strane političkih partija u najvećoj mogućoj meri razlog današnjeg stanja našeg društva. „Partije su ideologizirajuće institucije – one su postale centralni brokeri ideja u savremenom društvu. Partije poseduju, ili se barem pretvaraju da poseduju, „znanje” o smislu i ciljevima istorije, i moć da upravljaju njenim tokovima” (Vukomanović, 2007: 67). Ta prazna partijska ideologija i kako kaže Stoilković „ideološki metež” (Stoiljković, 2011: 112), bez ikakve vizije i smisla je isključivo u službi političkih i ličnih interesa vladajućih struktura koje se smenjuju i prepliću, gotovo, poslednjih trideset godina. Pojmu ideologija pridaju se veoma različita značenja koja se mogu svrstati u dve grupe (Ratković, 2009: 159). Po prvoj, ideologija je ukupnost društvene svesti oblika socijalnih objedinjenja (klasa, nacija, država, društvenih grupa, organizacija itd.), a po drugoj, ideologija je specifična pojava u društvenoj svesti – manje ili više netačna, iluzorna, ograničena svest, koja nastaje usled dejstva društvenih činilaca na saznanje. Pod pojmom ideologija uzimamo u obzir Marksovu opštu ideologiju ali smatramo da se ona u ovom posmatranju može zanemariti, te zapravo govorimo o Manjahmovoju partikularnoj ideologiji, koja najčešće ima negativno obeležje i vezuje se isključivo za političke interese, tačnije za interese države. Po Simeunoviću, ideologija je „sistematizovani skup političkih ideja, principa i društvenih ideala koji reprezentuje pogled na svet neke društvene grupacije izražavajući njene interese i potrebe, stvoren u praktične svrhe podsticanja te grupacije na političko delovanje, u formi idejne potpore aktivnostima na planu osvajanja ili očuvanja političke vlasti ili, pak, uticaja na nju” (Simeunović, 2009: 116). Objašnjenje pojma ideologija bilo je veoma važno, jer ideologija pomaže da se objasni zašto ljudi čine ono što čine, ona organizuje

njihove vrednosti i uverenja i usmerava političko ponašanje, odnosno „sadrži nužno svoju kognitivnu, afektivnu i motivacionu komponentu” (Stoiljković, 2011: 105).

Smatramo da je ideologija koja *oblikuje* društvenu svest u Srbiji, kako Marks kaže „potpuno suprotna nauci kao zoni istine” (u Simeunović, 2009: 115). Plastičan primer nalazimo kod Golubović koja ukazuje na istraživanje D. Stojanović, i njenu analizu raširene prakse prepravljanja istorije posle 2000. godine u udžbenicima istorije (ne samo menjanje interpretacije već menjanje samih činjenica). To je direktno oblikovanje „nacionalne svesti” nezavisno od stvarnih činjenica putem obrazovanja što unapred svodi sistem na „zamišljenu/poželjnu stvarnost”. Drugim rečima, kaže Golubović, „saznanje (i znanje kao temelj kulture) zamenjuje se verovanjem (umišljanjem), čemu nisu potrebni argumenti i dokazi”. Te da takva „neupitna orijentacija proizvodi psihologiju beznada i gubljenje samopouzdanja, pojačavajući osećanje bespomoćnosti (bez iskušavanja moći promene i otpora)” (Golubović, 2010: 107). Stoilković, takođe iznosi svoj „dominantan utisak”, u velikoj meri empirijskim nalazima potvrđen, da je u Srbiji i među građanima i među političkim akterima, krizom samo ojačano, dominantno stanje mentalne raspolućenosti, političkog meteža i ideološke kakofonije (Stoiljković, 2011: 116).

Kultura, kako je rečeno na početku, i njeni *standardi* i *norme* su, takođe, osnovni faktori koji određuju sadržaj socijalizacije. To podrazumeva da su umetnost i pozorište, koje je u fokusu ovog rada, integralni deo opšte kulture, ali u Srbiji to nije slučaj. Umetnost i pozorište *de facto* jesu integralni deo opšte kulture pojedinaca u Srbiji, ali samo izuzetno malobrojnoj društvenoj grupi za koju možemo reći da poseduje kulturni kapital. Sa druge strane, opštu kulturu većine društva u Srbiji, najslikovitije ćemo objasniti utiskom koji na Kokovića ostavlja medijski sadržaj u Srbiji: „čini se da je na delu svojevrsno ukidanje stida, jer preovlađuje banalnost, psovka, vulgarizmi” (Koković, 2013: 302–303). Razloge ovakvom stanju možemo tražiti u tranziciji u kojoj živimo a koja, po Antoniću, nije od socijalizma ka kapitalizmu, već od socijalizma ka kolonijalizmu. Antonić, kolonijalizam objašnjava na sledeći način: „Srbija, kao i druge zemlje (polu)periferije, tokom tranzicije postaje ekonomska, politička i kulturna kolonija transnacionalne kapitalističke klase (TNKK) čije je središte (metropola) u centralnim društvima svetskog kapitalističkog sistema – SAD i EU” („Imperiji“; Hardt and Negri 2000; Antonić, 2012a). U društvenom pogledu, za većinu građana Srbije ovaj tip tranzicije znači transformaciju u deo spoljnog proletarijata „Imperije“, zapravo, u pomoćnu radnu snagu usmerenu na manuelne i uslužne poslove. Kada je pak reč o kulturi, u postojećem svetskom kapitalističkom sistemu TNKK obezbeđuje kulturnu

hegemoniju u dva pravca. Jedan pravac je „visoka kultura“ koja na globalnom planu homogenizuje različite frakcije TNKK – korporativnu, etatističku, tehnokratsku, ideokratsku ili konzumerističku. Drugi pravac je „masovna kultura“, koja obezbeđuje ideološku dominaciju nad kulturom (vrednostima) unutrašnjeg i spoljnog proletarijata (Antonić, 2013: 272).

Kultura i društvo kao izvori socijalizacije podrazumevaju veoma široko sociološko stanovište pri određenju kulture i društva, i okviri ovog istraživanja ne zahtevaju ulaženje u analizu toliko velikog broja fenomena koji socijalizuju pojedince. Okviri ovog rada zadržaće se na analizama obrazovnih, kulturnih i medijskih prilika u Srbiji i utvrđivanja položaja i značaja pozorišta kao posebne oblasti koju država uređuje putem javnih praktičnih politika.

2.1.2. Agensi socijalizacije

Agensi socijalizacije jesu društveni činioци koji predstavljaju zastupnike društva i kulture. Agenasa socijalizacije ima mnogo: porodica, vrtić, škola, vršnjača grupa, radno mesto, religija, društvene organizacije, institucije, sredstva masovne komunikacije, zapravo svaka grupa, svaki član društva može biti agens socijalizacije – može biti prenosilac društvenih shvatanja o ponašanju (Rot, 2010: 142). Agensi socijalizacije neposredno utiču na proces socijalizacije. Oni su oruđa društva. Za razliku od izvora socijalizacije, oni su samo prenosioци socijalizacije, koji su i sami određeni i kontrolisani izvorima socijalizacije (Trebješanin i Lalović, 2011: 29). Oni vrše prenos kulturnih normi i obrazaca ponašanja na dete i zato se zovu vršioци, prenosnici ili posrednici socijalizacije. Mnogi autori, kao najvažnijim agensima socijalizacije smatraju: porodicu, školu, vršnjačku grupu, društvene organizacije i sredstva masovne komunikacije (Erikson, 1976; Pantić, 1980; Golubović, 1981; Smiljanić-Čolanović i Toličić, 1973; Havelka, 1995; Kuburić, 1996; Milić, 2001; Ivković, 2003; Rot, 2010b; Trebješanin i Lalović, 2011). U fokusu ovog istraživanja biće sledeći agensi socijalizacije: škola, pozorište i mediji u kontekstu razvoja interesovanja za pozorišnom umetnošću kod učenika srednjih škola o čemu će detaljno biti reči u sledećim poglavljima.

2.2. Uloga javnih praktičnih politika u procesu socijalizacije

Početak druge polovine XX veka, dolazi do potrebe da se pored (odnosno u okviru) tradicionalne političke nauke razvije nauka o javnim praktičnim politikama.¹² U engleskom jeziku je pojmovno mnogo jasnije napravljena razlika između onoga što u našem jeziku nazivamo politikom i javnom praktičnom politikom.¹³ Politika u klasičnom smislu predstavlja, uopšteno, politički sistem i njegovo funkcionisanje. Sa druge strane, javna praktična politika odnosi se samo na rad vlade, odnosno na celokupan upravljački sistem. Mada je javna praktična politika uži pojam od pojma politika, ova dva pojma isprepletana su i kako kaže J. Dror (Y. Dror), nemoguće ih je razdvojiti, čak i u analitičkom smislu (u Milutinović i Kačar, 2012: 38). U temelju javnih politika je snažna vrednosna orijentacija i realizacija opštih društvenih ciljeva koje u osnovi određuje politika, a način kako će se ti ciljevi ostvariti prepušteno je javnim politikama koje daju prednost političkom životu (Dror, 2006: 81–82). Takođe, kada se govori o kursu političkih akcija u pojedinačnim oblastima npr. zdravstvo, obrazovanje, porezi, ekonomska politika itd. misli se zapravo na praktične politike i zbog toga je često ova reč u pluralu, odnosno javne praktične politike umesto javna praktična politika.¹⁴

U okviru istraživanja javne praktične politike nastale su različite definicije ovog pojma: „sve ono što vlade odluče da urade ili da ne urade“ (Dye, 1992. u Anderson, 1994: 4); „svrsishodna akcija koju realizuje jedan ili više aktera, a kojom se rešava neki problem ili značajno pitanje“ (Anderson, 1994: 5); „Javne politike predstavljaju *političke izlaze – output*“ (Wilson, 2008: 153); „Javna politika je aktivnost vlasti kao odgovor na društvene probleme i stanje koje je nužno menjati“ (Kraft, Furlong 2004: 4); „Javne politike rešavaju probleme“ (Goodin, Rein, Moran, 2008: 26); „Javna politika je aktivnost vlasti kao odgovor na društvene probleme“ (Đorđević, 2009: 15); „To su strategije i operativne metode koje grade država i njeni organi u cilju uređena i razvoja pojedinih oblasti od javnog interesa i značaja“ (Stojiljković, 2012: 13). Autori, Jang i Kvin,¹⁵ (Eoin Young; Lissa Quinn) izdvajaju pojmove koji se javljaju u većem broju definicija radi lakšeg razumevanja razlika u razmišljanjima koja postoje u ovoj oblasti:

¹² Domaći autori iz ove oblasti koriste pojam *javna politika* ili *praktična politika*, a izvestan broj autora koristi pojam *javna praktična politika*.

¹³ *Public policy* ili samo *policy* označava politiku kao aktivnost konkretnog odlučivanja u svim oblastima javnog života. U centru pažnje su način sprovođenja javnih aktivnosti, rešavanje problema i instrumenti. Stoga *policy* obuhvata prvenstveno funkcionalnu stranu politike.

¹⁴ Veran Stančetić, Javne (praktične) politike, pojam, analiza, ciklus. http://gogol.rs/pdf/Prakticne%20politike_ciklus.pdf (pristupljeno 15. 06. 2016).

¹⁵ <http://www.bos.rs/materijali/vodic.pdf> (pristupljeno 15. 06. 2016).

- Akcija zasnovana na mandatu koji ima vlada: javna praktična politika je aktivnost koju sprovodi neko vladino telo koje ima zakonska, politička i finansijska ovlašćenja da to čini;
- Odgovor na stvarne potrebe ili probleme: javna praktična politika nastoji da odgovori na praktične potrebe i probleme društva ili grupa u društvu, na primer građana, nevladinih organizacija (NVO) ili vladinih tela;
- Orijehtacija ka ciljevima: javna praktična politika nastoji da ostvari određeni niz jasno definisanih ciljeva, kojima se pokušava odgovoriti na konkretne potrebe u zajednici;
- Niz aktivnosti: javna praktična politika se ne sastoji od neke pojedinačne odluke, akcije ili reakcije, već od dobro osmišljenog niza povezanih aktivnosti, zbog čega je bolje da se o javnoj praktičnoj politici razmišlja u terminima „pristup“ ili „strategija“;
- Odluka da se nešto uradi ili da se ne uradi: utvrđena praktična politika se može sastojati od odluke da se preduzmu neke aktivnosti u cilju rešavanja nekog problema, ili može biti zasnovana na uverenju da će problem biti rešen u okviru već utvrđene praktične politike, te da zbog toga nije potrebno preduzimati dodatne aktivnosti;
- Sprovodi je jedan ili više aktera: praktičnu politiku može realizovati jedan predstavnik vlade ili vladinog tela, ili više aktera;
- Obrazložena aktivnost: uobičajeno je da dokument kojim se utvrđuje javna praktična politika sadrži i obrazloženje za datu praktičnu politiku;
- Zasnovana na već donetim odlukama: javna praktična politika sastoji se od odluka koje su već donete, a ne od namera ili obećanja.

Objašnjavajući pojam kulturne politike, odnosno javne praktične politike u oblasti kulture, Đukić naglašava da kulturna politika nije apstraktna ideja, namera, uopšteno načelo ili obećanje, niti je politički program (ideologija) političkih partija koje od naroda na izborima dobiju mandat da upravljaju javnim pitanjima. Kulturna politika je čitav niz osmišljenih i povezanih mera i aktivnosti državnih i paradržavnih organa koji imaju politički, pravni i finansijski autoritet da donose legitimne odluke čija je svrha da odgovore na stvarne potrebe i probleme i koje vode ka ostvarenju jasno definisanog cilja u oblasti kulture i umetnosti (Đukić, 2010a: 24–25), što je slučaj i sa svim drugim oblastima. Tako kaže teorija, a što se prakse tiče ključno pitanje je: da li je cilj javnih praktičnih politika odgovor na stvarne potrebe i probleme društva u nekoj oblasti ili je odgovor na stvarne potrebe i probleme političko-poslovne elite? U svakom slučaju, te legitimne odluke, direktno utiču na sve pojedince u

okviru jedne države i zbog toga javne praktične politike, koje propisuju pravila i norme u svim oblastima ljudskog delovanja jesu izvor socijalizacije.

2.2.1. Uloga obrazovne politike u procesu socijalizacije

Škola je, takođe, prenosilac sadržaja socijalizacije, i u fokusu ovog istraživanja je utvrđivanje da li, i u kojoj meri, srednja škola, kao jedan od najznačajnijih agensa socijalizacije, utiče na razvoj interesovanja učenika za pozorište. Da bismo došli do takvog uvida bilo je neophodno najpre sagledati školu kao posebnog aktera u obrazovnom sistemu, a zatim, i opšte stanje obrazovnog sistema u Srbiji sa posebni osvrtom na stanje u srednjoškolskom obrazovanju. Škola je obrazovna ustanova koju osniva država¹⁶, ona svoju funkciju ostvaruje obrazovanjem učenika. Tu svoju delatnost škola obavlja na osnovu zakonskog okvira, planova i programa koje određuje država.

Zakonski okvir, kao i planovi i programi u resoru obrazovanja, u našem slučaju su deo sadržaja socijalizacije, nazovimo ga *obrazovni sadržaj socijalizacije*, koji sociološki posmatrano, propisuje društvo kao izvor socijalizacije. Međutim, taj sadržaj propisuje direktno država kao legitimno izabran predstavnik društva sa pravom i obavezom uređivanja sistema u društvu, u ovom slučaju obrazovnog sistema, a ne društvo sagledano u celini. Dakle, država putem obrazovnog sistema određuje izvesni obrazovni sadržaj a naš prvi zadatak bio je da otkrijemo koliko, i na koji način, ona određuje pozorište kao obavezan ili preporučeni sadržaj u opštem obrazovnom sadržaju socijalizacije.

Prema rezultatima različitih istraživanja stanje u oblasti obrazovanja je nezadovoljavajuće pa je i kvalitet obrazovanja na svim nivoima relativno nizak. Obrazovanje u Srbiji nije prepoznato kao značajna vrednost a to pokazuje i činjenica da građani loš sistem obrazovanja ne smatraju velikim problemom. Po istraživanju Ipsos strategic marketing-a,¹⁷ dve trećine građana Srbije ne veruje da uspeh u životu u Srbiji zavisi od obrazovanja, a kao najvažniji problem ističu nezaposlenost, što ukazuje na to da građani Srbije ne vide vezu između obrazovanja i zaposlenja. To ne treba da čudi, jer državni posao koji ima trećina

¹⁶ Škola može biti osnovana i od strane privatnog sektora, ali dozvolu za osnivanje takođe daje država i privatna škola svakako svoju delatnost obavlja u skladu sa zakonima, planovima i programima koje određuje država.

¹⁷<http://omk-obrazovanje.gov.rs/wp-content/uploads/2015/09/Obrazovanje-u-Srbiji-%E2%80%93-Stavovi-gra%C4%91ana-o-obrazovanju-u-Srbiji.pdf> (pristupljeno 21. 05. 2016).

zaposlenog stanovništva, je i dalje najpoželjnije zaposlenje¹⁸, a do takvog zaposlenja se godinama dolazi, u najvećem broju slučajeva, putem političkih, porodičnih ili prijateljskih kontakata odnosno *veza*. Reforma obrazovanja je hitna, jer obrazovanje ima stratešku važnost za ekonomski i društveni razvoj. Međutim, čini se da do pomaka u reformisanju obrazovanja u Srbije nikada neće doći. Čak i izvesne promene u našem zastarelom sistemu obrazovanja, nisu nastale kao potreba obrazovnog sistema, ni profesionalaca u njemu, kao ni tržišta radne snage, pa čak ni kao državna potreba, iako je država ove promene inicirala. Reforma obrazovanja pojavila se posle 2000. godine¹⁹ kao deo političkog približavanja Evropskoj Uniji i procesima koji se u njoj dešavaju (Jerković, Gavrilov-Jerković, Mihić, Mihić, Petrović, Zotović, 2011). Stručna javnost, takođe, nije u dovoljnoj meri zainteresovana za loše stanje u oblasti obrazovanja, što se ogleda u malobrojnim naučnim radovima, empirijskim istraživanjima i retkim novinskim tekstovima. Takva situacija naše istraživanje donekle dovodi do apsurdnog položaja, jer je interesovanje za pozorište uslovljeno izvesnim obrazovanjem i posedovanjem određenog nivoa kulturnog kapitala.

Opšte stanje obrazovnog sistema u Srbiji, najbolje je opisano u *Strategiji razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine*²⁰ (u daljem tekstu *SROS*). *SROS* se bavi utvrđivanjem svrhe, ciljeva, pravaca, instrumenata i mehanizama razvoja sistema obrazovanja u Republici Srbiji do 2020. godine, drugačije rečeno, bavi se pokušajem da se oblikuje razvoj ovog sistema na najbolji nam poznat način. U tom pokušaju, stručnjaci koji su učestvovali u njenoj izradi, pošli su od analize stanja i osvrnuli se na obrazovanje kao značajnu vrednost u nekim pređašnjim vremenima. Što se *SROS-a* tiče, ona je ocenjena, čak i od strane sindikata obrazovanja kao spisak lepih, ali teško ostvarivih želja.

¹⁸ Poslednje istraživanje Centra za visoke ekonomske studije (CEVS), "Preduzetništvo u Srbiji - nužda ili prilika" pokazalo je da čak dve trećine građana u Srbiji želi da se zaposli u javnom sektoru. <http://ceves.org.rs/wp-content/uploads/2014/02/Preduzetnistvo-u-Srbiji.pdf> (pristupljeno 15. 04. 2016).

¹⁹ Jedna od prvih inicijativa vlade Zorana Đinđića tokom 2001. bile su promene u obrazovanju. One su bile zamišljene sveobuhvatno i usklađeno na svim nivoima obrazovanja od predškolskog do univerziteta. Već na samom startu predložene promene dočekane su sa negodovanjem kako prosvetne tako i političke javnosti, a fondovi i projekti koji su podržavali reformske promene u obrazovanju često su bili optuživani za imperijalizam i pokušaj porobljavanja zemlje, sada, ne kroz bombardovanje, već nametanjem reforme obrazovanja. Verovatno i zbog toga je jedan od prvih poteza nove vlade posle izbora 2003. bio obustavljanje započete reforme obrazovanja i stavljanje van snage većine reformskih rešenja u propisima koji su doneti pod upravom ubijenog premijera. Istini za volju, mnoga od tada osporeni i poništenih rešenja su kasnije ponovo stupila na snagu, ali kao parcijalne mere posvećene rešenju za nekog izolovanog pitanja, bez uklopljenosti u koherentnu celinu kao što je to bilo prvobitno zamišljeno. Takav je slučaj sa zvanjima, tj. napredovanjem u službi nastavnika u školama, sa uvođenjem devetogodišnjeg osnovnog obrazovanja, itd. http://www.trend.uns.ac.rs/stskup/trend_2011/radovi/A2-2/A2.2-5.pdf (pristupljeno 07. 04. 2016).

²⁰ Vlada Republike Srbije je, na sednici od 25. oktobra 2012. godine, usvojila *Strategiju razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine* („Službeni glasnik Republike Srbije”, broj 107/12).

U *SROS-u* piše da je obrazovanje u Srbiji nekada uživalo ugled, da su učitelji i profesori bili, sve do sasvim novih vremena, veoma uvažavani. U škole se ulagalo čak i po cenu visokih odricanja i da su postojali periodi u kojima je srpska država veoma smisleno obrazovala mlade ljude na vrhunskim evropskim univerzitetima s ciljem da to što su tamo naučili prenesu drugima po povratku u zemlju. Reformi sistema obrazovanja, tokom prošlosti, bilo je dvadesetak ali, uvek parcijalno, nikada sistem u celini, još ređe sa dugoročnim uvidom u potrebe za reformama i uz dobar uvid o implikacijama tih reformi. Najveći broj reformi bio je usmeren na „prepravke” segmenata sistema obrazovanja (planova, programa, udžbenika) i uglavnom su bile vođene unutrašnjim potrebama obrazovnog sistema. Retki su bili pokušaji da se razvoj sistema obrazovanja razume sa stanovišta njegove misije i funkcija prema spoljnjem svetu u kome funkcioniše i radi koga postoji; da se sistem obrazovanja posmatra u celini; da to posmatranje i projektovanje njegovog razvoja bude izvedeno uz stvarno učešće celokupne javnosti, posebno one koje se obrazovanje najviše tiče; da se vode široke i kompetentne javne rasprave o obrazovanju; da te rasprave budu kritički stvaralačke i argumentovane; da se sistem obrazovanja doslovno otvori prema zajednici u kojoj živi; da njime niko ne manipuliše i ne koristi u svrhe zadovoljenja interesa određenih grupa; da stvara populaciju moderno obrazovanu, kreativnu, za učenje motivisanu i osposobljenu za primenu stečenog znanja. U savremenim okolnostima u Republici Srbiji, sistem obrazovanja je zatvoren u sebe, odvojen od svog okruženja, veoma oblikovan komercijalnim interesima, izložen partijskim uticajima, kratkoročno doterivan uglavnom s ciljem da se svi interesi zadovolje bez obzira na dugoročne posledice takvog načina rešavanja problema. Nastanak privatnih obrazovnih institucija, javno objašnjavan kao doprinos poboljšanju kvaliteta obrazovanja putem jačanja mehanizama konkurencije, generisan je i vođen u velikom broju slučajeva, profitnim interesima i odsustvom javnih i drugih zahteva u vezi sa kvalitetom obrazovanja. U obrazovnom sistemu nastala je izražena suprotstavljenost kratkoročnih ekonomskih interesa na jednoj strani i razvojne misije obrazovanja na drugoj. Napetosti koje karakterišu ovu suprotstavljenost jedna su od najvećih prepreka za dalji valjani razvoj sistema obrazovanja. Gledano u celini, stručnjaci zaključuju da su svi nezadovoljni tekućim stanjem sistema obrazovanja u Republici Srbiji a samo mali broj ključnih aktera je spreman za njegove promene.²¹

²¹ <http://www.vtsnis.edu.rs/StrategijaObrazovanja.pdf> (pristupljeno 24. 02. 2016).

2.2.1.1. Zakonodavstvo u domenu srednjoškolskog obrazovanja

Kako je već rečeno, zakonski okvir i planovi i programi u resoru obrazovanja, među kojima u ovom istraživanju tragamo za pozorištem, su u našem slučaju, *obrazovni sadržaj socijalizacije*, ali i instrumenti obrazovne politike. Obrazovna politika je Ustavom definisana kao obaveza i nadležnost Republike Srbije. Pravo na obrazovanje ima svako, osnovno obrazovanje je obavezno i besplatno, a srednje obrazovanje je besplatno. Svi građani imaju, pod jednakim uslovima, pristup visokoškolskom obrazovanju. Republika Srbija omogućuje uspešnim i nadarenim učenicima slabijeg imovnog stanja besplatno visokoškolsko obrazovanje, u skladu sa zakonom. Osnivanje škola i univerziteta uređuje se zakonom. U nadležnosti Republike Srbije je uređenje i obezbeđuje sistema u oblasti obrazovanja. Taj sistem u slučaju srednjih škola u Novom Sadu podrazumeva nadležnosti pokrajine i u nekim, za ovaj rad, irelevantnim, segmentima nadležnosti grada Novog Sada. Što se tiče usaglašavanja zakona sa zakonima EU, oblast obrazovanja je primarno u nadležnosti država članica, te kada je reč o obrazovanju Srbija mora da usvoji uredbu o nediskriminaciji dece migranata.²²

Zakonom o utvrđivanju nadležnosti Autonomne pokrajine Vojvodine („Službeni glasnik RS”, br. 99/09, 67/2012), Autonomnoj pokrajini Vojvodini poverene su određene nadležnosti u oblasti srednjeg obrazovanja i vaspitanja, a članom 37. Pokrajinske skupštinske odluke o pokrajinskoj upravi („Službeni list APV”, br. 37/2014 i 54/2014 – drugi propis) one su propisane u delokrugu rada Pokrajinskog sekretarijata za obrazovanje, propise, upravu i nacionalne manjine – nacionalne zajednice. Pokrajinski sekretarijat za obrazovanje, propise, upravu i nacionalne manjine – nacionalne zajednice, u oblasti srednjeg obrazovanja i vaspitanja: saraduje s ministarstvom nadležnim za poslove obrazovanja u postupku formiranja školske uprave; sporazumno s nadležnim ministrom, odobrava udžbenike i nastavna sredstva za pojedine predmete od interesa za nacionalne manjine – nacionalne zajednice; sporazumno s nadležnim ministrom, donosi nastavne planove i programe iz pojedinih predmeta od interesa za nacionalne manjine – nacionalne zajednice i utvrđuje uslove i način organizovanja nastave na jezicima nacionalnih manjina – nacionalnih zajednica; odobrava udžbenike i nastavna sredstva za jezike nacionalnih manjina – nacionalnih zajednica; daje mišljenje u postupku donošenja nastavnih planova i programa i donosi nastavne programe za jezike nacionalnih

²²<http://www.politika.rs/sr/clanak/289612/Drustvo/Srbija-ocekuje-pozitivan-izvestaj-EK-o-obrazovanju> (pristupljeno 18. 04. 2016).

manjina – nacionalnih zajednica. Nadležnost gradske uprave²³ u oblasti srednjeg obrazovanja su sledeće: praćenje i obezbeđivanje funkcionisanja srednjih škola u skladu sa zakonom, utvrđivanje i obezbeđivanje sredstava u oblasti srednjeg obrazovanja za stručno usavršavanje i prevoz zaposlenih, povlastice za prevoz učenika srednjih škola u međumesnom saobraćaju kao i prevoz učenika na republička takmičenja. U gradskoj upravi se, takođe obavljaju kao povereni poslovi inspekcijiskog nadzora u srednjim školama, u skladu sa zakonom.

Delatnosti obrazovanja i vaspitanja u srednjem obrazovanju posebno su regulisane Zakonom o srednjem obrazovanju i vaspitanju („Službeni glasnik RS”, br. 55/2013), koji se naslanja na krovni zakon u resoru obrazovanja a to je Zakon o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja („Službeni glasnik RS“, br. 72/2009, 52/2011, 55/2013, 35/2015 – autentično tumačenje i 68/2015). Zakonom o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja uređuju se osnove sistema predškolskog, osnovnog i srednjeg obrazovanja i vaspitanja, i to: principi, ciljevi i standardi obrazovanja i vaspitanja, način i uslovi za obavljanje delatnosti predškolskog vaspitanja i obrazovanja, osnovnog i srednjeg obrazovanja i vaspitanja, vrste programa obrazovanja i vaspitanja, osnivanje, organizacija, finansiranje i nadzor nad radom ustanova obrazovanja i vaspitanja, kao i druga pitanja od značaja za obrazovanje i vaspitanje. Nadzor nad primenom ovog zakona vrši resorno Ministarstvo, u skladu sa zakonom.

U cilju praćenja i omogućavanja razvoja, i unapređivanja kvaliteta obrazovanja i vaspitanja Zakon propisuje obrazovanje saveta i to: 1) Nacionalni prosvetni savet (NPS) – za predškolsko, osnovno i srednje opšte i umetničko obrazovanje i vaspitanje; 2) Savet za stručno obrazovanje i obrazovanje odraslih – za srednje stručno obrazovanje i vaspitanje, specijalističko i majstorsko obrazovanje, obrazovanje odraslih, obrazovanje za rad, stručno osposobljavanje i obuku. Za nas je relevantan samo NPS, jer je u nadležnosti ovog Saveta donošenje osnove programa, nastavne planove i programe srednjeg opšteg i umetnickog obrazovanja i vaspitanja. Inače, nadležnosti NPS su višestruke, od praćenja i analiziranja stanja obrazovanja, utvrđivanja pravaca razvoja obrazovanja i vaspitanja, učestovanja u izradi strategije obrazovanja, do utvrđivanja standarda i sl.

Zakonom o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja, radi dubljeg i kompletnijeg praćenja, obezbeđivanja i unapređenja kvaliteta i razvoja sistema obrazovanja i vaspitanja, za obavljanje razvojnih, savetodavnih, istraživačkih i drugih stručnih poslova u predškolskom, osnovnom i srednjem obrazovanju i vaspitanju, Republika Srbija osnovala je zavode i to: 1)

²³ <http://www.novisad.rs/lat/gradska-uprava-za-obrazovanje> (pristupljeno 18. 04. 2016).

Zavod za unapređivanje obrazovanja i vaspitanja (ZUOV); 2) Zavod za vrednovanje kvaliteta obrazovanja i vaspitanja. Svoj rad, planove i programe rada zavodi *usaglašavaju* sa utvrđenim pravcima razvoja obrazovanja i vaspitanja, strategijama Vlade koje se odnose na obrazovanje i vaspitanje, planskim aktima Ministarstva, NPS i Saveta za stručno obrazovanje i obrazovanje odraslih i aktivnostima koje se odnose na evropske integracije. ZUOV obavlja stručne poslove iz oblasti obrazovanja i vaspitanja i učestvuje u pripremi propisa iz nadležnosti Ministarstva, NPS, Saveta za stručno obrazovanje i obrazovanje odraslih, kao i druge poslove u skladu sa zakonom, aktom o osnivanju i statutom. ZUOV u svom sastavu ima organizacione jedinice – centre, i to: 1) Centar za razvoj programa i udžbenika; 2) Centar za stručno obrazovanje i obrazovanje odraslih; 3) Centar za profesionalni razvoj zaposlenih u obrazovanju. U okviru ovog Zavoda Centar za razvoj programa i udžbenika, između ostalih, obavlja i stručne poslove koji se, naročito, odnose na pripremu nastavnih planova i programa opšteg srednjeg i umetničkog obrazovanja i vaspitanja i osnova vaspitnog programa.

Zavod za vrednovanje kvaliteta obrazovanja i vaspitanja takođe ima u svom sastavu ima organizacione jedinice – centre, i to: 1) Centar za standarde; 2) Centar za ispite; 3) Centar za vrednovanje i istraživanja. Ovi zavodi obavljaju različite stručne poslove u oblasti praćenja i vrednovanja stepena sprovođenja opštih principa, ostvarenosti ciljeva obrazovanja i vaspitanja, standarda postignuća po nivoima i vrstama obrazovanja, kao i druge poslove, u skladu sa zakonom, aktom o osnivanju i statutom.

Radi još dubljeg i potpunijeg praćenja ostvarivanja opštih principa i ciljeva, strateških pravaca razvoja i unapređenja celokupnog sistema obrazovanja i vaspitanja, Zakon omogućava da Republika Srbija može osnovati i Agenciju za obrazovanje i vaspitanje. Agencija bi obavljala poslove koji se odnose na odobravanje drugoj organizaciji sticanja statusa javno priznatog organizatora aktivnosti u okviru neformalnog obrazovanja odraslih, kao i priznavanja prethodnog učenja, u skladu sa međunarodnim instrumentima i standardima za istraživanje, praćenje i evaluaciju u obrazovanju odraslih; priznavanje strane visokoškolske isprave radi zapošljavanja i druge poslove prema aktu o osnivanju, u skladu sa zakonom.

Odnos NPS, ministra i zavoda je sledeći: ministar pokreće postupak izrade podzakonskih akata dostavljanjem zahteva odgovarajućem zavodu. Zavodi su dužni da ove poslove obave i pripremljene materijale dostave Ministarstvu u roku koji im odredi ministar. Ministar dalje dostavlja NPS na razmatranje, utvrđivanje predloga ili odlučivanje u vezi tog

materijala. Ako NPS najkasnije u roku od tri meseca, od dana prijema materijala, ne donese akt iz svoje nadležnosti, akt donosi ministar.

U slučaju pokrajinskog nivoa, Skupština AP Vojvodine, osnovala je Pedagoški zavod Vojvodine. Njegova funkcija i poslovi koje obavlja su u rangu nacionalnih zavoda, te su i odnosi isti, a rad u pokrajinskom zavodu odvija se kroz tri odeljenja: Razvojno odeljenje, Istraživačko odeljenje, Izdavačko odeljenje i Sekretarijat. Poslovi koji su u opisu zadataka ovog Zavoda, a tiču se našeg istraživanja, su sledeći: stručno praćenje primene sadržaja opštih i posebnih osnova školskog programa za srednje škole; davanje stručnih mišljenja na opšte i posebne osnove školskog programa za srednje škole i priprema nastavnih planova i programa opšteg srednjeg i umetničkog obrazovanja i vaspitanja.

Zakonom o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja, a zarad daljeg obavljanja stručno-pedagoškog nadzora, davanje podrške razvojnom planiranju i osiguranju kvaliteta rada ustanova i obavljanje drugih poslova utvrđenih zakonom, u Ministarstvu se obrazuju organizacione jedinice (za obavljanje tih poslova van sedišta Ministarstva – školske uprave). U Srbiji postoji ukupno 18 školskih uprava uključujući i školsku upravu u Kosovskoj Mitrovici. U opisu poslova koje Ministarstvo obavlja putem ovih organizacionih jedinica nema poslova koji bi se ticali učešća u izradi planova i programa srednjih škola, pa je rad školskih uprava irelevantan za ovo istraživanje, izuzev zbog obavljanja poslova stručno-pedagoškog nadzora u kontekstu utvrđivanja mesta u lancu odgovornosti koje ove organizacione jedinice imaju.

Najvažniji deo u sistemu obrazovanja su programi i planovi srednjeg obrazovanja i vaspitanja, koji su po Zakonu o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja osnova za donošenje školskog programa u srednjem obrazovanju i vaspitanju. Kao prvo, srednja škola kao ustanova ostvaruje školski program opšteg, stručnog i umetničkog obrazovanja²⁴, na osnovu nastavnih planova i programa srednjeg obrazovanja i vaspitanja. Nastavni planovi osnovnog i srednjeg obrazovanja i vaspitanja sadrže: obavezne predmete i izborne predmete po razredima u srednjem obrazovanju i vaspitanju; oblike obrazovno-vaspitanog rada i godišnji i nedeljni fond časova po predmetima i oblicima obrazovno-vaspitanog rada.

²⁴ I mnoge druge programe koji nisu relevantni za ovo istraživanje: individualni obrazovni plan za učenike i odrasle sa smetnjama u razvoju, individualan program srpskog jezika, odnosno jezika nacionalne manjine za učenike koji ne poznaju jezik na kome se izvodi nastava, školski program za muzičko i baletsko obrazovanje, školski program za obrazovanje odraslih, vaspitni program za učenike u školi sa domom, program specijalističkog i majstorskog obrazovanja, program obrazovanja za rad, programe stručnog osposobljavanja, obuke i druge programe, u skladu sa posebnim zakonom.

Nastavni plan osnovnog i srednjeg obrazovanja i vaspitanja može da sadrži i module, samostalne ili u okviru predmeta, sa fondom časova. Što se tiče nadležnosti i postupka za donošenje programa obrazovanja i vaspitanja situacija je sledeća: nastavne planove i programe srednjeg opšteg i umetnickog obrazovanja i vaspitanja, na predlog ministra, donosi NPS.

Zakonom o srednjem obrazovanju i vaspitanju („Službeni glasnik RS”, br. 55/2013), uređuje se srednje obrazovanje i vaspitanje, kao deo jedinstvenog sistema obrazovanja i vaspitanja, i to: obavljanje delatnosti srednjeg obrazovanja i vaspitanja, upotreba jezika, programi i ispiti, prava, obaveze i odgovornosti učenika, evidencija i javne isprave, štrajk zaposlenih, kao i druga pitanja od značaja za srednje obrazovanje i vaspitanje. Odmah nakon uvodnih odredbi ovaj Zakon propisuje pravila vezana za programe srednjeg obrazovanja i vaspitanja, što je od ključnog značaja za ovo istraživanje. U Zakonu stoji da se nastavni plan i program donosi u skladu sa utvrđenim principima, ciljevima i standardima postignuća, odnosno standardima kvalifikacije. Nastavni plan i program sadrži i module, gde modul predstavlja skup teorijskih i praktičnih programskih sadržaja i oblika rada funkcionalno i tematski povezanih u okviru jednog ili više predmeta. U okviru nastavnih planova i programa, Zakon definiše i pojam *školski program* kojim se bliže određuje način na koji škola obrazuje i vaspitava učenike radi sticanja znanja. Školski program obuhvata sve sadržaje, procese i aktivnosti usmerene na ostvarivanje principa, ciljeva i standarda postignuća, i zadovoljenje opštih i specifičnih obrazovnih interesa i potreba učenika, roditelja, odnosno staratelja i lokalne samouprave, a u skladu sa optimalnim mogućnostima škole. Školski program se donosi na osnovu nastavnog plana i programa, odnosno programa određenih oblika stručnog obrazovanja, a uzimajući u obzir razvojni plan škole, u skladu sa Zakonom i ovim zakonom. Školski program sadrži: 1) ciljeve školskog programa; 2) naziv, vrstu i trajanje svih programa obrazovanja i vaspitanja koje škola ostvaruje i jezik na kome se ostvaruje program; 3) obavezne i izborne predmete i module po obrazovnim profilima i razredima; 4) način ostvarivanja principa, ciljeva i ishoda obrazovanja i standarda postignuća, način i postupak ostvarivanja propisanih nastavnih planova i programa, programa drugih oblika stručnog obrazovanja i vrste aktivnosti u obrazovno-vaspitanom radu; 5) program dopunske, dodatne i pripremne nastave; 6) programe i aktivnosti kojima se razvijaju sposobnosti za rešavanje problema, komunikacija, timski rad, samoinicijativa i podsticanje preduzetničkog duha; 7) fakultativne nastavne predmete, njihove programske sadržaje i aktivnosti kojima se ostvaruju; 8) načine ostvarivanja i prilagođavanja programa muzičkog i baletskog obrazovanja i

vaspitanja, obrazovanja odraslih, učenika sa posebnim sposobnostima i dvojezičnog obrazovanja; 9) program kulturnih aktivnosti škole; 10) program slobodnih aktivnosti; 11) program karijernog vođenja i savetovanja; 12) program zaštite životne sredine; 13) programe zaštite od nasilja, zlostavljanja i zanemarivanja i programe prevencije drugih oblika rizičnog ponašanja; 14) program školskog sporta; 15) program saradnje sa lokalnom samoupravom; 16) program saradnje sa porodicom; 17) program izleta i ekskurzija; 18) program bezbednosti i zdravlja na radu; 19) druge programe od značaja za školu. Individualni obrazovni planovi svih učenika koji se obrazuju po individualnom obrazovnom planu čine prilog školskog programa.

Program kulturnih aktivnosti škole reguliše Član 13. ovog Zakona. Kulturna aktivnost škole obuhvata aktivnosti koje se ostvaruju na osnovu programa kulturnih aktivnosti škole i obuhvata: proslave dana škole, početka i završetka školske godine, proslave školskih i državnih praznika, priredbe, predstave, izložbe, koncerte, sportska takmičenja, naučno-istraživačke aktivnosti, i druge aktivnosti koje doprinose proširenju uticaja škole na vaspitanje učenika i kulturni razvoj školskog okruženja, kao i zajedničke kulturne aktivnosti sa institucijama i organizacijama u lokalnoj samoupravi radi obogaćivanja kulturnog života i ostvarivanja obrazovno-vaspitne uloge škole. Program slobodnih aktivnosti (Član 14) se po pravilu, sprovode kroz rad u sekcijama, u cilju jačanja obrazovno-vaspitne delatnosti škole, podsticanja individualnih sklonosti i interesovanja, pravilnog korišćenja slobodnog vremena, kao i radi bogaćenja društvenog života i razonode učenika, razvijanja i negovanja drugarstva i prijateljstva, škola je dužna da realizuje slobodne aktivnosti.

Bitan za ovo istraživanje je i Član 26. ovog Zakona jer se odnosi na oblike obrazovno-vaspitnog rada. Pored definisanja obaveznih oblika obrazovno-vaspitnog rada za redovne i vanredne učenike, ovim članom su definisane i obaveze škola u odnosu na fakultativne oblike obrazovno-vaspitnog rada su, među kojima na jedinom mestu u ovom Zakonu nalazimo eksplicitno pojam pozorišta u sledećoj formulaciji: Fakultativni oblici obrazovno-vaspitnog rada su: nastava jezika nacionalne manjine sa elementima nacionalne kulture, drugog, odnosno trećeg stranog jezika i predmeta potrebnih za dalje školovanje, stručno osposobljavanje ili razvoj učenika i vannastavni oblici – hor, orkestar, pozorište, ekskurzija, kulturno-umetničke, tehničke, pronalazačke, humanitarne, sportsko-rekreativne i druge aktivnosti. Fakultativni oblici obrazovno-vaspitnog rada obavezni su za učenike koji se za njih opredele.

Na osnovu analize zakonskog okvira koji se tiče srednjoškolskog obrazovanja zaključujemo da je teško razlučiti, i da do kraja nije jasno koje su čije nadležnosti u mnogim oblastima jer se nadležnosti i opisi poslovnih zadataka Ministarstva, Saveta, Zavoda na nacionalnom i pokrajinskom nivou kao i školskih uprava, često ponavljaju i dosta su slični. Naročito je nejasno ko konkretno priprema, vrši „prepravke”, „donosi”, „oblikuje”, „sastavlja” ili konačno „piše” nastavne planove i programe. U Zakonu o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja stoji da NPS, na predlog ministra, donosi *osnove* programa, nastavne planove i programe srednjeg opšteg i umetnickog obrazovanja i vaspitanja. Međutim, ZUOV, tačnije Centar za razvoj programa i udžbenika, takođe, *obavlja stručne poslove na pripremi* nastavnih planova i programa opšteg srednjeg i umetničkog obrazovanja i vaspitanja i osnova vaspitnog programa. Stoga, nije jasno šta se u slučaju Centra za razvoj programa i udžbenika podrazumeva pod *pripremom* nastavnih planova i programa. U slučaju pokrajine, Pokrajinski sekretarijat za obrazovanje, propise, upravu i nacionalne manjine – nacionalne zajednice, *daje mišljenje* u postupku donošenja nastavnih planova i programa a Pedagoški zavod Vojvodine ima zadatak da *priprema nastavne planove i programe* opšteg srednjeg i umetničkog obrazovanja i vaspitanja.²⁵

2.2.1.1.1. Pozorište – jedna od mogućih fakultativnih vannastavnih aktivnosti

Kako je već dugi niz godina poznato, u nastavnim planovima i programima srednjeg obrazovanja i vaspitanja, pored književnosti, kao sastavni deo programa za srpski jezik, zastupljene su samo muzička i likovna umetnost. Pozorišna umetnost nije ni među izbornim predmetima, već samo kao preporučeni ili jedan od predloženih vannastavnih oblika u okviru fakultativnih oblika obrazovno-vaspitanog rada. Ovaj podatak nalazimo tek u pravilnicima o nastavnim planovima i programima. Na početku važno je pomenuti da je teško pouzdano tvrditi u čijoj je nadležnosti donošenje pravilnika o nastavnim planovima i programima jer se pojam *pravilnik* (u smislu donošenja, utvrđivanja i sl.) ne pojavljuje u Zakonu o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja ili u Zakonu o srednjem obrazovanju i vaspitanju. U nekim pravilnicima stoji da na osnovu Člana 79. stav 3. Zakona o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja, ministar prosvete, nauke i tehnološkog razvoja donosi pravilnik dok u drugim nalazimo da to čini NPS. Takođe, u ovom istraživanju bilo je veoma teško razlučiti koji su važeći pravilnici o nastavnim planovima i programima. Pravilnici su skoro svake godine

²⁵ <http://www.pzv.org.rs/> (pristupljeno 22. 03. 2016).

menjani ili dopunjavani, pa u pokušaju da otkrijemo da li su se te izmene ticale i pitanja koja su u našem fokusu, nailazili smo na veliki broj *Pravilnika o izmeni pravilnika o nastavnim planovima i programima*. Najzanimljiviji su pravilnici o izmeni pravilnika u kojima je jedina izmena: [...] reči: „a primenjivaće se do kraja školske 2012/2013. godine”brišu se.²⁶ Ovo, zapravo, znači da je *Pravilnik* prestao da važi jer mu je prethodnom izmenom ograničeno trajanje, pa novi pravilnik samo produžava isti do daljnjeg. Pored svega navedenog, sama potraga za pravilnicima bila je prilično iscrpljujuća jer, na sajtu Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja i sajtu NPS ne postoje informacije (ili linkovi) o pravilnicima nastavnih planova i programa za srednje škole, dok je sajt ZUOV-a neažuriran. Postoje izvesni nepotpuni spiskovi pravilnika i tek poneki link. Nakon pregleda velikog broja pravilnika o nastavnim planovima i programima, dolazimo do zaključka da su za potrebe ovog rada relevantni samo pravilnici o opšteobrazovnim predmetima, te da su pravila i preporuke u svima skoro ista. U odnosu na škole u kojima su anketirani učenici i njihov obrazovni profil, za potrebe ovog rada analizirani su sledeći pravilnici:

1. Pravilnik o nastavnom planu i programu za gimnaziju („Službeni glasnik SRS – Prosvetni glasnik”, broj 5/90 i „Prosvetni glasnik” br: 3/91; 3/92; 17/93; 2/94; 2/95; 8/95; 23/97; 2/02; 5/03; 10/03; 11/04; 18/04; 24/04; 3/05; 11/05; 2/06; 6/06; 12/06; 17/06; 1/08; 8/08; 1/09; 3/09; 10/09; 5/2010; 7/2011; 5/14 i 5/15);
2. Pravilnik o izmenama pravilnika o planu i programu obrazovanja i vaspitanja za zajedničke predmete u stručnim i umetničkim školama („Sl. Glasnik RS – Prosvetni glasnik”, br. 3/2015) od 07. 05. 2015. godine, stupio je na snagu 15. 05. 2015, a primenjuje se od školske 2015/2016;
3. Pravilnik o nastavnom planu i programu srednjeg stručnog obrazovanja u području rada ekonomija, pravo i administracija („Sl. Glasnik RS – Prosvetni glasnik“, br. 10/2012 i 1/2013 – ispr.);
4. Pravilnik o nastavnom planu i programu opšteobrazovnih predmeta srednjeg stručnog obrazovanja u području rada poljoprivreda, proizvodnja i prerada hrane („Sl. glasnik RS – Prosvetni glasnik“, br. 6/2012);
5. Pravilnik o opštim standardima postignuća za kraj opšteg srednjeg obrazovanja i srednjeg stručnog obrazovanja u delu opšteobrazovnih predmeta. Pravilnik je objavljen u „Službenom glasniku RS”, br. 117/2013 od 30. 12. 2013. godine.

²⁶ Pravilnik o izmeni Pravilnika o nastavnom planu i programu za sticanje obrazovanja u trogodišnjem i četvorogodišnjem trajanju u stručnoj školi za područje rada saobraćaj. http://www.tsz.edu.rs/test/dokumenta/npp/saobracaj_14_2013.pdf (pristupljeno 22. 03. 2016).

Prvi pravilnik koji ćemo analizirati i posvetiti mu najveću pažnju je **Pravilnik o nastavnom planu i programu za gimnaziju** u kome se na 91. mestu nailazi pojam pozorišta. Na početku važno nam je da kažemo da, iako prethodno nisu analizirani pravilnici nastavnih planova i programa za osnovne škole, ovaj Pravilnik upućuje na to da je pozorište sastavni deo i njih jer piše da: *nastavnik srpskog jezika i književnosti u gimnaziji treba da pođe od pretpostavke da je učenik u osnovnoj školi stekao osnovna znanja iz teorije književnosti čiji je dramski tekst sastavni deo, kao i znanja iz osnova scenske kulture*. Pravilnik na samom početku određuje broj časova nastave, i predmet srpski jezik i književnost učenici svih razreda gimnazije imaju najčešće (3–5 časova nedeljno u zavisnosti od smera). Pojam pozorište se najpre pojavljuje kao književnoteorijski pojam u predmetu srpski jezik i književnost i drugih jezika nacionalnih manjina u Srbiji kao što su: albanski, mađarski, rumunski, bugarski, rusinski, odnosno slovački jezik i književnost, kroz pojmove drama, antidrama, antijunak, dramska poezija i sl. Pravilnik predviđa da učenici treba detaljno da se upoznaju sa dramskim tekstom i njegovom osnovnom namenom, sa njegovom strukturom, da nauče da razlikuju dramu kao književno i scensko delo, kompoziciju dramskog dela, dramske vrste i sve druge elemente koji čine dramsku pozorišnu umetnost. Učeći svoj maternji jezik kroz pravopis, govorno i pismeno izražavanje, gimnazijalci, po Pravilniku, trebalo bi da vežbaju ove veštine koristeći pozorište kao jednu od tema. Pravilnik predviđa da učenici mlađih razreda gimnazije *umeju da daju kraći prikaz samostalno pogledane pozorišne predstave*, da učenici starijih razreda umeju da *u dužoj monološkoj formi izlažu o pozorišnoj predstavi*²⁷, generalno da umeju da daju *kritički prikaz pozorišne predstave*, što odlazak u pozorište označava kao nešto što se podrazumeva (na nekoliko mesta se pojavljuje *poseta pozorištu* u kontekstu slobodnih aktivnosti, odnosno kao deo šire teme svakodnevnih aktivnosti). Važno je istaći da odeljenjski starešina pored vođenja dokumentacije i obavljanja administrativnih poslova, svoje zadatke i sadržaje u radu sa učenicima ostvaruje u vremenu između časova, gde je poseta pozorištu jedna od preporučenih ali ne i obavezna aktivnost.

Pozorište dobija izuzetan značaj u drugom delu ovog Pravilnika u kome se govori o fakultativnoj nastavi i vannastavnim aktivnostima, koje na osnovu Člana 24. Zakona o srednjem obrazovanju i vaspitanju, škola može realizovati prema interesovanju učenika od 2 do 4 časa sedmično, ali *ako se za određenu oblast ili predmet javi najmanje 20 učenika*. Pravilnik daje okvirni program za fakultativne predmete, a škole na osnovu izraženog interesovanja učenika mogu da formiraju grupe i odeljenja za realizaciju sledećih programa

²⁷ I drugim temama u okviru predviđene tematike.

fakultativne nastave: nacrtna geometrija, astronomija, likovna umetnost, muzička umetnost, sociologija kulture, istorija umetnosti, pedagogija, razvojna psihologija, etika, scenska umetnost, demografija, geologija, grčki jezik, španski jezik, računarstvo i informatika, košarka, osnove sportskog novinarstva i osnove marketinga u sportu. Pored scenske umetnosti koja je navedena kao mogući poseban predmet, i sociologija kulture, čiji je cilj da učenici shvate značaj kulture u ljudskom životu i radu kao i da shvate smisao stvaralaštva kao najvišeg i najvrednijeg oblika rada, se takođe, dotiče pozorišta jer izučava između ostalih umetnosti i sociologiju pozorišta kao posebnu sociologiju.

Cilj i zadatak nastave scenske umetnosti, kao preporučeni oblik fakultativne nastave jeste *da učenike osposobi za primenu stečenih znanja u organizovanju scenskih igara i radnji*. Zadaci fakultativne nastave scenske umetnosti su da učenici: stiču znanja o najvažnijim epohama u istoriji pozorišta i drame i da stiču znanja o osnovnim elementima glume, metode istraživanja i korišćenja igre i radnje. Tokom ove nastave učenici treba da se upoznaju sa pojmom i istorijom drame i pozorišta od pozorište stare Grčke do avangardnog i savremenog pozorišta u svetu i u *Jugoslaviji*.²⁸ Treba da znaju sve elemente i faze organizacije pozorišne delatnosti, da se upoznaju sa scenskom tehnikom i svim oblicima pozorišnog delovanja, kao što su profesionalno, amatersko pozorište, institucionalno i neinstitucionalno pozorište, repertoarsko i producentsko, putujuće i stalno, pozorište za decu i pozorište za odrasle. Pravilnik do te mere daje detaljna i izuzetna uputstva o načinu ostvarivanja programa nastave, da u slučaju pozorišta govori da: *epohe umetnosti treba prikazati u korelaciji sa znanjima učenika koja su se stekla u drugim predmetima, a da bi se izbegao istoricizam, u toku obrade pozorišta stare Grčke, Rima, srednjeg veka i ostalih pozorišta koja su prethodila avangardnom i savremenom pozorištu, treba ukazati samo na one karakteristike i estetske vrednosti ranijih epoha koje čine suštinsku vrednost scenske umetnosti*. Autori Pravilnika pretpostavili su da u: *korelaciji sa muzičkom i likovnom kulturom, psihologijom, pedagogijom, istorijom, maternjim jezikom i književnošću i ostalim programima scenska umetnost će predstavljati predmet za koji će se učenici najčešće opredeljivati, jer će kroz dramsku, literarnu i druge sekcije učenici već u toku školovanja primenjivati znanje stečeno u nastavi scenske umetnosti*. Mada se nije ostvarila, pretpostavka autora da će se učenici najčešće opredeljivati za scensku umetnost, čini se logičnom i danas, jer je moć koju pozorišna umetnost ima jednako snažna, ali zapostavljena. Pozorište je, kao i mnoge druge umetnosti, iz školskog sistema izostavljeno iz mnogo razloga. Pretpostavljamo da bi zaposleni

²⁸ Jugoslavija se kao pojam pojavljuje ukupno 45 puta, što je dokaz iz kojih vremena datira ovaj Pravilnik.

u školama nabrojali mnogo razloga počevši od zakonskog okvira, nedostatka sredstava, malih plata i sl. Istovremeno, duboko verujemo da je nemotivisanost i „odrađivanje” državnog posla, što posao u obrazovnom sistemu jeste, najvažniji i najveći razlog zbog najvećeg broja anomalija i opšteg lošeg stanja u svim sistemima koje država Srbija uspostavlja i uređuje.

Pravilnik o nastavnom planu i programu za gimnaziju propisuje i opšte pedagoško-didaktičko uputstvo za ostvarivanje sadržaja programa u gimnaziji, gde kaže da: *Cilj opšteg pedagoško-didaktičkog uputstva jeste da nastavniku pruži informacije (značajne za programe svih predmeta) koji će mu koristiti u rešavanju didaktičko-metodičkih problema u pripremi, realizaciji i vrednovanju realizacije sadržaja nastave. No, ono nije zamena već prvi korak u detaljnijem proučavanju pedagoške literature.* U postavljanju strukture Uputstva stavljen je naglasak na dva zadatka: *prvi, da se da sažet i potpun prikaz uzrasnih karakteristika učenika srednje škole do kojih bi nastavnici došli tek preko obimnijeg traganja u literaturi i drugi, da se da pregled oblika, metoda i sredstava rada koji su u primeni u različitim situacijama i fazama nastavnog procesa.*

Pozorište dobija dodatnu preporuku u delu Pravilnika koji govori o ostvarivanju vaspitnog cilja i zadataka u vannastavnim aktivnostima, koje se dele na obavezne vannastavne aktivnosti (dodatni rad, dopunski rad i društveno-koristan rad) i fakultativne vannastavne aktivnosti (društvene i slobodne aktivnosti učenika). Izuzetno važnima Pravilnik smatra slobodne aktivnosti, koje su prvenstveno namenjene zadovoljavanju postojećih i razvoju novih interesovanja učenika. U njemu se ističe da slobodne aktivnosti *doprinosu razvoju ličnosti na obrazovnom, saznavnom, kreativnom, društvenom i ličnom planu*, i da se organizuju kao: naučno-istraživačke aktivnosti; naučno-tehničke i radno-proizvodne aktivnosti; kulturno-umetničke i sportsko-rekreativne aktivnosti, što su zapravo razne sekcije (filološka, recitatorska, literarna, dramska, bibliotečka, novinarska, filmska, radio-televizijska, sekcija za strane jezike i sl.). Cilj dramske sekcije je: uvođenje učenika u dramsko stvaralaštvo i scensku umetnost. Zadaci i okvirni sadržaji rada dramske sekcije su: *produblјivanje smisla za dramski izraz; sistematsko upoznavanje dramske i pozorišne umetnosti (vrste, odlike, sličnosti i razlike u odnosu na druge umetnosti); kursevi glume i režije; praktična primena znanja, umenja i veštine u pripremanju pozorišne predstave i drugih scenskih programa škole; analize pozorišnih predstava i drugih scenskih programa škole; analize pozorišnih predstava i dramskog programa radija i televizije; dramatizovanje raznih književnih i drugih tekstova; pripremanje programa za školsku i mesnu radio-stanicu, učešće na omladinskim smotrama i festivalima; susreti sa istaknutim dramskim piscima i*

pozorišnim radnicima, saradnja s kulturno-umetničkim društvima, amaterskim i profesionalnim pozorištima i drugim institucijama u užoj i široj društvenoj sredini, prikupljanje i izrada raznih materijala o dramskim piscima i pozorišnim umetnicima (kritike, monografije, fotosi i sl.), kao i dekora, rekvizita i dr.); saradnja s drugim sekcijama u školi i van nje i dr.

Autori Pravilnika smatrali su da: *Za znatan broj učenika srednje škole bavljenje kulturno-umetničkim radom često predstavlja **poslednju priliku** da – organizovano, sistematski i stručno vođeni – prošire svoje estetsko vaspitanje i kulturne horizonte, da obogate svoj emocionalni život novim doživljajima i saznanjima, da utvrde potrebu i naviku aktivnog sudelovanja u stvaranju i oblikovanju kulturnog i umetničkog čina, što predstavlja i osnovnu tvrdnju u ovom istraživanju: da je srednjoškolska populacija uočena kao ciljna grupa, koja će, ukoliko do završetka tog perioda ne dođe u dodir sa pozorištem, ne razvije interesovanje, ili stekne navike odlaska u pozorište u bilo kom stepenu, najverovatnije u najvećem broju, zauvek biti izgubljena kao redovna pozorišna publika. Upravo zato srednja škola treba da bude onaj poslednji zajednički beočug koji će – prirodno i planski – povezati podsticanje interesovanja učenika za pojedine aktivnosti, koje su se razvijale u osnovnoj školi, s kulturno-umetničkim amaterizmom u njihovoj budućoj radnoj i životnoj sredini. Podsticanjem interesovanja za kulturno-umetničke i sve ostale aktivnosti škola, u suštini, obavlja svoju kulturnu funkciju a ovaj rad pretpostavlja da škola ne ispunjava kulturnu funkciju i da ne utiče na formiranje i razvoj interesovanja za pozorište učenika srednjih škola.*

Pravilnik, u nastavku, daje detaljno uputstvo školi u obavljanju *kulturne i javne delatnosti* i jer se škola podrazumeva kao *značajan faktor kulturne transmisije u kojoj dolazi do uzajamnog delovanja sredine na školu i škole na društvenu sredinu*. Tu aktivnu interakciju škola treba da ostvaruje kroz programe saradnje sa organizacijama, institucijama kulture (muzeji, galerije, pozorišta, Muzička omladina, domovi kulture, sekcije, klubovi, udruženja, sportska društva i dr.) i roditeljima, i čak upućuje na korišćenje uslova koje pruža društvena sredina, i što je relevantno za ovo istraživanje – organizovanje korišćenja programa pozorišta.²⁹

²⁹ *I muzeja, domova kulture, omladinskih domova, radničkih i narodnih univerziteta, rekreativnih i sportskih centara; organizovano korišćenje programa naučnih tribina, javnih predavanja, stručnih rasprava, tematskih ciklusa na fakultetima i drugim školama i dr.; angažovanje istaknutih naučnih, kulturnih, javnih radnika za razgovor sa učenicima po želji i programima učeničkih organizacija i klubova; organizovanje seminara, kurseva, tečajeva u kabinetima i laboratorijama škole, organizovanje međuškolskih takmičenja i smotri iz raznih naučnih i stručnih oblasti; organizovanje izleta i ekskurzija i drugih oblika međusobne saradnje sa školama iz*

Nedostatak ovog Pravilnika je to što je pozorište samo jedna od preporučenih aktivnosti koju škola može ali ne mora da organizuje. U skladu sa prethodno iznetim uverenjem u način na koji se državni posao obavlja u Srbiji, smatramo da je preporuka a ne obaveza ključni element zbog kojeg pozorišta³⁰ skoro da nema u većini srednjih škola. Ulazeći u detalje smatramo da je posebno loša formulacija da škole tek na *osnovu izraženog interesovanja učenika* mogu da formiraju grupe i odeljenja za realizaciju programa fakultativne nastave, među kojima je nastava iz scenske umetnosti. Iz ovog proizilazi da su učenici ti koji treba da pokrenu inicijativu za formiranje nastave iz scenske umetnosti, što je skoro nemoguće ukoliko se oni tokom osnovne i srednje škole nisu susretali sa pozorištem, niti su u porodici razvili interesovanje za pozorište.

Drugi pravilnik koji analiziramo je **Pravilnik o izmenama Pravilnika o planu i programu obrazovanja i vaspitanja za zajedničke predmete u stručnim i umetničkim školama**. Ovaj Pravilnik tiče se samo stranih jezika bilo da je prvi ili drugi strani jezik i u njemu nalazimo pojam pozorište deset puta. Pozorište se u ovom Pravilniku pominje samo u kontekstu monoloških izlaganja u kojim učenici izlažu o određenoj temi na stranom jeziku koji uče i pozorište je jedna od preporučenih tema.

Pravilnik o nastavnom planu i programu srednjeg stručnog obrazovanja u području rada ekonomija, pravo i administracija, utvrđuje nastavni plan i program srednjeg stručnog obrazovanja za opšteobrazovne predmete srpski jezik i književnost i strani jezik, za obrazovne profile poslovni administrator i finansijski administrator. U ovom pravilniku nailazimo na pojam pozorište deset puta, takođe samo kao preporuku za realizaciju nastave: *Prilikom obrade dramskog dela mogućnost posete pozorišnoj predstavi i gledanje snimka pozorišne predstave, a nakon toga razgovor o dramskom tekstu i njegovoj pozorišnoj realizaciji*. Ili kao preporučena tema za vežbanje govornog i pismenog izražavanja: *Izlaganje u dužoj monološkoj formi o TV emisiji, bioskopskoj, pozorišnoj predstavi i drugim temama u okviru predviđene tematike*, ili za mlađe razrede: *Razgovor i diskusija o pročitanim tekstovima, zajednički pogledanim TV emisijama, filmskim i pozorišnim predstavama i drugim temama u okviru tematike predviđene u programu*. Učenici trećeg razreda ovih obrazovnih profila kao tematiku iz srpskog jezika i književnosti, pored ostalog imaju i *Kulturni život: iz kulture (sadašnjost i prošlost), najznačajnije kulturne institucije uže i šire sredine (pozorišta,*

drugih sredina i republika; saradnja sa društvenom sredinom u programiranju i korišćenju sportskih objekata u školi za rekreaciju i fizičko vaspitanje omladine.

³⁰ I mnogih drugih kulturno-umetničkih aktivnosti.

muzeji, biblioteke, galerije); novinsko-izdavačke kuće (redakcija, priprema novina); pozorišne i bioskopske predstave, koncerti, izložbe; aktuelna zbivanja iz oblasti kulture.

Pravilnikom o nastavnom planu i programu opšteobrazovnih predmeta srednjeg stručnog obrazovanja u području rada poljoprivreda, proizvodnja i prerada hrane, utvrđuje se nastavni plan i program opšteobrazovnih predmeta srednjeg stručnog obrazovanja za obrazovne profile: pekar, mesar, prerađivač mleka, rukovalac - mehaničar poljoprivredne tehnike, poljoprivredni tehničar, veterinarski tehničar, prehrambeni tehničar. U ovom pravilniku pojam pozorište se pojavljuje neverovatnih 125 puta. Kao i u drugim i u ovom Pravilniku, pozorište se nalazi u preporukama za realizaciju nastave iz srpskog jezika i književnosti: *prilikom obrade dramskog dela mogućnost posete pozorišnoj predstavi i gledanje snimka pozorišne predstave, a nakon toga razgovor o dramskom tekstu i njegovoj pozorišnoj realizaciji.* Zatim, u delu koji govori o govornom i pismenom izražavanju, profesori su u obavezi da vode razgovor i diskusiju, između ostalog o zajednički pogledanim pozorišnim predstavama, što bi zapravo trebalo da znači, da se odlasci u pozorište podrazumevaju. Upoređujući pravila koja država propisuje za održavanje nastave srpskog jezika i književnosti pomenutim obrazovnim profilima, ovaj pravilnik po pitanju pozorišta skoro je jednak Pravilniku o nastavnom planu i programu za gimnazije.

U ovom Pravilniku, pozorište je tema i u nastavi istorije, jer među obavezne i preporučene sadržaje po temama, nalazi se i osnivanje Narodnog pozorišta, zatim, učenici ovih obrazovnih profila treba da poseduju širok korpus znanja o društvenom životu uopšte, od antike do danas i pozorištu kao njegovom sastavnom delu, na primer o pozorištu u doba Šekspira ili Molijera. Pozorište se navodi i u delu nastave likovne kulture, a ciljevi ovog predmeta su, između ostalog i *formiranje pozitivnog stava prema očuvanju kulturnog identiteta, nacionalne i svetske kulturne baštine i navike praćenja kulturno-umetničkih sadržaja putem štampe i elektronskih medija, posećivanja muzeja, galerija, biblioteka, koncerata, bioskopa, pozorišta i drugih institucija kulture.* Preporučeni sadržaj po temama iz likovne kulture su, na primer, i investiranje u različite oblike umetnosti kroz istoriju: palate, likovna umetnost (...) pozorište, (...) specijalni (mehanički) efekti u pozorištu, Crno pozorište, ples senki. Zatim se kao projekat svih odeljenja preporučuje tematska zabava – rekonstrukcija odabranog perioda: izrada scenografije, kostima, maski, frizura, (...) lutkarsko pozorište itd. Možemo zaključiti da je, gledano u celini, ovaj Pravilnik u izvesnoj meri opširniji po pitanju tema i sadržaja nego što je to Pravilnik za gimnazije (na primer: osnivanje Narodnog pozorišta se ne pominje u preporučenim sadržajima po temama iz predmeta istorija

gimnazijalcima). Sve napred pomenuto dovodi do raznih pitanja. Kao prvo, veoma je neobično poistovećivanje tema i sadržaja iz opšteobrazovnih predmeta za učenike gimnazija i učenike srednjih stručnih škola. Drugo, da li je realno očekivati ishod da su učenici stručnih obrazovnih profila, kao što je to pekar, veterinarski tehničar ili rukovalac-mehaničar poljoprivredne tehnike (vozač traktora), po završetku teme u stanju da razlikuju vrste umetnosti i njihova izražajna sredstva, da objasne pojam i funkciju književnosti, ili da uoče razliku između književnog dela i njegove interpretacije u filmskoj i pozorišnoj umetnosti. Smatramo da nije realno, uprkos deklarativnom insistiranju obrazovnog sistema na značaju opšte kulture. Razlog bi se mogao tražiti i u činjenici da, po pravilu, u dugogodišnjoj praksi, srednje stručne škole upisuju učenici sa znatno nižim prosekom ocena, a samim tim, i nedovoljnim kompetencijama, za razliku od gimnazija koje su oduvek dostupne u najvećem procentu onim učenicima koji su osnovnu školu završili najčešće sa odličnim uspehom i stekli daleko veći stepen kompetencija.

Na kraju analiziramo **Pravilnik o opštim standardima postignuća za kraj opšteg srednjeg obrazovanja i srednjeg stručnog obrazovanja u delu opšteobrazovnih predmeta**, koji možemo razumeti kao viziju države po pitanju kompetencija koje treba da poseduju mladi ljudi sa diplomom srednje opšte ili stručne srednje škole u delu opšteobrazovnih predmeta. Ovaj Pravilnik ne pominje pozorište ali na njegovom kraju nailazimo na veoma jasne i konkretne očekivane standarde opštih međupredmetnih kompetencija za kraj srednjeg obrazovanja. Među njima nalazi se i estetička kompetencija, čime se podrazumeva i poznavanje pozorišne umetnosti. Od učenika se očekuje:

- *da je upoznat sa kulturnim nasleđem ljudske zajednice, da ima svest o vrednosti umetničkih i kulturnih dela i njihovog značaja za razvoj društva;*
- *da je svestan značaja estetske dimenzije u svakodnevnom životu i da ima kritički odnos prema upotrebi i zloupotrebi estetike;*
- *učenik se osposobljava da iskazuje opažanja, osećanja i ideje u vezi sa umetničkim izrazima u različitim medijima, da kultiviše kulturne navike, da izgrađuje autonomne estetske kriterijume i preferencije i sudi u skladu s njima;*
- *da pozitivno vrednuje doprinos kulture i umetnosti razvoju ljudske zajednice i da je svestan međusobnih uticaja kulture, nauke, umetnosti i tehnologije;*
- *da ima izgrađene preferencije umetničkih i kulturnih stilova i koristi ih za obogaćivanje ličnog iskustva;*

- da povezuje umetnička i kulturna dela sa istorijskim, društvenim i geografskim kontekstom njihovog nastanka;
- da ume da analizira i kritički vrednuje umetnička dela koja su predstavnici različitih stilova i epoha, kao i dela koja odstupaju od karakteristika dominantnih pravaca;
- da vrednuje alternativne umetničke forme i izraze (subkulturna dela).

Država ovim Pravilnikom kaže da su znanja, veštine i stavovi koji su u ovom dokumentu prepoznati kao ključni sa stanovišta razvoja pojedinca, ključni i za razvijanje inovativnosti, produktivnosti, a time i konkurentnosti svakog društva, čime se ističe da je obrazovanje ključno za opšti razvoj društva. Ukoliko bi se ovi standardi postigli, bilo bi nam osigurano jedno, nadasve, zdravo društvo u kome bi mladi nakon završene srednje škole bilo kog obrazovog profila, bili u stanju da, na primer, *razumeju ulogu čitanja u sopstvenom razvoju, ali i u razvoju društva*. Uzimajući u obzir današnje okolnosti u kojima je među deset najprodavanijih izdanja na poslednjem Beogradskom sajmu knjiga *Life And Style*, blogerke Zorane Jovanović Zorannah,³¹ okolnosti u kojima svega 9% srednjoškolaca najpre bira pozorište ili koncert u svom slobodnom vremenu (Ristić i Škorc, 2013: 195), kao i činjenice o izrazito niskom kvalitetu nastave i znanja s kojim učenici izlaze iz škole o čemu govori SROS, teško je drugačije razumeti razloge i svrhu ovako visoko postavljenih standarda za kraj srednjeg obrazovanja, izuzev kao spisak lepih želja. Za dostizanje ovako visokih standarda nije dovoljno definisati ih u dokumentima. Neophodno je dosledno sprovođenje propisane javne praktične politike ne samo u oblasti obrazovanja, već u mnogim drugim oblastima koje utiču na procese obrazovanja, uz redovnu kontrolu i evaluaciju od strane nadležnih državnih organa.

2.2.1.2. Obavezna politika i pozorište

Analiza navedenih zakonskih rešenja i propisa omogućila je da steknemo bolji uvid u prirodu odnosa države prema pozorištu. Kao što je poznato, pozorišna (scenska) umetnost nije deo nastavnih planova i programa, kao obavezan ili izborni predmet u srednoj školi. Važno je reći da, čak i kada bi to bio slučaj, ne bi se moglo sa sigurnošću tvrditi da bi tada učenici srednjih škola u značajnijoj meri bili zainteresovani za pozorište. Činjenica je da učenici

³¹ Najpoznatija srpska modna blogerka Zorana Jovanović, poznatija kao Zorannah, nedavno je objavila roman "Life And Style", a njen prvenac je izazvao veliko interesovanje i nalazi se na listi 10 najprodavanijih na Sajmu knjiga!

<http://www.telegraf.rs/jetset/1821944-zorannah-razbila-sa-knjigah-njen-roman-medju-10-najprodavanijih-na-sajmu-knjiga-foto> (pristupljeno 25. 04. 2016).

pokazuju izrazitu nezainteresovanost i za književnost, likovnu ili muzičku umetnost (Mrđa, 2011), mada su to obavezni predmeti. Sve to znači da dublje razloge za nezainteresovanost učenika srednje škole za umetnost, u našem slučaju za pozorište, ipak treba potražiti na drugim mestima. Ta *druga mesta* su procesi prenošenja sadržaja socijalizacije koji se odvijaju između agenasa socijalizacije i učenika srednjih škola o čemu ćemo pisati u sledećim poglavljima.

Ovo istraživanje navodi nas na jedan interesantan zaključak po pitanju odnosa države i pozorišta, a to je da država „podrazumeva” da učenici srednjih škola idu u pozorište. Videli smo da se u pravilnicima o nastavnim planovima i programima pozorište dosta puta pominje u „preporučenim i obaveznim sadržajima po temama”, ili u delu koji govori o „načinu ostvarivanja programa”. Međutim, analizirajući kontekst u koji je stavljeno pozorište nema sumnje da se u pravilnicima upravo „podrazumeva” da učenici redovno idu u pozorište (ili u bioskop, muzej, galerije, biblioteke, koncerte i sl.). Uporište za ovu tvrdnju nalazimo u svim analiziranim pravilnicima. Jedan od primera jeste uputstvo za vođenje nastave iz predmeta Srpski jezik i književnost na temu govornog i pismenog izražavanja. Profesori kao zadatak učenicima treba da traže *kraći prikaz samostalno pogledane pozorišne predstave*, ili da učenici u *dužoj monološkoj formi izlažu o pozorišnoj predstavi*. To „podrazumevanje samostalno pogledanih pozorišnih predstava” nalazimo i u *Pravilniku o opštim standardima postignuća za kraj opšteg srednjeg obrazovanja i srednjeg stručnog obrazovanja u delu opšteobrazovnih predmeta*, gde su željeni standardi opštih međupredmetnih kompetencija za kraj srednjeg obrazovanja veoma visoki, tačnije, previsoki. Po pitanju estetičkih kompetencija, u Pravilniku piše: *učenik se osposobljava da iskazuje opažanja, osećanja i ideje u vezi sa umetničkim izrazima u različitim medijima, da kultiviše kulturne navike, da izgrađuje autonomne estetske kriterijume i preferencije i sudi u skladu s njima*. Od diplomiranog srednjoškolca se, između ostalog, očekuje: *da analizira i kritički vrednuje umetnička dela koja su predstavnici različitih stilova i epoha, kao i dela koja odstupaju od karakteristika dominantnih pravaca*. Kako ovde nisu navedena posebna umetnička dela, na primer književna, likovna ili muzička, pod *umetnička dela* podrazumevamo i pozorišna umetnička dela. Sposobnost *kritičkog vrednovanja umetničkih dela* zahteva veliki korpus znanja i veština. U slučaju pozorišta takvo umeće zahtevalo bi redovne posete pozorištu, čitanje dela iz oblasti teorije i istorije pozorišta, informisanost o aktuelnim pozorišnim tendencijama i sl. Nema sumnje da autori standarda estetičkih kompetencija to pouzadno znaju. Sigurni smo da pozdano znaju i kakvo je stanje u obrazovanju u praksi, u školama i na

kom su nivou postignuća učenika srednje škole, jer u SROS-u piše da je jedna od ozbiljnih unutrašnjih slabosti opšteg i umetničkog srednjeg obrazovanja i vaspitanja upravo *nizak kvalitet nastave i znanja s kojim učenici izlaze iz škole pa su nedovoljno pripremljeni za akademski nivo školovanja*. U takvim okolnostima, zahtev za kritičkim vrednovanjem umetničkih dela, čini se kao sarkazam.

Najrelevantniji podatak, ali i zaključak ovog dela istraživanja jeste da država, putem obrazovnog sadržaja socijalizacije ističe značaj pozorišta ali ono je samo jedna od preporučenih mogućnosti, ali ne i obaveza, u čemu se najbolje oslikava odnos države prema pozorištu u delu obrazovne politike. Država kao najveći izvor sadržaja socijalizacije ističe značaj pozorišta kao posebne umetnosti i značaja pozorišta za obrazovanje, ona to naglašava i preporučuje ali ostavlja školi i nastavnom kadru, odnosno agensima socijalizacije da se „time bave”. Država, takođe, finasira pozorišta, čime u načelu ispunjava obavezu dostupnosti ove umetnosti, ali isto tako, ona upravo putem zakona i propisa u obrazovanju skida sa sebe bilo kakvu odgovornost za dalje delovanje u toj oblasti, kao što je razvoj kulturnih potreba i kulturne potrošnje. Na ovaj način, uspostavljen je dobro poznati sistem u kome, u slučaju ovog istraživanja, nema odgovornih za veliku nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorište. Kako to sociolog Koković kaže: „kultura je nesvodljiva samo na standard i pitanje sredstava. Nije značajno samo da društvo izdvaja za kulturu, važniji je problem društvenog sistema kako da usvoji rezultate kulture” (2013: 308).

2.2.2. Uloga kulturne politike u procesu socijalizacije

Kulturna politika predstavlja javnu praktičnu politiku državnih organa uprave i tela na koje država prenosi određene upravljačke nadležnosti u oblasti kulture (Đukić, 2010a: 63). Kulturna politika prelazi u nadležnost državnih organa uprave u vreme stvaranja nacionalnih država širom sveta. Od tog vremena zabeleženo je postojanje više modela kulturne politike koji su se međusobno razlikovali po strateškim opredeljenjima, više ili manje demokratskom odnosu prema kulturi, stavovima o umetničkom stvaralaštvu i instrumentima kojima je konkretna kulturna politika sprovedena. Iskustva, a posebno ona nastala od polovine XX veka, nedvosmisleno pokazuju da je za celovit, ravnomeran i delotvoran razvoj kulture jednog društva neophodno postojanje „vrhovne“ zamisli (Sailović, 2012: 122), odnosno postojanje jasne vizije. Ta vizija mora biti utemeljena u realno sagledane okolnosti, koncentrisana na mogućnosti i uobličena u odgovarajuću kulturnu politiku.

Praktična javna politika u oblasti kulture nužno zahteva i primenu određenih instrumenata (teorijski pojam), ili sredstava, tj. alata (pojmovi u praktičnoj upotrebi) koji stoje na raspolaganju vlastima ili ovlašćenim telima da kreiraju i vode praktičnu politiku.³² Strateško planiranje je jedan od osnovnih instrumenata kulturne politike jer se pomoću njega upravlja kulturnim razvojem. Ovaj instrument prema prirodi delovanja pripada tzv. organizacionim, a prema smeru delovanja stimulativnim, podsticajnim instrumentima kulturne politike. „Kao takav, omogućava, olakšava i ubrzava određene razvojne procese, zadovoljava postojeće i stvara nove kulturne potrebe i povoljnu društvenu klimu za svestrani razvoj kulturnog života“ (Đukić, 2010a: 119). „Produkt strateškog procesa jeste dokument, dugoročni plan kojim su definisana ključna pitanja kulturnog života i kulturnog razvoja. Strateški plan sadrži idejni koncept kulturne politike (viziju, svrhu, ciljeve, prioritete i strategije kulturne politike), kao i plan potrebnih aktivnosti i finansijskih sredstava za njegovo ostvarenje. Osnova svakog strateškog plana je analiza situacije koja treba da ukaže na snage i slabosti kulturnog sistema, kao i mogućnosti i rizike koji dolaze iz njegovog okruženja. U slučaju da se ona u strateškom procesu izostavi, onda je plan rezultat pretpostavki, a ne činjeničnog stanja“ (Ibid, 121).

Menadžment u kulturi, pa tako i menadžment pozorišta, naslanja se na kulturnu politiku i upravljanje procesom stvaranja, difuzije i recepcije usklađuje sa zakonskim propisima kojima se sprovodi javna praktična politika u oblasti kulture. Legislativa, odnosno sva zakonska, podzakonska (uredbe, pravilnici, statuti, ugovori i dr.) i normativna akta (međunarodni sporazumi i konvencije koje se ratifikuju u skupštini) predstavljaju pravno-politički instrument koje koristi kulturna politika u cilju upravljanja kulturnim razvojem. U daljem tekstu ovog poglavlja će kroz analizu trenutnog stanja kulturne politike u Srbiji, posebna pažnja biti poklonjena politici države prema pozorištu, kao pojedinačnoj oblasti kulture.

2.2.2.1. Stanje u kulturi kao ogledalo kulturne politike u Srbiji

Srbija je, na žalost, izuzetno dobar primer vođenja kulturne politike bez definisane vizije i ciljeva kulturnog razvoja od 90-tih godina XX veka. Govoreći o problemima kulturne politike u Srbiji, Đukić navodi da kulturnu politiku Srbije odlikuje održavanje nasleđenog

³² Više o instrumentima videti u: Dragičević-Šešić M. i Stojković B., *Kultura, menadžment, animacija, marketing*, CLIO, Beograd 2007, str. 47-53; Đukić V., *Država i kultura – studije savremene praktične politike*, Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd 2010, str. 118-169.

sistema u prošlosti uprkos tome što on ne prepoznaje probleme i potrebe savremenog društva, nema karakteristike savremenih kulturnih politika, te da je osnovni problem sadržan u činjenici da ne postoji dugoročna teritorijalna strategija kulturnog razvoja. Godišnji programi, kakve donosi Ministarstvo kulture, nisu strateški programi. Oni ne sadrže viziju kulture i strategije kojima ta vizija može da bude ostvarena (2010a: 380-381).

Prikaz stanja u kulturi Srbije, iz ugla kulturne politike, dat je u *Compendiumu* Saveta Evrope (Dragičević-Šešić i saradnici, 2011). U ovom pregledu najpre je iz istorijske perspektive prikazan razvoj kulturne politike u Srbiji, zatim je kroz analize opštih ciljeva i principa kulturne politike, podele nadležnosti, predstavljanje tekućih pitanja koja dominiraju ovom oblašću i sagledavanje pravnih, finansijskih i organizacionih pitanja, data opšta slika trenutnog stanja. Iz konkretnih primera i podataka iznetih u *Compendiumu* na prvi pogled uočavaju se negativne posledice koje po kulturu stanovnika Srbije ima tesna veza ove oblasti sa politikom. Problem nastaje prilikom nesklada između potreba društva za odgovarajućim kulturnim razvojem i sposobnosti, spremnosti i interesa političkih činilaca koji imaju mandat da upravljaju ovom oblašću. Kao negativne posledice ove pojave javljaju se česte promene strateških ciljeva, obustavljanja započetih aktivnosti, preusmeravanja finansijske podrške i konačno relativno česte kadrovske promene na najvišim nivoima menadžmenta, motivisane najčešće dnevno-političkim potrebama (Sailović, 2012: 141).

Nacionalni savet za kulturu (NSK) se, na kraju 2015. godine, oglasio sa kraćom analizom situacije u kulturi u proteklom periodu, što je svakako najbolji pogled na trenutno stanje u kulturi u Srbiji. Na prvom mestu govore o problemu nepostojanja Strategije kulturnog razvoja Republike Srbije, čiji je zakonski rok za usvajanje istekao pre gotovo šest godina. Muzej savremene umetnosti i Narodni muzej, koji su u rekonstrukciji veći broj godina, i dalje ne rade. Ministarstvo kulture krši Zakon o kulturi jer do polovine decembra nije raspisalo konkurs za projekte;³³ budžet za kulturu je realno smanjen u odnosu na prošlogodišnji za 500 miliona dinara (u 2015. godini ukupan iznos koji se izdvaja za kulturu bio je 7.530.247.000 dinara a u 2016. 6.914.497.000) a ovo smanjenje ne proizilazi jedino iz činjenice da se neće više finansirati RTS i jer su ugašeni Tanjug i Radio Jugoslavija. Povećanje plata u javnom sektoru jedino se ne odnosi na zaposlene u kulturi. NSK izražava bojazan da Ministarstvo nije uspostavilo neophodan sistem u funkcionisanju sektora kulture. Stvara se utisak da se svuda, pa i u sektoru kulture koriste marketinška „pakovanja” za odvratanje pažnje građana od

³³ U važećem Zakonu o kulturi, u Članu 11. stoji: „Konkursi se raspisuju za svaku narednu budžetsku godinu najkasnije do 1. oktobra tekuće godine”.

suštinskih pitanja. Ovaj nedostatak se najjasnije vidi na primeru ustanova kulture. Mnoge od njih imaju direktore u statusu vršioca dužnosti, a to znači da imaju menadžment koji, zbog privremene pozicije, ne može da kreira koncepciju ustanove i da vrši dugoročno planiranje. U Članu 37. Zakona o kulturi kaže se da „vršilac dužnosti direktora može obavljati tu funkciju najduže jednu godinu”. Uprkos zakonskoj obavezi, ona nije poštovana, tako su direktori više ustanova kulture u v.d. statusu znatno duže od zakonski dozvoljenog roka. NSK koji je po Zakonu obavezan da prati kulturna zbivanja u državi, zaključuje da se kulturni život odvija stihijski, nedovoljno planirano, a da je glavna motorna snaga kulturnog života i stvaralaštva – ne kulturna strategija i politika države već energija i entuzijazam pojedinaca. Status kulturnih radnika danas je niži nego ikada.³⁴

2.2.2.2. Zakonodavstvo u domenu kulturne politike u Srbiji

Pravna regulativa koja se odnosi na oblast kulture u Srbiji može se podeliti na dve celine: opštu pravnu regulativu koja se u pojedinim delovima odnosi na oblast kulture i pravnu regulativu u kulturi. Prvu celinu, pored Ustava, čini još i jedan broj zakona i podzakonskih dokumenata, relativno novijeg datuma (usvojenih nakon 2000. godine). Drugu celinu čine Zakon o kulturi (Sl. glasnik RS br. 72/09, 13/16) i skup zakona po sektorima kulturnih delatnosti, kao i podzakonskih dokumenata, među kojima nema zakona o pozorištu.

U Srbiji je osnov za uređenje oblasti kulture dat u Ustavu. To su uglavnom načelne odredbe koje se zasnivaju na *Deklaraciji o pravima čoveka*. Nakon 2000. godine, dešavala se opšta reorganizacija države, a promena zakonodavstva započinjala je na bazičnim zakonima. „Parafrazirajući, prvo su morala biti rešena osnovna pitanja u državi, da bi se moglo misliti o kulturi” (Nikolić, Kuvekalović i Komar, 2011: 145). Zakon o kulturi usvojen je tek 2009. godine.³⁵ Ovim zakonom kulturna politika označena je kao *skup ciljeva i mera podsticanja kulturnog razvoja*. Navedena su načela kulturnog razvoja, i to tako, piše Sailović, da je uočljiva njihova zasnovanost u teoriji kulturne politike i opredeljenje za osnovne evropske vrednosti i pravce razvoja kulture (Sailović, 2012: 124). Krajem 2015. godine usvojen je *Predlog izmena Zakona o kulturi*. Kako je navedeno u saopštenju, Vlade Republike Srbije, predloženim izmenama biće unapređen celokupan sistem kulture u Srbiji sa jasno utvrđenim prioritetima kulturne politike i većom transparentnošću u svim segmentima, čime će biti

³⁴ <http://www.nsk.gov.rs/aktuelno.php> (pristupljeno 25. 01. 2016).

³⁵ Interesantno je pomenuti da je tokom 2004. godine 15.000 hiljada umetnika i zaposlenih u kulturi potpisalo i podnelo peticiju zbog zakona o kulturi a on je usvojen tek 5 godina kasnije.

otklonjeni uočeni nedostaci u dosadašnjoj primeni Zakona o kulturi.³⁶ S obzirom da se prioriteti utvrđuju tek u odnosu na dugoročne strateške ciljeve, a oni u slučaju Srbije nisu definisani, jer još uvek nije usvojena *Strategija razvoja kulture*, nameće se logično pitanje: u odnosu na koje ciljeve će se definisati prioriteti kulturne politike?

Jedna od najznačajnijih novina, koju je doneo *Zakon o kulturi* iz 2009. godine je formiranje *Nacionalnog saveta za kulturu*, čija je uloga da obezbedi trajnu ekspertsku podršku u očuvanju, razvoju i širenju kulture. Predviđeno je da Savet ima 19 članova sa mandatom od pet godina, koji će biti birani iz krugova eminentnih i priznatih umetnika i profesionalaca kulturnog sektora. Funkcija Saveta je analitička i konsultativna, tačnije Savet analizira, predlaže i sugerije (v. Član 17). Poseban zadatak Saveta, po tom Zakonu, jeste učestvovanje u izradi predloga strategije kulturnog razvoja i monitoringa nad njenom implementacijom. Predviđeno je da strategija bude usvojena u Skupštini i da se odnosi na period od narednih 10 godina. Od usvajanja ovog Zakona prošlo je skoro sedam godina – *Strategija razvoja kulture* još uvek nije usvojena. Jedna od interesantnih promena u izmeni Zakona iz 2016. godine, tiče se upravo zadataka i poslova Nacionalnog saveta za kulturu vezanih za izradu strategije razvoja kulture. Nacionalni savet za kulturu više ne „učestvuje u izradi” već samo „razmatra i daje mišljenje o predlogu strategije razvoja kulture”.³⁷

Promene koje donosi izmena Zakona u kulturi, takođe su terminološke prirode. Član 8. definiše oblasti i poslove koji se smatraju kulturnom delatnošću, pa će *scensko stvaralaštvo i interpretacija (drama, opera, balet i ples)*, biti zamenjeno izrazom *pozorišna umetnost (stvaralaštvo, produkcija i interpretacija)*. Poslednja izmena Zakona o kulturi iz 2016. godine takođe ne donosi jasnije smernice po pitanju pozorišta. Zakon o pozorištu je u pripremi duže od deset godina, a u predlogu zakona u fokusu su pitanja politike zapošljavanja i kadra, tipovima pozorišnih institucija i dr.

³⁶<http://aktuelno.net/vesti/srbija/Usvojen-predlog-izmena-i-dopuna-Zakona-o-kulturi/cl/479134> (pristupljeno 25. 01. 2016).

³⁷ Javnu raspravu povodom ovih, novih, rešenja u ovoj važnoj oblasti organizovala je Kulturno-prosvetna zajednica Beograda. Na „Parlamentu kulture” učesnici su se osvrnuli na zakonske i stvarne probleme, pa je u ime Nacionalnog saveta za kulturu, Slobodan Vujović, izrazio stav ovog tela: „Kada je Ministarstvo primetilo da se Savet razume u kulturu, u nacrtu novog Zakona izbrisalo je nadležnosti Nacionalnog saveta za kulturu koje su predviđene u prethodnom Zakonu. Cilj je da se Savet svede na debatni klub koji ne obavezuje Ministarstvo. Umesto da Savet učestvuje u izradi zakona, Savet samo daje mišljenje. U nacrtu novog Zakona, Ministarstvo kulture je zaobišlo svoju obavezu da se napravi radna grupa za predlog Zakona o kulturi. Novi predlog je radila neka neidentifikovana grupa činovnika”.
<http://www.ilustrovana.com/politika/poslednja-rupa-na-jedanaestoj-svirali> (pristupljeno 26. 01. 2016).

2.2.2.3. Pravo na kulturu i zadovoljavanje (ne)postojjećih kulturnih potreba građana

Ustav predstavlja najvažniji pravno-politički dokument neke države. Republika Srbija Ustavom garantuje pravo na kulturu i zadovoljavanje potreba građana u oblasti kulture. Samim tim država se obavezuje da uredi i obezbedi sistem u oblasti kulture, a lokalnim samoupravama delegira obavezu da se staraju o zadovoljavanju potreba građana u oblasti kulture. U Zakonu o kulturi, načelo kao što je – *otvorenost i dostupnost kulturnih sadržaja*, ili određenje opših interesa u kulturi kao što je *obezbeđivanje uslova za dostupnost kulturnih sadržaja* ili *stvaranje uslova za slobodan protok i razmenu kulturnih izraza i sadržaja*, zapravo *podrazumeva* postojanje kulturne potrebe, gde svrstavamo i potrebu za pozorišnim umetničkim stvaralaštvom. Međutim, „kulturne potrebe, što naglašava veliki broj autora nisu nešto empirijski dato” (Nemanjić, 1991: 23). Upravo iniciranje i razvoj kulturnih potreba građana, a posebno dece i mladih morao bi biti najveći interes u kulturi jedne države i poduzete sistematske i kontinuirane aktivnosti na ovom polju.

Zakonski okvir u kulturi ni na jednom mestu ne definiše šta se pod pojmom „potreba u oblasti kulture” podrazumeva. Kulturna potreba se „uzima zdravo za gotovo” – postojanje ove kompleksne i složene potrebe, kulturna politika jednostavno „podrazumeva” kao nešto „empirijski dato”. Međutim, to nije tako i to je odavno poznato stručnoj ali i široj javnosti. Opšte je mesto da je kulturna potreba viši nivo potreba, tako da se prvo niži nivoi potreba moraju zadovoljiti pre nego što se uopšte aktiviraju potrebe viših nivoa. Kada pojedinac više nije gladan ni ugrožen, aktiviranje viših nivoa potreba, a kulturne potrebe su najviši nivo, konačno je uslovljeno nivoom obrazovanja i informisanosti. Kreatorima kulturne politike i autorima zakona u oblasti kulture morale bi biti poznate teorije o kulturnoj potrebi i načinu na koji se ona ispoljava i razvija. Iako Nemanjić ističe da „u svojoj antropološkoj osnovi, kao svest, kao prirodna inteligencija, kao imaginacija, kao sposobnost za simboličku transformaciju i komunikaciju – kulturna potreba je manje ili više prisutna kod svih ljudi” (Nemanjić, 1974: 68), on takođe posebno naglašava da se „ne može očekivati pojavljivanje kulturne potrebe ukoliko ne postoji ono što je izaziva, ono što je podržava, što je orjentiše i daje joj smisao (Ibid, 1991: 23). Ukoliko pojedinac i pored posedovanja sposobnosti za simboličku transformaciju i komunikaciju u toku detinjstva i mladosti nema kontinuiranog i smislenog kontakta sa umetnošću, kulturna potreba ostaje „neispoljena i nerazvijena” (Ibid, 1974: 68).

2.2.2.4. Kulturna politika u oblasti pozorišnog stvaralaštva

Od antičke Grčke pa sve do našeg doba, država učestvuje u organizaciji pozorišne delatnosti. Najpre vladari, a zatim država preuzimaju ulogu osnivača, finansijera, organizatora i stalnog kontrolora najznačajnijih pozorišnih ustanova. Ta uloga podrazumeva traganje za organizacionom formom koja će predstavljati optimalan sistem namenjen kako podršci i predstavljanju stvaralaštva, tako i promociji države i nacije (Sailović, 2012: 13).

Oblast pozorišta se u zemljama Evropske Unije relativno često i na dosta različitih načina reguliše neposrednim zakonom. Najčešće se ovaj tip zakona oslanja na rešenja koja o opštim pitanjima rada donose drugi zakoni i usredsređuju se na one osobene oblasti koje odlikuju samo pozorišno stvaralaštvo i njih posebno reguliše. Srpsko zakonodavstvo još uvek nema zakon o pozorištu. „Iz Ministarstva kulture s vremena na vreme izade po koja izjava da će se raditi na Zakonu o pozorištu ali se do danas ništa konkretnije nije desilo” (Vukanović, 2011: 23). Savez dramskih umetnika Srbije je pokrenuo i svojevrsnu raspravu i organizovao izradu predloga zakona ali do danas nije došlo do političke akcije po ovom pitanju. Ministarstvo kulture Republike Srbije, odnosno njegov Sektor za savremeno stvaralaštvo, sprovodi kulturnu politiku Srbije u oblasti pozorišnog stvaralaštva. Ta kulturna politika ogleda se u korišćenju, najčešće ekonomskih instrumenata, odnosno putem budžetskog finansiranja ustanova i sufinansiranja putem godišnjih konkursa.

Analizirajući rezultate poslednjeg konkursa (za 2016. godinu) za finansiranje i sufinansiranje projekata iz oblasti scenskog stvaralaštva i interpretacije – pozorište, dodeljena su sredstava za svega 18 projekta koji se tiču produkcije. Rezultati ovog konkursa izazvali su revolt stručne javnosti, dok je Udruženje dramskih umetnika Srbije, ocenilo da su Komisija i Ministarstvo jasno i nedvosmisleno uskratili finansijsku podršku za projekte kako ustanovama kulture, tako i samostalnim dramskim umetnicima, čime su ugrozili proklamovanu kulturnu politiku. Reagovalo je i udruženje Asitež (Assitej) Srbija, rečima da je ovakvim izborom nedopustivo velikom broju organizacija i umetnika u potpunosti ukinuto pravo na rad, te da kultura u kojoj se ne čuje mnoštvo različitih glasova, ne vidi mnoštvo različitih poetika, koja je zatvorena za mlade stvaraoce, samu sebe ozbiljno dovodi u pitanje. Na čelu te komisije bila je Aja Jung, te je neophodno napraviti paralelu između 61. Sterijinog pozorja za koje je odvojeno 5.000,000 dinara i 13. po redu Beogradskog festivala igre kome je dodeljeno 12.000,000 dinara a čiji je osnivač pomenuta Aja Jung. Za sufinansiranje projekata u oblasti kulturnih delatnosti dece i za decu i mlade odvojeno je svega 16.200,000 dinara za ukupno 45

projekata među kojima možemo da izdvojimo samo jedan koji se tiče naše teme: Kulturnom centru Kruševac, odobreno je 300,000 dinara za TIN FEST – Festival srednjoškolskog teatra Grada Kruševca. Ovaj podatak se u kontekstu našeg istraživanja može tumačiti na sledeći način: Po poslednjem popisu iz 2011. godine broj učenika srednjih škola (uzrast 15–19) je 401.994³⁸, što znači da je Država za 2016. godinu uložila 0,74 dinara po glavi u razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

Analizirajući Zakon o kulturi i način na koji je ovaj konkurs sproveden, dolazimo do činjenica da je Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije, što je već ustaljena praksa, prekršilo Član 11. Stav 2. Zakona o kulturi, kojim je jasno definisano da se konkursi raspisuju za narednu budžetsku godinu najkasnije 30 dana od usvajanja budžeta za narednu godinu, a otvoreni su 24. februara 2016. godine, iako je budžet za 2016. usvojen još 12. decembra 2015. godine. Ovakav način delovanja, donošenje *ad hoc* odluka i rešenja, direktno kršenje Zakona od strane zakonodavaca možemo slobodno posmatrati kao sistematsko i neskriveno urušavanje čitavog kulturnog sistema, a kao tragikomične u pokušaju da zamislimo sastanak na kome bi se sa predstavnicima političke vlasti razgovaralo o dugoročnim negativnim implikacijama na društvo koje ima nedostatak interesa srednjoškolaca za pozorište. Sve ovo ukazuje na ustaljene oblike ponašanja u praksi koji su rezultat neznanja, nestručnosti, neiskustva i nezainteresovanosti za bilo koje javne, do sopstvenih i interesa sebi bliskih.

Novosadska pozorišta koja su u fokusu ovog istraživanja su budžetske ustanove kulture i posluju kao javna služba³⁹, te kulturnu politiku koja se odnosi na njihovo delovanje moramo sagledati sa tri aspekta. Ta tri aspekta su država, pokrajina i lokalna samouprava koji su osnovali ili preuzeli osnivačka prava, finansiraju javne ustanove kulture i imenuju njihove rukovodioce. Zakon o kulturi obavezuje ustanove kulture da svoje delovanje baziraju na ciljevima kulturne politike, i u skladu sa Strategijom razvoja kulture Republike Srbije. U slučaju pokrajine one svoje delovanje usklađuju i sa Programom razvoja AP Vojvodine (APV), jer APV nema usvojenu Strategiju kulturnog razvoja, iako je pre izvesnog broja

³⁸<http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/Popis2011/Starost%20i%20pol-Age%20and%20sex.pdf> (pristupljeno 25. 07. 2016).

³⁹Zakon o javnim službama („Sl. glasnik RS”, br. 42/91, 71/94, 79/2005 – dr. zakon, 81/2005 – ispr. dr. zakona, 83/2005 – ispr. dr. zakona i 83/2014 – dr. zakon). Osnovne odredbe, Član 1, Javnom službom u smislu ovog zakona smatraju se ustanove, preduzeća i drugi oblici organizovanja utvrđeni zakonom, koji obavljaju delatnosti odnosno poslove kojima se obezbeđuje ostvarivanje prava građana odnosno zadovoljavanje potreba građana i organizacija, kao i ostvarivanje drugog zakonom utvrđenog interesa u određenim oblastima.

godina ona bila započeta izradom strateške analize sistema državne uprave u oblasti kulture (Đukić-Dojčinović, Srećkov i Bosnić, 2007). U slučaju grada pozorišta deluju i na osnovu plana razvoja kulture grada, a takođe u skladu sa zakonom i Strategijom (Član 7). Kao što je poznato, do danas Strategija razvoja kulture Republike Srbije nije usvojena.

Budžetsko finansiranje (Đukić, 2010a: 142–143) je bilo predmet teorijskih kritika ne samo od strane teoretičara u onim zemljama u kojima je razvijen državni model kulturne politike, već možda i više u onim u kojima je razvijen paradržavni model. Đukić, kao osnovnu karakteristiku ovakvog načina finansiranja, u Srbiji, ističe to što državni organ uprave dodeljuje budžetska sredstva na osnovu kriterijuma koji ne moraju biti transparentni za javnost, i bez evaluacije ostvarenih prošlogodišnjih rezultata. Ovo podrazumeva ključnu ulogu upravnih i nadzornih odbora javnih ustanova kulture koji mogu usvojiti finansijske izveštaje kao i izveštaje o radu iako nemaju jasno definisane kriterijume i indikatore evaluacije. Ovakav način birokratskog odlučivanja o raspodeli finansijskih sredstava doprinosi tome da ustanove ne razvijaju programsko-organizacione kompetitivne strategije menadžmenta u kulturi. Dugoročno posmatrano, rezultat ovakve politike finansiranja je mala posećenost programa, što je u suprotnosti sa polaznom intencijom države da doprinese većoj dostupnosti kulturnih i umetničkih sadržaja. Sama dostupnost kulturnih i umetničkih sadržaja više nije dovoljna. Ideju dostupnosti zastupao je Anre Malro, ministar kulture Francuske (ministar od 1959–1969), smatrajući da je elitnu kulturu stvorenu u velikim kulturnim metropolama i centrima potrebno i dovoljno širiti kanalima demokratizacije, da bi samim tim što je takva kultura dostupna, svaki čovek koji živi na periferiji kulturnog stvaralaštva mogao učestvovati u kulturnom životu (prema Đukić, 2010a: 65–66). Đukić naglašava da je danas neophodno da se građani uključe u kulturni život kroz inovativne metode kulturne politike i menadžmenta u kulturi. Pojam *uključivanje u kulturni život* se sa razvojem kulturnih politika razvio u *učestvovanje (participacija)* i on pre svega podrazumeva aktivan odnos prema kulturnom stvaralaštvu i kulturnom životu zajednice od strane publike i građana, za razliku od dostupnosti koja se ostvaruje najpre akcijom državnih organa uprave i lokalne samouprave (Ibid: 66). Međutim, na osnovu istraživanja koje je sprovela Ninamedia⁴⁰ 2014. godine, čak 81% mladih u Srbiji smatra da mladi ne učestvuju dovoljno u kulturnim aktivnostima, i preko 70% mladih smatra da nema dovoljno dostupnih kulturnih sadržaja za mlade.

⁴⁰ Nina Media Clipping, 2014, *Položaj i potrebe mladih u Srbiji*; Istraživanje rađeno za potrebe Ministarstva omladine i sporta; str. 94 i 95. U: *Nacionalna strategija za mlade za period od 2015. do 2025. godine* http://www.mos.gov.rs/mladisuzakon/attachments/article/389/nacionalna_strategija_za_mlade0101_cyr.pdf (pristupljeno 30. 01. 2016).

Postojeća pravna regulativa ne odgovara prirodi rada u pozorištu. Ni Zakon o kulturi, na primer, ne uvažava specifičnosti pozorišne umetnosti – od načina planiranja, preko javnih nabavki, pa do zapošljavanja kadrova, i nije primenjiv, posebno zbog suprotnosti sa Zakonom o radu. U zakonima nema ni posebne regulative o pozorištu koja bi definisala šta su stručni, a šta umetnički poslovi, što je neophodno da bi se napravila sistematizacija radnih mesta. Zbog Zakona o budžetskom sistemu, kojim je predviđeno angažovanje 10 odsto od ukupnog broja zaposlenih, pozorišta dolaze u situaciju da moraju da krše zakon da bi održale svoje repertoare.⁴¹ Ovakva zakonska rešenja pravi su primer implicitne kulturne politike koja na vrlo negativan način utiče na oblast pozorišta. Aleksandar Milosavljević, direktor Srpskog narodnog pozorišta, daje primer na problemu sa izvođenjem baletskih predstava: „Naš baletski repertoar nosi 15, 16 mladih igrača baleta, koje niti mogu da angažujem, a da ne prekršim zakon, niti mogu da ih zaposlim dok, s druge strane, nemam pravne mogućnosti da penzionišem one koji već odavno ne mogu da nastupaju na sceni. Ako hoćemo da pozorište funkcioniše i da bude izvođen pun repertoar nužno je kršiti Zakon”.⁴² Problem zakonske nemogućnosti da se penzionišu ili otpuste zaposleni u pozorištima, dovodi do potpuno paradoksalne situacije jer u pozorištima ima previše zaposlenih u svim a najviše u administrativnom sektoru. Ministar kulture i informisanja Ivan Tasovac kazao je da su ti problemi prepoznati ali da se sa zabranom zapošljavanja ne suočavaju samo pozorišta kao zasebni deo kulture, već sve institucije. On je kazao da je problem potrebno rešiti sistemski i da se ne može govoriti samo o zahtevima jedne grupe. Ovakva izjava bila bi pozdravljena, za razliku od stava ministarstva kulture iz 2012. godine: „da je oblast pozorišta adekvatno regulisana Zakonom o kulturi i nema potrebe da se donosi poseban zakon za ovu oblast”⁴³, da iskustva ne pokazuju da su izjave gotovo svih ministara u Srbiji samo deklarativne prirode, te ih stručna javnost ne uzima (odavno) više za ozbiljno.

Program razvoja APV za period 2014–2020 razvojni je dokument u oblasti regionalnog razvoja, koji na celovit način definiše prioritete APV do 2020. godine. Ovaj dokument definiše četiri osnovna prioriteta kao strateške pravce i ciljeve razvoja APV: I

⁴¹ Iako je prema Zakonu o budžetskom sistemu zabrana zapošljavanja u javnom sektoru trebalo da bude na snazi do kraja 2015. godine, po najnovijim saznanjima, ona će biti produžena do kraja marta 2016. godine. Zabrana zapošljavanja ne primenjuje se na sudije, javne tužioce i zamjenike javnih tužilaca, na izabrana, postavljena i imenovana lica, poput ministara, savetnika i poslanika. Izuzeti su i direktori javnih preduzeća, ustanova i agencija.

<http://www.blic.rs/vesti/ekonomija/saznajemo-zabrana-zaposljavanja-bice-produzena-za-jos-tri-meseca/ezt8vh9> (pristupljeno 30. 01. 2016).

⁴² <http://ludus-online.rs/zakonske-omce-o-vratu-teatra/> (pristupljeno 30. 01. 2016).

⁴³ Istraživanje BIRN-a, 2012.godina, <http://www.balkaninsight.com/en/article/pozorista-bez-zakona> (pristupljeno 30. 01. 2016).

Razvoj ljudskih resursa; II Razvoj infrastrukture i uslova za pristojan život i rad; III Održivi privredni rast; IV Razvoj institucionalne infrastrukture. U ovom dokumentu kultura nije prepoznata kao sektor koji bi doprineo generisanju materijalnih dobara, ali jeste kao vrednost koja povećava kvalitet života. Iz tih razloga u prioritetima strateških pravaca razvoja APV, koji se tiču razvoja infrastrukture i uslova za pristojan život i rad, ovaj dokument pred aktere u politici i kulturi postavlja zadatak definisan kao mera za unapređenje kulturnih i sportskih sadržaja u lokalnim samoupravama u cilju povećanja životnog standarda stanovništva i njihove atraktivnosti, posebno za mlade. U delu koji opravdava iniciranje i detaljno opisuje šta ova mera zapravo predstavlja, pobrojane su mogućnosti i društveni uticaj koji unapređenje kulture ima: od doprinosa kvalitativnom unapređenju uslova života i standarda, preko obezbeđivanja kvalitetnog korišćenja slobodnog vremena za sve generacije, stvaranja novih kulturnih navika u seoskim sredinama, i konačno, do indirektnog podsticanja opšteg demografskog razvoja. Važno je pomenuti da kreatori programa razvoja APV u ovom dokumentu naročito ističu da je mlade neophodno uključiti u sve procese jer mladi u Vojvodini predstavljaju važan resurs na putu napretka čitavog društva, i objektivno konstatuju da su mladi specifična kategorija društva koja se susreće sa problemima nedostatka sistemske brige o njihovim potrebama.

Kao i u svim domaćim strateškim dokumentima i u ovom se u daljem tekstu deklarativno opisuje koje su aktivnosti „indikativne” kao i krajnje indikatore rezultata predloženih mera. Ono što je relevantno za naše istraživanje jesu indikativne (pokazne) aktivnosti za partnere u implementaciji koji su navedeni na kraju izlaganja o ovim merama. Najpre se navodi aktivnije uključivanje zajednice, pojedinaca, neprofitnog sektora u programe i inicijative kojima se promoviše kulturno i umetničko stvaralaštvo, što možemo razumeti kao meru u cilju razvoja publike, jer dobro osmišljeno i sprovedeno promovisanje kulturnog i umetničkog stvaralaštva može značajno doprineti razvoju interesovanja za umetnost i kulturu. Zatim, autori ovog dokumenta navode i organizovanje kulturnih sadržaja sa ciljem obrazovanja stanovništva o značaju kulture, očuvanja autentičnog kulturnog nasleđa, kulture kao faktora ruralnog razvoja i instrumenta inkluzije, kao i sa ciljem širenja svesti o mogućnostima preduzetništva i samozapošljavanja u oblasti kulture. Promovisanje kulturnog i umetničkog stvaralaštva i organizovanje kulturnih sadržaja sa ciljem obrazovanja stanovništva o značaju kulture možemo da tumačimo putem teorije o obrazovnom PR-u, K. Digla (1998), koji govori upravo o aktivnostima pomoću kojih je moguće promeniti stavove i mišljenja onih koji „ne vole” umetnost. Digl smatra da je potrebno „smisliti na koji način ćemo ljudima

približiti umetnost posredstvom veštih posrednika i kreativno zamišljenih programa, kako ćemo im omogućiti prvu *degustaciju* umetnosti van dvorana koje obično koristimo” (Ibid, 225). Preporuke ovog strateškog dokumenta su suštinski dobre, pitanje je samo šta i koliko toga se realizuje u praksi. Neophodno je priznati delimično nerazumevanje po pitanju pojma „indikativne aktivnosti”. Jasno je da navedene aktivnosti, partnerima u implementaciji mera Programa razvoja, samo ukazuju na mnoge mogućnosti, ali ostaje nejasno da li to znači da te aktivnosti partneri „mogu”, „treba” ili, u nekom izvesnom stepenu, „moraju” da preduzmu. Zapravo, osnovna dilema leži u nerazumevanju partnerskog odnosa u budućoj implementaciji ovog programa, i pitanju šta ukoliko niko od navedenih partnera ne preduzme niti jednu od navedenih aktivnosti? Na koji način se obezbeđuje ispunjenje osnovnih ciljeva Programa koji treba da dovedu do ukupnog razvoja APV?

Drugi relevantni podatak za naše istraživanje, koji nalazimo u ovom Programu razvoja, definisan je kao jedan od indikatora rezultata predloženih mera: Broj edukativnih aktivnosti koje se sprovode sa ciljem obrazovanja stanovništva o značaju kulture, autentičnog kulturnog nasleđa, kulture kao faktora ruralnog razvoja i instrumenta inkluzije, kao i sa ciljem širenja svesti o mogućnostima preduzetništva i samozapošljavanja u oblasti kulture. Po pitanju navedenog indikatora rezultata predloženih mera donekle je nejasna formulacija „broj edukativnih aktivnosti”, jer nije precizirano koliki broj takvih aktivnosti bi bio indikator da su rezultati predloženih mera dobri ili ne. Partneri koji su navedeni u implementaciji mere za unapređenje kulturnih sadržaja su Pokrajinski sekretarijat za kulturu i informisanje, javne ustanove kulture (muzeji, biblioteke, galerije, arhivi, zavodi za zaštitu spomenika kulture, pozorišta), kulturni centri, organizacije civilnog društva, Pokrajinski sekretarijat za sport i omladinu, Pokrajinski sekretarijat za nauku i lokalni razvoj, Pokrajinski sekretarijat za finansije, univerziteta i druge obrazovne institucije, lokalne samouprave (...), što bi trebalo da podrazumeva da se među njima uspostavi i određena saradnja u cilju ispunjenja strateških ciljeva koji dovode do ukupnog razvoja APV. Pored nabrojanja institucija i ustanova, nije data niti jedna smernica a ni objašnjenje šta se od njih očekuje ili na koji način se ostvaruje to partnerstvo.

Strategija kulturnog razvoja grada Novog Sada usvojena je u trenutku pisanja ovog dela rada.⁴⁴ Iz tog razloga biće predmet neke buduće analize. Interesantno je pomenuti da se na izradi ove Strategije ozbiljnije pristupilo samo zbog toga što je ona jedan od uslova

⁴⁴ Strategija kulturnog razvoja grada Novog Sada za period 2016–2026. godine usvojena je 02. 09. 2016. godine.

konkursa za kandidaturu za Evropsku prestonicu kulture 2021. U Strategiji privrednog razvoja grada Novog Sada iz 2009. godine se ne pominje pozorište i ona se, generalno, vrlo površno bavi kulturom. Zanimljivo je pomenuti da je u SWOT analizi Novi Sad viđen kao kulturni centar što je determinisano kao snaga, odnosno prednost grada. Uočena slabost u oblasti kulture je nedostatak jedinstvenog prostora za kulturna dešavanja i nepostojanje organizovanog upravljanja kulturnim dobrima.

Najjasniji i verodostojan uvid u aktuelno stanje pozorišnog života, u kome se ogleda kulturna politika vladajuće strukture prema ovoj oblasti, daje nam dramatično saopštenje Nacionalnog saveta za kulturu. U njemu su izloženi najakutniji problemi zbog kojih je teatarski život Srbije pred kolapsom, što su uvodne reči zvaničnog saopštenja, kojim je na kraju 2015. godine NSK, skrenuo pažnju nadležnima i javnosti na stanje u oblasti pozorišta u Srbiji.⁴⁵ Kao osnovne probleme NSK ističe: nejasnu i nepreciznu državnu kulturnu politiku; neredovne uplate planiranih i odobrenih finansijskih sredstava; neadekvatan Zakon o kulturi; frapantnu neusklađenost zakonskih, podzakonskih akata i uredbi (Zakon o radu, Zakon o budžetu, Zakon o funkcionisanju ministarstava, Zakon o kulturi, Uredba o koeficijentima u ustanovama kulture); neprecizno definisane nadležnosti ministarstava i organa lokalne uprave; sve uočljivije odustajanje Države od zaštite segmenata pozorišnog života od komercijalizacije; sve agresivniji anti-intelektualni i anti-umetnički diskurs koji dominira našim društvenim, političkim i kulturnim životom, što marginalizuje značaj, smisao i funkciju pozorišta, a u najdirektnijoj vezi je sa obrazovnim sistemom koji ne pomaže teatrima u procesu edukovanja i formiranja nove pozorišne publike.

Dnevne novine *Blic*, prenoseći ovo saopštenje, navele su da je ono *uzburkalo javnost*, što je svakako diskutabilno, ali mediji, koji god da je slučaj u pitanju nisu zainteresovani da nastave dijalog sa javnošću na ovu temu. U prilog tome govori činjenica da je upravo to i poslednji sadržaj o toj temi na internetu, objavljen 29. decembra 2015. godine.⁴⁶ Da li medijska nezainteresovanost odražava i ravnodušnost srpske javnosti za temu pozorišta koje

⁴⁵ Na poziv Nacionalnog saveta za kulturu, na 43. Redovnoj sednici Saveta, održanoj 11. 12. 2015. godine, članove Saveta Miletu Prodanovića, predsednika, Ivanu Stefanović, Karolja Vičeka i Egona Savina, te Dejana Stojanovića, sekretara Saveta, o aktuelnim problemima teatarskog života u Republici Srbiji informisali su Aleksandar Milosavljević i Dejan Savić, upravnici Srpskog narodnog pozorišta u Novom Sadu i Narodnog pozorišta u Beogradu, Tamara Vučković Manojlović i Zoran Karajić, direktori Jugoslovenskog dramskog pozorišta i Šabačkog pozorišta. Nakon dodatnih informacija koje je ponudio sekretar Ministarstva, članovi Saveta su zaključili da je nadležnima i javnosti neophodno skrenuti pažnju na najkrupnije probleme zbog kojih je teatarski život Srbije pred kolapsom. <http://www.nsk.gov.rs/aktuelno.php> (pristupljeno 27. 12. 2015).

⁴⁶ <http://www.blic.rs/kultura/vesti/apel-kulturnjaka-tasovcu-ministre-mi-smo-na-infuziji/zw7wkvv> (pristupljeno 30. 01. 2016).

*umire?*⁴⁷ Sva novija istraživanja, uključujući i naše, govore da je ogromna većina srednjoškolaca potpuno nezainteresovana za pozorište.

U svetlu onoga što je važno za ovo istraživanje (mogućnosti za razvoj srednjoškolske dramske pozorišne publike), ovakvo stanje direktno ugrožava pokušaje strateškog planiranja na nivou menadžmenta pozorišta (ukoliko bi došlo do takve inicijative). Kako je već rečeno, za javne ustanove strateški plan je posebno značajan, jer on može biti efikasno sredstvo protiv institucionalne „skleroze” i individualne i kolektivne apatije aktera (Dragičević-Šešić i Dragojević, 2005: 97).

Za srpsko pozorište ovo su izuzetno turbulentna vremena i okolnosti. Kulturna politika je svakako temelj na kome se gradi i odvija pozorišni život, ali pozorišni menadžment bi morao da zna da je moguće i neophodno promeniti politiku poslovanja i prilagoditi je turbulentnim okolnostima (v. Dragičević-Šešić i Dragojević, 2005). Tako da, i pored ove tragikomične kulturne politike i činjenice da je menadžment pozorišta zavisn od sistema, smatramo kao i mnogi autori, da su za stanje u kome se danas nalaze, pozorišta u velikoj meri i sama odgovorna. Đuričić kaže da su „zaposleni u pozorištima skloni da idealizuju prošlost, preuveličavaju tradiciju, preterano loše prikazuju sadašnjost, da budućnost uopšte ne vide, bar ne kao mogući produkt ličnog zalaganja (...) Kolektivno pozivanje na Zakon o pozorištu samo je još jedan vid odlaganja inicijative i operativnosti što sve zajedno rezultira pasivnim stanjem koji je na granici mogućeg” (2010: 12-13).

Država finansira pozorišta, čime u načelu ispunjava obavezu dostupnosti ove umetnosti, ali isto tako, ona putem zakona i propisa skida sa sebe bilo kakvu odgovornost po pitanju razvoja kulturnih potreba i kulturne potrošnje. To bi se moglo opisati kao jedan od velikih nedostataka kulturne politike jer se nameće vrlo jednostavan zaključak da je besmisleno finansirati pozorišta ukoliko se u isto vreme ne razvija pozorišno tržište, tačnije publika.

2.2.3. Značaj međuresorne i međusektorske saradnje u oblasti pozorišnog stvaralaštva

Kulturne i obrazovne funkcije škola, pozorišta i medija u odnosu na pozorišnu umetnosti u socijalnom kontekstu pripadaju međuresornoj saradnji u oblasti kulture i obrazovanja. Pod pojmom međuresorna saradnja se podrazumevaju različiti oblici partnerske

⁴⁷ Isto.

saradnje različitih resornih organa i tela državne uprave i lokalne samouprave koji imaju politička, zakonska i finansijska ovlašćenja da vode javne praktične politike u međuresornim područjima (Pešikan i Đukić, 2011). Autorke su, istraživanjem međuresornog područja kulture i obrazovanja u Srbiji, došle do zaključaka da se ono odlikuje izrazitim nedoslednostima zakonske osnove i prakse: iako je u Zakonu o kulturi kao opšti interes u kulturi naznačeno širenje i unapređivanje obrazovanja u kulturi, kao i podsticanje dečjeg stvaralaštva i stvaralaštva za decu i mlade u kulturi, postojeći sistem finansiranja i drugi instrumenti kulturne politike praktično marginalizuju ove oblasti i ne stavljaju ih u prioritete. Zakon o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja, s druge strane, u odnosu na kulturu, umetnost i stvaralaštvo ističe kao cilj sticanje kvalitetnih znanja i veština i ima velika očekivanja od umetnosti i kulture, ali postojeći sistem umetničkog obrazovanja ne može da ostvari postavljene ciljeve. Daljom analizom situacije autorke ukazuju da postoje brojni problemi u saradnji resora kulture i obrazovanja u Srbiji, ali bi se mogla izdvojiti dva ključna. Jedan je nerazvijena edukativna funkcija kulturnih organizacija i neobučenosť zaposlenih u kulturi za edukativni rad; a druga je položaj i uloga umetničkih sadržaja u školskom sistemu (pre svega, neadekvatna zastupljenosť umetničkih sadržaja i neadekvatno korišćenje njihovih potencijala u vaspitno-obrazovne svrhe). Oba problema imaju važne reperkusije na demokratizaciju kulture, na razvoj kulturnih potreba i navika kako dece i mladih, tako i odraslih građana, ali i na položaj i tretman umetnosti i šire kulture u društvu.

Za razumevanje odnosa strukturnih osobnosti društvenog sistema unutar kojeg se konstruišu obrasci (pravila, norme, vrednosti, simboli) i individualnog i društvenog razvoja, važno je razumeti i koji faktori unutar i izvan kulturnog sistema utiču na formiranje kulturnih obrazaca. Ovo je važno zato što su uloga škole, masovnih medija i institucija kulture komplementarne (Dragičević-Šešić, Stojković 2003:20), te u postojećem društvenom sistemu samo ustanove kulture i umetničke grupe pripadaju kulturnom sistemu, dok svi drugi faktori deluju u drugim sistemima: porodica i socijalne grupe (socijalni sistem), masovni mediji i multimediji, Internet i nove društvene mreže (medijski sistem), a poseban faktor formiranja kulturnog modela su škole kao obrazovne ustanove (obrazovni sistem). U kući i porodici se stiče osnova kulturnog kapitala (Burdije, 1999). Međutim, ukoliko se tokom razvoja ličnosti ne utiče na razvoj kulturnog senzibiliteta deteta u porodici (gledajući profil i oštrinu siromaštva u Srbiji, to je čest slučaj), utoliko moraju više da se angažuju i ustanove kulture i obrazovne ustanove, a u tom procesu moraju biti komplementarne uloge škole, masovnih medija i institucija kulture (Pešikan i Đukić, 2011).

Ako u praktičnom smislu pod međuresornom saradnjom podrazumevamo „sposobnost formulisanja zajedničke politike razvoja u zakonom definisanim međuresornim područjima” (Đukić, 2015: 40), slobodno možemo reći da se o takvoj sposobnosti u zakonodavnoj vlasti u Srbiji ne može govoriti, bar ne u slučaju razvoja kulturne participacije ili kulture uopšte. U području međuresorne saradnje u Srbiji ne postoji ni jedan strateški dokument, iniciran i osmišljen od strane više resora, koji ima za cilj da zajedničkim delovanjem dovede do određenog razvoja u oblasti kulture, niti su postojeći strateški dokumenti usklađeni u odnosu na konkretne ciljeve u oblasti kulture. Područje međuresorne saradnje u slučaju razvoja mlade pozorišne publike podrazumevalo bi, ne samo saradnju između resora kulture i obrazovanja, već i drugih. U takvom zadatku veliku ulogu, na prvom mestu, moralo bi imati Ministarstvo omladine i sporta, a zatim i nauke u okviru Ministarstva prosvete, nauke i tehnološkog razvoja, jer bez naučno-istraživačke delatnosti koja donosi nove naučne zaključke i rezultate, nemoguće je započeti planiranje razvoja u bilo kojoj oblasti. „Nauka je integrativni faktor, jer nema razvoja bez nauke” (Ibid, 42). Jedan od strateških ciljeva *Nacionalne strategije za mlade za period od 2015. do 2025. godine* je: „Unapređeno korišćenje i učešće mladih u kreiranju kulturnih sadržaja” pri čemu se jasno ukazuje na specifični problem u ovoj oblasti: podrška za kreativno delovanje mladih i učešće u stvaranju kulturne ponude je nedovoljna i neadekvatna. Nosioци delatnosti kojom bi bila obezbeđena kontinuirana podrška razvoju kreativnosti mladih i učešće mladih u stvaranju i korišćenju kulturnih sadržaja su: ministarstvo nadležno za kulturu, ministarstvo nadležno za obrazovanje, ministarstvo nadležno za mlade, jedinica lokalne samouprave. Pored ovog strateškog dokumenta usvojena je i *Strategija obrazovanja u Srbiji*, koja, premda je ocenjena od strane sindikata obrazovanja, kao spisak lepih ali teško ostvarivih želja, direktno ukazuje na veliki značaj kulture u vaspitno-obrazovnom radu. SROS pokušava da odgovori na pitanje: Koje odnose i interakcije sistem obrazovanja treba da razvija sa drugim nacionalnim sistemima (privreda, kultura, nauka, tehnološki razvoj, javne službe, administracija itd.) da bi svoju ulogu ostvario sa najvećim doprinosima razvoju društva u cilju ispunjavanja misije (svrhe postojanja) obrazovnog sistema a to je ključna dugoročna uloga obrazovanja za potrebe ekonomskog, socijalnog, naučno-tehnološkog, kulturnog i drugog razvoja društva u celini i za razvoj stvaralačkih i radnih potencijala i kvaliteta života svakog građanina Republike Srbije. Postojanje ovih strateških dokumenata dobra je platforma za osmišljavanje strategije razvoja pojedinih oblasti u kulturi. Međutim, u svemu ovome, „loša vest” (Ibid, 39) je da Strategija razvoja kulture nije usvojena, što praktično znači da strateški ciljevi u oblasti kulture resora omladine ili obrazovanja, nemaju podršku resora kulture a sve to ukazuje na neadekvatnu i

nedovoljnu međuresornu saradnju. Đukić ističe da „tek zajedničko formulisanje strateških pravaca i koncepata razvoja obrazovanja, kulture i nauke, na osnovu zakona i postojećih strateških dokumenata, može da doprinese razvoju međuresornog područja i međuresorne saradnje” (Ibid, 40).

Saradnja praktičnih javnih politika pokazala se neophodnom najviše zbog savremenih društvenih promena (kao što su recimo evropske integracije i širenje EU), tako da je veoma važno da država shvati sociokulturni sistem kao zaokruženu celinu u kojoj deluju različiti granski sistemi i koji su nefunkcionalni jedni bez drugih. Iz tih razloga je „partnerstvo (ne samo međuresorna saradnja) javnog, privatnog i nevladinog sektora neophodna da bi se obezbedila funkcionalnost pojedinačnih elemenata celine, kao i same celine” (Đukić, 2010a: 250). Đukić daje primer upravo putem socio-kulturnog ciklusa⁴⁸ pozorišnog stvaralaštva kao jednog granskog sistema, jer u njemu participiraju predstavnici javnog, privatnog i civilnog sektora društva. U ovom ciklusu, javni sektor predstavljaju pozorišta, umetnički fakulteti, specijalizovane ustanove koje obavljaju delatnost zaštite i čuvanja, kao i javni medijski servisi koji učestvuju u difuziji i animaciji. Sa druge strane, privatni sektor u ovom ciklusu participira kroz dramsko izdavaštvo, a takođe i kroz osnivanje privatnih pozorišta. Civilni sektor je zastupljen kroz pozorišnu publiku i dramski amaterizam, kao i kroz profesionalno dramsko stvaralaštvo u okviru strukovnih udruženja. Jasno je da u okviru ovog ciklusa, kao i u okviru prethodnog ima znatno više predstavnika nego što su ovde navedeni, ali cilj ove analize je pre svega da identifikuje ulogu javnog, privatnog i nevladinog sektora u razvoju sociokulturnih ciklusa kako bi ukazao na značaj njihove partnerske saradnje u zajedničkom interesu da se ciklusi zaokruže kao funkcionalne celine. U tom smislu nemoguće je zamisliti ciklus koji u sebi ne sadrži bilo koji od navedenih elemenata. I pored toga što su ti elementi samostalni, oni ostvaruju svoju svrhu samo u dodiru sa drugim elementima koji čine sociokulturni ciklus (Ibid, 249).

Razumevanje značaja strategije povezivanja i partnerstva, ima odlučujuću ulogu u razvoju kulture po pitanju svih njenih segmenata i delatnosti. Međutim, praksa pokazuje da akteri nisu sposobni da se „dogovore oko zajedničkih ciljeva“, i da u slučaju razvoja mlade pozorišne publike, nisu u dovoljnoj meri ni zainteresovani.

2.2.4. Uloga medijske politike u procesu socijalizacije

⁴⁸ O socio-kulturnim (ciklusima) sistemima videti u Dragičević-Šešić i Stojković, 2007.

Za vaspitanje i obrazovanje u savremenom društvu veoma je važna uloga medija, posebno u odgovornosti za kulturu i kulturne vrednosti. Posmatrajući kulturu kao vrednost, nailazi se na snažnu i potrebnu odgovornost medija. Uloga masovnih medija je različita, kao što su i mediji različiti – štampani i elektronski, privatni i javni, novi mediji. U razvoju i oblikovanju naše kulture ta je uloga često nedovoljno istaknuta, iako mediji masovne komunikacije, kao jedan od najmoćnijih agenasa socijalizacije, snažno utiču na oblikovanje ličnog i društvenog kulturnog identiteta. Prema Holstiju (Holsti 1969) i Karniju (Carney, 1972) svaka forma socijalne komunikacije, pa tako i ona medijska, sastoji se od tri elementa: *pošiljaoca poruke, primaoca poruke i sadržaja poruke* (u Berg, 2001: 243). Poruka je „svaki simbolički sadržaj, koji ima određeni smisao ili bar njegov odašiljač to pretpostavlja, a upućen je s nekom namerom” (Milić, 1996: 571). Cilj ovog rada je utvrditi koliko je i na koji način pozorište zastupljeno u sadržaju medijskih poruka.

U liberalno pluralističkoj teoriji medija – mediji obezbeđuju javni prostor u kome se dele informacije i informiše javnost. Na ovaj način, kaže Đukić (2012: 12) slobodni mediji funkcionišu kao „pas čuvar” koji budno motri na poteze vlade da bi odlučivanje u javnom interesu bilo transparentno, a informacije od javnog značaja dostupne javnosti. Javni interes u oblasti medijske politike predstavlja ostvarivanje prava javnosti da bude obaveštena. Slobodan razvoj nezavisnih, profesionalnih medija i medijskog sistema treba da omogući najšire zadovoljavanje potreba građana Republike Srbije, bez diskriminacije, za informacijama i sadržajima iz svih oblasti života: politike, privrede, kulture, umetnosti, obrazovanja, ekologije, sporta, razonode itd. U javnom interesu je da se obezbede raznovrsni i kvalitetni medijski sadržaji za sve pojedince i društvene grupe: profesionalne, starosne, obrazovne, kao i sve manjinske grupe: etničke, religijske, jezičke i seksualne, grupe sa posebnim potrebama i druge.⁴⁹ Dakle, prema pravnom okviru u Srbiji, jedna od osnovnih uloga medija je zadovoljavanje potreba građana za informacijama i sadržajima iz oblasti kulture i umetnosti. Radi održivog razvoja kulturnog sistema u najvećem javnom interesu i od posebno velikog značaja je proizvodnja i objavljivanje u javnim glasilima: specijalizovanih medijskih sadržaja iz politike, kulture, obrazovanja, religije, razonode; medijskih sadržaja od značaja za očuvanje kulturne baštine i medijskih sadržaja kojima se promoviše kulturno i umetničko stvaralaštvo i rad ustanova kulture; sadržaja istraživačkog novinarstva i drugih složenih novinarskih formi, kao i originalnih audio-vizuelnih i radiofonskih dela na srpskom jeziku i jezicima nacionalnih manjina pod uslovom da je proizvodnja i objavljivane takvih

⁴⁹ Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine

sadržaja od značaja za očuvanje kulturnog identiteta srpskog naroda, nacionalnih manjina i etničkih grupa koje žive u Republici Srbiji, kreativnost i stvaralaštvo u medijima.

Prema teoriji Kloda Molara o kulturnim sistemima⁵⁰, mediji su članovi porodice posrednika (Molar, 2000: 39) budući da posreduju između stvaralaca, donosilaca odluka i publike. Istražujući odnos medija i kulturne politike, Đukić postavlja pitanje: ako kulturna politika predstavlja odgovor na kulturne potrebe i probleme društva i posebnih društvenih grupa u oblasti kulture i umetnosti, na koji način mediji posreduju u ostvarivanju ove funkcije i čije interese zastupaju? (2012: 12). Da li su mediji u Srbiji u službi demokratije ili profita?⁵¹ U praksi, gotovo je nemoguće postići konsezus svih „članova porodice“ u kulturnom sistemu zajednice, jer partikularni interesi grupa i pojedinaca su najčešće u vrlo intenzivnom neskladu sa opštim interesom zajednice. Pojedini članovi, ili pak čitave porodice, u određenim situacijama vrlo tendenciozno odbijaju da deluju u skladu sa opštom voljom sredine, dok u mnogim slučajevima oni suštinski i ne znaju šta je to što predstavlja *opšte dobro* u kontekstu razvoja njihovog društva, usled različitih manipulativnih akcija interesnih grupa. Ruso to objašnjava na sledeći način: Opšta volja je uvek u pravu i uvek usmerena javnoj korisnosti; ali ne proizlazi i to da su odluke naroda uvek u istoj meri ispravne. Uvek se želi svoje dobro, ali se ono uvek ne vidi: nikad se narod ne potkupljuje, ali ga često obmanjuju, i samo tada izgleda da on hoće ono što je zlo (Ruso, 2011. u Jovanov, 2014: 205). Država i poslovni svet imaju ključni značaj u širenju i suzbijanju informacija (Miler, 2005. u Đukić, 2012: 12), te je i pored zvanične medijske politike, u Srbiji na snazi neka druga kojom vladaju isključivo politički i ekonomski interesi pojedinaca ili grupa.

2.2.4.1. Medijska legislativa vs praksa

Srbija je 1. marta 2012. dobila status kandidata za članstvo u EU, dok je januara 2014. održana prva Međuvladina konferencija između EU i Srbije, čime su zvanično otpočeli pregovori o članstvu. Kao zemlja koja teži članstvu u EU, Srbija se obavezala i da svoje medijsko zakonodavstvo uskladi sa evropskim, kao i da poštuje osnovne ljudske slobode kao što su sloboda mišljenja, izražavanja i informisanja. S obzirom da je reč o osnovnim pravima,

⁵⁰ Kulturni sistem je, zapravo, kao i svi drugi društveni sistemi, međuodnos koji se uspostavlja između različitih partnera koji igraju određenu ulogu i ispoljavaju neku moć (političku, finansijsku, simboličku) na polju. Porodice koje čine jedan kulturni sistem su stvaraoči sa jedne, i publika sa druge strane. Oni čine horizontalnu liniju sistema, koja je presečena vertikalnom linijom, odnosno porodicom donosioca odluka i porodicom posrednika kulture (Molar, 2000).

⁵¹ Pitanje koje postavlja Mihajlo P. Manić u radu *Mediji i globalno doba – u službi demokratije ili profita*, objavljenog u Zbornik radova Filozofskog fakulteta XLV (2)/2015.

pitanje medija je jedno od ključnih pitanja u procesu pridruživanja, a medijske slobode su sastavni deo poglavlja 23. koje se tiče pravosuđa i osnovnih sloboda.

Kao i u svim oblastima i medijsko zakonodavstvo je od 2000. godine do sada pretrpelo brojne izmene, tako da oblast medija u Srbiji trenutno regulišu: Zakon o javnom informisanju i medijima („Sl. glasnik RS“, br. 83/2014 i 58/2015), Zakon o elektronskim medijima („Sl. glasnik RS“, br. 83/2014), Zakon o javnim medijskim servisima („Sl. glasnik RS“, br. 83/2014 i 103/2015), i Zakon o oglašavanju („Sl. glasnik RS“, br. 79/2005 i 83/2014 – dr. zakon).

Završetak uređenja medijskog prostora u Srbiji važan je, kako za dalje jačanje demokratije u našem društvu, tako i za uspešnost samih pregovora o članstvu. Ključnu ulogu u uređenju audiovizuelne sfere u Srbiji ima nezavisno regulatorno telo – Republička Radiodifuzna Agencija (RRA).⁵² Zakonom o elektronskim medijima, koji je stupio na snagu 13. avgusta 2014. godine, RRA je promenila naziv u Regulatorno telo za elektronske medije (REM). REM je, dakle, nezavisno državno telo čija je uloga da reguliše i kontroliše sprovođenje radiodifuzne tj. audiovizuelne politike u Republici Srbiji. Shodno ulozi koju nezavisna tela u pravno-političkim sistemima demokratskih zemalja imaju i REM-u zakon garantuje samostalnost i nezavisnost u odnosu na tri tradicionalne grane vlasti – izvršnu, zakonodavnu i sudsku. Za razliku od grupe nezavisnih tela koja imaju prvenstveno ulogu kontrolora i korektora, REM ima ulogu regulatora audiovizuelnog sektora – jednog od najznačajnijih segmenata javne medijske sfere. Poverene nadležnosti su složena i široka ovlašćenja, kako u odnosu na komercijalnu, tako i u odnosu na javnu radiodifuziju.

U novom Zakonu o elektronskim medijima potvrđene su ranije utvrđene nadležnosti RRA, odnosno REM-a, ali i vraćene neke koje su prethodnim izmenama i dopunama zakona o radiodifuziji bile zanemarene, kao npr. nadležnost da vodi računa o „vrsti i kvalitetu programa“. Tako Član 5. ovog zakona precizira da regulatorno telo za elektronske medije (koje nastavlja rad RRA), vrši javna ovlašćenja u cilju: „delotvornog sprovođenja utvrđene politike u oblasti pružanja medijskih usluga u republici Srbiji; unapređivanja kvaliteta i raznovrsnosti usluga elektronskih medija; doprinosa očuvanju, zaštiti i razvoju slobode

⁵² Deo o RRA odnosno REM urađen je prema studiji *Republička radiodifuzna agencija (RRA)*, Centar za primenjene evropske studije.

https://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjx6tD07-fKAhVB YQ4KHeldATsQFggbMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.crnps.org.rs%2Fwp-content%2Fuploads%2FRRA-RTEM.doc&usq=AFQjCNE-2F4IWBt89sLRv_9rv8Z9mfetEg (pristupljeno, 31. 01. 2016).

mišljenja i izražavanja; u cilju zaštite interesa javnosti u oblasti elektronskih medija i zaštite korisnika usluga elektronskih medija“.

Na veb-sajtu RRA se navodi da je to telo od svog osnivanja do jula 2014. izreklo 77 mera opomene i 13 mera upozorenja. Uvidom u izrečene mere upozorenja može se uočiti da se ni jedna ne odnosi na prekršaje koji se tiču prikazivanja neprikladnih scena, vulgarnosti, nasilja, pornografije, vređanje dostojanstva gledalaca, dok se dve mere tiču zloupotrebe lakovernosti gledalaca i slušalaca. RRA je najčešće izricala mere upozorenja u sferi prekršaja emitera učinjenih u vreme predizbornih kampanja, a tu vrstu predstavki najčešće su podnosile političke stranke, protiv emitera i drugih stranaka.

U slučaju izvršenja rešenja o oduzimanju dozvole koje donosi regulator (čl. 90 i 91), novi zakon daje mogućnost da se privremeno obustavi izvršenje takvog konačnog rešenja. Naime, zakon dozvoljava da se protiv konačnog rešenja o oduzimanju dozvole pokrene upravni spor, a Zakon o upravnim sporovima iz 2009. poznaje mogućnost odloženog dejstva tužbe (čl. 23) tj. daje mogućnost onome koji smatra da mu je pravo povređeno da tužbom traži poništenje konačnog upravnog akta i odlaganje izvršenja takvog rešenja do konačnog okončanja spora.

Zakonom o javnom informisanju i medijima predviđen je konačan izlazak države iz vlasništva u medijima i prestanak njihovog direktnog finansiranja, tako da je do sada 34 medija, koja su se nalazila u državnom vlasništvu, privatizovano. Umesto direktnog finansiranja medija iz budžeta, novi Zakon predviđa projektno sufinansiranje medijskih sadržaja od javnog interesa. Ministarstvo kulture i informisanja je u novembru 2014. godine donelo i Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja kojim je bliže regulisalo ovu oblast. Zakon o elektronskim medijima, odredbama koje se odnose na sve medijske usluge, obavezuje pružaoce medijskih usluga u odnosu na programske sadržaje da svojim programskim sadržajima doprinose podizanju opšteg kulturnog i obrazovnog nivoa građana (Član 47). Međutim, Zakon o javnom informisanju i medijima u delu koji se bavi privatizacijom (Član 142), obavezuje kupca medija da obezbedi kontinuitet u proizvodnji medijskih sadržaja od javnog interesa, u periodu od 5 godina od dana zaključivanja ugovora o prodaji kapitala. Kupac elektronskih medija je, dakle, u obavezi da svega 5 godina, u skladu sa programskom šemom koja je važila u periodu od 12 meseci pre dana stupanja na snagu Zakona održava udeo informativnih, obrazovnih, naučnih, kulturno-umetničkih, dečijih, zabavnih, sportskih i drugih programskih sadržaja od javnog interesa.

Kako je interes privatnog sektora isključivo profit, Srbija se upravo suočava sa nestajanjem kulturno-obrazovnog i umetničkog programa iz privatnih medija, jer profit donose isključivo komercijalni sadržaji. Burdije (2000) u svom delu *Narcisovo ogledalo* analizira televiziju, ali i medije u celini. Njegovo polazište je da komercijalni interesi i ostvarivanje profita medijskih korporacija diktiraju kvalitet emitovanih televizijskih sadržaja. Na taj način vlasnici kapitala imaju mogućnost uticaja na formiranje društvenih vrednosti.

Loš kvalitet komercijalnih sadržaja kojima je Srbija već dugo godina zasuta, nije novina u svetu, a najlakše ga je opisati dobrim starim izrazom – *hrani najniže ljudske porive*. Ukupna srpska medijska scena obiluje trivijalnim sadržajima, a najzastupljenije su dnevno političke teme, rijaliti, lake TV serije i muzika, tačnije komercijalni sadržaji sa najnižim mogućim etičkim i estetskim kriterijumima. Među vlasnicima, urednicima i posebno među novinarima medija u Srbiji često se nalaze osobe neadekvatnog ili bez visokog obrazovanja. Koliko je kultura zapostavljena u srpskim medijima, bila je jedna od vodećih tema na konferenciji „*Marketing i komunikacije ustanova kulture u digitalnoj eri*“, koja je organizovana u saradnji Britanskog saveta i Ministarstva kulture i informisanja u junu 2015. godine. U okviru konferencije održana je panel diskusija „*Kako unaprediti poziciju kulture u medijima?*“ na kojoj su učestvovali domaći i britanski predstavnici institucija kulture, medija i PR stručnjaci. Moderator panela bio je ministar kulture i informisanja Ivan Tasovac. Najvažniji utisak⁵³ sa panela je da većina vlasnika medija i glavnih i odgovornih urednika ne prepoznaje u dovoljnoj meri značaj izveštavanja o kulturi, već su fokusirani na prilagođavanje tržištu i senzacionalističke sadržaje, što potvrđuje i činjenica da od 1. 447 javnih glasila (stanje na dan 13. 02. 2015), tek nekolicina ima kulturne redakcije. Istaknuto je da nova Medijska strategija treba da naglasi posebnu ulogu kulture kao deo javnog interesa, ali i da je odgovornost za položaj kulture u medijima raspoređena na sve učesnike – Ministarstvo kulture i informisanja, lokalne samouprave, institucije kulture, pojedince, vlasnike medija, urednike i novinare. Jedan od zaključaka jeste da je neophodno raditi na izgradnji veće sinergije između institucija kulture i medija, odnosno, razviti partnersku komunikaciju u kojoj se uloga medija ne bi svodila samo na doslovno prenošenje saopštenja za javnost. Učesnici skupa složili su se da je potrebno raditi na edukaciji u oba pravca, što podrazumeva da novinari koji prate kulturu treba da budu bolje esencijalno i terminološki upućeni u svet

⁵³Zaključci sa konferencije „Marketing i komunikacije institucija kulture u digitalnoj eri“, preuzeto sa sajta Ministarstva kulture i informisanja.

<http://www.kultura.gov.rs/cyr/aktuelnosti/konferencija-marketing-i-komunikacije-institucija-kulture-u-digitalnoj-eri> (pristupljeno 09. 02. 2016).

kulture, kao i da institucije kulture moraju na kreativniji način da plasiraju svoje sadržaje kako bi privukli medijsku pažnju, samim tim i publiku. Istovremenom edukacijom podigao bi se kvalitet izveštavanja medija i razumevanja kulturnih sadržaja od strane publike, dok bi ustanove kulture imale bolju sliku o tome šta publika zapravo želi i koji su modaliteti privlačenja novih publika.

Nizak kvalitet sadržaja masovnih medija i nedovoljno kulturno-umetničkog programa u njima karakteriše kulturno nerazvijene sredine. Analizirajući odnos masovnih medija i kulture, Malović⁵⁴ kaže da, upravo nedostatak ozbiljnih novina, kvalitetne javne televizije i dobrog radio programa govori o stanju duha u nekoj zemlji, o snazi intelektualaca i opštoj društvenoj klimi, uključujući i stepen demokratije.

2.3. Zastupljenost pozorišta u opštem sadržaju srpskih izvora socijalizacije

Država putem zakonskih i podzakonskih rešenja u oblasti obrazovanja, ne propisuje pozorište kao poželjan sadržaj za procese socijalizacije u dovoljnoj meri, tako da obrazovna politika samo preporučivanjem pozorišnog stvaralaštva ne može pozitivno da utiče na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište. Kako pozorišno stvaralaštvo nije deo obaveznih niti izbornih predmeta, već je samo preporučena aktivnost za vannastavni oblik nastave u okviru slobodnih aktivnosti, možemo zaključiti da država nema nikakvu odgovornost po tom pitanju. Lako možemo pretpostaviti da, kada bi se nekim „magičnim” slučajem dogodilo da škole doslovno sprovedu preporučene, nastavne i vannastavne aktivnosti po pitanju pozorišta, kod učenika srednjih škola vladalo bi veće interesovanje za pozorište. Dokaz za ovakvu pretpostavku jeste primer gimnazije „Jovan Jovanović Zmaj”,⁵⁵ koja ima tri dramske sekcije, na časovima se razgovara o pozorištu i često organizuje posete pozorištu. Stoga je, kako pokazuje naše istraživanje, među njenim učenicima zabeleženo značajno veće interesovanje za pozorište, nego što je to slučaj sa ostalim školama.

Pozorište je, u slučaju kulturne politike u ovoj oblasti, u načelu, prisutno. Država i dalje finansira mrežu pozorišta širom zemlje. Međutim, od ukupno 50 pozorišta u Srbiji, 21 je locirano u glavnom gradu (42%), što čini veliku disproporciju u dostupnosti i nemogućnost građana koji žive u unutrašnjosti zemlje da zadovolje postojeće kulturne potrebe u oblasti

⁵⁴ <http://www.matica.hr/kolo/299/Odnos%20masovnih%20medija%20i%20kulture/> (pristupljeno 25. 05. 2016).

⁵⁵ Rezultati terenskog dela istraživanja.

pozorišta. Nedostatak pozorišta i odsustvo decentralizacije u Srbiji, na prvom mestu ukazuje na nedovoljnu zastupljenost pozorišta u opštem sadržaju socijalizacije i to je posledica načina delovanja Ministarstva kulture, što je samo jedan od niza problema u resoru pozorišta. Kao najznačajnije činjenice koje oslikavaju odnos države prema pozorištu izdvajamo; nejasnu i nepreciznu državnu kulturnu politiku; veliku neusklađenost zakonskih, podzakonskih akata i uredbi; neadekvatan Zakon o kulturi, koji ne prepoznaje specifičnosti bića teatra i pozorišnog sistema; nepostojanje Zakona o pozorištu i sve manje i neredovne uplate planiranih i odobrenih finansijskih sredstava. Ovakvo stanje direktno ugrožava pokušaje strateškog planiranja na nivou menadžmenta pozorišta, naravno, ukoliko bi uopšte došlo do takve inicijative.

Prema pravnom okviru u Srbiji, jedna od osnovnih uloga medija je zadovoljavanje potreba građana za informacijama i sadržajima iz oblasti kulture i umetnosti, međutim pored obrazovnog i dokumentarnog programa, program iz oblasti kulture su ono što prema publici najviše nedostaje u ponudi medijskog sadržaja.⁵⁶ Odnos države prema obavezama medija koje propisuju zakoni, ogleda se u najbolje u najnovijem *Godišnjem izveštaju o ispunjavanju zakonskih programskih obaveza javnih medijskih servisa (republičkog – RTS i pokrajinskog – RTV), kao i komercijalnih pružalaca medijskih usluga (TV B92, TV Prva, TV Pink, Hepi TV i Hepi Kids TV).*⁵⁷ Izveštaj se odnosi isključivo na obavezu navedenih medija u udelu evropskih audio-vizuelnih dela, ali ne i udela kulturno-umetničkih, naučno-obrazovnih, dečjih ili sopstvenih informativnih i dokumentarnih programskih sadržaja, u ukupnom programu. Veliki broj medija u Srbiji uopšte nema rubriku o kulturi.⁵⁸ Mediji koji ne bi trebalo da budu tabloidni, sve više to postaju i umesto da prate relevantne kulturne događaje, prate „efemerne fenomene”, kako je to rekao Ivan Medenica, umetnički direktor Sterijinog pozorja, na tribini koja u svom nazivu, u duhu srpskog jezika, precizira poziciju kulture, pa samim tim i pozorišta u medijima kao jednim od važnih agenasa socijalizacije mladih – *Kultura i mediji: Kulturna rupa na medijskoj svirali.*⁵⁹ Novinari koji prate kulturu najčešće su marginalizovani i skrajnuti a njihov rad se sve više smatra manje važnim i bitnim u odnosu na druge redakcije. Pretpostavljamo da će takvo stanje vremenom kulminirati jer privatizacijom mediji započinju

⁵⁶ Ipsos Strategic Marketing, *Analiza medijskog tržišta u Srbiji*, 2015.

⁵⁷ Regulatorno telo za elektronske medije,

<http://www.rra.org.rs/latinica/news/article/godisnji-izvestaji-o-ispunjavanju-zakonskih-programskih-obaveza-pruzalaca-medijskih-usluga-sa-nacionalnim-pokrivanjem> (pristupljeno 23. 01. 2016).

⁵⁸ U kontekstu kulturne rubrike, zanimljivo je pomenuti vrlo duhovit (tragikomičan) tvit jedne devojke koji glasi: „Neprimetan si k'o kulturna rubrika”, <https://twitter.com/jovanavu/status/391194689837477888> (pristupljeno 01. 02. 2016).

⁵⁹ http://www.ndnv.org/?page_id=6361 (pristupljeno 05. 02. 2016).

svoje delovanje na slobodnom tržištu⁶⁰, koje po konceptu ekonomije, odnosno političke ekonomije, predstavlja krajnju suprotnost državnoj, odnosno dirigovanoj privredi, a to delovanje, svodi se na „razmenu” ekonomskih dobara, odnosno robe ili usluge. Cilj te razmene je ostvarivanje profita, pa na privatnim medijima verovatno neće biti mesta za nekomercijalne sadržaje. Profit čini suštinu funkcionisanja globalnih medija i podrazumeva finansiranje medija od prodaje reklama, a njeno dalje globalno širenje će još više podsticati potrošnju i potrošačku kulturu, dok će individualizam i individualna sloboda izbora biti osnovno poželjno društveno stanje. U „društvu spektakla” (Debor) mediji imaju ulogu širenja spektakla čime se jasno opredeljuju i stavljaju na stranu profita. „Televizija je pre svega sredstvo moći, da vlast ispolji moć, da se manipuliše ljudima, pa prema tome umetnost koja ima potpuno drugačiji stav, nema šanse da bude zastupljena na televiziji”, rekao je Slobodan Tišma, književnik i multimedijalni umetnik, na pomenutoj tribini.

Ukoliko je socijalizacija proces „učenja kulture društva u kome živimo” (Haralambos i Holborn, 2002: 4), u tom procesu najznačajniju ulogu ima država. Država je, kao deo društva, najmoćniji izvor socijalizacije. Samim tim, ona određuje većinu ciljeva, sadržaja i sredstava socijalizacije, putem upravljačkog aparata kojim vlada na određenoj teritoriji. Sprovođenje vlasti se odvija preko ustava, zakona i sudova, putem kojih se društvu određuju veliki broj pravila, normi i standarda, koje pojedinac uči u procesu socijalizacije. Taj proces u ovom istraživanju posmatran je kroz aktivnost državnih organa ili paradržavnih tela u resornim oblastima obrazovanja, pozorišta i medija, u cilju utvrđivanja stepena zastupljenosti i pozicija pozorišta u opštem sadržaju izvora socijalizacije koji je namenjen učenicima srednjih škola. Poznato je da je stepen zastupljenosti kulture u opštem sadržaju izvora socijalizacije na izuzetno niskom nivou i nije bilo teško utvrditi da je pozicija pozorišta u takvom sistemu apsolutno marginalna. Bez ove polazne osnove (koliko god da je neuređena) ne bi se do kraja mogli razumeti mnogobrojni procesi koji se odvijaju na nivou učenici – izvori i agensi socijalizacije.

⁶⁰ <http://liberty.ba/article/42/Sta-je-slobodno-trziste> (pristupljeno 05. 02. 2016).

3. INTERESOVANJA – PREDUSLOV RAZVOJA POZORIŠNE PUBLIKE

„Interesovanja imaju suštinsku ulogu u razvoju kulturnih potreba i kreativnog ponašanja” (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 20). Bez interesovanja za pozorište nemoguće je razviti kulturnu potrebu i aktivirati se na „kreativno ponašanje”. Postojanje kulturne potrebe na tržištu kulture jeste primarni uslov opstanka kulturno umetničkog delovanja, jer je postojanje potrebe osnovni postulat delovanja bilo kog tržišta. Socio-kulturni ciklus u domenu pozorišne (ili bilo koje druge) umetnosti polazi od „umetničkih potreba” a osnovni akteri su pozorišna publika (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 133). Tržište kulture Molar (2000) opisuje kao „polje razmene i transakcija”. Prema njegovom mišljenju, kulturni sistem čine različiti akteri grupisani unutar četiri porodice, i to: porodice donosilaca odluka, posrednika, publike i stvaralaca. Sve one igraju određenu ulogu u okviru kulturnog sistema i nalaze se u određenim relacijama. Na osi stvaralaca i publike uspostavlja se polje razmene i transakcija koje gradi tržište kulture. To znači da na ovom polju vladaju zakonitosti tržišta – ponuda i potražnja, publika je slobodna da kupuje ili ne kupuje, da bira, odnosno da učestvuje ili ne učestvuje u kulturnom životu grada, da posećuje ustanove kulture i druge sadržaje redovno, povremeno ili da bude pasivna. Ključna teorija od koje polazi ovo istraživanje je objašnjenje nastanka kulturne potrebe Miloša Nemanjića: „podstaknuta *kulturnom proizvodnjom*, kulturna potreba formira kao *kulturni interes povezan s kulturnom vrednošću*”. Nemanjić kaže da ukoliko je taj „interes“ dovoljno snažan, kulturna potreba se ispoljava kao određena aktivnost usmerena na neki kulturni objekat. U svom ostvarenju kulturna potreba se javlja kao „oblik simboličke komunikacije” (Nemanjić, 1991: 23), a da bi došlo do takve komunikacije pojedinac se mora „jednostavno” zainteresovati za umetnički sadržaj. Kulturna potreba je potražnja a kulturna proizvodnja je ponuda na tržištu kulture.

Razvijanje umetničkih interesovanja stanovništva je od presudnog značaja za menadžment u kulturi i umetnosti. Umetnost opstaje i razvija se samo ako postoji publika. Jedan slikar može stvarati svoja likovna dela i bez publike (ukoliko ima obezbeđena sredstva za život i rad). U slučaju pozorišta to nije tako, jer bez publike teatar ne postoji. Smatramo da bez rada na razvoju umetničke publike, ne samo pozorišne, umetničko stvaralaštvo, obrazovanje u oblasti umetnosti, kulturna politika, zapravo čitav kulturni sistem gubi smisao, bar sa humanističkog aspekta.

3.1. Pojmovno određenje interesovanja

Pojam interesovanja, pored ostalih, prati i problem terminološke prirode. Stoga je neophodno da na samom početku razlikujemo pojmove „interes“ i „interesovanja“, koji se koriste u više različitih značenja uz brojne sinonime. Termin interesovanje jeste izveden iz latinskog termina „*interes*“ („*interesum*“ i „*interesse*“), tako da tokom vremena autori paralelno koriste oba pojma, *interes* i *interesovnja* u istom kontekstu. Međutim, kako se u Srbiji pojam interes, najčešće dovodi u vezu sa materijalnom ili nematerijalnom koristi tj. dobiti, postoji potreba da se jasno istakne razlika dva značenja termina u kvalitativno-vrednosnom smislu („*interes*“ u smislu interesovanja i „*interes*“ u smislu koristoljublja, dobiti) (Đermanov, 2005: 15). Predmet ovog rada jeste „*interes*“ u smislu interesovanja, koji je i dalje sadržajno toliko širok da se teško može definisati. U prilog ovoj činjenici ukazuju i brojne definicije pomenutog pojma, koje se međusobno prilično razlikuju, čak i među autorima koji pripadaju istim naučnim disciplinama. U daljem radu korišćićemo pojam „*interesovanja*“ ali i Nemanjićev pojam „*kulturni interes*“.

„*Interesovanja se svrstavaju u red onih pojava čiji značaj je gotovo očigledan*“ (Pantić, 1980: 9), jer interesovanja u manjoj ili većoj meri učestvuju u svim ljudskim aktivnostima. Prema Pantiću, autoru koji je na našim prostorima najviše doprineo izučavanju prirode interesovanja, ovaj fenomen, važan je iz mnogo razloga: tipičan je za ljudsku vrstu; jedan je od bitnih strukturalnih elemenata ličnosti; univerzalan je (kod svih ljudi postoje neka interesovanja); razuđenost interesovanja je pokazatelj razvijenosti i zrelosti ličnosti; deo je aktivne strane ličnosti; pripada najstabilnijim dispozicijama i na taj način doprinosi kontinuitetu i doslednosti ličnosti; važan je indikator kapaciteta ličnosti (opštih i specijalnih sposobnosti); od izuzetnog je značaja u izboru poziva; osnova je interesnog organizovanja i spontanog formiranja grupa; suštinska je kategorija u odnosu na slobodno vreme i njegovo korišćenje (Ibid, 9–19). Pojam interesovanja široko je ušao u svakodnevnu govornu komunikaciju, da čak i u stručnoj javnosti vlada prošireno uverenja da su interesovanja *opštepoznate pojave*. Kako kaže Đermanov „*reč je o nečemu što je svima poznato, blisko i razumljivo*“ (Đermanov, 2005: 10). Iz tih razloga brojni autori ne definišu pojam interesovanja, s pretpostavkom da smatraju da pripada opštoj kategoriji. Ipak, zainteresovanost retkih autora za prirodu i moć interesovanja, kao i pokušaji da se pojam teoretski odredi traje već gotovo dva veka, od kada potiču prvi podaci o interesima kao društvenoj kategoriji. Helvecije (C. A. Helvetius) piše da se interes, „*javlja kao načelo svih*

misli i svih naših postupaka“ (u Đermanov, 2005: 9). Među francuskim prosvetiteljima, upravo su Helvecije, Holbah (P. H. Holbach) i Didro (D. Diderot) prvi ukazali na motivacionu (pokretačku) snagu interesa. Pored njih, o interesovanjima pisali su Lok (J. Locke), Ruso (J.J. Rousseau), Kant (I. Kant), Olport (G. W. Allport), Kirkland (J. Kirkland), Ajzenk (H. Eysenck), Strong (E. Strong), Gilford (J. Guilford), Rot, Petrović, Pantić, Zvonarević i mnogi drugi.

Interesantno je da veliki broj rečnika, leksikona i enciklopedija ne objašnjava pojam interesovanja. Tako, na primer, jedan domaći leksikon stranih reči i izraza (Vujaklija, 1992: 346) opisuje pojam *interes*, *interesantan*, *interesantnost*, *interesent*, *interesna sfera*, *interesovati se* ali ne i odrednicu *interesovanja*. Interes u ovom rečniku podrazumeva „udeo, učešće, odnos, privlačnost, zanimljivost, pažnja, ljubav, naklonost, značaj, važnost, vrednost, korist, dobit, kamata“. U drugim rečnicima, na primer u Websterovom, pojam interes(ovanje) je „sklonost da se obraća pažnja na i bude podstaknut izvesnom klasnom objektu“ (1977, u Gajić, 1999: 21). Među autorima koji su prvi dali precizniju definiciju pojma interesovanja citiramo Frajera (Fryer, 1931: 15) koji kaže da su interesovanja „predmet ili aktivnosti koji izazivaju prijatno osećanje u jedinki“. Džui je smatrao da su interesovanja „identifikacija našeg ja sa nekom idejom ili objektom“ (Dewey, 1936: 12). Strong, koji ima najviše uticaja u oblasti profesionalnih interesovanja, interesovanja definiše kao „stanje (duha) dopadanja/nedopadanja povezano sa vršenjem neke aktivnosti ili zamisli o izvođenju aktivnosti“ (Strong, 1955. u Pantić, 1980: 27). U kontekstu umetničkih interesovanja koja su u fokusu ovog istraživanja, zanimljiva je definicija Rubinštajna koji interes smatra „specifičnim *kulturnim* motivom saznanje delatnosti čovekove“ (u Gajić, 1999: 25). I Dejmond povezuje interesovanja sa kulturnim aktivnostima i kaže da su interesovanja „dispozicija da se čovek angažuje u nekoj kulturno razrađenoj aktivnosti bez obzira na bilo kakvu nagradu sem zadovoljstva koje ima od toga što primenjuje tu dispoziciju“ (Diamond, 1957: 294). Pantić takođe ističe dispozicionu osnovu interesovanja, te koncept dispozicije objašnjava kao pogodan jer rešava problem *lokacije vrednosti* (materijalizaciju u individui) i zato što ovaj pojam omogućava primenu obećavajućeg relacionističkog (subjektivno-objektivnog) prilaza svim vrednostima, pa i interesovanjima i povezuje vrednosti sa potrebama (1980: 45).

Od domaćih autora koji su izučavali ovu pojavu važno je pomenuti, Nikolu Rota koji interesovanja definiše kao „težnju pojedinca da redovno obraća pažnju na određene subjekte i sadržaj i da se njima bilo mentalno (u mislima), bilo aktivno bavi“. On daje primer upravo na

interesovanju za pozorište i kaže: „Reč je o interesovanjima za pozorište, kada neko prati pozorišni život ili sam teži da bude aktivan u pozorišnom životu, da glumi“ (2010a: 124). Prema Zvonareviću (1973: 111) pojava interesovanja se odnosi na „manje ili više trajnu usmerenost čovekove svesti i aktivnosti na određene sadržaje, a samo bavljenje tim sadržajima povezano je subjektivno sa zadovoljavanjem nekih unutrašnjih potreba dotičnog pojedinca“. U kontekstu ovog istraživanja, važno je pomenuti i definiciju Havelke koji pod interesovanjima podrazumeva „svojevrstu, manje ili više složenu organizaciju različitih osobina ličnosti koja pod uticajem socijalnog učenja i lične aktivnosti osobe postaje trajna i stabilna dispozicija za određeni način subjektivnog doživljavanja i praktičnog delovanja u odnosu na objekat u vezi sa kojim je stečena“. Havelka napominje da objekat interesovanja može u principu biti svaki iskustveni sadržaj, sve o čemu osoba stekne izvesno znanje (1989, u Đermanov, 2005: 22). Baveći se kulturnim životom i potrebama mladih. Mrđa takođe u fokusu stavlja upravo interesovanja i za potrebe svog istraživanja definiše ih na sledeći način: “Interesovanja su jedan oblik vrednosti koje karakteriše zaokupljenost svesti omiljenim sadržajima (osećanje obuzetosti) i/ili bavljenje nekom delatnošću kojoj jedinka pridaje izvesnu vrednost” (Mrđa, 2011: 19). Među domaćim autorima koji su se bavili interesovanjima pomenućemo: A. Tetranića, I. Toličića, Lj. Kocića, M. Popovića, B. Bodroškog. Među stranim autorima, izdvajamo autore kao što su: Šifel (U. Schiefele), Šmid (F.Schmid), Krap (A. Krapp), Hidi (S. Hidi), Reninger (K. A. Renninger), Tobias (S. Tobias), Silvia (P. J. Silvia), Deci (E. L. Deci), Bandura (A. Bandura), Aleksander (P. A. Alexander), Ejnli (M. Ainley) i mnogi drugi. U kontekstu pojmovnog određenja interesovanja možemo rezimirati da je suština mnogobrojnih definicija interesovanja sažeta u isticanju karakteristika interesovanja. Pantić navodi da su do sada razni autori istakli sledeće karakteristike interesovanja: da su to motivi, dispozicije, da su vrednosno obojeni, da su osećanja, selektivne orijentacije, aktivnosti, obraćanje pažnje, preferencije, potrebe, (pozitivni) stavovi, preokupacije. Pantić se slaže da su interesovanja sve pomenuto, ali da taksativno nabranjanje nije adekvatna definicija.

Na osnovu analize izloženih definicija interesovanja, dolazimo do zaključka da je nekoliko aspekata interesovanja jako važno za naše istraživanje. To su komponente interesovanja, koje dovodimo u blisku vezu sa višim/krajnjim ciljem ovog istraživačkog rada – razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište, tačnije razvoj pozorišne publike. Najpre to je *saznajni aspekt* – komponenta interesovanja, svest o objektu ili predmetu interesovanja je uslov postojanja interesovanja, što znači da su interesovanja svesne pojave i

izbori i izraz slobodne volje. Zatim, to je *emocionalni aspekt* – komponenta interesovanja koju kao neophodnu u samoj definiciji interesovanja ističu sledeći autori S. Dajemond, D. Frajer, A. M. Džordan, D. Pantić, Dž. Djui, Lj. Kocić, M. Zvonarević i N. Havelka (u Đermanov, 2005: 24), jer interesne aktivnosti prate isključivo pozitivna osećanja različitog intenziteta. Navedeni autori, a složićemo se sa njima, smatraju da je prisustvo emocija od presudnog značaja u određenim momentima. „Od osećanja koje nastaje kada se pojavi interesovanje zavisi dalji odnos deteta prema predmetu ili aktivnosti za koje je pokazalo interesovanje” (Kocić, 1984: 624). Treći je *konativni aspekt* – komponenta interesovanja, koji mnogi autori smatraju esencijalnim. Taj aspekt podrazumeva da se interesovanja ispoljavaju kroz aktivnost, odnosno bavljenje omiljenom aktivnošću, jer samo prava interesovanja mogu da pokrenu na aktivnost. Autori koji ističu ovaj motivacioni aspekt interesovanja su J. Gilford, R. Katel, E. Herlok, S. L. Rubinštajn, M. Zvonarević, I. Toličić, D. Pantić, Lj. Kocić, N. Havelka (u Đermanov, 2005: 25). Kao i motivima, interesovanjima je aktivnost imanentna karakteristika. Može se reći da bez aktivnosti nema interesovanja. Predmet ili objekat interesovanja može da bude svaki iskustveni sadržaj. Da bi on to postao „potrebno je da osoba na njega obrati pažnju, da ga upozna i da ga razume, da uoči povezanost sa svojim istaknutim potrebama, motivima, željama, namerama, znanjima, sponostima, sa realnim i idealnim, slikom o sebi, svojim položajem u grupi, lokalnoj i široj zajednici [...] Zainteresovati se za [...] znači obratiti pažnju, izdvojiti, započeti misaono ili praktično delovanje” (Havelka, 1995: 97). Ove različite pristupe i terminološka neslaganja završićemo stavom da svako definisanje jeste i prihvatanje, opredeljivanje i naglašavanje određenih aspekata, zavisno od šire teorije ili (ako ova nedostaje), zavisno od implicitne teorije (Pantić, 1980: 29).

Pantićevo određenje interesovanja je da su ona „jedan oblik (uglavnom terminalnih) vrednosti za koji je karakteristična zaokupljenost svesti omiljenim sadržajima i/ili bavljenje izabranim aktivnostima” (Pantić, 1980: 29). Još je Aristotel terminalne vrednosti nazivao „vrhovnim dobrima” i razlikovao ih od instrumentalnih vrednosti, tj. „dobra koja služe kao sredstvo”. Vrhovno dobro koje se uvek bira radi njega samog jeste sreća, što Aristotel dokazuje “opštom saglasnošću” (u Pavićević, 1967). Djui, na primer, kaže: „Svugde gde ima interesa, nalazi se i emocija” (Dewey, 1936: 13). Strong, takođe prepoznaje značaj emocija za interesovanja i tvrdi da je „osećanje najčešće istican kriterijum interesovanja” (Strong, 1955. u Pantić, 1980: 54). Da li je moguće pozorišnom umetnošću izazvati pozitivne emocije kod današnjih generacija učenika srednjih škola tokom/nakon odgledane dramske predstave? Ukoliko pozitivna emocija, ili „sreća” predstavlja terminalnu vrednost, onda je buđenje te

emocije uslov u ideji o razvoju interesovanja ovih mladih ljudi za pozorište. Koje su, u današnjoj Srbiji „realne šanse” škole, pozorišta ili medija da pozorište približe mladim ljudima, tako da im je svest često zaokupljena, dramskom pozorišnom umetnošću u onoj meri koja ih motiviše na aktivnost, da vremenom postanu „redovna”, „stalna” tj. „prava” ili bar „povremena” publika dramskih pozorišnih predstava? Veliki je izazov razmišljati o izazivanju ovakvog osećaja putem pozorišne umetnosti kod srednjoškolaca od kojih, tek među 10% njih, nalazimo redovnu ali i povremenu, sporadičnu, potencijalnu i sl. publiku, dok je skoro 90% njih nezainteresovano za pozorište. Da li je moguće, razumevanjem prirode interesovanja, mehanizama nastanka, formiranja i razvijanja, savladati prepreke i srušiti barijere između ovih mladih ljudi i pozorišta?

Da bi učenicima srednjih škola pozorište postalo predmet ili objekat „pravog” interesovanja neophodno je, najpre, da obrate pažnju i upoznaju pozorišnu umetnost. Da ona bude svesno odabrano interesovanje, da je razumeju, da ih motiviše u dovoljnoj meri i podstakne na aktivnost, tačnije na odlazak u pozorište. Uslov je i da prilikom zadovoljenja potrebe za pozorištem, to osećanje bude pozitivno osećanje, da izaziva pozitivne emocije, jer od toga zavisi dalji odnos prema pozorištu. Smatramo da ovako sagledana teorija o interesovanjima i stavljena u kontekst razvoja mlade pozorišne publike, predstavlja veliki ali ne i nemogući izazov.

3.1.1. Neke karakteristike interesovanja

Kako smo već rekli, mnogi autori isticali su određene karakteristike interesovanja, a najvažnije među njima, u kontekstu ovog istraživanja, jesu: dispozicije, motivi, (pozitivni) stavovi, osećanja i obraćanje pažnje, te je iz tih razloga neophodno posvetiti pažnju ovim pojmovima.

3.1.1.1. Lična dispozicija

U najopštijem smislu, lična dispozicija je naročita sposobnost za nešto (npr. muziku, nauku, zločin, krađu) i realni podsistem ličnosti koji ima motivaciono dejstvo (Vujaklija, 1992: 229). U psihologiji se ovaj pojam svrstava u red „hipotetičkih konstrukata“. Iz ugla ove naučne discipline S. Radonjić (1968) ističe da znatan broj psiholoških pojmova pripada kategoriji dispozicija, među kojima navodi i interesovanje. Postoje dve podvrste dispozicionih pojmova: jedni se odnose na sposobnosti (svi pojmovi koji ukazuje šta neko može), a drugi na

tendencije ponašanja, tj. „šta neko obično čini“, „čemu teži“ i sl. Interesovanja pripadaju drugoj podvrsti. Prema Radonjiću, bitno i zajedničko za sve dispozicione pojmove jeste to da pretpostavljaju „izvesnu pravilnost“ u ponašanju i da se ta pravilnost objašnjava „skrivenom dispozicijom koja je i uzrok vidljivog ponašanja“ (u Pantić, 1980: 47). Po Olportu lične dispozicije „tačno odražavaju strukturu ličnosti, dok su opšte crte kategorije u koje individu u stavljamo nasilno [...] te da se ona može identifikovati jednom suštinskom osobinom“, a pod suštinskom osobinom podrazumeva „neki važan cilj ili smisao, ili ponekad stil izražavanja“. U svakoj ličnosti postoje lične dispozicije većeg značaja i lične dispozicije manjeg značaja, dok ponekad neka lična dispozicija tako prožima i tako je istaknuta u životu da zaslužuje naziv *glavne* (kardinalne) dispozicije. Olport kaže da je retka ličnost koja ima jednu ili samo jednu glavnu dispoziciju. Obično se može govoriti o glavnim, centralnim i sekundarnim, te među njima. Takođe, razlikuje i stepen motivacione snage određenih dispozicija. Iako su sve dispozicije u izvesnom stepenu dinamičke, neke su to samo u jednom instrumentalnom smislu. One upravljaju aktivnošću motivisanom drugim ličnim dispozicijama koje imaju veću snagu stresa, odnosno, da li je neka lična dispozicija motivaciona ili instrumentalna, pitanje je stepena. Olportova definicija lične dispozicije je: „Uopštena neuropsihička struktura (svojstvena individui), sposobna da mnoge draži učini funkcionalno ekvivalentnim i da uvede i vodi dosledne (ekvivalentne) oblike prilagodljivog i stilskog ponašanja“ (Olport, 1969: 458–482).

3.1.1.2. Motivi

Teorija motivacije je od izuzetnog značaja za ovo istraživanje u pokušajima da se otkrije da li je moguće i na koji način motivisati učenike srednjih škola da gledaju dramske pozorišne predstave. „Motivacija je proces pokretanja ličnosti na aktivnost, a motivi su pokretačke snage koje izazivaju aktivnost čoveka“ (Rot, 2010b: 268). Rot tvrdi da socijalizacija ostavlja potpuniji i dublji efekat na motivaciju nego na i jednu drugu psihičkih funkcija čoveka i određuje motive kao organske (biološke: motivi gladi i žeđi, materinski i seksualni motiv) ili psihološke (socijalne) faktore koji pokreću i regulišu ponašanje radi postizanja određenih ciljeva. Socijalnim motivima, nazivaju se oni motivi koji se ne baziraju na organskim, već na psihološkim potrebama, na potrebama koje se mogu zadovoljiti samo uz direktno ili indirektno učešće drugih ljudi. Ovi stečeni motivi predstavljaju pokretače raznovrsnih aktivnosti čoveka, među ostalim i pokretače pretežnog broja oblika socijalnog ponašanja ljudi. Pored posebnih stečenih motiva, takve pokretačke snage koje imaju

motivacioni karakter predstavljaju i mnogobrojni stavovi, interesi, ili interesovanja, ideali, norme, vrednosti, kao i različite osobine ličnosti čoveka (Rot, 2010b: 270).

Gordon Olport (Gordon Allport), u svojoj teoriji razvoja ličnosti, poklanja izuzetnu pažnju motivima (1969: 254–297). On ističe da je analiza prirode motivacije, stožer svake teorije ličnosti. Pod motivima podrazumeva svaki unutrašnji uslov u pojedincu koji navodi na akciju ili mišljenje. Delimo mišljenje sa Olportom koji smatra da adekvatna teorija ljudskih motiva treba da zadovolji nekoliko zahteva, ali, kao prvo, ona treba da prizna savremenost motiva. Bilo šta da nas pokreće mora da to čini sada, pa je važno da motivaciona teorija ima u vidu *sadašnje* stanje organizma. Prošlost nije važna, izuzev ako se ne pokaže da je dinamički aktivna u sadašnjosti. Olport tvrdi da ne postoje nikakvi „sekundarni” motivi u dinamičkom smislu. Oni su sekundarni po vremenu, jer svi sadašnji motivi izrastaju iz prethodnih motiva. Može se govoriti o motivima koji su od sekundarne važnosti za ličnost, ali ako se govori o *energijama* ili *dinamici* nekog motiva, onda su oni uvek „primarni”. Nijedan ne „dela” u prošlosti, već uvek i jedino u sadašnjosti. Teorija o ljudskim motivima, po ovom autoru, treba da bude pluralistička – ona koja dopušta mnoge tipove motiva, i podseća na Maslovljevu distinkciju, koji govori o motivima *deficita* i motivima *rašćenja*. Motivi deficita obuhvataju nagone i elementarne psihološke potrebe, kao što su žeđ, glad, san, bezbednost, udobnost. Drugi obuhvataju ambicije, interese, spoljnu aktivnost zrelog čoveka koji se normalno razvija. To je osnovni razlog pluarističkog pristupa teoriji motivacije. Adekvatna teorija motivacije treba da pripiše dinamičku snagu kognitivnim procesima, na primer, planiranju i nameri. Namera je, po Olportu, jedan veoma zanemaren oblik motivacije, ali oblik od centralne važnosti za razumevanje ličnosti. On nam pomaže da prevaziđemo suprotstavljanje motiva i mišljenja. Kao i svi motivi, namera se odnosi na ono što individua nastoji da uradi. Namera je motiv u kome se stapaju želja i razum. Namere nekog lica su, na kraju krajeva, kaže Olport, njegovi karakteristični interesi. Poslednji Olportov zahtev za adekvatnu teoriju motivacije jeste da ona treba da predstavlja stvarnu jedinstvenost motiva, pri čemu autor ukazuje na razliku između konkretnog i apstarktnog gledišta o motivima.

U kontekstu ovog istraživanja, izuzetno je zanimljiv, Olportov pojam funkcionalne autonomije. Funkcionalna autonomija smatra zrele motive kao raznolike, samostalne, savremene sisteme koji izrastaju iz prethodnih sistema, ali su funkcionalno nezavisni od njih. Oblici ponašanja koji su služili za zadovoljenje nekog primarnog motiva tokom vremena mogu postati cilj i poprimiti motivaciona svojstva. Drugim rečima, aktivnost koja je prvobitno vezana za zadovoljenje nekog motiva vremenom može postati autonomna i sama sebi cilj.

Olport daje mnogo primera: bavljenje književnošću, negovanje dobrog ukusa u odevanju, upotreba kozmetičkih sredstava, šetnje po javnim parkovima ili zima provedena u Majamiju – sve bi to moglo na prvom mestu da služi, recimo seksualnim interesima. Ali svaka od ovih „instrumentalnih“ aktivnosti može da postane i interes sam za sebe, da ostane to za ceo život, čak i kada prestane da dalje služi erotičnom motivu (Ibid, 295). „Ono što je nekada bilo nebitno i instrumentalno postaje bitno i pokretačko. Aktivnost je nekada služila nekom nagonu ili nekoj prosto potrebi; sada ona služi sama sebi, ili, u izvesnom širem smislu, služi slici koju neko lice ima o sebi” (Ibid, 297).

3.1.1.2.1. Mogući pristupi u motivisanju učenika srednjih škola za odlazak u pozorište

Ukoliko je teoretski moguće da izvesno ponašanje, neka aktivnost ili bavljenje nečim motivisano postizanjem određenog cilja, postane funkcionalno autonomno, odnosno, da postane motiv sam za sebe, da li je onda teoretski moguće „iskoristiti” mehanizam funkcionalne autonomije u razvoju interesovanja učenika srednjih škola za pozorište? U tom pravcu, potrebno je razmišljati o interesovanjima, željama, potrebama ili motivima učenika srednjih škola. Adolescencija je veoma buran period i odavno je poznato da su na primer neprihvaćenost, pripadnost grupi ili rušenje autoriteta najznačajnija pitanja u tom uzrastu. Može li pozorište postati mesto gde će se osećati prihvaćenim? Može li pozorišna publika postati grupa kojoj pripadaju? Da li je ostvarljivo pozorište koje bi bilo sredstvo za zadovoljenje određenih potreba mladih, rešavanje određenih problema mladih i koje bi vremenom postalo motiv sam za sebe nastao na temelju „kulturnog interesa“? Da li je u trenutnim uslovima u Srbiji moguća produkcija takvih pozorišnih predstava koja će srednjoškolcima ponuditi ono što oni žele da čuju i vide, koja će im pomoći da nađu odgovore o svom unutrašnjem i spoljašnjem svetu, i da tokom vremena pozorište postane motiv, odnosno interesovanje samo za sebe?

Polazeći od teorija motivacije, u sprovedenom terenskom istraživanju u okviru ove doktorske disertacije, učenicima srednje škole postavili smo nekoliko pitanja, u pokušaju da dođemo do izvesnih smernica koje bi nam pomogle u pronalaženju elemenata za motivisanje ovih mladih ljudi da, pre svega, dođu u pozorište. Znajući da je u periodu adolescencije vršnjačka grupa, jedan od najznačajnijih agenasa socijalizacije, zatim da je prihvaćenost, odnosno pripadnost grupi u tom uzrasnom periodu među najsnažnijim motivima, jedno od pitanja je glasilo: „Da li bi prihvatio/la poziv druga ili drugarice da idete u pozorište?“

Iznenadjujuće veliki broj, čak 84,7% učenika srednje škole bi prihvatilo poziv druga ili drugarice da idu u pozorište, dok bi 15,3% to odbilo. Ukoliko napravimo paralelu sa podacima frekvencijske analize o posećivanju pozorišta gde 84,9% novosadskih srednjoškolaca retko ili nikada ne ide u pozorište a 84,7% njih bi prihvatilo poziv vršnjaka za posetu pozorištu, dolazimo do zaključka da je ovaj podatak od izuzetnog značaja za promišljanja o marketinškom pristupu razvoju pozorišne publike.

Tabela br. 1: Odgovor ispitanika na pitanje: Da li bi prihatio/la poziv druga ili drugarice da idete u pozorište?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	536	82,7	84,7	84,7
	Ne	97	15,0	15,3	100,0
	Total	633	97,7	100,0	
Missing	System	15	2,3		
Total		648	100,0		

Polazeći od Olportove teorije o funkcionalnoj autonomiji motiva, po kojoj oblici ponašanja koji su služili za zadovoljenje nekog primarnog motiva tokom vremena mogu postati cilj i poprimiti motivaciona svojstva postavili smo učenicima dva pitanja. Prvo je glasilo: „Da li bi gledao/la pozorišnu predstavu kada bi znao/la da se bavi temom koja tebe zanima?“

Tabela br. 2: Odgovor ispitanika na pitanje: Da li bi gledao/la pozorišnu predstavu kada bi znao/la da se bavi temom koja tebe zanima?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	452	69,8	70,7	70,7
	Mozda	139	21,5	21,8	92,5
	Ne	48	7,4	7,5	100,0
	Total	639	98,6	100,0	
Missing	System	9	1,4		
Total		648	100,0		

Dobijeni su veoma povoljni i ohrabrujući rezultati, gde se posebno ističe podatak da samo 9 učenika nije odgovorilo na ovo pitanje, a među onima koji jesu 70,7 % učenika se izjasnilo da bi gledalo pozorišnu predstavu kada bi znali da se bavi temom koja ih zanima, zatim 21,8% učenika je reklo da bi to možda učinilo, dok svega 7,5 %, učenika ne bi otišlo u pozorište čak ni ako bi se predstava bavila temom koja ih zanima.

Drugo pitanje odnosilo se na probleme mladih, i pitali smo ih da li bi gledali pozorišnu predstavu kada bi znali da se bavi problemima koji i njih muče. Veliki broj učenika odgovorilo je i na ovo pitanje, pa skoro polovina njih, tačnije 49,4 % je izvestilo da bi otišli da

gledaju predstavu koja se bavi problemima mladih; 30,9 % ispitanika bi možda otišlo, dok 19,7% srednjoškolaca ne bi otišlo u pozorište ni kada bi se predstava bavila problemima mladih koji njih takođe muče.

Tabela br. 3: Odgovor ispitanika na pitanje: Da li bi gledao/la pozorišnu predstavu kada bi znao/la da se bavi problemima mladih koji i tebe muče?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	306	47,2	49,4	49,4
	Možda	191	29,5	30,9	80,3
	Ne	122	18,8	19,7	100,0
	Total	619	95,5	100,0	
Missing	System	29	4,5		
Total		648	100,0		

Podatak da bi 92,5 % učenika bilo motivisano da gleda pozorišnu predstavu koja se bavi temom koja ih zanima, kao i podatak da bi 80,3 % njih bilo motivisano da gleda pozorišnu predstavu koja se bavi problemima mladih koji i njih muče, predstavljaju možda najznačajnije rezultate ovog istraživanja i potvrdu pretpostavke o prekoj potrebi adekvatnog repertoara za mladu publiku. Ovakvi podaci su izuzetno ohrabrujući, i oni predstavljaju potencijalno snažnu motivaciju koja bi učenike srednjih škola odvela u pozorište, pod uslovom da tako adekvatna ponuda pozorišnih predstava postoji u njihovom okruženju. Ovakvi odgovori ukazuju i na nedvosmislenu nameru mladih za odlazak u pozorište i pored izražene nezainteresovanosti. A namera je, kako smo već citirali Olporta, jedan od oblika motivacije koji pomaže da prevaziđemo suprotstavljanje motiva i mišljenja. Namere nekog lica su, njegovi karakteristični interesi. Naslanjajući se na ove rezultate, duboko smo uvereni da bi učenici srednjih škola prevazišli nezainteresovanost i počeli učestalo da odlaze u pozorište ukoliko bi postojala adekvatna ponuda pozorišnih predstava koja bi zadovoljavala njihove karakteristične interese. Takođe, uvereni smo da bi ta učestala „instrumentalna aktivnost” odlaska u pozorište radi zadovoljenje primarnog motiva, odnosno, nekog karakterističnog interesa, tokom vremena postala autonomna i sama sebi cilj, što bi potvrdilo, u izvesnim krugovima osporavanu, Olportovu teoriju funkcionalne autonomije. Na osnovu ovih rezultata, moguće je postaviti novu hipotezu za neko buduće istraživanje, koja glasi: adekvatna i dugotrajna repertoarska politika uz pomoć marketinga, može uzrokovati učestalost dolazaka mladih u pozorište a tokom vremena moć pozorišta može razviti kulturni interes mladih za pozorišnom umetnošću i transformisati ga u kulturnu potrebu.

Najveća pretnja ovakvoj ideji je dosadašnja praksa u kojoj skoro da ne postoje dugoročni projekti. Jedna od osnovnih karakteristika svih javnih praktičnih politika u Srbiji

jeste kratkotrajnost. Svaka nova vlada u Srbiji, a u poslednjoj četvrtini veka smenjivale su se često na jednu ili dve godine, u najvećem broju slučajeva, zaustavljala je započete projekte prethodne Vlade, uspostavljala nova pravila i smenjivala kadrove, u svim sektorima, ne samo u sektoru kulture. Kao najmoćniji izvor socijalizacije država takvim obrazcem ponašanja šalje nedvosmislene poruke i društvo jednostavno to usvaja kao poželjan obrazac ponašanja, što, gledano u celini, veoma negativno utiče na celoviti razvoj društva. Sa druge strane, kod onog dela društva koji se odupire usvajanju takvog modela ponašanja, zbog čestog prekidanja započetih procesa, neplanskog delovanja itd. često dolazi do nemotivisanosti, neistrajnosti, nezalaganja i letargije. „Srbi su nezavršen narod”, kako je to sjajno formulisao jedan od bivših ministara. Diskontinuitet, kratkotrajnost i nezavršenost karakterišu mnoge male i velike procese u Srbiji, bilo da su u pitanju društveni ili individualni, što je pogubno za menadžment u bilo kojoj sferi društvenog delovanja. U slučaju dugoročnog projektnog menadžmenta u kulturi sa ciljem razvoja pozorišne publike takve okolnosti mogu biti odlučujući faktor. Formiranje i razvoj interesovanja mladih za pozorište i njegova transformacija u kulturnu potrebu koja zahteva zadovoljenje i stvara kulturnu naviku odlaska u pozorište podrazumeva kontinuirane i dugoročne aktivnosti na tom polju. Iz tih razloga pitanje motivisanosti zaposlenih u pozorištu može predstavljati najveći izazov osmišljenog starteškog plana za razvoj mlade pozorišne publike.

3.1.1.3. Stavovi

Jedna od veoma bitnih karakteristika interesovanja jesu (pozitivni) stavovi u odnosu na objekat interesovanja. Pitanje stavova predstavlja jedan od najvažnijih i najviše proučavanih problema savremene socijalne psihologije. U savremenim društvenim okolnostima utvrđivanje stavova postalo je svakodnevna praksa. „Zainteresovanost istraživača za stavove proizilazi iz činjenice da stavovi imaju motivacionu ulogu, da usmeravaju naše reakcije, pozitivno ili negativno, u odnosu na objekat stava. To znači da mnoge postupke koje ljudi preduzimaju u životu možemo razumeti ako poznamo njihove stavove, i obrnuto – poznavajući stavove, možemo predviđati ponašanje ljudi (što je cilj svake nauke, ali i cilj, na primer, političkih partija ili trgovačkih lanaca)” (Trebješanin i Lalović, 2011: 61). Kako Rot kaže, „od stava često zavisi ne samo naša procena i naše mišljenje, nego i naša akcija (Rot, 2010a: 110).

Brojne su definicije stava, a jedna od poznatijih, za koju se mnogi autori slažu da je složenija i potpunija od pređašnjih jeste Olportova (1935), po kojoj pod stavom treba

podrazumevati neuralnu i mentalnu spremnost, formiranu na osnovu iskustva, koja vrši direktivni ili dinamički uticaj na reagovanje pojedinca na objekte i situacije sa kojima dolazi u dodir. Kreč, Kračfild i Balaki (D. Krech, B.S. Crutchfield i L. E. Ballachey) definišu stavove kao trajni sistem pozitivnog ili negativnog ocenjivanja, osećanja i tendencije da se preduzme akcija za ili protiv – a u odnosu na različite objekte (Kreč, Kračfild i Balaki, 1972 u Rot, 2010b: 370–371). Savremenija definicija određuje stav kao stečenu, relativno trajnu i stabilnu organizaciju pozitivnih ili negativnih emocija, vrednovanja i reagovanja prema nekom objektu (Petz i sur., 1992: 426). Većina autori složna je u mišljenju da stavovi uvek obuhvataju tri osnovne komponente: kognitivnu, emocionalnu (afektivnu) i konativnu (ponašajnu). Kognitivnu komponentu stava čine shvatanja i znanja, percepcija, verovanje, što znači od ideja koje pojedinac ima o nekoj pojavi, odnosno o objektu prema kome je formiran određeni stav. Ova komponenta uključuje i vrednosne sudove. Mi ne samo što imamo neka znanja o objektu prema kome imamo stav, nego dajemo i ocenu o vrednosti toga objekta (Rot, 2010b: 372). Afektivna komponenta određena je osećanjima koje pojedinac ima o objektu, odnosno objekat nam se sviđa ili ne. Sa javljanjem stava javlja se osećanje prijatnosti ili neprijatnosti, a moguće je da se javi čitav niz emocija: saosećanje, divljenje, poštovanje i druge složene emocije (Ibid, 372). Konativna komponenta sastoji se od tendencija da se na određeni način reaguje na neku pojavu, da se učini nešto, da se pristupi akciji. Konativna komponenta se može manifestovati samo kao potencijalna spremnost na akciju a može se manifestovati i u čitavom nizu akcija.

Sve komponente mogu biti više ili manje izražene i ekstremne (Rot, 2010b: 373). Analiza složenosti stava dovodi do pitanja o međusobnoj povezanosti ili usklađenosti ove tri komponente. Smatra se da postoji povezanost između stepena izraženosti sve tri komponente (npr. ukoliko je jedna izrazitije pozitivna, verovatnije je da će i druge biti izrazitije pozitivne itd.). Prema mišljenju nekih istraživača ta povezanost je visoka, a prema drugima samo umerena. Znatan deo pokušaja da se promene osećanja ljudi prema nekim problemima tako što će im se ponuditi više informacija o tom problemu – zasnovan je na implicitnoj ideji da su kognitivna i afektivna komponenta stava povezane. Takođe, pretpostavka strukturalnog pristupa je da postoji saglasnost između izraženih stavova i ponašanja, što znači da se pojedini stavovi javljaju povezani sa nizom drugih stavova. Rot navodi primer da, ukoliko za nekog pojedinca kažemo da je po svojim shvatanjima konzervativan ili napredan, zapravo smatramo da ima ne samo jedan određeni stav prema jednom određenom pitanju nego da kod njega postoji ceo niz srodnih stavova prema većem broju pitanja.

Ipak, pojedini autori se suprotstavljaju ideji o tri komponente stava (Shaw, Wright, 1967, Fishbein, 1963. u Šiber, 1973: 397). Oni naglašavaju samo afektivni deo stava (smatrajući da su znanja samo osnov za formiranje stava, ali ne i sama komponenta stava, a da je stav osnov za ponašanje, ali ne i samo ponašanje). Prema tom stanovištu, stav je afektivna reakcija zasnovana na evaluativnim koncepcijama, koja prethodi ponašanju.

Čest je slučaj sa mnogim pojmovima da i pored neusaglašene definicije, postoje određene osobine koje uvažavaju sve definicije kao i različiti pristupi. Po pitanju stava to su: 1.) Svaki stav je usmeren na nešto. On ima svoj objekt ili fokus, što znači da stav nije opšta osobina ličnosti, nego je definisana objektom na koji se odnosi; 2.) Stav ima vrednosnu dimenziju, on održava afektivan odnos između pojedinca i objekta koji se može izraziti na kontinuumu sviđanja ili nesviđanja; 3.) Stav je naučen ili, kako kaže Olport u svojoj definiciji „formiran kroz iskustvo”; 4.) Stav je relativno trajan sistem, što znači da on usmerava pojedinca kroz duži period, a ne samo u jednom trenutku i 5.) Stav je povezan s ponašanjem, bilo neposredno ili posredno (Šiber, 1973: 398). Drugim rečima, najvažnije odrednice stava su: „da je stečen u procesu socijalizacije; da počiva i da se ispoljava kroz znanje, emocije i ponašanje; da predstavlja predispoziciju za latentno i manifestno ponašanje; da je usmjeren prema sebi, drugim osobama, objektima i situacijama; da može biti u manjem ili većem stepenu pozitivnog ili negativnog smjera; da relativno trajno određuje dosljedno ponašanje osobe” (Trebješanin i Lalović, 2011: 61).

Stavovi se mogu podeliti prema više kriterijuma, a prema jednom dele se na lične i socijalne (Leonard i Crawford, 1989; Rot, 2010a). Lični stavovi su oni koji su karakteristični samo za određenog pojedinca i ne odnose se na pojave od opšte društvene važnosti i za njih se interesuje psihologija ličnosti. Sa druge strane, socijalnim stavovima bavi se najviše socijalna psihologija, ali i mnoge druge društvene nauke, jer su oni svojstveni većoj grupi ljudi, a odnose se na društveno značajne pojave. Socijalni stavovi se razlikuju prema sadržaju. Prema tome na koju se vrstu sadržaja odnose, povorimo o političkim, ekonomskim, estetskim i drugim grupama stavova (Rot, 2010b: 386).

Kao što je slučaj i sa interesovanjima, a što je od ključnog značaja za ovo istraživanje, ljudi se ne rađaju sa stavovima, već su rezultat socijalizacije pojedinca, tačnije učenja tokom socijalizacije o čemu će biti reči u sledećem poglavlju. Nijedna druga psihološka osobina nije u tolikoj meri rezultat socijanog uticaja na pojedinca kao što su stavovi. Svi faktori koji određuju proces socijalizacije i utiču na njega predstavljaju i determinante formiranja

socijalnih stavova. Rot, kaže da, iako oblik u kome se socijalizacija manifestuje zavisi od ličnih osobina, isključivo socijalni faktori utiču na formiranje stavova (Ibid, 422), a oni se mogu podeliti u tri osnovne kategorije ili tri izvora stavova (Rot, 2010a: 110): prvi izvor predstavljaju socijalne i grupne norme koje pojedinac prihvata od društva u kojemu živi i od grupa kojima pripada. Drugi izvor čini lično iskustvo i znanje o pojavama prema kojima postoji stav i treći izvor su motivi i trajne karakteristike ličnosti. Autori ističu značaj roditelja, tačnije porodice, na formiranje stavova, i na taj način društvo, putem roditelja prenosi na pojedinca još u ranom detinjstvu veliki deo svojih principa i shvatanja. Od samog rođenja pojedinac, pripada određenim grupama, koje ga na neki način determinišu, najpre su to velike grupe kao što su nacija i klasa, a zatim su to male, tzv. primarne grupe: porodica, krug prijatelja ili radna jedinica. Kada je u pitanju adolescentsko doba, krug prijatelja, tačnije vršnjačka grupa ima posebno značajan uticaj na pojedinca, ne samo kada su stavovi u pitanju već karakterišu i određena interesovanja, uverenja, verovanja, vrednosti ili mišljenja. Grupa deluje na pojedinca na različite načine: utiče na izbor filtriranjem komunikacija i informacija, zatim naglašavanjem vrednosti za koji se grupa zalaže; grupa vrši pritisak da stavovi članova grupe budu uniformni, i da se članovi tih stavova pridržavaju. U slučaju ličnog iskustva i znanja o pojavama prema kojima će pojedinac zauzeti određeni stav, Rot tvrdi da je to iskustvo i znanje redovno ograničeno, i da se ono obično zasnivana malom ili nedovoljnom broju podataka za jedan opšti sud. Zato stavovi nisu uvek dovoljno logički zasnovani, ali pojedincu je vrlo često nemoguće da određene pojave upozna u toj meri da bi o njima zauzeo logički zasnovan stav, kao što je to slučaj i sa interesovanjima ili ukusom na primer. U tom slučaju, kada nemamo dovoljno podataka da bi smo formirali stavove, veoma važnu ulogu ima autoritet (Ibid, 112). Međutim, to ne znači da su u svakom slučaju pojedinci ili grupe koje predstavljaju autoritet kompetentni i da je njihov autoritet opravdan, Tako, pojedinac često formira određene stavove samo na osnovu kontakta sa onima koji o toj pojavi imaju stav ili ne, i iznose ga na osnovu sopstvenog (ne)znanja i (ne)informisanosti.

3.1.1.3.1. Učenici srednjih škola i njihov stav prema pozorištu

Anketa koja je sprovedena u novosadskim srednjim školama, kao deo terenskih istraživanja, nakon brojnih pitanja o pozorištu, sadržala je i sledeće pitanje: „Kakav je (generalno) tvoj stav o dramskim pozorišnim predstavama?“ Ponuđeni odgovori bili su: „pozitivan“, „negativan“ i „nemam stav“, sa otvorenim pitanjem “zašto” koje je postavljeno na kraju kako bismo saznali uzrok stava. Važno je ukazati na to da nisu svi učenici odgovorili

na ovo pitanje, što se vidi iz priložene tabele br. 4. Od učenika koji su odgovorili na ovo pitanje, pozitivan stav prema dramskim pozorišnim predstavama ima 50,2%, negativan, 2,9% i 46,9% učenika, nema stav o dramskim pozorišnim predstavama.

Tabela br. 4: Odgovor ispitanika na pitanje: Kakav je (generalno) tvoj stav o dramskim pozorišnim predstavama?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pozitivan	273	42,1	50,2	50,2
	Negativan	16	2,5	2,9	53,1
	Nemam stav	255	39,4	46,9	100,0
	Total	544	84,0	100,0	
Missing	System	104	16,0		
Total		648	100,0		

Veliki broj učenika koji nema stav prema pozorištu, a slobodno među njih možemo svrstati i one koji nisu odgovorili na ovo pitanje, ukazuje takođe na nezainteresovanost ali i na nepoznavanje ove oblasti. To dokazuju i njihovi odgovori na pitanje da obrazlože svoju indiferentnost prema dramskim pozorišnim predstavama. Učenici koji nemaju stav a odgovorili su na pitanje zašto, kažu da je to tako jer ne posećuju pozorište (94 ispitanika, 54%), ne zanima ih (46 ispitanika, 26,4%), ne vole da idu u pozorište (18 ispitanika, 10,3%), nisu kompetentni da komentarišu (8 ispitanika, 4,6%), zavisi od predstave (7 ispitanika, 4%). Odgovori koji se tiču pozitivnog stava ispitanika se odnose na to, da posećivanje pozorišnih predstava pozitivne efekte ostvaruje kroz obrazovanje mladih (71 ispitanik, 33,2%), vaspitno-moralni uticaj (61 ispitanik, 28,5%), i zato što su zanimljive (71 ispitanik, 33,2%). Dodatnih 5% odgovora se odnosi na pozitivni stav zbog kontakta sa glumcima i podsticanja kreativnosti. Budući da je veoma mali broj ispitanika iskazao negativan stav, njihovi odgovori kojima to obrazlažu veoma su retki i odnose se na to da nisu u mogućnosti da imaju stav (1 ispitanik), ne vole pozorište (2 ispitanika), dosadno im je (7 ispitanika), izveštačeno je (1 ispitanik).

Pitanje stavova učenika srednjih škola o pozorištu je veoma bitno za ovo istraživanje jer stavovi imaju značajan uticaj na ponašanje. Veoma važan jeste i podatak da izuzetno mali broj učenika ima negativan stav prema pozorištu (2,9%) jer su pozitivni stavovi u odnosu na objekat interesovanja, jedna od veoma bitnih karakteristika interesovanja, i u promišljanjima o razvoju publike pristup ovoj ciljnoj grupi, koju možemo svrstati u nepubliku morao bi biti drugačiji u odnosu na pristup mogućoj publici. Teorija kaže da se jednom formirani stavovi teško menjaju, ali se ipak mogu menjati i to pod uticajem istih onih faktora koji su doprineli njihovom formiranju. Koji stavovi će se teže, a koji lakše mijenjati, zavisi od brojnih činilaca,

a pre svega od povezanosti tog stava s drugim stavovima, od važnosti za ličnost, od jačine potreba u čijoj je funkciji, od sugestibilnosti osobe i sl. U tom smislu, važno je pomenuti K. Digla i njegovu teoriju obrazovnih odnosa sa javnošću, koji imaju zadatak da otkriju kakve prepreke stoje između umetnosti i ljudi i onda da nađu načine da ih umanje ili uklone. Autor tvrdi da je glavna prepreka između ljudi i umetnosti „nepoznavanje stvari”, te da osobe koje imaju potencijala da nešto cene ali malo ili nimalo čine da to i ostvare ili imaju pogrešnu predstavu o određenom obliku umetnosti ili ga, jednostavno, ne poznaju dovoljno da bi o njemu mogli da formiraju mišljenje. Digl kaže da bi primenu obrazovnih odnosa sa javnošću trebalo započeti tako što će se ciljna klijantela posmatrati kao dve jasno odvojene grupacije u okviru društvene zajednice. Prva je ona sa kojom se može komunicirati direktno jer ide u školu i jer su tu nastavnici koji imaju gotovo iste ciljeve kao i mi i stoga nam pomažu. Digl naglašava da, ako za obrazovne odnose sa javnošću uopšte postoji laka ciljna grupacija, onda je to školska omladina. Drugu grupaciju čine jednostavno – svi ostali. Opšti cilj obrazovnih odnos sa javnošću je da kod mladih ljudi pobudi interesovanje i da im se pokaže da im jedan oblik umetnosti sasvim sigurno može pružiti doživljaje kakve ne mogu iskusiti nigde drugde (1988: 230-237).

Pitanje razvoja interesovanja za pozorište u procesu socijalizacije možemo poistovetiti sa pitanjem formiranja stavova prema pozorištu, jer su to procesi na koje utiču isti socijalni faktori. Strateški pristup razvoju mlade pozorišne publike, posebno u sektoru marketinga, mora veoma ozbiljno uzeti u obzir činjenicu da veliki broj učenika nema formiran stav prema pozorištu, pa je u pokušajima da se razviju interesovanja mladih za pozorište, iniciranje i formiranje pozitivnog stava učenika prema pozorištu među prvim zadacima.

3.2. Formiranje i razvoj interesovanja

Formiranje i razvoj interesovanja u procesu socijalizacije najčešće nije u fokusu proučavanja procesa socijalizacije bilo iz oblasti antropologije, sociologije, psihologije ili socijalne psihologije, te taj odnos, tačnije tu oblast smatramo nedovoljno istraženom. Međutim, autori koji su istraživali pojavu interesovanja ističu presudan značaj uticaja socijalnih činilaca na formiranje i razvoj interesovanja. Pantić kaže da su interesovanja rezultat istorijskog razvoja i društvenog uticaja; da su rezultat učenja u socijalnim okvirima; da promene interesovanja zavise od sredinskih uslova, da je za razvoj velikog broja interesovanja, preduslov postojanje drugih ljudi i grupa. U procesu sticanja i učenja interesovanja takođe, dolazi do izražaja društveni karakter interesovanja, jer pojedinac usvaja

interesne sadržaje od drugih ljudi putem raznih mehanizama. Svi drugi pojedinci, grupe ili organizacije jesu agensi socijalizacije i prenose sadržaje koje definišu izvori socijalizacije. U tom kontekstu, Pantić slikovito objašnjava spregu interesovanja i izvora socijalizacije, i ističe da interesovanja nisu „slobodnolebdeći“ fenomen, ona su povezana, između ostalog, i sa objektivnim potrebama i klasno-slojnim interesima čija je politička relevantnost samoevidentna (Pantić, 1980: 18).

S obzirom da je ovo istraživanje podstaknuto činjenicom da je velika većina učenika srednjih škola nezainteresovana za pozorište, od izuzetnog je značaja razumevanje mehanizama nastanka interesovanja, njihovo formiranje i na kraju razumevanje kako se interesovanja i pod kojim uticajima razvijaju. Pantić tvrdi da ne postoji nijedan mehanizam koji bi bio specifičan za nastanak interesovanja. Svi mehanizmi koji deluju u okviru opšte socijalizacije ličnosti manje-više mogu se smatrati i mehanizmima interesne socijalizacije, jer se proces nastanka interesovanja bitno ne razlikuje od načina na koji se obrazuju druge dispozicije ličnosti (crte, stavovi, itd.) (Ibid, 103). Zvonarević kaže da „Što se tiče postanka interesa, on je u principu sličan postanku stavova, iako ima i nekih specifičnosti“ (1976, u Pantić, 1980: 97). Određeni mehanizmi, ipak imaju više ili manje udela u formiranju interesovanja, a pod tim mehanizmima podrazumevamo određene vrste i oblike socijalnog učenja.

Na osnovu svog opsežnog istraživanja interesovanja mladih, Pantić zaključuje da je identifikacija mehanizam kojim se može objasniti nastanak niza interesovanja među mladima. Frojd je prvi ukazao na postojanje takvog spontanog i složenog ugledanja na ponašanje nekog uzora i za takvo ugledanje uveo pojam identifikacije. Učenje identifikacijom spada u grupu učenja po modelu, što predstavlja svestan uticaj odraslih na dečije ponašanje u procesu vaspitanja, odnosno „proces u kome osoba oblikuje svoje misli, osećanja ili akcije prema drugoj osobi koja služi za model“ (Bandura, 1969: 242). Za stvaranje interesovanja, među brojnim vrstama identifikacije, relevantna je tzv. „razvojna identifikacija“ (Ler, Amurer i drugi u Pantić, 1980: 107). Uobičajena je identifikacija sa roditeljima, nastavnicima, idolima iz mas medija, vršnjacima. Pored mehanizma identifikacije, Pantić pretpostavlja da se izvesna interesovanja mogu razviti i drugim vrstama socijalnog učenja kao što su instrumentalno uslovljavanje, imitacija, učenje uviđanjem, ali i, često osporavanim Olportovim mehanizmom funkcionalne autonomije. Pantić navodi da je neophodno, isto kao i kod stavova razlikovati formiranje, održavanje i menjanje interesovanja. Što se tiče menjanja interesovanja, pod ovim pojmom podrazumevamo „veće promene intenziteta interesovanja, zamenu već oformljenih,

nekim drugim interesovanjima i nesupstitutivno iščezavanje prvobitnih interesovanja“, dok pod pojmom održavanje interesovanja podrazumevamo, „relevantnu nepromenljivost jednom formiranih interesovanja, njihov ujednačen intenzitet tokom vremena i opiranje promenama“ (Pantić, 1980: 90). Prihvatajući ove definicije, problematika menjanja i održavanja interesovanja je irelevantna za ovaj rad, jer pretpostavljamo da se kod mladih u tom uzrastu interesovanja tek intenzivno oblikuju, i da oni još nisu u prilici da ih korenito menjaju, odnosno, nisu imali vremena da steknu ujednačen intenzitet određenih interesovanja za njihov uzrast. Pitanje formiranja interesovanja, se može proučavati sa raznih stanovišta. Pantić navodi desetine poput: uloge sredine (učenja), uloge urođenog (sazrevanje) i uloge samoaktivnosti; zatim, sa stanovišta mehanizama nastanka o čemu je već bilo reči, ili u žiži interesovanja mogu biti agensi socijalizacije. Formiranje interesovanja se takođe može proučavati u odnosu na vreme kada se pojavljuju, ili pak u odnosu na sadržaj. Takođe, jedno od aktuelnih pitanja teorijskog razmatranja o formiranju interesovanja je da li su ona data ili zadata, da li su urođena ili su stečena i da li je na njihov razvoj neophodno uticati. Odmah na početku, složićemo se sa većinom autora koji izričito ističu uticaje sredine, posebno one socijalne i, shodno tome, pridaju najveći značaj učenju interesovanja⁶¹ (Pantić, 1980: 94). Mnogi autori smatraju da interesovanja jesu rezultat interakcije između pojedinca i određenog sadržaja ili objekta interesovanja (Hidi & Baird, 1986; Krapp, 2000; Renninger & Wozniak, 1985; H. Schiefele, Krapp, Prenzel, Heiland, & Kasten, 1983), da potencijal za interesovanja leži u pojedincu ali da sadržaj i okolina definišu pravce interesovanja i doprinose njihovom razvoju. Dakle, drugi pojedinci i sredina, tačnije agensi socijalizacije, ali i sopstveni trud pojedinca, doprinose formiranju i razvoju interesovanja (Renninger, 2000; Renninger & Hidi, 2002; Renninger et al., 2004; Sansone & Smith, 2000; Sansone, Weir, Harpster, & Morgan, 1992; Schraw & Dennison, 1994. u Hidi i Renninger, 2006: 112).

3.2.1. Socijalni činioci i razvoj interesovanja

Proces formiranja interesovanja nije ni čista „interiorizacija“, ni „projekcija“, već interakcija dispozicije i sredine uz značajnu ulogu (samo) aktivnosti (Pantić, 1980: 64). Dinamičko shvatanje socijalizacije, kao procesa uzajamnog delovanja između pojedinca i njegove okoline, koji dovodi do formiranja društvenog bića sa njegovim individualnim osobenostima, uzima u obzir i spoljašnje (sredinske) i unutrašnje (psihološke) faktore u razvoju jedinice, kao i aktivnu ulogu pojedinaca u oblikovanju sopstvene ličnosti. U spoljašnje

⁶¹ U tumačenju učenja interesovanja, postoje prilične razlike među autorima.

faktore interesovanja ubrajaju se opšti sredinski i socijalni uslovi, kao i pojedini agensi socijalizacije, dok lične motive, sklonosti i ostale individualne osobine pojedinaca posmatramo u sklopu unutrašnjih faktora. Iz tih razloga Gajić (1999) pretpostavlja da u formiranju opštih, za većinu mladih zajedničkih, interesovanja presudnu ulogu imaju spoljašnji faktori, dok u razvoju specifičnih interesovanja, prema kojima se pojedinci međusobno razlikuju, veću ulogu imaju unutrašnji faktori. Ali autorka ističe da je nemoguće napraviti jasnu podelu na unutrašnje i spoljašnje faktore, ta je podela samo uslovna, jer mnogi „unutrašnji” činioci, kao što su određeni motivi ili pojedine sklonosti ličnosti su veoma često socijalno uslovljeni, što znači da su pod uticajem spoljašnjih faktora. Joksimović smatra da svako izdvajanje određenih faktora i posmatranje njihovog pojedinačnog uticaja na formiranje interesovanja nosi opasnost statičnog i parcijalizovanog pristupa tako složenoj pojavi kao što su interesovanja mladih, te da je neophodno da se činioci interesovanja proučavaju celovito (1981 u Gajić, 1999: 74). Đurić, navodi da se razvoj socijalne prirode čoveka ostvaruje procesom socijalnog učenja, te kulturnog i grupnog uticaja, ali da upravo postojanje individualnih razlika među članovima iste kulture, svedoči o relativnosti tih uticaja, pošto se oni uvek prelamaju u ličnosti pojedinca na specifičan način, u zavisnosti od njegovih individualnih karakteristika i iskustva (Đurić, 1999: 13).

U traganju za znanjem iz ove oblasti, nalazimo sjajan doktorski rad E. Balažević o uticaju individualnih i socijalnih činilaca na razvoj muzičkih interesovanja učenika osnovnih škola, koja kaže da činjenica da jedan te isti predmet zaokuplja interesovanje samo nekih ljudi, dok druge ostavlja ravnodušnim ili pak izaziva odbojnost; predstavlja uvek aktuelan argument stanovišta o unutrašnjoj determinisanosti interesovanja. Ali sa druge strane, da nije uočeno kako izvesne stvari u jednoj situaciji izazivaju mnogo veće interesovanje ljudi nego u nekoj drugoj, verovatno se nikada ne bi ni razvilo stanovište o spoljašnjoj determinisanosti interesovanja. Ona smatra da je savremena psihološka i pedagoška teorija prihvatila kao osnovni postulat da nema mnogo smisla govoriti u opozicijama „urođeno – stečeno”, „unutrašnje – spoljašnje”, „nenaučeno – naučeno”, jer ništa nije isključivo ili bez ostatka samo jedno ili samo drugo. Uostalom, unutrašnji činioci u genetskom smislu jedino mogu da otvore izvesne mogućnosti, ali nimalo ne mogu da utiču na ostvarenje tih mogućnosti, što je lako razumeti upravo kroz slučaj pozorišta. U tom smislu, kaže Balažević, najodgovorniji uticaj (sa aspekta mogućnosti ostvarenja) imaju različiti činioci socijalne sredine. Sve što se uči – uči se u socijalnoj sredini i sve što je nenaučeno varira pod dejstvom socijalne sredine, bar u ispoljavanju (Balažević, 2011: 78-91). Uostalom, prirodu motivacionog sistema i

interesovanja, nije moguće objasniti bez dovođenja u vezu unutrašnje potrebe sa spoljašnjim činiocima koji se javljaju kroz brojne procese socijalizacije, uslovljene društvenim zahtevima i normama ili kulturnim i materijalnim uslovima.

Pod socijalnom sredinom podrazumevaćemo sve forme i tipove uticaja kojima okolina, kao organizovana situacija, deluje na individuu (Pešić-Golubović, 1966: 325). Prema sociološkoj klasifikaciji tu spadaju: porodica (sa određenim odnosima, principima i metodama vaspitanja); kultura (shvaćena u smislu izgrađenih institucija, škola, običaji); grupe (starosne, profesionalne, i druge u kojima pojedinac participira); različite vrste interpersonalnih odnosa; socijalni statusi i klasna pripadnost. Već su na početku ovog rada naglašeni uticaji društva, posebno uticaji kulture i društvene strukture, na čelu sa državom (kao izvora socijalizacije) ali se oni ne ostvaruju neposredno već putem brojnih činilaca, pre svega agensa socijalizacije. U kontekstu uticaja sredine, tačnije agenasa socijalizacije, Pantić (1980) ističe da su roditelji najvažniji prenosioci interesovanja, ali samo do ulaska deteta u pubertet, kada uticaj roditelja značajno opada i da u periodu adolescencije vršnjaci, škola, društvene organizacije i mediji masovnih komunikacija postaju najznačajniji agensi interesne socijalizacije. Po pitanju socijalnih činilaca u fokusu ovog istraživanja su škola, pozorište i mediji kao planski agensi socijalizacije i njihov uticaj na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

Škola je faktor socijalizacije čiji je uticaj često istican u literaturi. Polaskom u osnovnu školu dete najpre dolazi u potpuno novu sredinu u kojoj dolazi u interakciju sa novim osobama i sa njima uspostavlja drugačije odnose nego u porodici. Učitelji i nastavnici predstavljaju za dete uzore preko kojih ono usvaja nova shvatanja, stavove i interesovanja. Društvo, tačnije država, preko škole kod dece nastoji da razvije određene osobine koje se smatraju u društvu poželjnim i da spreči razvijanje onih koje se smatraju društveno negativnim. Rot kaže, da škola nastoji da utiče na formiranje ličnosti deteta organizovano i veoma sistematski te da je delovanje škole na dete u toku mnogo i dugo vremena (Rot, 2010b: 148). Ona to čini preko sadržaja nastavnog programa, i na taj način deluje na formiranje ličnosti učenika angažujući se svesno i direktno na procesu vaspitavanja ličnosti. Danas se sve češće može čuti da je škola izgubila uticaj te da nema više onaj dominantni značaj za socijalizaciju, koji joj je nekada pridavan i kako kaže Rot, koji joj se i danas ponekad pripisuje, što je rezultat opštih društvenih promena zbog kojih skoro svi tradicionalni autoriteti danas imaju manji značaj. Pored toga, promene su se desile i na tehnološkom polju tako da razvoj novih tehnologija takođe ima uticaj na školu kao agensa socijalizacije, a posebno masovna sredstva komunikacije. Zbog svega toga, Rot zaključuje da je neopravdano

pridavati izrazito velik značaj školi u procesu socijalizacije, kao što je i neosnovano školu činiti odgovornom za svaki neuspeh u socijalizaciji. Kako su interesovanja neodvojivi deo svake ličnosti i stižu se u procesu socijalizacije, veoma je lako zaključiti da i pored svega navedenog, škola ima izrazito velik potencijal za razvoj interesovanja, najviše zbog toga što je škola prisutna u životu pojedinca svakog dana, dugi niz godina.

U svakom društvu postoji veliki broj društvenih organizacija, kao posebna forma uticaja koja izvire iz socijalne sredine, i one su od velikog značaja za socijalizaciju. Pozorište danas, u pravnom smislu, nije društvena organizacija ono je ustanova kulture koju osniva država (ili je preuzela osnivačka prava) i sufinansira njen rad. Međutim, to je irelevantna činjenica za ovo istraživanje zbog ključnog aspekta ovog rada a to je razvoj interesovanja. Iz tih razloga moguće je posmatrati pozorište kao društvenu organizaciju jer su one, kao i pozorište, osnovane radi ostvarivanja određenih ciljeva i zalažu se se za određena shvatanja, vrednosti ili stavove. Najozbiljni pristup razvoju interesovanja stanovništva za svoje ideje i ciljeve imaju političke stranke i crkvene organizacije, koje imaju izgrađen ceo vrednosni sistem koji nastoje da usvoji i da ga se pridržava što širi krug stanovništva. U najvećem interesu, svih društvenih organizacija, jeste da pojačavaju postojeća interesovanja, nude mogućnosti za zadovoljenje pojedinih vrsta interesovanja, institucionalizuju interesne aktivnosti. Pozorištu je, najpre, u skladu sa svojim osnovnim ciljem funkcionisanja, a to je da „izvrši određeni kulturni uticaj na stanovništvo i da taj uticaj povećava” (Ikonomova, 1973: 4), a zatim i zbog pitanja samog opstanka, u najvećem mogućem interesu da permanentno radi na razvoju interesovanja za pozorišnom umetnošću. Da li pozorište utiče na razvoj interesovanja za pozorišnom umetnošću kod učenika srednjih škola? Naša pretpostavka je da pozorište u današnjoj Srbiji ne poduzima uopšte, ili bar ne dovoljno, aktivnosti u cilju razvoja svoje publike, odnosno razvoja interesovanja za svoje programe, kod bilo koje ciljne grupe pa samim tim i kada je srednjoškolska populacija u pitanju.

Mediji masovne komunikacije postali su, u novije vreme, jedan od osnovnih činilaca interesne socijalizacije. Period adolescencije je doba kada mladi ljudi grade svoj identitet i usvajaju obrasce ponašanja. U ovom uzrastu oni su podložni uticaju medija kao entiteta koji je među najzastupljenijim u njihovom životu. Rot navodi mišljenje Bandure i Valtersa (2010b: 159) da su simbolički modeli, prezentovani slikom ili reči, važan objekat podražavanja. Modeli ponašanja prikazani na televizijskom ekranu, dobijaju sve veću ulogu u formiranju ponašanja, interesovanja ili potreba ali i socijalnih normi. Ponekad se iznose različiti argumenti kojima se objašnjava da su određeni sadržaji u medijima, upravo oni sadržaji za

koje postoji interes publike, da mediji prezentuju ono čemu su ljudi skloni i što žele da im bude prezentovano. Smatramo da to jeste donekle istina i da je kako Rot kaže delovanje cirkularno – postoji interes kome se udovoljava prezentovanjem određenih načina ponašanja, a to prezentovanje onda doprinosi razvijanju i širenju tog interesovanja (Ibid, 160). Istovremeno, smatramo da je moć medija masovnih komunikacija u razvoju novih interesovanja ogromna, ali ta moć je proporcionalna učestalošću i kvalitetu prezentovanih sadržaja o određenom objektu interesovanja. U fokusu ovog istraživanja su štampa, radio, televizija i internet i njihov uticaj na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. Kada je štampa u pitanju raspolažemo sa podacima Mrđe (2011: 113) da 60% srednjoškolaca spada u grupu sa većom učestalošću čitanja dnevnih novina (29.1 % čita novine svakodnevno, a 31.0 % dva do tri puta nedeljno), te je stoga i uticaj štampe na razvoj interesovanja za pozorište predmet ovog istraživanja. Kada govorimo o radiju, Pantić tvrdi da ne ostavlja trajnije efekte na interesovanja, s obzirom da se uglavnom neselektivno i nedovoljno pažljivo sluša i postaje tzv. „zvučna podloga” (1980: 101). Međutim, radio jeste deo predmeta ovog istraživanja, jer poseduje brojne karakteristike koje ga čine pogodnim za prenos propagandnih poruka, posebno zbog lokalne orijentacije, tako da radio može biti dobar kanal komunikacije sa učenicima srednje škole. Televizija, za razliku od radija, kako kaže Makluan, „odbija da služi kao pozadina” (1971: 378). Televizija srednjoškolcima nudi mogućnost da indirektno učestvuju u uzbudljivim zbivanjima, da prate događaje iz sveta sporta, šoubiznisa, da saznaju o idolima i drugim vršnjacima. Televizija utiče na percepciju sveta (Zindović-Vukadinović, 1998: 114). Televizija pruža snažan model identifikacije i tako postaje jedan od učitelja mladih o odnosima u društvu i sistemu vrednosti. Ona ujednačava „ukuse”, prezentira i konvencionalne norme i nudi proizvode masovne kulture, ali i na taj način može da podstakne prvobitno interesovanje za neku oblast (u Pantić, 1980: 102). Istraživanje *Uticaj televizije na razvoj interesovanja kod mladih* koje su sprovele Stanislava Marić-Jurišin i Bojana Marković, potvrdilo je njihovu hipotezu da televizija utiče na razvoj interesovanja kod mladih, jer čak 75% njih smatra da često emitovanje nekog sadržaja povećava nivo interesovanja za konkretan sadržaj (2011: 401–413). Televizija, stoga, za razliku od radija, ima značajan uticaj na razvoj interesovanja kod mladih i može odigrati veoma veliku ulogu u razvoju interesovanja za pozorištem, pa je iz tih razloga predmet ovog istraživanja. U slučaju interneta, takođe se pozivamo na istraživanje Mrđe koji navodi da 99,8% ispitanika redovno koriste internet. Kada koriste internet, srednjoškolci ga koriste za širi spektar aktivnosti, među kojima su najzastupljenije zabava, druženje (društvene mreže); informisanje; komunikaciju (imejl, skajp i sl.), i učenje (2011: 99). Internet smatramo veoma važnim agansom

socijalizacije a činjenicu da skoro svi učenici srednjih škola koriste internet smatramo ogromnim potencijalom za razvoj interesovanja za pozorište ove društvene grupe. Masovni mediji sve više učestvuju u obrazovanju i vaspitanju, odnosno u procesu socijalizacije, zauzimajući veoma važnu društvenu ulogu: ulogu neformalnih obrazovno-vaspitnih institucija. Međutim, naša pretpostavka je da navedeni mediji takođe, ne utiču na razvoj interesovanja srednjoškolaca za pozorište.

Da li nastanak i razvoj interesovanja leži delom u unutrašnjim faktorima, bilo da su to lične dispozicije, posebni motivi ili bilo koja druga kategorija, mada je jako važno imati saznanja i o prirodi takvog procesa, u suštini nema mnogo značaja za ovo istraživanje. Nama je najinteresantnije da su sve teorije saglasne u činjenici da se učestalim spoljnim uticajima značajno povećavaju šanse za razvoj interesovanja. Saznanja o tim socijalnim činiocima koji izviru iz socijalne sredine, od najvišeg su interesa za teoriju menadžmenta u kulturi u kontekstu razvoja publike. Svi socijalni činioci predstavljaju „vezu” ili kanale komunikacije, koji u manjoj ili većoj meri, mogu ili ne mogu, biti iskorišćeni u pravcu razvoja mlade dramske pozorišne publike.

3.2.1.1. Uticaj porodice na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište

Pre analize u kojoj meri agensi socijalizacije koji su u fokusu ovog istraživanja utiču na razvoj interesovanja srednjoškolaca za pozorište, neophodno je bar malo *zaviriti* u njihove porodične prilike, i otkriti da li je porodica, i u kojoj meri, uticala na razvoj takvog interesovanja tokom njihovog odrastanja. Porodica je prvi i najznačajniji agens socijalizacije ali u periodu adolescencije njen uticaj slabi, pa iako nije u fokusu, ona je, kao i njen uticaj na formiranje i razvoj interesovanja za pozorištem, svakako obuhvaćena ovim istraživanjem, jer uticaj porodice na sve aspekte socijalizacije ne može biti zanemaren. Mnogo je faktora u okviru porodice koji utiču na razvoj deteta i zdravu socijalizaciju. Ti sredinski činioci u najvećoj mogućoj meri određuju ličnost odrasle osobe. Među njima najznačajniji su odnosi koji vladaju među roditeljima, harmonija, funkcionalnost, nepotpunost porodice i sl. Međutim, među značajnim porodičnim uticajima na razvoj deteta se u literaturi pominju i sledeći faktori: pripadnost određenoj klasi i društvenom sloju, materijalna situacija u porodici, obrazovanje roditelja, broj dece u porodici i redosled rođenja deteta.

S obzirom na to da se na našim prostorima u poslednjih dvadesetak godina dešavaju različite promene, koje su posledica procesa globalizacije i demokratizacije, i porodica kao društvena grupa izložena je tim promenama. Drugim rečima, savremena porodica se danas nalazi pod velikim uticajem promena u društvu, koje neposredno dovode do transformacije od patrijarhalnog porodičnog uređenja do nove savremene demokratski uređene porodične zajednice. Ovaj proces se često označava i kao „kriza porodične situacije“, iako je očigledno da se radi o krizi jednog tipa porodične organizacije, a misli se na patrijarhalnu porodicu. Bukelić ističe da porodicu XX veka karakteriše disfunkcionalnost i na kraju potpuni raspad. Porodice su postale „inkapsulirana ostrva“, gde nema mostova ni unutar nje same, a ni prema drugim porodicama. Zabrinjava gubitak porodičnih osećaja pripadnosti, apatične i paradoksalne komunikacije (komunikacije kroz gest ili davanjem novca umesto ljubavi), nedostatak i nedoslednost postavljenih ograničenja, zanemarivanje vaspitne uloge i zanemarivanje tradicije i osnovnih moralnih načela (Bukelić, 2002. u Koledin i Malinić, 2012: 22).

Ciljevi ovog istraživanja su da se otkrije da li i u kojoj meri tokom srednje škole učenici imaju mogućnosti da razviju interesovanje za pozorište putem škole, pozorišta i medija kao prenosioca socijalizacije. Iz tih razloga, naše interesovanje nije išlo dublje u analizu porodičnih prilika ispitanika, pa smo se pored pitanja u kontekstu pozorišta, zadržali samo na podatku o stepenu obrazovanja roditelja anketiranih učenika. U tabeli br. 5 prikazani su podaci na ukupnom uzorku o školskoj spremi roditelja.⁶² Najviše roditelja ima završenu srednju školu, zatim višu ili fakultet, dok je broj onih sa magistraturom, masterom ili doktoratom sa jedne strane, ili osnovnom i školom za KV radnike, sa druge, mali i ujednačen. Ovi podaci govore u prilog tome da je uzorak reprezentativan za širu populaciju jer odgovara zastupljenosti nivoa obrazovanja generalno. Po poslednjem popisu iz 2011. godine skoro polovina stanovnika Srbije, tačnije 48,93% ima srednje obrazovanje, više i visoko obrazovanje poseduje 16,24% stanovništva, osnovno obrazovanje ima 20,76% stanovništva, dok je sa nepotpunim osnovnim obrazovanjem i bez školske spreme ukupno 13,68% stanovništva.⁶³

⁶² Rezultati terenskog dela istraživanja.

⁶³ Školska sprema, pismenost i kompjuterska pismenost, Republički zavod za statistiku, <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/Popis2011/Skolska%20sprema,%20pismenost%20i%20kompjuterska%20pismenost-Educational%20attainment,%20literacy%20and%20computer%20literacy%20.pdf> (pristupljeno 05. 06. 2016).

Tabela br. 5: Školska sprema oca i majke

	Školska sprema oca	Školska sprema majke
Osnovna škola	40	31
Škola za KV radnika	23	14
Srednja škola	330	297
Viša škola	99	120
Fakultet	98	130
Mr, MA, dr	35	41

Na pitanje „Ko ili šta je uticalo na tebe da ideš u pozorište?“, odgovor „porodica“ dalo je svega 60 učenika, što je 9,25 % od ukupno anketiranih. Daljim ukrštanjem podataka dolazimo do rezultata da je više od polovine tih roditelja višeg ili visokog obrazovanja (65% majki i 48,3% očeva), a 35% majki i 46,6% očeva sa srednjom stručnom spremom, i 5,2% očeva sa završenom osnovnom školom. Kada je u pitanju interesovanje roditelja za pozorište najveći broj učenika izveštava da im roditelji ne idu u pozorište 67% njih (429 ispitanika), 17% (111 ispitanika) njih izveštava da im oba roditelja idu u pozorište, dok očevi idu značajno ređe (2% – 14 ispitanika) od majki (14% – 90 ispitanika). Polovina učenika srednjih škola 51,6%, (332 ispitanika) navodi da se u porodici ne razgovara o pozorištu, 39,4% (254 ispitanika) njih kaže da se to dešava ponekad, dok samo 58 ispitanika, odnosno njih 9% kod kuće sa roditeljima razgovara o pozorištu. U tabeli br. 6 dat je prikaz izveštaja o tome da li se u porodici razgovara o pozorištu, spram toga da li roditelji idu u pozorište ili ne. U porodicama u kojima roditelji ne idu u pozorište najčešće se ne priča o pozorištu ili se to čini ponekad. Ukoliko majka ili oba roditelja idu u pozorište, ispitanici izveštavaju da roditelji češće ponekad ili generalno pričaju o pozorištu.

Tabela br. 6: Odnos između toga da li roditelji idu u pozorište i da li se u porodici razgovara o pozorištu

		Da li se u porodici razgovara o pozorištu?			
		Da	Ponekad	Ne	Ukupno
Da li roditelji idu u pozorište?	Da, oboje	24	68	17	111
	Samo majka	16	47	26	90
	Samo otac	4	5	5	14
	Ne	14	131	284	429

U prilog ovim rezultatima imamo i podatak da su 43,4% učenika roditelji tokom detinjstva vodili u pozorište, 25,5% učenika tvrde da ih roditelji nisu vodili u pozorište, a

31,1% srednjoškolaca navodi da su ih roditelji samo ponekad vodili u pozorište. Stepen zainteresovanosti za pozorište proporcionalan je i stepenu znanja koji su ovi mladi ljudi pokazali o pozorištu. Smatramo da smo postavili elementarno pitanje iz opšte kulture o gradu u kome žive i zamolili ih da navedu koliko profesionalnih pozorišta ima u Novom Sadu i njihove nazive. Na pitanje da li znaju koliko ima pozorišta u Novom Sadu, njih 56,7% je reklo da znaju, međutim samo 29,3% je odgovorilo tačno da je to tri pozorišta, a svega 16,2% je znalo nazive profesionalnih pozorišta u Novom Sadu – Srpsko narodno pozorište, Novosadsko pozorište i Pozorište mladih. U tabeli br. 7 prikazan je broj ispitanika koji su izveštavali da li znaju koliko pozorišta ima u Novom Sadu, zatim su navodili broj i nazive pozorišta.

Tabela br. 7: Tačnost odgovora o pozorištima u Novom Sadu

	Da (tačno)	Ne (netačno)
Da li znaš koliko pozorišta ima u Novom Sadu?	360 (56.7%)	275 (43.3%)
Koliko?	187 (29.3%)	448 (70.7%)
Navedi nazive	103 (16.2%)	532 (83.8%)

Iako u periodu adolescencije uticaj porodice slabi, opseg njihove *opšte kulture*, tačnije kulturni kapital koji adolescenti poseduju zavisi isključivo od porodice. Buran i dinamičan period adolescencije je poslednja faza tranzicije iz sveta deteta u svet odraslog, u toku srednje škole adolescenti postaju punoletni i preuzimaju odgovornost za svoje postupke i svoje ponašanje. Njihova kultura ponašanja i stepen kulturnog kapitala direktno zavisi od uslova u kojima su odrastali, tačnije u kojima su socijalizovani. Da li su ovi mladi ljudi pozorišna publika ili ne, takođe direktno zavisi od toga da li su socijalizovani uz pozorište ili nisu; da li su ih roditelji vodili u pozorište, da li su razgovarali o pozorištu tokom odrastanja i konačno da li su razvili interesovanje za pozorišnu umetnost.

Možemo da zaključimo da pozorište u velikoj većini novosadskih porodica današnje srednjoškolske generacije nije integralni deo njihove opšte kulture, pa samim tim porodica nije u dovoljnoj meri prenosila dostupne informacije i znanja o pozorištu kao posebnoj umetničkoj formi, čime nisu ostvareni elementarni uslovi za iniciranje interesovanja za dramskom pozorišnom umetnošću. Drugim rečima, porodica nije u dovoljnoj meri uticala na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište.

3.3. Umetnička interesovanja

Razvijanje umetničkih interesovanja stanovništva, jeste od presudnog značaja za menadžment u kulturi i umetnosti. Umetnost opstaje i razvija se samo ako postoji zainteresovana publika, posebno u slučaju pozorišta. Bez publike pozorište ne postoji. Kulturna participacija vezuje se za kulturne prakse pojedinaca, pri čemu interesovanja kao najznačajniji motivacioni element imaju presudan uticaj na stepen kulturne potrošnje. Ovo stanovište zastupaju mnogi autori. Dragićević-Šešić i Stojković, razmatrajući pojam kulturne potrebe, ističu da je koncept interesovanja primereniji analizi kulturnih potreba, te je danas u angloameričkoj teorijskoj kulturološkoj literaturi daleko češće korišćenje termina „kulturna interesovanja” od termina „kulturne potrebe” (2007: 20). Sociolog Slobodan Mrđa kaže da interesovanja za kulturu, kao jedan od najvažnijih pokazatelja nivoa i kvaliteta *kulturne potrošnje*, mogu da se posmatraju kao učestalost poseta nekim od kulturnih događanja (bioskop, pozorište, koncert, književno veče, muzej, galerija i dr.) (2011: 25-26). U skladu sa tim, smatramo da je ogromna nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišnu umetnost, ključno pitanje za menadžment pozorišta, jer pozorište, dakle, nije predmet ili objekat interesovanja velikoj većini učenika srednjih škola.

U savremenoj misli o umetnosti, sve je izraženiji stav da umetnost utiče na čitavu čovekovu ličnost, na njegovu ukupnu doživljajnost (na čula, emocije, svest). Vredna umetnička dela reflektuju ljudsku – društvenu stvarnost, pokazanu kroz umetnost. Na taj način utiču u najširem smislu na ličnost mladih, na njihov pogled na svet, sistem vrednosti, moralna načela i dr. U okviru svoje socijalno-kulturno-istorijske teorije psihičkog razvoja, Vigotski je u umetnosti video kulturno potporno sredstvo pomoću kog kultura podržava, kultiviše i oplemenjuje emocionalni razvoj pojedinca. Isto kao što bi intelektualni razvoj bez oslonca kulturnih sistema kakvi su jezik, nauka, filozofija ostao u uskim granicama neposrednog ličnog iskustva i emocionalni život pojedinca bez amplifikatorske uloge umetnosti kao kulturnog sistema koji se izgrađuje kroz istoriju bio bi sa pet okvirima ličnih neposrednih reakcija u neposrednom životnom okruženju (Vigotski, Ivić 2005: 11 u Đukić 2012: 532). Brojni vidovi umetnosti imaju specifičnu sugestivnu moć, posebno u periodu adolescencije, i pružaju brojne mogućnosti u ostvarivanju zadataka estetskog vaspitanja, negovanju umetničkih interesovanja, kao i u celovitom razvoju ličnosti. Srednjoškolska omladina, tvrdi Gajić, pokazuje veliko interesovanje za umetnost, posebno za literaturu i film; za njih su najprivlačnija ona literatura i filmska dela u kojima se tretiraju lični problemi,

problemi psihološkog i društvenog karaktera, pošto mladi često postavljaju pitanje ljudske sreće, odnosa pojedinaca i društva i sl. Rešenja ovih i drugih pitanja, adolescenti nalaze u romanima i filmovima (Gajić, 1999: 90). Interesovanja mladih *generalno*, naročito posle 16. godine, postaju sve apstraktnija, okrenuta ka unutrašnjosti i usmerena na rešavanje etičko-socijalnih problema (Miočinović, 1969: 135-179. u Pantić, 1980: 116). Zar pozorišna umetnost nema mogućnosti da odgovara na ovakva pitanja mladih?

3.3.1. Pregled dosadašnjih teorijskih i empirijskih istraživanja umetničkih interesovanja

Kategorija umetničkih interesovanja još je manje istražena nego li što su to interesovanja *generalno*. Dosadašnja istraživanja, koja su terminološki i metodološki prilično neujednačena, ukazuju na činjenicu da su se autori do sada najviše bavili proučavanjem razvoja, strukture i organizacije interesovanja, pa i umetničkih interesovanja, agensima interesne socijalizacije i sl., a znatno manje utvrđivanjem determinanti umetničkih interesovanja. Dobar pregled istraživanja ove oblast nalazimo u radu Gajić (1999) koja se bavi upravo determinatama umetničkih interesovanja. Ona kaže da su u pravu oni autori koji tvrde da u naukama koje pretenduju da se bave kategorijom umetničkih interesovanja nisu stvorene metodološke pretpostavke za njihovo celovito naučno istraživanje. To rezultira najčešće jednostranom metodološkom orijentacijom sa naglaskom na empirijskim podacima. Proučavanje oblasti umetničkih interesovanja opterećeno je dodatno neslaganjem istraživača po pitanju shvatanja osnovnog pojma interesovanja, njegove odredbe, preciziranja suštine, klasifikacije i sl. Kada su determinate umetničkih interesovanja u pitanju, njihovo proučavanje otežano je samom složenošću pojave i raznovrsnošću veza i odnosa. Ono što je sigurno u čemu se autori slažu je da su interesovanja uopšte, pa samim tim i umetnička interesovanja jedno od distiktivnih ljudskih obeležja. Ona su deo aktivne ljudske prirode, i može se reći, jedan od pokazatelja koncepta zrelosti i razvijenosti ličnosti (G. Olport, A. Maslov, K. Rodžers). Kulturno-umetnička interesovanja imaju nezamenljivu ulogu u formiranju estetske kulture, ali i u razvoju ličnosti uopšte. Empirijska istraživanja ove oblasti pokazuju da su se istraživači bavili proučavanjem kulturne potrebe, obrazovne aspiracije i interesovanja za kulturu i umetnost. Među tim istraživanjima ne nalazimo na pozorište kao objekat interesovanja koji je u fokusu istraživanja. Pozorište nalazi svoje mesto u raznim grupisanjima kao posebna oblast u okviru umetničkih interesovanja.

Za nas je interesantno istraživanje Joksimović (1968), koja je ispitivala učenike beogradskih srednjih škola radi utvrđivanja nivoa i sadržaja njihovog interesovanja za kulturu i umetnost, kao i nekih bitnih determinanti toga interesovanja. Rezultati su daleko povoljniji nego što je to slučaj danas, ali autorka i tada nalazi i zaključuje da je intenzitet interesovanja za kulturu i umetnost osrednji kod većine ispitanika. Na nivo i sadržaj interesovanja značajniji uticaj imaju determinante kao što su pol i prostorna lociranost škole, nego što su to socio-ekonomski uslovi i školski uspeh. Drugo istraživanje iste autorke (1981) o uslovima i determinantama interesovanja, donosi procene samih ispitanika, da su najznačajniji činioci u formiranju interesovanja roditelji i školski udžbenici. Navedeno istraživanje, pokazalo je takođe, da umetnička interesovanja pripadaju manje popularnoj kategoriji interesovanja, i pokazuje kao i mnoga druga istraživanja u ovoj oblasti da su umetnička interesovanja daleko više svojstvena obrazovanim slojevima društva a da su najmanje izražena kod nekvalifikovanih radnika, domaćica i poljoprivrednika, gde se iznova potvrđuje Burdijeova teorija kulturnog kapitala, i proračunatog klasnog raslojavanja društva.

Interesantni su rezultati istraživanja Centra za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka u Beogradu, koji se takođe, bavio problemom interesovanja mladih (ispitanici su bili učenici II i IV razreda usmerenog obrazovanja). U cilju što boljeg uvida u sadržinsku diferencijaciju i funkcionalne karakteristike interesovanja učenika, istraživači su interesovanja grupisali u nekoliko celina. Jedna od tih celina bila je i kulturno-umetnička interesovanje (film, pozorište, slikarstvo, ozbiljna muzika). Kao što je to slučaj i danas mladi su se najviše interesovali za film (75%) ali znatno manje za pozorište. Svega 30% srednjoškolaca je obeležilo pozorište kao objekat svog interesovanja. Na oblast i stepen interesovanja utiču profesionalna očekivanja mladih, uspeh u školi i socijalno poreklo učenika. Rasprostranjenost pojedinih interesovanja zavisi i od porodičnih mogućnosti i podsticaja za pojedine aktivnosti.

Gajić kaže da umetnička interesovanja, kao jedna kompleksna skupina interesovanja obuhvata brojne i raznovrsne estetske, ali ne samo estetske sadržaje. Oni uključuju estradna, književna, muzička, verbalno-lingvistična, likovna, pedagoška, avanturistička, sazajna, istraživačka, hipi i politička interesovanja. Brojni i raznovrsni sadržaji formiraju glavne komponente interesovanja – kognitivnu, afektivnu i konativnu. Samim tim i u pojmu umetnička interesovanja implicirane su sve tri navedene komponente. Svaka od njih jeste nužan ali ne i dovoljan uslov za postojanje interesovanja.

Interesovanje prema nekom iskustvenom objektu je psihološka struktura koja kod različitih osoba može imati ne samo različit stepen složenosti, nego se može sastojati iz različitih sadržaja (Havelka, Kuzmanović i Popadić, 1993/94: 108). Pantić, sa druge strane naglašava dva bitna aspekta: *subjektivno – doživljajni* i *objektivno – ponašajući* aspekt. Za subjektivno – doživljajne karakteristike interesovanja bitna je „zaokupljenost svesti” omiljenim sadržajima. U susretu sa omiljenim sadržajima prisutna je prijatna emocija, pa su intelektualni sadržaji svesti povezani s pozitivnim afektima. Doživljavanje interesovanja uvek znači ne samo emocionalno proživljavanje, već i svest o emociji; ne samo osećanje potrebe, već i svest o potrebi, motivu (želja, zamisao cilja); ne samo spremnost za delanje, nego i svest o mogućoj i nameravanoj akciji (Pantić, 1985).

Polazeći od pretpostavke da na umetnička interesovanja deluju brojni činioci, Gajić na početku svog rada pažnju usmerava na određene činioce (determinante) umetničkih interesovanja. Pod pojmom determinanta ona podrazumeva odrednicu, prema klasičnom shvatanju uzročnosti, pojave – uzroci određuju (determinišu) posledice. U pokušajima da izdvoji najznačajnije činioce umetničkih interesovanja, u svom istraživanju Gajić usmerava pažnju na sledeće determinante:

– *Lične (individualne, konstitucionalne) determinante* – ovim determinantama pripadaju *pol, sposobnosti, znanje i uzrast*.

Autorka pretpostavlja da je pol stabilna determinanta umetničkih interesovanja, ali je svakako posmatra sa dva aspekta: prvo s gledišta realnih psihofizičkih razlika između muškaraca i žena i drugo, s gledišta različitih društvenih stavova o povezanosti pola sa određenim (umetničkim) interesovanjem. Mnoga istraživanja pokazuju da ženski pol pokazuje značajno veće interesovanje za umetnost i kulturu (Joksimović, 1968, Ivanović, 1983, Galić, 1984, Pantić, 1981, McGehee, 1941, Fryer i dr.), pa tako i istraživanje ove autorke. U slučaju pozorišta, po rezultatima njenog istraživanja, ženski pol posećuje pozorište dvostruko više nego muški pol (Ibid, 144). Po pitanju ovih razlika, složićemo se sa Gajić u verovanju da diferencijacija između polova nije rezultat biološkog, već socijalnog, kulturno-istorijskog i situacionog porekla.

Autorka smatra da važnu determinantu umetničkih interesovanja predstavljaju i izvesne sposobnosti a među njima izdvaja intelektualne, jer od njih zavisi uspešnost obavljanja određenih aktivnosti u vezi sa interesovanjima. Istraživanjem je potvrdila svoju

hipoteza da: sposobnosti (inteligencija) utiče na pojavu značajnih razlika u orijentaciji mladih prema umetničkom interesu, jer se kod učenika sa boljim postignućem na testu inteligencije javlja izraženije interesovanje za umetnički interesni pravac (Ibid, 158). Pantić je takođe, ustanovio visoku korelaciju između kreativnih sposobnosti mladih (u prvom redu likovnih-crtičkih sposobnosti) i njihove inteligencije (1985). On kaže da se izvesna interesovanja češće javljaju među inteligentnijim osobama, jer su interesovanja donekle pokazatelj kapaciteta ličnosti, ali u manjoj meri su pokazatelj opštih intelektualnih sposobnosti, a znatno više specijalnih sposobnosti (1980: 13). I strani autori ukazivali su na povezanost IQ i interesovanja mladih, a među njima su Leman i Viti (Lehman and Witty, 1957), Ajzenberg (Eisenberg, 1936) Torndajk i Henri (Thorndike and Henry, 1940).

Znanje kao determinantu razlučuje u dve komponente: školsko znanje (uspeh) i opšte obrazovanje. Shodno dobijenim rezultatima istraživanja, autorka konstatuje da učenici sa boljim školskim uspehom u većem broju nastoje da se izraze stvaranjem nekog dela ili učestvovanjem u kulturno-umetničkoj aktivnosti nego njihovi vršnjaci sa slabijim školskim postignućem. Interesantan podatak je da se scenskim umetnostima najviše bave učenici sa dobrim školskim uspehom. Mnogi autori ispitivali su vezu između školskog uspeha i razvijenosti pojedinih interesovanja (Pantić, Joksimović, Rodić, Đurić, Ivanović i dr.) i u većini istraživanja utvrđena je njihova pozitivna povezanost. Sve navedeno upućuje na zaključak da učenici sa boljim školskim uspehom imaju i razvijenija interesovanja (Bokan, 1985).

Kada je uzrast u pitanju istraživanje ove autorke pokazuje da umetnička interesovanja jesu podložna uzrasnim varijacijama u tom smislu da su kod starijih adolescenata interesovanja intenzivnija i stabilnija nego kod mlađe uzrasne grupe. Međutim, po većini analiziranih parametara upravo su ispitanici mlađe uzrasne grupe pokazali mnogo veće interesovanje za umetničke sadržaje i aktivnosti (Ibid, 178).

– *Socijalne (situacione) determinante* – među mnoštvom socijalnih faktora, autorka smatra da na formiranje umetničkih interesovanja najveći uticaj imaju socijalno poreklo, obrazovni status roditelja i tip škole koju učenici pohađaju. Determinanta socijalnog porekla se operacionalizuje kroz zanimanje roditelja. Uslovi koje roditelji imaju u socio-ekonomskom sistemu jesu faktori koji značajno deluju na pojedinca preko porodice. Porodica kao socijalni, psihološki i ekonomski entitet, ima, možda, najvažniji uticaj na formiranje umetničkih interesovanja, pri čemu od obrazovnog statusa roditelja u velikoj meri zavisi stepen

zastupljenosti opštih kulturnih akcija, kao što su posete pozorištu na primer. Po Gajić, tip škole, ali i školski sistem u celini, je izuzetno uticajna determinanta u formiranju i razvoju umetničkih interesovanja, jer u zavisnosti od tipa škole učenici bivaju izloženi određenim vaspitno-obrazovnim sadržajima u nastavi.

U odnosu na rezultate svog istraživanja, Gajić konstatuje da povoljnije socijalno poreklo podsticajno deluje na orijentaciju mladih prema umetničkom interesnom pravcu, na intenzitet i učestalost bavljenja kulturnim i umetničkim sadržajima (1999: 189). Mnogi autori u svetu i kod nas ukazuju na socio-ekonomske uslove porodice kao determinante interesovanja mladih, s tim što među istraživačima ne postoji potpuna saglasnost o stepenu uticaja pojedinih porodičnih varijabli u okviru socioekonomskog statusa porodice (materijalne prilike, obrazovni nivo roditelja, stambene prilike, zaposlenost roditelja i dr.). Istraživanje Stanojlovića (1983) pokazalo je da se deca iz porodica poljoprivrednika i radnika znatno manje interesuju za književnost, zabavnu muziku i pozorište nego deca stručnjaka.

Obrazovni nivo roditelja ima takođe značajnog uticaja na umetnička interesovanja mladih, što ne iznenađuje jer viši stepen obrazovanja roditelja ispoljava se i u pogledu obezbeđenja podsticajne klime u porodici za razvoj dece (veće bogatstvo kulturnih podsticaja, govorna komunikacija, pozitivniji stavovi prema kulturnim i umetničkim sadržajima. U kući i porodici se, prema Burdijeu i njegovoj teoriji primarne socijalizacije, stiče osnova kulturnog kapitala koji se može definisati kao „interiorizovani sistem vrednosti koji zavisi od kulturnog nivoa roditelja“ (Burdije, 1999).

Po pitanju socijalne determinate kao što je tip škole koju učenici pohađaju, autorka dolazi do zaključka da škola sa svojim modalitetom vaspitno-obrazovnog rada (tip škole) determiniše umetnička interesovanja jer utiče na pojavu distinktivnih obeležja u njihovom ispoljavanju kod učenika (1999: 216).

Novija istraživanja pokazuju drugačija stanja po pitanju određenih determinanti umetničkih interesovanja. Shodno rezultatima svog istraživanja Slobodan Mrđa tvrdi da se jasno vidi da interesovanja uopšte i kulturna interesovanja posebno, kod srednjoškolske populacije nisu određena vrstom škole koju pohađaju i uzrastom (razredom), ali ni uspehom, već da ih strukturiraju neki drugi faktori. Jedina granica koja je vrlo malo uočljiva jeste ona koja razdvaja preferencije u korišćenju slobodnog vremena ispitanika u odnosu na polne

razlike (2011:60). Ove razlike u rezultatima verovatno se mogu objasniti vremenskom distancom.

Takođe, kod Gajić, nalazimo interesantan podatak, mada autorka ne ulazi dublje u razmatranje istog, gde na pitanje o uticaju činilaca na umetnička interesovanja ispitanika, mladi (ispitanici) odgovaraju da najznačajniji uticaj na njihova umetnička interesovanja imaju kulturno-umetničke institucije (1999: 223–224). Deceniju kasnije, po istraživanju Mrđe, srednjoškolci nisu zadovoljni ponudom kulturno-umetničkih sadržaja (kulturno-umetničkih institucija), posebno u manjim mestima, pa se može zaključiti da kulturna ponudi, nije u korelaciji sa potrebama, ukusima i navikama srednjoškolaca u Srbiji (Mrđa, 2011: 65–68). Ovakvi podaci ukazuju opet na Nemanjićevu definiciju kulturne potrebe za koju kaže da se ona formira kao *kulturni interes*, ali podstaknut *kulturnom proizvodnjom*, definiciju koju on jednostavno objašnjava: ne možemo očekivati pojavljivanje kulturne potrebe ukoliko ne postoji ono što je izaziva, ono što je podržava, što je orjentiše i daje joj smisao (1991: 23). Znači, nema „kulturnog interesa” bez adekvatne kulturne ponude. Iako, samo postojanje objekta ili predmeta interesovanja nije dovoljno, postojanje tog objekta odnosno onog što izaziva interesovanje, je osnovni uslov za potencijalno formiranje i razvoj određenog interesovanja.

Opšte je poznato da je zastupljenost određenih kulturnih institucija u životnom prostoru pojedinaca ili grupa i posebno programska orijentacija tih institucija, značajan socijalni činilac koji utiče na nivo i kvalitet kulturnih interesovanja mladih. Mrđa, napominje da i pored velike raznolikosti kulturnih interesovanja, rezultati mnogih istraživanja pokazuju da su kulturna interesovanja društveno oblikovana tj. da se njihove varijacije kreću unutar jasno omeđenih granica (2011: 26).

3.4. Značaj interesovanja u periodu adolescencije

Interesovanja imaju značajnu ulogu u svim periodima našeg života, ali u pojedinim životnim dobima njihova funkcija je specifična, tj. neke njihove karakteristike su izraženije nego u ostalim uzrasnim periodima. Polaskom u srednju školu, započinje stadijum verifikacije interesovanja, kada se mladi ljudi odriču nespecifičnog interesovanja za sve (Tyler, 1955. u Pantić, 1981: 54) i tada počinju da eksperimentišu i tragaju za novim oblastima i koje bi pobudile i održale njihovu pažnju. Ključnu ulogu čini slobodno vreme i ono se koristi upravo za razvoj specifičnih interesovanja u odnosu na sposobnosti i zahteve realnosti, što su važni

segmenti izgradnje ličnog identiteta (Ristić i Škorc, 2013:186). Prema Pantiću (1980: 13) u adolescenciji interesovanja dobijaju krucijalnu ulogu u traganju za sopstvenim identitetom, što je osnovan karakteristika ovog razvojno prelaznog perioda (period tranzicije) iz detinjstva u zrelost. Levinov izraz „osoba na margini“ (Lewin, 1939), kojim opisuje adolescenta, dobra je ilustracija pozicije koja se adolescentima pripisuje u ovom periodu, pošto ukazuje na stalno balansiranje između uloge deteta i uloge odraslih. To je uzrast narušene ravnoteže dečjeg organizma i još nenađene ravnoteže zrelog organizma (Vigotski, 2005: 42). Mnogi autori se slažu da umetnost može pomoći mladima da uspostave tu ravnotežu. Učenici srednjih škola od I do IV godine su u periodu srednje adolescencije, u kojoj estetsko osećanje doživljava veliko razvojno pomeranje (Gajić, 1999: 89). Gajić objašnjava, da u tom periodu estetska interesovanja i aktivnosti postaju primarni i dobijaju dominantnu ulogu. Ona se još uvek oblikuju i menjaju, bivaju kompleksnija, apstraktnija, opštija, mada je sve eksplicitnija težnja za stabilizacijom. Period adolescencije, u kojem dominiraju estetska interesovanja i aktivnosti, jeste period „estetskog entuzijazma“ i njegove povoljne mogućnosti treba koristiti u potpunosti za estetsko vaspitanje. Špranger smatra da je mladalačko doba doba otkrića ili shvatanja kulturnih vrednosti i da mladi osećaju potrebu da se izraze u estetskim formama, zbog čega umetnost savršeno odgovara njihovim psihičkim osobenostima (Spranger, 1925: 60 u Gajić, 1999: 89). Na socijalnom planu, razvijaju se osećanja koja se odnose na ideale, a posledično i ogromna energija usmerena na promenu društva. Ponekad su ideje iracionalne, ali je zato reformatorski duh adolescenata, uvek i svuda, bio jedan od važnijih faktora u procesu društvene evolucije.

Savremeno estetsko vaspitanje podrazumeva uvođenje mladih u savremeni svet simboličke kulture, umetnosti i visokih humanističkih vrednosti, stimulaciju i obogaćivanje kulturnih aktivnosti u funkciji sveukupnog razvoja ličnosti. Ono se ne može odvijati nikakvim prisiljavanjem već se mora zasnovati na zainteresovanosti adolescenata, na ideji da umetnost postane njihova potreba i način života. To su najznačajniji razlozi zbog kojih je srednjoškolska populacija uočena kao ciljna grupa, koja će, ukoliko do završetka tog perioda ne dođe u dodir sa pozorištem, ne razvije interesovanje, niti stekne navike odlaska u pozorište u bilo kom stepenu, najverovatnije u najvećem broju, zauvek biti izgubljena kao redovna pozorišna publika. Činjenica da interesovanja, u adolescenciji, imaju krucijalnu ulogu u traganju za sopstvenim identitetom, je izuzetno relevantna u pokušajima modelovanja strategije razvoja mlade pozorišne publike.

3.5. Pozorište kao objekat interesovanja mladih

Velika većina autora slaže se sa Vigotskim (1996) da je razvoj uslovljen interakcijom između sredine i individue, i da je u tom procesu važno prepoznavanje i uvažavanje interesovanja, jer podrška njihovom razvoju može biti ključna za stvaranje kvalitetnog obrazovnog i vaspitnog konteksta u kome se kreativni potencijal mladog čoveka otkriva, ispoljava i istovremeno razvija. Prepoznavanje, a posebno uvažavanje interesovanja učenika srednjih škola, danas se mora posmatrati na drugačiji način, jer ukoliko pretpostavimo da interesovanja imaju jednu od ključnih uloga u izboru provođenja slobodnog vremena, možemo slobodno zaključiti da je spektar interesovanja današnje omladine u priličnoj meri skučen. Takav zaključak donosimo zato što su najčešće aktivnosti srednjoškolaca gledanje TV i slušanje muzike, bavljenje sportom (rekreacija, šetnja), korišćenje računara, druženje sa prijateljima i izlasci, što je 61.4 % od ukupno dobijenih odgovora (Mrđa, 2011: 55). Po ovom istraživanju velika većina novosadskih učenika srednjih škola svoje slobodno vreme najčešće provodi na sledeće načine: spavaju ili se dosađuju (26,3%), u krugu porodice (16,6%), gledaju TV (DVD) ili slušaju muziku (19,1%), pretražuju internet ili igraju igrice na računaru (13,8%), druže se sa prijateljima ili posećuju rođake (6,4%). Pored ovog i druga, veoma retka istraživanja kulturnih praksi građana, donose uvid u činjenicu da „bavljenje umetničkim aktivnostima spada u najmanje popularne aktivnosti u slobodnom vremenu“ (Cvetičanin, 2011: 157). Istraživanja Cvetičanina *Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije* (2002) i *Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije i Makedonije* (2005) pokazuju, takođe da su „znanja građana o kulturi i umetnosti, o umetničkim žanrovima, umetnicima i umetničkim delima krajnje oskudna“ (Ibid, 333). Iz tih razloga, ne ulazeći u mnogobrojne razloge za ovakvo stanje, smatramo da taj drugačiji način posmatranja interesovanja mladih, mora prepoznavati i uvažavati njihova interesovanja koliko god da su „skromna“ i među njima nema umetnosti i da fokusiranost mora biti na iniciranju i razvijanju umetničkih interesovanja kod ove populacije, a ono što nas najviše zanima je razvoj interesovanja srednjoškolaca za pozorište.

Zašto baš pozorište kao objekat interesovanja? Razvijanje interesovanja mladih ljudi za pozorište ima dvojaki značaj za društvo. Prvi značaj odnosi se na menadžment u kulturi, koji se ogleda kroz njegov osnovni cilj, a to je pronalaženje odgovarajućih organizacionih rešenja (modela), koji u najvećoj meri doprinose razvoju, društvenoj i tržišnoj efikasnosti kulturnih delatnosti (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 11), što je osnovni motiv i cilj ovog

istraživanja. Pozorišna umetnost je umetnička forma koja ima izuzetan potencijal da mlade ljude uputi u prave vrednosti, i lako premostiva ograničenja da stupi u komunikaciju sa njima. Pozorište ih lakše no bilo koja druga umetnost može dovesti do introspekcije koja neminovno vodi u dublja kritička promišljanja i zaključivanja. Ta „lakoća” na kojoj insistiramo, proizilazi iz same dramske forme, koja se odlikuje specifičnim, „direktnim“ i „živim” izražajnim sredstvima kao što su govor, pokret, gluma, kojima pozorište može lako da komunicira sa publikom. Uzmimo za primer samo sugestivnu moć govora. Burdije (1982) kaže da iskazi nisu samo (osim u retkim slučajevima) znaci koje treba razumeti ili dešifrovati; oni su i znaci bogatstva koje treba vrednovati i ceniti, i znaci autoriteta kome treba verovati i kome se treba povinovati. On posmatra jezik kao sredstvo moći i ukazuje na mogućnost delovanja na društvo *rečima, naredbama ili lozinkama* jer jezik, povrh komunikativne, ima i simboličku moć. Direktna izražajna sredstva su moćni kanali i alati komunikacije dramskog pozorišta, zbog kojih je moguće lakše uspostaviti komunikaciju i interakciju sa publikom, posebno sa mladim ljudima nego što to mogu druge umetnosti. Pristup mladim ljudima pozorištu olakšavaju i sami koreni pozorišne umetnosti, jer se ti koreni nalaze u društvenom životu; ona je više nego ijedna druga umetnost utkana u živu potku kolektivnog iskustva (Divinjo, 1978: 2). Divinjo tvrdi da pozorište predstavlja vid ispoljavanja društvenog života, što znači da pozorište koristi elemente koji su poznati i bliski mladim ljudima i zbog toga ga mogu lako razumeti. Pozitivan uticaj pozorišta na mlade nije u fokusu ovog istraživanja, taj uticaj je shvaćen kao aksiom u polaznim razmišljanjima koje su to mogućnosti, i kakva su ograničenja, u pokušajima da se razviju interesovanja mladih za pozorište, u cilju razvoja pozorišne publike a samim tim i razvoja društva uopšte.

Drugi značaj je čisto humanistički (naivni) i proističe iz stanovišta da je „bolje” društvo moguće, i da pozorište ima moć za oblikovanje tog boljeg društva. Misailović tvrdi da za razvoj ličnosti možda nije neophodna umetnost ali za razvoj svestrane ličnosti, ona je ne samo sredstvo već i uslov. Kultura i umetnost su nebrojeno puta dokazali svoj pozitivan uticaj na društvo. Smisao, teme i poruke umetničkih dela u mogućnosti su da kod ljudi oblikuju kritički pogled na svet, i što je još važnije kritički pogled na sebe same. Sposobnost za objektivnu samokritičnost, je nesumnjivo, uslov za duhovni razvoj. Umetnost oblikuje moralnije društvo, svesnije svoje i tuđe odgovornosti. Tako nastaje uređeno društvo. Pozorište nosi potencijal najdirektnije i najhumanije umetnosti, najbližije životu, i kao takvo, naročito kada je namenjeno deci i mladima, predstavlja izuzetno važan umetnički, ali i društveni projekat. Upoznavati život znači istraživati njegove vidljive i nevidljive sile, tj. otkrivati ono

što je u životu skriveno i ispitati ono što je otkriveno, a to i jeste osnovni cilj pozorišne umetnosti (Misailović, 1991: 19). Prisećajući se svog detinjstva i umetničkog traganja, u knjizi *Moj život u umetnosti*, Stanislavski, piše: *Malo pozorište je bolje od svih škola uticalo na moj duhovni razvitak. Ono me je naučilo da gledam i vidim ono što je lijepo. A šta ima korisnije od toga vaspitanja estetskog osjećanja i ukusa?* Pozorišna umetnost nije samo sredstvo za razvijanje estetskog senzibiliteta već i celokupnog intelektualnog, emocionalnog i moralnog razvoja ličnosti, a samim tim i društva.

Kao i sva dosadašnja i ovo istraživanje ukazuje na izrazito slabu zainteresovanost učenika srednjih škola za pozorište. Zainteresovanost za pozorišnom umetnošću merili smo učestalošću poseta pozorištu. Prikaz učestalosti odlaska u pozorište kod srednjoškolaca dat je u tabeli br. 8.

Tabela br. 8: Broj i procenat ispitanika spram učestalosti odlaska u pozorište

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Često (više puta mesečno)	21	3,2	3,3	3,3
	Povremeno (1-2 puta tromesečno)	76	11,7	11,8	15,1
	Retko (dva do tri puta godišnje)	128	19,8	19,9	35,0
	Vrlo retko (jednom godišnje)	157	24,2	24,4	59,4
	Nisam bio/la u poslednjih 2-3 godine ni jednom	110	17,0	17,1	76,5
	Ne idem u pozorište	151	23,3	23,5	100,0
	Total	643	99,2	100,0	
Missing	System	5	0,8		
Total		648	100,0		

Na osnovu frekvencijske analize, dobijeni su podaci koji govore u prilog tome da većina ispitanih srednjoškolaca ide u pozorište jednom godišnje ili ređe, ili pak nikada nije ni išla. Najveći procenat odgovora ulazi u kategorije: ne idem u pozorište ili idem vrlo retko (jednom godišnje). Veoma mali broj ispitanika ima kulturu odlaska u pozorište više puta mesečno, dok oko trećina njih odlazi u pozorište povremeno ili retko. Iz ove analize možemo da zaključimo da 84,9% učenika srednjih škola u Novom Sadu nije značajnije zainteresovano za pozorište, od toga 23,5% njih nikada ne ide u pozorište, a da tek 3,3% ispitanika možemo nazvati pozorišnom publikom jer više puta mesečno ide u pozorište.

4. ŠKOLA KAO PLANSKI AGENS SOCIJALIZACIJE

U istraživanju teorija škole kao ustanove nailazimo na Tilmanov rad i u njemu stanovište Teodora Lita (Theodor Litt), koje se učinilo podesnim za početak ovog poglavlja. Lit vidi nastanak škole u sprezi sa istorijskim procesom kulturnog i društvenog razvoja, i to u podeli rada i sve većem planiranju, racionalizaciji i metodici društvene funkcije: vaspitanja i obrazovanja novog naraštaja. Po Littu škola je rodno mesto novog boljeg sveta u njoj se razvijaju sile novog oblikovanja (u Tillman, 1994: 5). U kontekstu „oblikovanja“ sociolog Milić mišljenja je da je „škola masovni institucionalni nosilac sekundarne socijalizacije mladih“ (Milić, 2001: 254). Rotovo viđenje škole potvrđuje naše stanovište o državi kao najmoćnijem izvoru socijalizacije: „škola je kontrolisani agens socijalizacije koji planski deluje u pravcu u kom to žele vladajuće snage u društvu“ (2010b: 149). Socijalizacija u školama se odvija putem vaspitanja i obrazovanja. Socijalizacija, vaspitanje i obrazovanje su jedinstveni i međusobno uslovljeni procesi koji se u realnosti prožimaju. Gvozdenović (2005) objašnjava da je sa sociološkog aspekta socijalizacija ličnosti, po obimu, najširi pojam, dok je vaspitanje uži pojam od socijalizacije, a širi od obrazovanja. Sa pedagoškog stanovišta, vaspitanje je najširi pedagoški proces i pojam koji u sebi sadrži uže procese i pojmove (obrazovanje i sl.). U praksi, vaspitno-obrazovni proces je sistematski organizovan i institucionalizovan, dok proces socijalizacije obuhvata celinu (intencionalnih i neintencionalnih) uticaja na razvoj ličnosti i traje tokom celog života.

Škola je, kao što navodi Havelka, najznačajnija od društvenih institucija koje nastoje da integrišu nove generacije u društveni život (u Rot, 2010b: 149). Ishod i efekat socijalizacije pod uticajem škole zavisi od mnogih činilaca, vezanih za učenika ali i za nastavnika, kao i za njihov međusobni odnos. Škola predstavlja jednu od najznačajnijih vaspitno-obrazovnih institucija koja prati veoma važan period života svakog pojedinca. Od vrtića, u koji se deca upisuju između treće i šeste godine, do kraja školovanja, pojedinac, tačnije društvo, je pod okriljem sistema koji brine o njegovom obrazovanju i vaspitanju. U tom sistemu razlikujemo dva aktera koji imaju najveći uticaj: državu i školu. Zakonom o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja, država osniva i finansira ustanovu škole, ona propisuje ukupan obrazovni sadržaj za koji putem zakona i podzakonskih akata daje detaljna uputstva za vršenje obrazovanja i vaspitanja. Škola, poseban akter u obrazovnom sistemu ima obavezu da taj obrazovni sadržaj oblikovan kroz nastavne planove i programe, prenosi učenicima, kao agens socijalizacije i u tom prenosu se odvija i sam proces socijalizacije. U onoj meri u kojoj škola

prenosi propisani ili preporučeni sadržaj koji se tiče pozorišta u toj meri će učenici imati mogućnosti da se upoznaju sa pozorištem, ili ukoliko su to već imali priliku, onda da nastave da odrastaju sa pozorištem, što je elementarni uslov za razvoj takvog „kulturnog interesa“. U toj meri se oslikava uticaj škole na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

U centru naše pažnje nalazi se srednja škola. Po pomenutom Zakonu srednja škola je: gimnazija (opšta i specijalizovana), stručna škola, mešovita škola (gimnazija i stručna ili umetnička), umetnička škola, srednja škola za obrazovanje odraslih i srednja škola za učenike sa smetnjama u razvoju. Zakon daje školi izvesnu autonomiju. Pravo u odlučivanju i delovanju škole imaju u sledećim segmentima rada (Član 41): 1) donošenje statuta, programa obrazovanja i vaspitanja, razvojnog plana, godišnjeg plana rada ustanove, pravila ponašanja u ustanovi i drugih opštih akata ustanove; 2) donošenje plana stručnog usavršavanja i profesionalnog razvoja nastavnika, vaspitača i stručnog saradnika; 3) samovrednovanje rada ustanove; 4) izbor zaposlenih i predstavnika zaposlenih u organ upravljanja i stručne organe; 5) uređivanje unutrašnje organizacije i rada stručnih organa; 6) način ostvarivanja saradnje sa ustanovama iz oblasti obrazovanja, zdravstva, socijalne i dečje zaštite, javnim preduzecima, privrednim društvima i drugim organizacijama, radi ostvarivanja prava dece, učenika i zaposlenih.

Zakon o srednjem obrazovanju i vaspitanju (Član 4.) definiše delatnost srednjeg obrazovanja i vaspitanja koje se obavlja u srednjoj školi, i to: gimnaziji; stručnoj školi; umetničkoj školi; mešovitoj školi (gimnaziji i stručnoj ili umetničkoj školi); školi za obrazovanje odraslih; školi za učenike sa smetnjama u razvoju. Škole koje su obuhvaćene ovim istraživanjem su gimnazija u kojoj se stiče opšte obrazovanje i vaspitanje u četvorogodišnjem trajanju kojim se obezbeđuje priprema za nastavak obrazovanja u visokoškolskim ustanovama. Zatim stručna srednja škola u kojoj se stiču odgovarajuće opšte i stručno obrazovanje i vaspitanje u trogodišnjem i četvorogodišnjem trajanju za obavljanje poslova odgovarajućeg zanimanja i za nastavak obrazovanja u visokoškolskim ustanovama i umetnička škola u kojoj se stiče opšte i umetničko obrazovanje i vaspitanje u četvorogodišnjem trajanju za obavljanje poslova odgovarajućeg zanimanja i za nastavak obrazovanja u visokoškolskim ustanovama.

U SROS-u piše da je misija srednjeg opšteg i umetničkog obrazovanja i vaspitanja (u daljem tekstu: SOUOV) u Republici Srbiji, da razvije ključne kompetencije, stvaralačke i sazajne potencijale učenika, pozitivan odnos prema radu, znanju i učenju i osposobi ih za

samostalan rad i doživotno učenje, tj. da kvalitetno obrazuje i u vaspitnom smislu formira i usmeri onaj deo mlade populacije koja će svoj kulturni, naučni i intelektualni razvoj nastaviti na akademskim studijama. Funkcije SOUOV jesu da kvalitetno pripremi učenike za nastavak školovanja na visokom obrazovanju i stvori osnovu za formiranje buduće intelektualne i kulturne elite zemlje, koja će: 1) biti glavni nosilac razvoja zemlje; 2) doprinositi očuvanju i razvoju nacionalnih i kulturnih specifičnosti i identiteta; 3) biti osposobljena da humano deluje, konstruktivno komunicira i saraduje s drugima; 4) biti u stanju da kompetentno preispituje različita ostvarenja i vrednosti i kritički ih preuzima; 5) moći da informisano i odgovorno učestvuje u građanskom životu; 6) moći da stvara nove vrednosti u nauci, privredi, tehnologiji, socijalnoj sferi, sportu i drugim oblastima; 7) moći da kreira nove umetničke vrednosti, koje će, zahvaljujući preduzetničkom duhu, umeti da plasira na ličnu i opštu dobrobit.

Misija srednjeg stručnog obrazovanja i vaspitanja (u daljem tekstu: SSOV) je da obezbedi mogućnosti i uslove svakom pojedincu da stekne znanja, veštine, sposobnosti i stavove – stručne kompetencije – radi efikasnog uključivanja u svet rada i nastavak školovanja. Kako bi ostvarilo te zadatke SSOV treba da bude funkcionalan, efektivan, racionalan i fleksibilan sistem obrazovanja, široko determinisan i dostupan svima, da odgovori na trenutne i buduće potrebe tržišta rada i da pripremi pojedinca da se stalno tokom života usavršava i uči. Ostvarujući ovu misiju, SSOV doprinosi stvaranju društva zasnovanog na znanju, što je temelj ukupnog i održivog razvoja društva u celini. Funkcije SSOV su: 1) sticanje inicijalnog i kontinuiranog stručnog obrazovanja; 2) sticanje potrebnih znanja za nastavak školovanja; 3) sticanje kvalifikacija (odnosno relevantnih stručnih kompetencija) koje su prepoznatljive i potrebne za uključivanje u svet rada i omogućuju zapošljavanje, odnosno samostalno započinjanje posla; 4) osposobljavanje pojedinca za proces celoživotnog učenja; 5) razvoj kreativnosti, inovativnosti i preduzimljivosti pojedinca.⁶⁴

Kakvo je stanje u obrazovanju četiri godine do roka za postizanjem ovih standarda? Najbolji sveobuhvatni izvor je takođe SROS. Kada je u pitanju SOUOV autori *Strategije* na prvom mestu ističu nastavne planove za koje kažu da su, nefleksibilni su i učenici praktično nemaju mogućnosti izbora. Ono što je u fokusu našeg istraživanja je pitanje izborne ili modularizacije nastave koja u pravom obliku ne postoji u SOUOV. U nastavnim programima

⁶⁴ Deo ove strategije koji se odnosi na srednje stručno obrazovanje naslanja se na Strategiju razvoja stručnog obrazovanja u Republici Srbiji („Službeni glasnik RS”, broj 1/07). Predloženi tekst usaglašen je i zasnovan i na dokumentima EU – Kopenhagenskoj deklaraciji o stručnom obrazovanju iz 2002. godine i Kominikeu iz Briža o saradnji u stručnom obrazovanju u Evropi iz 2010. godine.

umetničkih škola nedovoljno su zastupljeni neki opšteobrazovni predmet, a nastavni programi umetnosti u gimnazijama su dosta siromašni i ne koriste se njihovi potencijali za obrazovne i vaspitne svrhe. Zastupljene su samo muzička i likovna umetnost (pored književnosti), a nema brojnih drugih umetnosti kao što su drama, pozorište, ples, pokret, film, fotografija, digitalne umetnosti, umetnički zanati ili kreativne industrije. Nastavni programi nemaju neophodnu (vertikalnu i horizontalnu) povezanost nastavnih disciplina. Pošto u najvećem broju škola ne postoje razvijene nastavne aktivnosti, nema prilike za povezivanje sadržaja iz različitih oblasti i primenu znanja niti mogućnosti za uvođenje novih sadržaja i oblika rad. Ne prati se kvalitet vaspitnih efekata gimnazijskog i umetničkog obrazovanja. Međutim, razni pokazatelji (npr. sistem vrednosti mladih, kakve su kulturne potrebe i navike studenata, načini provođenja slobodnog vremena, uzori za identifikaciju, vrsta i učestalost nasilja u školama, maloletnička delinkvencija i sl.) govore da je u SOUOV, kao i u osnovnoj školi, veoma zanemarena vaspitna funkcija. Neefikasnost obrazovanja u SOUOV ogleda se u sledećim karakteristikama: nedovoljan obuhvat učenika SOUOV; učešće gimnazijskog obrazovanja je među najnižim u Evropi; nije dobar kvalitet pripremljenosti učenika za nastavak školovanja na univerzitetu, gledano po nacionalnim i međunarodnim proverama, učenici ne ovladavaju potrebnim kompetencijama, ne stiču raznovrsna, bogata, primenljiva znanja i umenja te opštu kulturu, niska im je motivacija za učenje i intelektualni rad i nastavak školovanja; kod učenika nije dominantan sistem vrednosti koji promoviše savestan i istrajan rad, znanje, etiku, građansku odgovornost prema sebi, drugima i vlastitoj okolini. Gimnazije su izgubile svoj specifičan identitet institucija koje dobro pripremaju i vode na univerzitet. Inače, gimnazije i srednje umetničke škole su obrazovne ustanove najmanje obuhvaćene reformskim tokovima u prethodnih 20 godina i promene su nužne.

U slučaju SSOV autori *Strategije* ističu neadekvatnu strukovnu strukturu i geografsku distribuciju mreže škola; 2) slaba opremljenost škola koje nisu u ogledu; 3) neadekvatna struktura plana upisa i neusaglašenost obrazovnih profila sa strukturom privrede i njenim potrebama (školovanje profila za kojima ne postoji potreba ili ima viškova na tržištu rada, dok na drugoj strani nema upisa na pojedina zanatska zanimanja koja su potrebna tržištu); 4) zastarelost dela sistema koji nije obuhvaćen ogledom (prevaziđeni nastavni planovi i programi, nastavnici koji ne prolaze adekvatne programe stalnog stručnog usavršavanja, loša opremljenost škola); 5) nerešen problem obezbeđenja kvaliteta praktičnog dela nastave van škole (u daljem tekstu: radna praksa), pri čemu nema akreditovanih radnih mesta i instruktora za obavljanje radne prakse, niti podsticaja privrednih društava da obezbede kvalitetnu praksu

učenicima, nedovoljan broj privrednih društava je zainteresovan za ovaj vid saradnje sa obrazovanjem; 6) nedostatak instrumenata za obezbeđenje kvaliteta (NOK, standardi kvalifikacija, eksterno završni ispiti i sl.). neadekvatnu mrežu škola, popunjenost upisne kvote je 89%. Iako je obuhvat i atraktivnost stručnog obrazovanja naizgled na zadovoljavajućem nivou, njegova struktura je generator nezaposlenosti, jer kreira stručnjake za čijim radom ne postoji potreba na tržištu rada.

Uvid u stanje srednjoškolskog obrazovanja u Srbiji zaokružićemo podacima međunarodnih istraživanja (PISA i TIMMS) koji ukazuju da je zabrinjavajući procenat naših učenika uzrasta 15 godina funkcionalno nepismen (trećina populacije prema PISA, 2009), da su učenička znanja uglavnom reproduktivnog tipa, da je stepen primenjivosti tih znanja ispod svetskog i regionalnog proseka, da imamo zanemarljivo mali procenat učenika u najvišim kategorijama znanja (ispod 1%) i zabrinjavajuće veliki broj u najnižim kategorijama postignuća.

4.1. Kulturna funkcija škole

Ostvarivanje kulturne funkcije škole neodvojivi je deo vaspitno-obrazovnog procesa kojim se nova generacija uvodi u kulturu i društvo. Dramski pedagog i reditelj Vlado Krušić (2015, 87-89), kao voditelj Panela čiji je naziv glasio *Kulturna uloga škole* u okviru nacionalne konferencije sa međunarodnim učešćem *Kulturna uloga škole i obrazovna uloga kulture – drama u obrazovanju*, održane u Beogradu 2015. godine, u uvodnom izlaganju rekao je da pretpostavlja da takav naslov panel-rasprave „za većinu nas” predstavlja paradigmu koja je prihvaćena kao nešto neupitno, „čitav naš vrednosni sistem u kojem i za koji smo vaspitavani i obrazovani upućuje nas na samorazumljivu kulturnu ulogu škole”. Međutim, kako u praksi to nije slučaj, Krušić podseća i na „deklarirane stavove” u zaključcima i preporukama dveju UNESCO-vih konferencija o umetničkom vaspitanju, jedne održane u Lisabonu 2006, i druge, održane u Seulu 2010. godine, koji se gledani iz konteksta naših vaspitno-obrazovnih i školskih sistema, mogu danas činiti izuzetno idealističkim i nestvarnim, što je uostalom slučaj i sa svim analiziranim zakonima, podzakonskim aktima i strateškim dokumentima u ovom istraživanju. Kao jedan od mnogih primera deklarativnosti u našim dokumentima pomenućemo *Pravilnik o nastavnom planu i programu za gimnazije*, u kome, u delu koji govori o kulturnoj i javnoj delatnosti škole piše: *Škola je značajan faktor kulturne transmisije u kojoj dolazi do uzajamnog delovanja sredine na školu i škole na društvenu sredinu. Tu aktivnu interakciju škola ostvaruje kroz programe saradnje sa*

organizacijama, institucijama kulture (muzeji, galerije, pozorišta, Muzička omladina, domovi kulture, sekcije, klubovi, udruženja, sportska društva i dr.) i roditeljima. U pomenutim UNESCO-vim dokumentima kao i u SROS-u nalazimo načelni opis stanja obrazovanja i preporuke za praktičan pristup i rešavanje problema i izazova koji se javljaju pri ostvarivanju tih ciljeva. Krušić ističe dve ključne slabe tačke takvog pristupa od kojih prvu „predstavljaju zapravo sve one različite nemogućnosti i nedostaci – u kadrovima, u kulturnim i prosvetnim politikama i strategijama, u opštem obrazovanju i senzibilitetu za umetničke prakse i njihove obrazovne ishode, u lošim ili ne postojećim materijalnim uslovima i dakako u slabim ili nikakvim finansijskim sredstvima”. Druga „slaba tačka“, odnosno nivo, kako pojašnjava Krušić na kome se iskazuju slabosti modela, je samo shvatanje kulture i umetnosti kao priznatih vrednosti koje, za koje, i s pomoću kojih vredi vaspitavati. Drugim rečima, preporuke u ovim dokumentima, a to isto važi za preporuke SROS-a, zanemaruju realnost što se ogleda u „slabostima koje onemogućavaju realizaciju idealno postavljenog modela” i u odsustvu svesti o značaju kulture i umetnosti.

Na navedenoj Konferenciji, Ivić i Pešikan (2015: 29-36) takođe ukazuju na iste probleme i polazeći od temelja, od javnih praktičnih politika, na prvom mestu ističu da u dosadašnjim dokumentima u Srbiji nema prave povezanosti resora kulture i obrazovanja. Među brojnim problemima kao najvažnije navode: Zanemarena kulturna uloga škole: nema dovoljno kulturnih sadržaja u školi, a i kulturno delovanje škole u lokalnoj sredini (škola kao agens kulture u lokalnoj sredini) zanemareno je; Neadekvatan položaj umetnosti u školskim programima – ne prepoznaje se prava uloga ovih sadržaja u školi; Metode rada i kvalitet udžbenika i instruktivnih materijala ne odlikavaju duh disciplina (umetničke discipline su specifične po sadržaju i načinu mišljenja i rada, a to se ne vidi u školskom radu); Zanemaren veliki vaspitni potencijal umetnosti u školi; Neadekvatni ishodi učenja (ne ostvaruju se planirani ciljevi i ishodi ovih predmeta u školi); Nedovoljno dobro obrazovanje i usavršavanje nastavnika umetničke grupe predmeta (nedovoljno razvijene metodike ovih predmeta, problemi sa pedagoško-psihološkim obrazovanjem nastavnika, inicijalnim i permanentnim usavršavanjem); Nedovoljno razvijena saradnja škole i kulturnih institucija u sredini; Nerazvijena edukativna funkcija kulturnih institucija; Nepostojanje obuke za edukativni rad u kulturi.

Na istoj Konferenciji govorila je i Olivera Todorović (2015, 89-91), rukovoditeljka Centra za profesionalni razvoj zaposlenih u obrazovanju (ZUOV), te imamo priliku da čujemo i stavove nadležnih. Ona smatra da su kreatori kulture u školi pre svega nastavnici i da od

njihove kompetentnosti, znanja, vaspitanja, od njihove kulture zavisi i odnos prema kulturi i sama kultura škole. Dakle, „ključno pitanje je stručno usavršavanje nastavnika”. Todorović je istom prilikom iznela podatke da se nastavnici usavršavaju putem različitih oblika kao što su konferencije, okrugli stolovi i slično. U periodu između 1. septembra 2014. do 10. juna 2015. godine od ukupno realizovanih seminara (2.583) svega 101 se odnose na umetnost, na kojima je od 64.983 nastavnika, vaspitača i stručnih saradnika, njih 2.394, (4%), pohađalo one koji se odnose na umetnost ali to su uglavnom nastavnici muzičkog, likovnog i drugih predmeta (2015: 90).

O kulturnoj funkciji nastavnog programa pisao je Georgijevski u radu u kome je izložio svoju zamisao o jednom specifičnom aspektu kulturne funkcije obrazovnog sistema, koja se sastoji u stvaranju i prenošenju kulturnih vrednosti učenicima i studentima u bilo kom tipu društva. Razmatranje pojma „nastavni program”, autor zasniva na gledištu Pola Vilisa i Pjera Burdijea koji polaze od stava da je svaki nastavni program kulturno uslovljen. Nakon temeljitog pojmovno-teorijskog utemeljenja svoje zamisli, Georgievski izlaže u čemu se sastoje tri ključne kulturne funkcije nastavnog programa; njegova formalna (oficijelna), njegova realna i njegova „skrivena” funkcija. On naglašava da razumevanje te tri kulturne funkcije nastavnog programa, zavisi i od shvatanja koja se razvijaju u pedagogiji, posebno onih o „vidljivoj” (gde se podrazumeva prenošenje specifičnijih sadržaja i gde je način prenošenja eksplicitniji) i „nevidljivoj” pedagogiji (gde se podrazumeva prenošenje opštijih i širih sadržaja, uz implicitniji način njihovog prenošenja). U stvari, kaže ovaj autor, „nevidljiva pedagogija” i nije ništa drugo nego sociologija obrazovanja. Georgievski takođe, naglašava da su se, u sociološkoj (i ostaloj) literaturi već oformila dva suprotstavljena gledišta: 1) gledište „levice”, koje se zalaže za demokratizaciju obrazovanja i demokratizaciju u obrazovanju (R. Vilijams) i 2) gledište „desnice”, koje se zalaže za „elitizam” u obrazovanju, ne vodeći mnogo računa o potrebama onih učenika i studenata koji ne postižu nadprosečne rezultate (G. Dž. Bantok). Georgievski ukazuje na kritičko (pre)vrednovanje nekih aktuelnih obrazovnih praksi, koje svode obrazovanje na pogodan “medijum” za obučavanje radne snage za proizvodnju profita, a – mogli bi dodati – i za proizvodnju ideologija (kao npr. u nekim društvima postsocijalističke tranzicije). U takvim uslovima, teško da obrazovanje može da postane činilac emancipacije, bez čega ne može biti ni tolerancije i kvalifikovanog dijaloga (u Milošević, 2007: 23).

Nema sumnje da škola ne ostvaruje u dovoljnoj meri svoju kulturnu funkciju, i mnogo je razloga za takvo stanje. U većem ili manjem intenzitetu Srbija je skoro 30 godina u

turbulentnim okolnostima, od rata, preko siromaštva do očekivane poražavajuće devalvacije kulture i obrazovanja – najvažnijih društvenih vrednosti. Iz tih razloga, tokom godina, neplanski je oblikovan drugačiji društveni karakter. Na oblikovanje “poželjnog” ponašanja ne utiče samo implementacija sistematizovanih metoda, već i zanemarivanje takve odgovornosti od strane države. Današnje ponašanje koje se javno nagrađuje od strane nove poslovno-političke elite, pa samim tim predstavlja uzor i poželjno ponašanje, naročito mladim ljudima, karakteriše opšta kultura i obrazovanje stečeno kupljenim diplomama i umesto kompetencija, odanost i prijateljstvo su uslovne reference za obavljanje veoma važnih poslova. Veoma značajnu podršku državi u promovisanju novih vrednosti daju mediji sveprisutnim tabloidnim spektaklom koji u vidu rijaliti programa i ostalog ispraznog sadržaja „u kojem dominira težnja ka opštoj banalizaciji” (Debor) oblikuju kulturne potrebe društva, i što je najvažnija činjenica za “nas” kojima je kulturna uloga škole “samorazumljiva”, pa je samim tim naša odgovornost veća, ti isti mediji oblikuje kulturne potrebe dece i mladih. U školi se preko sadržaja nastave prenosi sistematsko određeno gledanje na svet i društvo. Nastavni programi su svesno i namerno izrađeni u skladu sa shvatanjima onih snaga i društvenih struktura koje predstavljaju vodeće političke i društvene snage u društvu, pre svega, u skladu su sa koncepcijom i ideologijom na kojoj počiva društveni sistem (Rot, 2010: 149). U kontekstu navedenog pretpostavili smo da, onoliko, koliki značaj ima pozorište vodećim političkim i društvenim snagama, toliko će pažnje pozorištu biti poklonjeno u obrazovnom sistemu i, po inerciji, toliko će isto pažnje pozorištu biti poklonjeno u školama.

4.2. Uticaj novosadskih srednjih škola na razvoj interesovanja učenika za pozorište

Shvatanja o ulozi škole kao činioca u razvoju interesovanja veoma su različita i variraju od isticanja da je škola odlučujući ili bar bitan faktor u razvoju interesovanja do uverenja da škola uglavnom neguje postojeća interesovanja učenika ili potpunog negiranja značaja škole u ovom procesu. Škola, kao samostalni činilac razvoja interesovanja, nije dovoljno proučavana, ocene i stavovi o ulozi škole su uopšteni, zasnovani na malobrojnim empirijskim podacima, izvode se po analogiji o uticaju škole i formalnog obrazovanja na druge karakteristike ličnosti ili iz retkih istraživanja efekata rada škole. Škola je institucionalni okvir razvoja mladih, i uticaj škole se ne može marginalizovati, jer je vaspitno-obrazovni rad u školi izvor raznovrsnih, prevashodno socio-emocionalnih i sazajnih iskustava učenika na koja škola celokupnom svojom organizacijom sistematski utiče tokom

višegodišnjeg perioda školovanja (Đermanov, 2005: 219). Međutim, Pantić kaže da ključnu ulogu imaju učitelji (nastavnici, profesori) i vannastavne aktivnosti koje su znatno usklađenije sa interesovanjima učenika, te da više utiču na javljanje interesovanja i jačanje nego što je to slučaj sa redovnim i obaveznim predmetima. On takođe tvrdi da je socijalizacijski uticaj škole generalno veći u nižim razredima, pa se to odnosi i na interesovanja (1980: 99).

Isti stav nalazimo kod Kostović koja naglašava da činilac koji znatnim delom usmerava razvoj interesovanja jesu učitelji, nastavnici, odnosno nastavnički kolektiv u celini. „Od nastavnika zavisi učenje i napredovanje učenika, vaspitni postupci, metode, oblici rukovođenja, socijalna klima u razredu i interpersonalni odnosi” (Kostović, 1990: 42). Đermanov takođe smatra da podsticaj razvoju interesovanja predstavljaju i interpersonalni odnosi i komunikacija i interakcija između nastavnika i učenika i između vršnjaka u odeljenju. Činilac koji usmerava, podstiče i procenjuje razvoj i socijalizaciju interesovanja jesu nastavnici (Đermanov, 2003: 219). Balažević, takođe podseća da se često u svakodnevnom životu može čuti, što su naučna istraživanja potvrdila, da se učenici snažno zainteresuju za neki predmet iz razloga što su imali „dobrog i zanimljivog” nastavnika (Balažević, 2011: 82). U svom istraživanju o determinantama umetničkih interesovanja Gajić, ističe podatak da učenici srednjih škola, u veoma značajnom postotku, smatraju da škola i nastavnici beznačajno ili malo značajno utiču na njihova umetnička interesovanja, te i sama zaključuje da nastavnici nisu „dorasli“ svom zadatku i da nedovoljno podstiču učenike na kulturnu participaciju, kao i na njihove stvaralačke pokušaje (Gajić, 1999: 223–224).

U nizu pitanja koja u relaciji škola – pozorište mogu biti predmet istraživanja, predmet ovog istraživanja je da li, u kojoj meri i na koji način škola utiče za razvoj interesovanja učenika za pozorište. Taj uticaj utvrdićemo putem stepena zastupljenosti pozorišta u delu slobodnih vannastavnih aktivnosti, jer kako je već poznato pozorište nije deo obavenih ili izbornih predmeta. Premda je škola pod uticajem države jer je osnovana i finansirana od strane države i svoje godišnje programe rada priprema u odnosu na planove i programe koje propisuje država, škola ima određenu autonomiju, što je slučaj i sa fakultativnim i slobodnim vannastavnim aktivnostima. Slobodne aktivnosti kao oblik vannastavnog vaspitno-obrazovnog rada namenjene su prvenstveno zadovoljavanju postojećih i razvijanju novih interesovanja učenika u različitim oblastima ljudskog stvaralaštva. Škola je, po zakonu u obavezi da pedagoški osmišljenim radom sekcija i interesnih grupa, kroz izbor sadržaja, metoda i postupaka rada i aktivno učešće učenika na principima dobrovoljnosti i slobode izbora, pruži mogućnost svim učenicima, bez obzira na uspeh, bavljenje omiljenim

aktivnostima. Međutim, u zakonima i podzakonskim aktima ne nalazimo na jasna pravila i uputstva vezana za slobodne aktivnosti u kontekstu toga na koji način škola odlučuje o tome kakve će slobodne aktivnosti biti ponuđene učenicima ili koje će sekcije da organizuje. Te odluke potpuno su ostavljene školama da samostalno odlučuju. Na primer, u *Pravilniku o nastavom planu i programu za gimnazije* piše da škole na osnovu izraženog interesovanja učenika mogu da formiraju grupe i odeljenja za realizaciju određenih programa fakultativne nastave među kojima se nalazi i scenska umetnost. Ovako formulisamo pravilo razumemo na sledeći način: škola može, tačnije, dozvoljeno joj je da realizuje određenu fakultativnu nastavu, ukoliko „najmanje 20 učenika” (Zakon o srednjem obrazovanju i vaspitanju, Član 24) izrazi interesovanje za tu oblast. Ali, kako se to primenjuje u praksi? Da li to podrazumeva da se učenici „obrate” nekom od profesora sa željom da se formira grupa i u okviru nje realizuje, recimo, scenska umetnost kao fakultativni oblik nastave? Da li se od učenika očekuje da predlože osnivanje dramske, filmske, muzičke ili bilo koje druge sekcije? Ono što je nedvosmisleno je da škola nije u obavezi da organizuje konkretno dramsku sekciju ili odlazak u pozorište jer je pozorište samo jedna u nizu različitih oblasti ljudskog stvaralaštva koje se mogu odabrati za realizaciju vannastavnih aktivnosti.

Istraživanjem je obuhvaćeno 8 srednjih škola sa teritorije grada Novog Sada: Medicinska škola „7 april“, Poljoprivredna škola sa domom učenika Futog, Gimnazija „Jovan Jovanović Zmaj“, Škola za dizajn „Bogdan Šuput“, Tehnička škola „Mileva Marić Ajnštajn“, Srednja mašinska škola Novi Sad, Srednja škola „Svetozar Miletić“ i privatna „E-gimnazija”, čime je obuhvaćeno opšte, umetničko i srednje stručno obrazovanje i vaspitanje. U navedenim školama izvršeno je anketiranje učenika. U tabeli br. 9 dat je broj učenika po školama, gde možemo videti da broj učenika po školama nije ravnomeran raspoređen, na šta utiču izvesni faktori. Primetan je daleko veći broj učenika iz medicinske škole, jer one tradicionalno imaju veliki broj učenika po odeljenju. Nasuprot tome, određeni obrazovni profili u srednjim stručnim školama tradicionalno imaju veoma mali broj učenika po odeljenju, kao što su stolari, tapetari, zavarivači i sl.

Tabela br. 9: Broj ispitanika po školama i polu

Škola	Muški pol	Ženski pol	Ukupno
1. Medicinska škola „7 april“	25	89	114 (17.6%)
2. Poljoprivredna škola sa domom učenika Futog	22	36	58 (9.1%)
3. Gimnazija „Jovan Jovanović Zmaj“ Novi Sad	18	84	102 (15.7%)
4. Škola za dizajn „Bogdan Šuput“	26	65	91 (14%)

5. Tehnička škola „Mileva Marić Ajnštajn“	39	51	90 (13.9%)
6. Srednja mašinska škola Novi Sad	46	1	47 (7.3%)
7. Srednja škola „Svetozar Miletić“	40	47	87 (13.4%)
8. E-gimnazija	34	25	59 (9%)

Ukupno: 648 učenika

Uzorak čine učenici od prvog do četvrtog razreda, raspoređeni u osam škola, sa 28 smerova. U okviru Medicinske škole „7 april“ upitnik su popunjavali sledeći smerovi: medicinska sestra-tehničar (63 ispitanika), pedijatrijska sestra-tehničar (29 ispitanika) i fizioterapeut (22 ispitanika). Takođe, u istraživanju su učestvovala tri smera Poljoprivredne škole sa domom učenika u Futogu: tehničar hortikulture (21 ispitanik), veterinarski tehničar (34 ispitanika) i rukovalac-mehaničar poljoprivredne tehnike (3 ispitanika). U okviru Gimnazije „Jovan Jovanović Zmaj“ u Novom Sadu su ispitana dva smera: društveno jezički smer (78 ispitanika) i prirodno-matematički smer (24 ispitanika). Zatim, upitnici su zadavani i u 5 razreda Škole za dizajn „Bogdan Šuput“ i to po smerovima: likovni tehničar (20 ispitanika), tekstilni tehničar (9 ispitanika), dizajn enterijera i industrijskih proizvoda (16 ispitanika), grafički dizajn (19 ispitanika) i dizajn ambalaže (27 ispitanika). U okviru Tehničke škole „Mileva Marić Ajnštajn“ testirani su: tehničar za oblikovanje grafičkih proizvoda (32 ispitanika), stolar (4 ispitanika), tapetar (3 ispitanika), tehničar za pejzažnu arhitekturu (28 ispitanika), grafički tehničar za niskogradnju (23 ispitanika). U okviru Srednje mašinske škole ispitanici su učenici: automehaničar (17 ispitanika), tehničar za kompjutersko konstruisanje (8 ispitanika), tehničar za rasladne uređaje (1 ispitanik), zavarivač (5 ispitanika), instalater (1 ispitanik), mašinski tehničar motornih vozila (15 ispitanika). U okviru Srednje mašinske škole „Svetozar Miletić“ u pitanju su: konobar (36 ispitanika), turistički tehničar (23 ispitanika), finansijski administrator (28 ispitanika). E-gimnazija ima samo jedan smer, „opšti“ odakle je ispitano svih 59 ispitanika.

Da bi smo utvrdili stepen zastupljenosti pozorišta u delu slobodnih vannastavnih aktivnosti, i mogućnosti tog stepena zastupljenosti da razvije interesovanje učenika za pozorište, Upitnik je strukturiran tako da se putem odgovora učenika stekne uvid u kvantitet aktivnosti koje škola poduzima u pravcu zadovoljavanja postojećeg i razvoja interesovanja za pozorište kod svojih učenika. Pod takvim aktivnostima podrazumevali smo odlaske u pozorište, dramske sekcije i razgovore na temu pozorišta.

4.2.1. Posete pozorištu

Na prvom mestu zanimalo nas je da li su učenici išli u pozorište u organizaciji srednje škole koju pohađaju i koliko puta. U tabeli br. 10 vidimo da je 37,9% (243 učenika) odgovorilo potvrdno, dok je 62,1% (398) učenika odgovorilo da nikada nisu išli u pozorište u organizaciji srednje škole. Najveći broj učenika koji navodi da nije išao u pozorište u organizaciji svoje škole, očekivano je zabeležen većim delom u srednjim stručnim školama, kao na primer u Srednjoj mašinskoj školi i školi "Svetozar Miletić" gde 89,4 %, odnosno 89,5% učenika navodi da nikada nije išlo u pozorište u organizaciji srednje škole koju pohađa. Sa druge strane imamo slučaj da 65,7% učenika gimnazije "Jovan Jovanović Zmaj" navodi da ide u pozorište u organizaciji srednje škole, što je takođe donekle očekivano ali, recimo, to nije slučaj u privatnoj „E-gimnaziji” gde 86,4% učenika nije išlo u pozorište u organizaciji srednje škole.

Tabela br. 10: Prikaz učenika koji idu ili ne u pozorište u organizaciji svoje škole

			Da li si išao/la u pozorište u organizaciji srednje škole		Total
			Da	Ne	
Naziv škole	Medicinska škola "7 april"	Count	64	48	112
		% within Naziv škole	57,1%	42,9%	100,0%
	Svetozar Miletić	Count	9	77	86
		% within Naziv škole	10,5%	89,5%	100,0%
	Srednja mašinska	Count	5	42	47
		% within Naziv škole	10,6%	89,4%	100,0%
	Mileva Marić Ajnštajn	Count	39	48	87
		% within Naziv škole	44,8%	55,2%	100,0%
	E-gimnazija	Count	8	51	59
		% within Naziv škole	13,6%	86,4%	100,0%
	Poljoprivredna škola sa domom učenika - Futog	Count	9	49	58
		% within Naziv škole	15,5%	84,5%	100,0%
	Gimnazija Jovan Jovanović Zmaj - Novi Sad	Count	67	35	102
		% within Naziv škole	65,7%	34,3%	100,0%
	Bogdan Šuput	Count	42	48	90
		% within Naziv škole	46,7%	53,3%	100,0%
Total		Count	243	398	641
		% within Naziv škole	37,9%	62,1%	100,0%

Pitanje koliko puta su išli u pozorište u organizaciji srednje škole bilo je otvorenog tipa pa su učenici sami upisivali broj odlazaka u pozorište ali je na ovo pitanje odgovorilo svega 35,5% (230) od ukupno anketiranih 648 učenika. U tabeli br. 11 možemo videti da je učestalost odlazaka u pozorište u organizaciji srednje škole veoma niska.

Tabela br. 11: Učestalost odlazaka u pozorište u organizaciji srednje škole

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	83	12,8	36,1	36,1
	2	58	9,0	25,2	61,3
	3	38	5,9	16,5	77,8
	4	22	3,4	9,6	87,4
	5	13	2,0	5,7	93,0
	6	7	1,1	3,0	96,1
	7	1	0,2	0,4	96,5
	10	6	0,9	2,6	99,1
	20	2	0,3	0,9	100,0
	Total	230	35,5	100,0	
	Missing	System	418	64,5	
Total		648	100,0		

Na pitanje da li je ikad njihov odeljenski starešina organizovao odlazak u pozorište dobijamo vrlo negativno stanje jer je svega 19,5% učenika odgovorilo potvrdno, dok je 80,5% učenika odgovorilo da njihov razredni starešina nikada nije organizovao/la odlazak u pozorište. Da podsetimo, odeljenski starešina pored vođenja dokumentacije i obavljanja administrativnih poslova, svoje zadatke i sadržaje u radu sa učenicima ostvaruje u vremenu između časova, gde je poseta pozorištu, kao što smo već rekli jedna od preporučenih slobodnih ali ne i obaveznih aktivnost.

Interesantan i veoma značajan rezultat donose odgovori na pitanje da li bi želeli češće da idu u pozorište u organizaciji svoje škole. Na ovo pitanje skoro polovina učenika, tačnije 44,4% njih izjasnilo se pozitivno, što znači da se među njima nalaze i oni učenici koji nikada nisu išli u pozorište u organizaciji srednje škole. Ovakvi podaci ukazuju na to da među učenicima vlada veće interesovanje za pozorište u odnosu na količinu aktivnosti koje škola organizuje u oblasti pozorišta. Sve ovo dovodi do zaključka da škola ne zadovoljava ni postojeća interesovanja učenika za pozorište. U većini srednjih stručnih škola broj učenika koji bi češće želeo da ide u pozorište u organizaciji škole je veći od broja učenika koji nikad nisu išli sa školom u pozorište. U tabeli br. 12 može se videti da 23,4% učenika ne želi da ide češće u pozorište u organizaciji srednje škole, dok je čak 32,1% učenika odgovorilo da ne zna da li bi želeli da to čine. Odgovor da ne znaju da li žele nešto da čine ili ne, razumećemo kao nedefinisan stav prema pozorištu što se donekle poklapa sa brojem učenika koji su na pitanje kakav stav imaju prema pozorištu odgovorili da nemaju stav.

Tabela br. 12: Odgovori ispitanika na pitanje: Da li bi želeo/la da češće ideš u pozorište u organizaciji tvoje srednje škole?

			Da li bi želeo/la da češće ideš u pozorište u organizaciji tvoje srednje škole			Total
			Da	Ne	Ne znam	
Naziv škole	Medicinska škola "7 april"	Count	65	16	33	114
		% within Naziv škole	57,0%	14,0%	28,9%	100,0%
	Svetozar Miletić	Count	23	30	34	87
		% within Naziv škole	26,4%	34,5%	39,1%	100,0%
	Srednja mašinska	Count	11	22	14	47
		% within Naziv škole	23,4%	46,8%	29,8%	100,0%
	Mileva Marić Ajnštajn	Count	29	16	44	89
		% within Naziv škole	32,6%	18,0%	49,4%	100,0%
	E-gimnazija	Count	28	20	11	59
		% within Naziv škole	47,5%	33,9%	18,6%	100,0%
	Poljoprivredna škola sa domom učenika - Futog	Count	19	15	23	57
		% within Naziv škole	33,3%	26,3%	40,4%	100,0%
	Gimnazija Jovan Jovanović Zmaj - Novi Sad	Count	72	10	20	102
		% within Naziv škole	70,6%	9,8%	19,6%	100,0%
	Bogdan Šuput	Count	39	22	28	89
		% within Naziv škole	43,8%	24,7%	31,5%	100,0%
Total		Count	286	151	207	644
		% within Naziv škole	44,4%	23,4%	32,1%	100,0%

Na osnovu dobijenih rezultata po kojima 62,1% učenika nikada nisu išli u pozorište u organizaciji srednje škole, i da je među 37,9% onih koji to jesu učestalost veoma niska, možemo zaključiti da škole koje su obuhvaćene ovim istraživanjem ne organizuju u dovoljnoj meri posete pozorištu u okviru vannastavnih aktivnosti da bi ta učestalost doprinela razvoju interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

4.2.2. Uticaj dramske sekcije na formiranje interesovanja za pozorište

Kada su dramske sekcije u pitanju, važno je naglasiti da one nemaju dovoljan kapacitet za razvoj mlade pozorišne publike. Sekcije se po pravilu odražavaju sa veoma malim brojem učenika, tako da su one izvrstan oblik nastave za razvoj već postojećih interesovanja i produbljivanje znanja o određenom objektu interesovanja, kao što je u našem slučaju pozorište.

Na pitanje „Da li postoji dramska sekcija u tvojoj srednjoj školi?“, dobijen je veoma interesantan podatak gde je skoro polovina učenika, tačnije 45,4% njih odgovorilo da ne zna da li u školi postoji dramska sekcija. Svega 26,6% učenika je odgovorilo da u njihovoj školi postoji dramska sekcija dok 28% učenika kaže da takvih aktivnosti nema u njihovoj školi. U tabeli br. 13 možemo videti odgovore učenika razvrstane po srednjim školama u kojima je izvršeno anketiranje, gde je najviše uočljivo da su samo učenici gimnazije „Jovan Jovanović Zmaj“ u najvećem mogućem broju sigurni da u njihovoj školi postoji dramska sekcija, tačnije njih 95,1%.

Tabela br. 13: Odgovori ispitanika na pitanje: Da li postoji dramska sekcija u tvojoj srednjoj školi?

Naziv škole	Da li postoji dramska sekcija u tvojoj srednjoj školi?			Total
	Da	Ne	Ne znam	
Medicinska škola „7 april”	34 30,4%	11 9,8%	67 59,8%	112 100,0%
„Svetozar Miletić”	2 2,3%	33 38,4%	51 59,3%	86 100,0%
Srednja mašinska	2 4,3%	21 44,7%	24 51,1%	47 100,0%
„Mileva Marić Ajnštajn”	17 18,9%	16 17,8%	57 63,3%	90 100,0%
„E-gimnazija”	10 16,9%	30 50,8%	19 32,2%	59 100,0%
Poljoprivredna škola sa domom učenika - Futog	6 10,5%	11 19,3%	40 70,2%	57 100,0%
Gimnazija „Jovan Jovanović Zmaj” – Novi Sad	97 95,1%	1 1,0%	4 3,9%	102 100,0%
„Bogdan Šuput”	3 3,3%	57 63,3%	30 33,3%	90 100,0%
Total	171 26,6%	180 28,0%	292 45,4%	643 100,0%

Ovakvi odgovori mogu dovesti u pitanje relevantnost rezultata, međutim razlozi za to leže u nekoliko faktora. Kao prvo, skoro trećina anketiranih učenika bila je na početku I razreda, pa se donekle može razumeti da o tome još uvek ne znaju. Drugi, najznačajniji, faktor zbog koga učenici ne znaju da li u njihovoj školi postoji dramska sekcija zapravo je jedan obrazac ponašanja koji možemo okarakterisati kao „tipično srpski” način poslovanja, posebno u javnim službama. Karakteristike ovog obrasca su, na primer: nepostojanje jasnog opredeljenja po raznim pitanjima u slučaju autonomije u odlučivanju, diskontinuitet u radu, nepostojanje jasnog plana u slučaju preduzimanja izvesnih aktivnosti, projekata i sl., odsustvo svesti o značaju dugoročnog planskog delovanja radi postizanja određenog cilja, odnosno vizije i sl. Na pitanje da li srednje škole organizuju na nedeljnom nivou vannastavne aktivnosti u vidu dramske sekcije, može se ukratko odgovoriti da u većini škola postoji *određena* aktivnost, ali ne i dramska sekcija koja postoji u kontinuitetu, izuzev u jednoj školi. Situacija je sledeća: Medicinska škola „7 april” nema dramsku sekciju koja ima kontinuitet u radu, mada je u godišnjim programima „registrovana” da postoji. Ova škola skoro svake godine priprema određeni dramski program (prošle godine je to bio mjuzikl) ali taj program je namenjen za izvođenje prilikom proslave dana škole, Svetog Save i sl. Svake godine neki drugi profesor preuzme na sebe tu ulogu i među učenicima odabere one kojima predaje i koji pokazuju interesovanje za takvu vrstu aktivnosti. U srednjoj školi „Svetozar Miletić“, dobili smo odgovor da ova škola ima dramsku sekciju već dugi niz godina, a kao razlog što samo

2,3% anketiranih učenika to zna, navode veoma veliki broj učenika. U „Srednjoj mašinskoj školi“ postoji dramska sekcija ali bez kontinuiteta. Poslednjih godina dramska sekcija je postojala i gasila se u intervalima od po dve godine. Poslednje dve godine za dramsku sekciju zadužena je profesorka matematike na svoj lični zahtev, a pre nje bila je to profesorka srpskog koja više ne radi u toj školi. U školi „Mileva Marić Anštajn“ kontinuirano se dugi niz godina odvijaju aktivnost na polju drame ali ne postoji zvanična dramska sekcija koja se realizuje na nedeljnom nivou, već jednom do dva puta mesečno. Profesorka srpskog jezika i književnosti vodi te aktivnosti u sklopu nastave iz srpskog jezika i književnosti, i sa njima dramatizuje književna dela, tako da su uspeli i da postavе nekoliko dramskih predstava na osnovu toga. Takođe se i u ovoj školi pripremaju kratka scenska dela za priredbe povodom raznih događaja. Što se tiče privatne „E-gimnazije“ ona je imala dramsku sekciju samo školske 2014/2015. godine i pokrenule su je profesorka psihologije i osoba koja obavlja administrativne poslove. Dramska sekcija osnovana je kao deo izvesnog projekta u kome je škola učestvovala ali po završetku projekta dramska sekcija je ugašena. Poljoprivredna škola sa domom učenika u Futogu nema i nikada nije ni imala dramsku sekciju, ali se u ovoj školi takođe povodom proslava pripremaju programi u kojim učestvuju učenici, pa među njima ponekad bude i kratka dramska predstava. Gimnazija „Jovan Jovanović Zmaj“ ima nekoliko dramskih sekcija i one se, dugi niz godina ,realizuju na srpskom, engleskom i francuskom jeziku. Škola za dizajn „Bogdan Šuput“ nema i nikada nije imala dramsku sekciju.

Na osnovu dobijenih rezultata i analize odgovora zaposlenih u školi, možemo da zaključimo da najveći broj srednjih škola nema dramske sekcije koje se realizuju na nedeljnom nivou u okviru fakultativne vannastavne slobodne aktivnosti. Navedene aktivnosti gde učenici spremaju scensko delo u nekoj od dramskih formi namenjeno za izvođenje na školskoj priredbi ne može u dovoljnoj meri doprineti razvoju interesovanja za pozorište. U slučaju da ovakve aktivnosti mogu da razviju interesovanje za pozorište kod učenika, njihov broj je statistički zanemarljiv, jer u ovakvim aktivnostima učestvuje svega po nekoliko učenika. Iz ovih zaključaka izdvajamo gimnaziju „Jovan Jovanović Zmaj“ koja ima tri dramske sekcije, ali je važno napomenuti da su dve od njih pre svega u službi postizanja nekih drugih kompetencija, kao što su na primer učenje stranog jezika, pa iako one doprinose razvoju interesovanja za pozorište, to ipak pripada sektoru drame u obrazovanju. Kako je već na početku rečeno dramska sekcija, posebno ne navedeni oblici, generalno nema kapacitet za masovni razvoj mlade pozorišne publike, jer u njoj učestuje statistički zanemarljiv broj učenika. Međutim, ogroman potencijal dramska sekcija može imati u slučaju ozbiljnog i

sistematičnog rukovođenja i produkcije kvalitetnog dramskog programa. Ukoliko bi se dramska sekcija u nekoj srednjoj školi razvila do te mere da izvodi svoje predstave na nekoj sceni i poziva svoje vršnjake da dođu u pozorište njen značaj u razvoju interesovanja učenika srednjih škola za pozorište bi bio nemerljiv. Kada se ovakvoj viziji doda njihova povezanost putem društvenih mreža, taj potencijal se još više povećava.

4.2.3. Razgovori na temu pozorišta

Polazeći od ranijih uvida i stavova autora koji su istraživali ovu oblast, da je nastavni kadar činilac koji znatnim delom usmerava razvoj interesovanja, ili da ima ključnu ulogu u razvoju interesovanja, kako kaže Pantić, pitali smo učenike da li neko od njihovih profesora/profesorki priča o pozorištu u kontekstu toga da preporučuje odlaske u pozorište, pominje neku interesantnu pozorišnu predstavu ili bilo šta drugo vezano za pozorište. Odgovori učenika su ujednačeno podeljeni, odnosno 49,6% učenika odgovara potvrdno a 50,4% učenika odgovara da niko od profesora ne pominje pozorište na časovima. U tabeli br. 14 dat je prikaz ovih odgovora u odnosu na školu koju pohađaju učenici, gde se može videti da jedino u gimnaziji „Jovan Jovanović Zmaj” skoro svi učenici (91,2%) potvrdno odgovaraju na ovo pitanje, a u većini ostalih škola, procenat negativnih odgovora na ovo pitanje je više ili manje veći od pozitivnih, posebno u srednjim stručnim školama.

Tabela br. 14: Odgovori ispitanika na pitanje: Da li neko od tvojih profesora/profesorki priča o pozorištu (preporučuje da ideš ili pominje neku interesantnu pozorišnu predstavu ili bilo šta vezano za pozorište)?

			Da li neko od tvojih profesora priča o pozorištu		Total
			Da	Ne	
Naziv škole	Medicinska škola "7 april"	Count	77	36	113
		% within Naziv škole	68,1%	31,9%	100,0%
	Svetozar Miletić	Count	30	56	86
		% within Naziv škole	34,9%	65,1%	100,0%
	Srednja mašinska	Count	5	42	47
		% within Naziv škole	10,6%	89,4%	100,0%
	Mileva Marić Ajnštajn	Count	45	42	87
		% within Naziv škole	51,7%	48,3%	100,0%
	E-gimnazija	Count	11	48	59
		% within Naziv škole	18,6%	81,4%	100,0%
	Poljoprivredna škola sa domom učenika - Futog	Count	12	45	57
		% within Naziv škole	21,1%	78,9%	100,0%
	Gimnazija Jovan Jovanović Zmaj - Novi Sad	Count	93	9	102
		% within Naziv škole	91,2%	8,8%	100,0%
	Bogdan Šuput	Count	44	44	88
		% within Naziv škole	50,0%	50,0%	100,0%
Total		Count	317	322	639
		% within Naziv škole	49,6%	50,4%	100,0%

Među odgovorima koje predmete predaju profesori koji pričaju o pozorištu, najfrekventniji odgovor je profesor/ka srpskog jezika i književnosti (68,6%), znatno manje

profesor/ka muzičkog (19,5%), i kao ostali odgovori u veoma malim procentima javili su se: profesor latinskog (5%), agencijskog (5%), engleskog (1,1%) i psihologije (0,80). Svega 40,3% učenika odgovorilo je na ovo pitanje. Kako je u svim analiziranim pravilnicima o nastavnom planu i programu za srpski jezik i književnost za sve obrazovne profile, tema pozorišta veoma prisutna kao preporuka za postizanje određenih kompetencija, zanimalo nas je da li na časovima srpskog jezika i književnosti pričaju o pozorištu. Potvrдно je odgovorilo 55,5% učenika, dok je 44,4% učenika odgovorilo da na časovima srpskog jezika i književnosti ne pričaju o pozorištu. Premda su odgovori skoro pa ujednačeni, u korist potvrdnih najviše su doprineli učenici gimnazije „Jovan Jovanović Zmaj” i srednje škole „Mileva Marić Anštajn”.

Tabela br. 15: Odgovori ispitanika na pitanje: Da li na časovima srpskog jezika pričate o pozorištu?

			Da li na časovima srpskog jezika pričate o pozorištu		Total
			Da	Ne	
Naziv škole	Medicinska škola "7 april"	Count	55	58	113
		% within Naziv škole	48,7%	51,3%	100,0%
	Svetozar Miletić	Count	24	63	87
		% within Naziv škole	27,6%	72,4%	100,0%
	Srednja mašinska	Count	17	29	46
		% within Naziv škole	37,0%	63,0%	100,0%
	Mileva Marić Anštajn	Count	61	28	89
		% within Naziv škole	68,5%	31,5%	100,0%
	E-gimnazija	Count	20	39	59
		% within Naziv škole	33,9%	66,1%	100,0%
	Poljoprivredna škola sa domom učenika - Futog	Count	31	25	56
		% within Naziv škole	55,4%	44,6%	100,0%
	Gimnazija Jovan Jovanović Zmaj - Novi Sad	Count	95	7	102
		% within Naziv škole	93,1%	6,9%	100,0%
	Bogdan Šuput	Count	53	37	90
		% within Naziv škole	58,9%	41,1%	100,0%
Total		Count	356	286	642
		% within Naziv škole	55,5%	44,5%	100,0%

Ove rezultate uzimamo sa velikom dozom rezerve, jer na osnovu statističkih podataka ne možemo zaključiti da li razgovori o pozorištu za vreme nastave imaju uticaja na razvoj interesovanja učenika za pozorište. Pozorište je putem dramske književnosti prisutno u planu i programu za srpski jezik i književnost, pa možemo pretpostaviti da su učenici slušali na predavanju o osnovnoj funkciji dramske književnosti, ali to ne znači i da su vođeni posebni razgovori na temu pozorišne umetnosti generalno. Tu rezervisanost dodatno potkrepljuje iskustvo pri anketiranju učenika. Ulazak nepoznatog lica u učionicu, u svakom odeljenju izazvao je određenu radoznalost i pažnju, međutim na izgovor pojma pozorište, na mnogim licima opažena je razočaranost i gubitak interesovanja.

Razgovori o pozorištu između profesora i učenika imaju značajan potencijal u razvoju interesovanja za pozorište. Međutim, u praksi su to isključivo sporadični slučajevi u ponekoj školi u kojoj predaje strastveni ljubitelj pozorišta. U suštini, ne bi bilo teško zamisliti model

po kome bi profesori, u slučaju da im se nametne ta obaveza, govorili o pozorištu, ali isto tako nije teško zamisliti profesore koji nisu ljubitelji pozorištu kako o njemu govore u cilju razvoja interesovanja za pozorište.

4.3. SWOT analiza

Srednja škola kao veoma značajan agens socijalizacije ima ogroman potencijal, ali usled mnogih okolnosti ona ima i velike nedostatke u cilju razvoja interesovanja učenika za pozorište. U tabeli br. 16 izložena je SWOT analiza u kojoj su prikazane sve detektovane unutrašnje snage i slabosti, kao i spoljašnje mogućnosti i pretnje srednje škole kao potencijalnog aktera u razvoju interesovanja učenika za pozorište.

Tabela br. 16: SWOT analiza srednje škole kao potencijalnog aktera u razvoju interesovanja učenika za pozorište

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • sistematska organizovanost i institucionalizovanost • autonomija <ul style="list-style-type: none"> — u donošenju godišnjeg plana rada — u organizovanju vannastavnih aktivnosti — u donošenju plana stručnog usavršavanja nastavnog kadra — u ostvarivanju saradnje sa kulturnim ustanovama • svakodnevna, višesatna prisutnost velikog broja učenika • interpersonalni odnosi, komunikacija i interakcija između nastavnog kadra i učenika 	<ul style="list-style-type: none"> • zavisnost od države • administrativno-birokratski sistem • zanemarena kulturna funkcija • autonomija <ul style="list-style-type: none"> — u donošenju godišnjeg plana rada — u organizovanju vannastavnih aktivnosti — u donošenju plana stručnog usavršavanja nastavnog kadra — u ostvarivanju saradnje sa kulturnim ustanovama • nemotivisanost i inertnost nastavnog i rukovodećeg kadra • pozorište je prepušteno „profesorima koji vole pozorište” • oslabljen autoritet i uticaj nastavnog kadra • zastareli oblici rada • loša finansijska situacija • nepostojanje jasnog opredeljenja po pitanju pozorišta (dramska sekcija) • nepostojanje stručnog kadra iz oblasti pozorišta • nesistematizovanost • diskontinuitet • neplansko delovanje

	<ul style="list-style-type: none"> • nemotivisanost za dugoročne projekte • odsustvo svesti o značaju i mogućnostima pozorišta • odrađivanje posla • nezainteresovanost i inertnost učenika • loša finansijska situacija učenika
<p>MOGUĆNOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • uvođenje drame u edukaciji (međunarodni DICE projekat) • saradnja za pozorištem • povoljne cene ulaznica • veliki broj raspoloživog stručnog kadra (mladi dramski pisci, reditelji, glumci) • uvođenje nastave iz predmeta scenska umetnost • dramske sekcije • Internet i društvene mreže • motivisanost učenika da gleda pozorišne predstave koje se bave njima bliskim temama i problemima mladih 	<p>PRETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • nepostojanje adekvatnog pozorišnog repertoara • nizak nivo kulturnog kapitala porodice • škola je kontrolisani agens socijalizacije • politički uticaj • loša zakonska regulativa <ul style="list-style-type: none"> — nedostatak međuresorne saradanje u oblasti kulture i obrazovanja — pozorište nije deo obaveznih ili izbornih predmeta — pozorište je samo jedna od mogućih fakultativnih vannastavnih aktivnosti — nefleksibilni i zastareli planovi i programi — nepovezanost (vertikalna i horizontalna) nastavnih disciplina • ne razvijena edukativna funkcija pozorišta

Na osnovu dobijenih rezultata možemo zaključiti da nije realno očekivati da će škola kao planski agens socijalizacije u datim okolnostima u Srbiji, u bližoj ili daljoj budućnosti postati značajan akter u razvoju interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. Mnogo je razloga za to i oni se najvećim delom nalaze u opštem devalviranom stanju društva u Srbiji. Da bi se pokrenula neka sveobuhvatna akcija na nivou svih škola u Srbiji, potrebno je da iza takvog strateškog projekta stane država, međutim pretpostavljamo da do toga neće doći. Ukoliko bi se neka akcija i pokrenula, veliko je pitanje na koji način, u kojoj meri, koliko dugo i sa kojim efektima. Škola bi se izvesno pokazala kao partner sa ogromnim potencijalom, ali izrazito nepredvidljiv i težak za kontrolu, pa bi realno bilo očekivati „odrađen posao” nego bilo kakve pomake u razvoju interesovanja srednjoškolaca za pozorište. U slučaju projekata koji bi eventualno bili pokrenuti od strane nevladinog sektora, škola bi morala biti posmatrana pojedinačno od ustanove do ustanove. U takvom slučaju,

velika je verovatnoća da bi uspešnost realizacije projekta i krajnjih rezultata bila proporcionalna motivaciji i zalaganju nastavnog i rukovodećeg kadra, koje vrlo verovatno može zavisiti i od ličnog interesa. Iz tih razloga, veoma bi bilo važno započeti aktivnosti najpre u onim školama u kojima rade pozorištem motivisane profesorke, o kojima su ozarenih lica govorile učenice srednje škole „Jovan Jovanović Zmaj” prilikom anketiranja. Tako motivisan nastavni kadar bi na početku projekta bio jedini pouzdan partner kada su u pitanju škole, posebno ako su manji projekti u pitanju. Za dalje angažovanje drugog nastavnog ili rukovodećeg kadra, morali bi se najpre otkriti njihovi motivi. Škola u svakom slučaju ne bi mogla, bar ne u ovom trenutku biti glavni akter u nekom imaginarnom javnom ili NGO strateškom projektu za razvoj publike zbog odsutnosti adekvatne ponude pozorišnih predstava. U svakom slučaju, škola i njen ogromni potencijal koji se najviše ogleda u svakodnevnoj, višesatnoj prisutnosti velikog broja učenika i mogućnosti za interpersonalne odnose, komunikaciju i interakciju, mora ostati u fokusu pažnje, ne bi li se pronašao način za što bolju iskorišćenost tog velikog potencijala.

5. POZORIŠTE KAO PLANSKI AGENS SOCIJALIZACIJE

Socijalizacija se definiše kao socijalno učenje do koga dolazi putem interakcije sa drugim osobama, što ukazuje na postojanje i delovanje faktora preko kojih se socijalizacija ostvaruje, ukazuje na postojanje tzv. agenasa socijalizacije ili posrednika socijalizacije. Svaki član društva može biti agens socijalizacije, može biti prenosilac društvenih shvatanja o ponašanju, ali kako Rot ističe, iako se socijalizacija „ostvaruje direktnom interakcijom sa drugim osobama, pre svega sa roditeljima, nije neposredno delovanje drugih osoba jedini put socijalizacije. Prenosnike društvenih shvatanja i normi predstavljaju i različite društvene institucije” (2010b: 142). Flere pod socijalizacijom podrazumeva „sve uticaje društva i njegovih jedinica (grupa, institucija) na pojedinca kojima se on priprema za preuzimanje svih društvenih uloga koje mu pripadaju i kojima on stvara svoju ličnost, razvija svoj individualitet. Pojedinaac u tome ne reaguje samo biološki i mehanički, već i aktivno i kreativno“ (1976: 14). U tom kontekstu i pozorište je agens socijalizacije i ukoliko posmatramo sve njegove osobenosti, možemo da zaključimo da ono može biti veoma snažan i moćan prenosilac društvenih shvatanja o ponašanju. Osnovno istraživačko pitanje glasi: da li pozorište utiče na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorišnom umetnošću (tačnije, za sopstvenim programima) putem koje se odvija proces socijalizacije?

Pozorišne publike je sve manje. Prema UNESCO-voj statistici, svega jedan do pet odsto stanovnika se može smatrati pozorišnom publikom (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 137). U slučaju naše ciljne grupe, ovo istraživanje donosi podatak da 3,3% učenika srednje škole možemo smatrati pozorišnom publikom, jer često ide u pozorište. Mladi koji do završetka perioda adolescencije, što je i završetak srednje škole, ne razviju interesovanje i navike odlaska u pozorište, zasigurno su u najvećem mogućem broju zauvek pozorišna nepublika. Pasioniranih učesnika u ukupnom kulturnom životu u Srbiji ima 1–2% za većinu posmatranih kulturnih aktivnosti (Cvetičanin i Milankov, 2011: 91). Kao najvažniji razlog za retke posete institucijama kulture i kulturnim događajima, učenici srednjih škola navodili su nezainteresovanost, pa Mrđa konstatuje da je nezainteresovanost limitirajući faktor za kulturnu participaciju srednjoškolske populacije (2011: 127). Čija je to odgovornost? Imajući u vidu ovdašnje prilike, pitanje odgovornosti za nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorište, čini se apsurdnim, uprkos nekom opštem slaganju o ogromnom značaju i mogućnostima delovanja i uticaja pozorišta za decu i mlade.

Kulturna participacija, odnosno ukupno učestovanje pojedinaca u kulturnom životu zajednice uslovljeno je interesovanjem. Po teoriji interesovanja osnovni uslov za njihov nastanak je postojanje objekta interesovanja i naše saznanje o tom postojanju. U slučaju „kulturnog interesa“, po Nemanjiću, on mora biti podstaknut kulturnom proizvodnjom da bi se formirala kulturna potreba i pojedinac postao deo publike. Iz ovako postavljenog teorijskog koncepta zaključujemo da je kulturna proizvodnja osnovni i prvi uslov u razvoju publike. U slučaju ovog rada, pozorišna proizvodnja ili adekvatan pozorišni repertoar je osnovni i prvi uslov u razvoju interesovanja učenika srednjih škola za pozorište, odnosno za razvoj mlade pozorišne publike.

U Novom Sadu, koji je drugi najveći grad u Srbiji i administrativni centar APV, ne postoji adekvatna ponuda pozorišnih predstava za različite uzraste mladih. Ovakva tvrdnja polazi od činjenice da pozorišne scene u Novom Sadu prikazuju predstave za odrasle ili za mlađu decu. Predstave se označavaju najviše sa 6+, što znači da je minimalan uzrast 6 godina. Da li je takva predstava zanimljiva i ispunjava očekivanja starije dece, uzrasta od 10 do 12 godina ili mlađih adolescenata uzrasta od 13 do 14 godina? Sa sigurnošću možemo tvrditi da je odgovor negativan. Što se učenika srednjih škola tiče, ukoliko pretpostavimo da mogu da razumeju pozorišne predstave za odrasle, pitanje je koliki je njihov broj i koliko su takve dramske predstave njima interesantne? Možda je olaka kategorizacija novosadske pozorišne ponude: predstave za odrasle i za mlađu decu, jer na primer delo *Antigona* je lektira upravo za srednju školu i trebalo bi da je blisko tom uzrastu. Međutim, nemoguće je izbeći pitanje, ne koliko, nego, da li uopšte takvo delo komunicira sa današnjim srednjoškolcima u Srbiji? Slučaj *Antigona*⁶⁵, koji se dogodio u okviru projekta „Školska lektira u pozorištu“ u Srpskom narodnom pozorištu je mogući odgovor na to pitanje. Premda je *Antigona* deo školske lektire, tvrdimo da to delo nije adekvatno za današnju srednjoškolsku populaciju, posebno ne za veliki broj učenika srednjih stručnih škola. Pojedinac raspolaže ograničenom i određenom sposobnošću razumevanja informacija koje mu delo nudi, sposobnošću koja zavisi od njegovog opšteg poznavanja (a ono zavisi od njegovog obrazovanja i sredine iz koje potiče), generičnog koda one vrste poruke koja je u pitanju (Burdije, 1978: 10–11). Prilikom anketiranja učenika srednjih škola, slučajno ili ne, susreli smo se upravo sa učenicom⁶⁶ za koga su njegovi drugovi rekli da je među prvima vikao: „Hoćeš li umreti više“ tokom

⁶⁵ <http://www.intermagazin.rs/skandal-u-novom-sadu-daci-dovikivali-glumcima-tokom-predstave-crkni-i-hoces-li-umreti-vise/> (pristupljeno 27. 05. 2015).

⁶⁶ Učenik o kome je reč jedan je od ispitanika u sprovedenoj anketi za ovo istraživanje i u trenutku anketiranja pohađao je II razred srednje škole „Mileva Marić Anštajn“.

pomenutog izvođenja predstave *Antigona*. Umesto neotesanog, bahatog ili nevaspitanog tinejdžera, upoznala smo pristojnog i visprenog mladog momka koji u trogodišnjoj školi uči da bude stolar ili tapetar zajedno sa još nekoliko svojih drugova i drugarica. Za to kratko vreme provedeno sa njima, stekli smo utisak da je on, ako ne „glavni”, ono najglasniji u toj maloj grupi. Ukupno ih je sedmoro, kažu da imaju još par drugova u razredu, ali da oni retko dolaze na nastavu jer imaju mnogo privatnih problema. Obrazovni profil roditelja veoma je nizak, pretežno sa završenom osnovnom školom, dvoje među njima nema jednog roditelja. Na pitanje „O čemu najviše razmišljaš?” od petoro učenika dobili smo sledeće odgovore: „Šta ću dalje u životu?”; „O izlascima”; „O žurkama”; „O devojci”; „Da li ću imati svoj krov nad glavom?” Na pitanje koji ih problemi muče dobili smo sledeće odgovore: „Kućni”; „Zdravstveni”; „To što sam u Dečjem selu” i „Nerazumevanje”. Šestoro njih je navelo da nikada ne ide u pozorište i da ih roditelji nikada nisu vodili u pozorište, koji takođe ne idu u pozorište. O pozorišnim predstavama misle da su dosadne ili ne misle uopšte, smatraju pozorište nevažnim i da „smara”. Oni ne znaju da li u školi uopšte postoji dramska sekcija, razredni starešina im nikada nije organizovao odlazak u pozorište, o pozorištu su čuli jedino na časovima srpskog jezika.

Ima li ikakvog smisla da *Antigona* bude prva odgledana dramska predstava u životu ovih petnaestogodišnjaka? Po svemu sudeći, niko od učesnika u realizaciji projekta nije o tome razmišljao. Sa aspekta projektnog menadžmenta, projekat „Školska lektira u pozorištu”, inicijalano jeste dobra ideja, međutim, „skandal” je veoma logična posledica, s obzirom da je i pre početka projekta napravljena suštinska greška. Da bi se mogla utvrditi jasna koncepcija projekta, neophodno je sprovesti *stratešku analizu sredine* (u Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 181–188). Bez uvida u mogućnosti i pretnje okruženja, kao i u socio-kulturne prilike ciljne grupe nemoguće je planirati proces realizacije, a još manje očekivati efekte. Neohodnost strateške analize sredine predstavlja elementarno (ne)znanje iz oblasti projektnog menadžmenta u kulturi, i ovaj slučaj nedvosmisleno ukazuje na prirodu očekivanih efekata. Drugim rečima, autori projekta „Školska lektira u pozorištu” nisu otišli u srednje škole da upoznaju srednjoškolsku populaciju i da izvrše neophodna istraživanja, te nisu imali uvid u profil i prilike pomenutih učenika, niti uvideli da njihov stil života, interesovanja, problemi, stepen obrazovanja i sve drugo što čini njihov unutrašnji svet i spoljašnje okruženje, izričito zahtevaju neke daleko drugačije pozorišne predstave nego što je to antička tragedija. Na pitanje da li bi gledali pozorišnu predstavu koja se bavi temom koja njih zanima, u našoj sedmočlanoj grupi budućih stolara i tapetara, petoro njih je odgovorilo „Da”, jedan učenik

„Možda” i jedan nije odgovorio na ovo pitanje. Na pitanje da li bi gledali pozorišnu predstavu koja se bavi problemom koji njih muči, troje učenika je odgovorilo „Da” od koji je jedan od njih dopisao „Naravno”, dvoje su odgovorili „Možda” i dvoje učenika „Ne”. Tezu da današnji mladi žele drugačije pozorište, tačnije, da bi ih adekvatne predstave privuke pozorištu, dokazuje iskustvo profesorke srpskog jezika i književnosti iz škole „Mileva Marić Anštajn” sa kojom je obavljen razgovor. U sklopu nastave, ona sa učenicima adaptira književna dela u dramske tekstove i postavlja sa njima pozorišne predstave u okviru dramske sekcije. Na njen predlog da postave predstavu po Molijerovom delu *Tvrđica*, jedna od učenika je predložila da adaptira to delo tako što će smestiti radnju u svoje vreme, u današnjicu. Hoće li ikada ovakve činjenice dopreti do svesti pozorišnih stvaraoca ili će „umetnička misija”⁶⁷ narodnih pozorišta, teze o postizanju još veće estetske izvrsnosti, i opšti pozorišni larpurlartizam zauvek zatvoriti vrata pozorišta mladim ljudima?

Strateška analiza sredine nije prvi korak samo projektnog menadžmenta već i institucionalnog. Bez strateške analize sredine, teško je napraviti jasan i precizan plan i program za buduće delovanje bilo kakvog projekta ili kulturne ustanove, a u ovom slučaju pozorišta. „Bez obzira da li se menadžment obavlja u domenu marketinga, finansija, u poslovnom svetu, ili u pozorišnoj delatnosti, nužno je da se raspolaže informacijama o okruženju, tržištu, o licima sa kojima stupa u kontakt, kao i o svim drugim okolnostima koje mogu uticati na uspešnost obavljanja menadžerskog posla” (Muždeka-Mandžuka, 2000: 115). Strateški plan jednog pozorišta, koji bi trebalo da sadrži i stratešku analizu sredine, u praksi predstavlja četvorogodišnji program rada i razvoja pozorišta, na osnovu kojeg se dalje izrađuju godišnji planovi. Taj strateški dokument je, zapravo sastavni deo konkursne dokumentacije za mesto upravnika ili direktora pozorišta.

Činjenica da veliki broj ovih mladih ljudi veoma retko ili nikada ne posećuje pozorište, ukazuje (dokazuje) da je uticaj pozorišta kao planskih agenasa socijalizacije na razvoj njihovog interesa za pozorišnu umetnost mali ili da uopšte ne postoji. Zašto je to tako? Da li su administrativna i umetnička rukovodstva u srpskim pozorištima, svojim upravljačkim i programskim politikama doprineli takvom stanju, i na koji način? U ovom poglavlju analiziramo rad tri novosadska pozorišta i njihov uticaj na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. Jedno je nacionalno: Srpsko narodno pozorište (SNP) i dva su gradska: Pozorište mladih (PM) i Novosadsko pozorište/Újvidéki Színház (NP). Polazeći od

⁶⁷ Iz PRPR-a Aleksandra Milosavljevića, upravnika SNP-a.

teorije da je za iniciranje kulturnog interesa, prvi uslov kulturna proizvodnja, prvi korak je uvid u programsku politiku ovih pozorišta. Za utvrđivanje njihove programske politike i uvida u odnos ovih pozorišta prema srednjoškolskoj populaciji kao posebnoj ciljnoj grupi, izvršena je analiza planova rada i programa razvoja (PRPR) trenutnih direktora ovih pozorišta, statuta pozorišta i obavljeni su strukturirani intervjui sa zaposlenima u njima. U slučaju SNP-a razgovarali smo sa upravnikom Aleksandrom Milosavljevićem i pomoćnicom upravnika za programsku delatnost Ljubinkom Gvozdenović. Što se tiče gradskih pozorišta, u slučaju NP razgovarali smo sa direktorom Valentinom Vencelom, a u slučaju PM intervjui je obavljen sa Ivanom Cvejanov koja je zaposlena na poziciji organizatora dramske scene. Direktorka Emilija Mrdaković nije eksplicitno odbila intervjui ali u toku nekoliko meseci nije uspeła da nađe vremena za isti, niti da u pismenoj formi putem elektronske pošte odgovori na pitanja.

5.1. Programska (dez)orijentacija novosadskih pozorišta

Pozorište je inicijalno deo institucionalne mreže javnih službi, koje se osnivaju da bi u ime države i društva, i za društvo, obavljale delatnosti odnosno poslove kojima se obezbeđuje ostvarivanje prava građana tačnije, zadovoljavanje potreba građana i organizacija, u raznim oblastima.⁶⁸ Pozorište deluje u skladu sa zakonskim okvirom države a njegova osnovna svrha je obavljanje poslova kojima se obezbeđuje ostvarivanje prava građana odnosno zadovoljavanje potreba građana iz oblasti pozorišne umetnosti. Međutim, SNP, PM i NP (kao i druga pozorišta u Srbiji) sem donekle regulisanog administrativno-pravnog delovanja, nemaju skoro nikakvih jasnih uputstava, smernica, okvira, naznaka, sugestija, preporuka, kratkoročnih ili dugoročnih planova ili strategije razvoja kao temelj na osnovu kojeg treba da uobliče svoje poslovanje i svojim delovanjem da zadovolje potrebe građana iz oblasti pozorišne umetnosti. Menadžment pozorišta je „potpuno prepušten sam sebi“ (Đukić, 2004–2005: 419), bez jasne ideje koja je njihova svrha postojanja i bez ideje kuda idu, što predstavlja misiju i viziju odnosno „polaznu osnovu za iskazivanje ciljeva i zadataka“ (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 96), bilo kog organizovanog delovanja.

Obavljanje poslova i zadovoljavanje potreba građana iz oblasti pozorišne umetnosti podrazumeva dva osnovna aspekta delovanja pozorišta. Prvi se odnosi na organizacioni aspekt ili menadžment pozorišta, a drugi je kreativni aspekt ili programska politika (repertoar pozorišta), kojom se ispunjava kulturna misija pozorišta. Menadžment pozorišta, kao i bilo

⁶⁸ Zakon o javnim službama, („Sl. glasnik RS”, br. 42/91, 71/94, 79/2005 – dr. zakon, 81/2005 – ispr. dr. zakona, 83/2005 – ispr. dr. zakona i 83/2014 – dr. zakon)

koja druga organizacija zahteva strateško planiranje, bez obzira na spoljašnje i unutrašnje okolnosti. Koliko god da su one nepovoljne, nepredvidljive ili turbulentne, one su realnost. Odsustvo jasne kulturne politike i strategije kulturnog razvoja u Srbiji, bilo na nacionalnom, pokrajinskom ili gradskom nivou, je dugogodišnja realnost, a po svemu sudeći i budućnost, sa kojom se treba „uhvatiti u košćac“ u izradi strateškog plana. Za menadžere pozorišta u Srbiji ta kulturno-politička realnost je najveće opravdanje za inertnost, stihijsko i neplansko delovanje, međutim takvo delovanje može biti i posledica odsustva elementarnog znanja iz oblasti menadžmenta u kulturi, jer je uobičajena praksa da se na mesta direktora ili upravnika pozorišta postavljaju umetnici.

Đukić kaže da strateško planiranje polazi od (re)definisanja misije pozorišta koja filozofiju ustanove izlaže u jednoj konciznoj rečenici ili kratkom pasusu. Vizija njene budućnosti iskazuje željene vrednosti i aspiracije, a kroz misiju ustanove redefiniše se razlog postojanja pozorišta u promenjenim sociokulturnim, ekonomskim i političkim okolnostima. Autorka naglašava da postoje tri pravila za definisanje misije: „ona mora biti kratka i pamtljiva, jedinstvena i nepogodna za bilo koju drugu ustanovu, uzbudljiva i inspirišuća i za zaposlene i za javnost” (2004–2005: 416). Misija predstavlja precizne odgovore na pitanja: zašto pozorište postoji, šta radi i za koga radi. Petrović ističe da misiju pozorišta ne bi trebalo zamaskirati „poetskim i nejasnim određenjima“, i da precizno definisanje misije od strane uprave, predstavlja veliku odgovornost, i da je ta odgovornost najveći razlog što „uprave pozorišta mahom izbegavaju da rad institucije precizno definišu u pogledu ovog pitanja” (2006: 34-37). Dobar primer za precizno definisanu misiju daje Pozorište za mlade Teksasa „Texas theater for young people“⁶⁹, koja je zajedno sa definisanom vizijom i vrednostima istaknuta na posebnoj stranici njihovog zvaničnog sajta. Ona glasi: naša misija je da obezbedimo izvanredno pozorišno iskustvo za decu, producirano na profesionalan način.⁷⁰ Iz ovako definisane misije potpuno je jasan profil ove pozorišne kuće jer precizno odgovara na osnovna pitanja: zašto pozorište postoji, šta radi i za koga radi. Pozorište za mlade Teksasa postoji zbog promovisanja pozorišne umetnosti, bavi se profesionalnom produkcijom i prikazivanjem pozorišnih predstava za decu. Ovo pozorište ima takođe i veoma dobro definisanu viziju, koja determiniše sve aktivnosti organizacije. Njihova vizija je da se pozicioniraju kao nacionalni lideri u prezentovanju pozorišta za decu kao duboku kulturno-

⁶⁹ <http://www.texastyp.org/mission-vision-values.html> (pristupljeno 12. 07. 2016).

⁷⁰ Our mission is to provide remarkable theatrical experiences for children, produced in a professional setting.

umetničku snagu u svetu.⁷¹ Kao osnovne vrednosti ovo pozorište naglašava: radoznalost, poverenje, empatija, hrabrost i stalnost.⁷² Što se naših pozorišta tiče, pregledom zvaničnih sajtova nekoliko pozorišta u Srbiji (Narodno pozorište, Jugoslovensko dramsko pozorište, Atelje 212, Zvezdara teatar, Beogradsko dramsko pozorište, Pozorište na terazijama, Pozorište „Boško Buha“, Srpsko narodno pozorište, Novosadsko pozorište, Pozorište mladih, Kraljevačko pozorište, Kruševačko pozorište, Narodno pozorište Niš, Narodno pozorište Sombor, Pozorište „Bora Stanković“ Vranje, Narodno pozorište Subotica, Narodno pozorište Leskovac i Narodno pozorište Pirot) istaknutu misiju nalazimo samo na sajtu Pozorišta „Boško Buha“. Pod nazivom *Ciljevi i misija*⁷³ na sajtu ovog pozorišta stoji kraći tekst u kome se opisuje osnovni cilj i želja umetnika koji rade u ovom pozorištu a to je da se približe deci i mladima, i da ih podstaknu da aktivno razmišljaju o problemima koji ih okružuju i učestvuju u njihovom rešavanju. Osnovna greška u ovakvoj formulaciji je poistovećivanje pojmova misija i cilja. Misija predstavlja polaznu osnovu za iskazivanje ciljeva, a ciljevi se po teoriji menadžmenta ustanova kulture uvek iskazuju za određeni period i predstavljaju polaznu osnovu za merenje i evaluaciju dostignuća (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 96), što iznova ukazuje na nedostatak osnovnih znanja uprave iz oblasti menadžmenta kulturnih ustanova. Međutim, iako ovakva formulacija nije eksplicitno definisana misija, ona u svakom slučaju predstavlja svetao primer u odnosu na druga pozorišta i može poslužiti za jasno definisanje misije ovog pozorišta.

Pozorišta u Srbiji uglavnom nemaju precizno definisanu misiju, niti među menadžerima postoji dovoljno razvijena svest o njenom značaju kao osnovi za organizaciono i kreativno delovanje. Shodno tome, pozorišta nemaju ni jasnu viziju, koja je osnovi pokazatelj smera u kome pozorište ili bilo koji entitet treba da se kreće. Sa aspekta strateškog menadžmenta pažnja je najpre usmerena na misijom kanalisanu programsku politiku

⁷¹ Our Vision: We will be national leaders in the endeavor to present theatre for children as a profound cultural and artistic force in the world.

⁷² Our Values: Curiosity – Confidence – Compassion – Courage – Constancy.

⁷³ Ciljevi i misija: „Osnovni cilj i želja umetnika koji rade u Pozorištu „Boško Buha“ je da se približe deci i mladima, tako da oni to i ne primete (dakle nikako didaktičnim, „ex cathedra“ pristupom), i da ih podstakne da aktivno razmišljaju o problemima koji ih okružuju i učestvuju u njihovom rešavanju. Mnogo puta je ponovljena misao da je najvažnije baviti se generacijama koje tek dolaze jer će za deceniju ili dve oni biti ti koji će odlučivati. Upravo zbog toga se trudimo da deci i mladima pružimo kvalitetnije sadržaje uz koje će odrastati, a kojih je danas, nažalost, sve manje i manje. Produkcijama za decu i mlade se u Pozorištu „Boško Buha“ pristupa u najprofesionalnijim mogućim uslovima, bez pravljenja razlike između pozorišta za decu i za odrasle. Smatramo da je pozorište za decu pogubno smatrati pozorištem nižeg reda, i da mladoj publici treba pristupati sa podjednakom ozbiljnošću i poštovanjem kao odrasloj. Želja svih ljudi koji se bave pozorištem je da promene svet. Ma koliko ta ambicija zvučala neizvodljivo, sigurni smo da pozorište koje se bavi generacijama koje tek dolaze, to ipak može, makar i sasvim malim, jedva primetnim koracima” <http://buha.rs/O-Pozorishtu> (pristupljeno 12. 07. 2016).

pozorišta, jer ona prirodno uslovljava i organizacioni aspekt, ali u praksi to ide u suprotnom smeru. Umesto da se planovi rada i programi razvoja pozorišta izrađuju u odnosu na programsku politiku i planirani repertoar, pozorišta repertoar prilagođavaju organizacionim i finansijskim mogućnostima, što ne treba da čudi, uzimajući u obzir pomenute okolnosti. Iz svih tih razloga se kao uspeh nekog pozorišta najčešće navode izvrsna pozorišna ostvarenja visokih estetskih kriterijuma, učestvovanje i nagrade na festivalima ili gostovanja na renomiranim svetskim scenama, što su zasluge umetnika a ne menadžera pozorišta. Niko ne pominje kulturnu misiju ili potrebe građana. Zašto onda postoje pozorišta u Srbiji? Šta rade, i za koga?

Za rukovođenjem organizacionog i kreativnog delovanja neophodan je veliki korpus dijametralno različitih znanja i sposobnosti. Ključno pitanje je: ko se u pozorištima bavi menadžmentom a ko programskom politikom? Logika nalaže da bi zadaci menadžmenta trebalo da budu povereni obrazovanim menadžerima u kulturi, a programska politika obrazovanim dramaturzima ili teatrolozima. Ono što možemo izdvojiti kao precizno uputstvo ili jasnu smernicu kulturne politike je opis poslova koje direktor/menadžer pozorišta kao kulturne ustanove treba da obavlja, što nedvosmisleno ukazuje da ta osoba mora posedovati znanja, veštine i iskustva isključivo iz oblasti menadžmenta. Međutim, kako u zakonu nije eksplicitno naglašeno da je neophodno visoko obrazovanje iz oblasti menadžmenta u kulturi, u praksi se taj opis poslova koje obavlja direktor ne uzima u obzir, pa je na konkursima za mesto direktora bilo koje kulturne ustanove, ne samo pozorišta, kandidatima dopušten širi spektar visokog obrazovanja iz oblasti društvenih nauka. Kako su pozicije direktora uvek u rukama političke elite, tako se najčešće već unapred znaju pojedinci kojima su te pozicije „obećane”, i neretko se dešava da upravni odbori u raspisivanju konkursa zahtevaju obrazovni profil kakav poseduje njihov kandidat. Tada se uglavnom unose i promene u statutima i taj deo prilagođava novom direktoru. Već je godinama ustaljena praksa i neka samo „njima” znana logika po kojoj su direktori pozorišta obično glumci ili reditelji, direktori muzeja slikari, direktori bolnica hirurzi, kardiolozi, urolozi i sl.

U ovako čestoј pojavi, ogleda se i jedan sveprisutni fenomen u Srbiji koji je među najvećim uzrocima lošeg poslovanja u javnom sektoru i veoma velika pretnja za budućnost ovog društva, a to je podređenost ličnom ili političkom a ne opštem tačnije javnom interesu. Javni interes postoji samo u teoriji, tačnije u članovima i stavovima pravno-političkih dokumenata, dok se u praksi, „gubi“ usled mnogih uticaja. Jedan od tih uticaja je što država

ne koristi ključni instrument kulturne politike a to je evaluacija⁷⁴ javnog sektora. Država u tranziciji ne traži odgovornost za rezultate već samo formalno postojanje institucija, pa s obzirom da nema kontrole rada i zahteva za evaluacijom dostignuća, menadžment ima veliku autonomiju u odlučivanju kako o pitanjima organizacionog, tako i kreativnog aspekta. Ljudsko ponašanje u poslovnom okruženju pripada oblasti profesionalne etike⁷⁵ a od obrazaca ponašanja menadžera u najvećoj mogućoj meri zavisi i čitavo poslovanje pozorišta ili bilo koje druge ustanove i organizacije. Naše postupke i odluke usmeravaju usvojeni moralni principi i vrednosti tokom procesa socijalizacije, pa je shodno tome naše ukupno ali i profesionalno ponašanje uslovljeno određenim obrazcem ponašanja, što znači da pored svega ostalog, na rad pozorišta utiče i stepen profesionalne etike rukovodilaca pozorišta ili bilo koje druge ustanove. Razlog za dovođenje u vezu profesionalne etike i odgovornosti koje ima pozicija rukovodilaca sa stepenom njihove autonomije u odlučivanju i delovanju, leži u činjenici da rukovodioci ustanova kulture imaju slobodu da biraju između ličnog interesa i etičkih pravila koja zastupaju javni interes. Imaju li direktori i upravnici pozorišta etičkih dilema? Da li oni donose odluke, bilo u organizacionom ili kreativnom aspektu poslovanja, u javnom interesu ili zanemaruju profesionalnu etiku i odgovornost koju imaju prema građanima koji, uostalom i finansiraju rad pozorišta? U neprofitnim ustanovama i

⁷⁴ Početkom 80-tih godina nastupila je ekonomska kriza na globalnom nivou, uzdrnavši sistem „socijalne države“ (*welfare state*) razvijen posle Drugog svetskog rata kako bi građanima obezbeđivao socijalnu i ekonomsku stabilnost. Zbog toga se postavilo pitanje najboljeg načina na koji se troši državni novac, pa se u tom smislu počela da razmatra i opravdanost ulaganja u kulturu i šta se tim ulaganjem dobija (Kleberg, 2002). Drugim rečima, kultura više nije mogla da počiva na pretpostavci svoje vrednosti, što je značilo da će ubuduće ta vrednost da bude „proveravana“, da podleže evaluaciji – vrednovanju, proveri, testiranju, da bi se opravdalo finansiranje kulture (Matarasso i Landry, 2003:15). Analizirajući pristupe korišćene u izradi nacionalnih evaluacionih izveštaja u okviru programa *Evaluacija nacionalnih kulturnih politika*, Ritva Mičel (Ritva Mitchell) je ustanovila da postoje dva pristupa – jedan racionalan (*a more rationalist approach*), koji se zasniva na ekonomskoj ostvarivosti (*Economicachievement*) ili proceni uspešnosti (*Success Assessments*) koga odlikuju „čvrste“ (*hard*) komparativne analize u smislu odnosa indikatora ulaznih i izlaznih veličina (*input – output*). Drugi pristup zasnovan je na vrednostima (*a more valuebased approach*) i na „mekim“ (*soft*) komparacijama ciljeva praktične politike i rezultata u odnosu na uspostavljene zajedničke vrednosti (kao npr: kulturni diverzitet, kreativnost, demokratičnost i dr). Mičel je ukazala i na to da postoje različita očekivanja od preduzimanja evaluacije i skrenula pažnju na neke glavne metodološke probleme i dileme u vezi s evaluacijom u oblasti kulturnih politika. Jedna od njih tiče se pitanja koje vrste informacija evaluacija kulturnih politika može i treba da obezbedi (Mitchell, 2002: 5). Robert Vangerme se založio za ovaj vrednosni pristup. Iako je smatrao da je za monitoring i evaluaciju potrebno obezbediti i osnovne podatke (*knowledge base*) u vidu statistike i indikatora, nije bio za *input – output* pristup. Smatrao je da su vrednosni sudovi povezani s opštim i specifičnim ciljevima kulturne politike odlučujući za procenu efektivnosti sredstava korišćenih u programima kulturne politike. Razmatrajući eksperimentalnu fazu programa *Evaluacija nacionalnih kulturnih politika* Vangerme ju je ocenio uspešnom, ali je smatrao da ju je potrebno unaprediti u koncepcijskom i proceduralnom smislu. S tim u vezi, predložio je opšte ciljeve koje treba uzeti u obzir prilikom izrade nacionalnih izveštaja. Njegovo mišljenje o tome da ciljeve kulturne politike treba povezati sa celokupnim vrednosnim sistemom, usvojeno je u kasnijim evaluacionim dokumentima pod nazivima *ciljevi (objectives or aims)*, i *principi i teme (principles or themes)*. Jedan od ciljeva koji je predložio jeste *unapređenje participacije ukulturnom životu i pristupa umetnosti i kulturi*. (u Stojanović, 2016: 141–142).

⁷⁵ U širem smislu, profesionalna etika se može definisati kao skup moralnih principa ili vrednosti koji su obavezni za pripadnike pojedinih profesija (Milojević, 2007: 44).

organizacijama, a posebno kada su ustanove kulture u pitanju zbog specifičnosti umetničkog delovanja i njegove recepcije, samo delovanje na osnovu javnog interesa može da doprinese ukupnom razvoju ustanove, koje će proporcionalno postignućima vršiti i kulturni uticaj na društvo. Javni interes je ključ vrednosnih opredeljenja menadžera u kulturi (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 17).

U slučaju pozorišta koja su obuhvaćena ovim istraživanjem, menadžerskih znanja ima samo upravnik SNP-a, što se oslikava u njegovom PRPR i donekle ga (po strukturi i pristupu) razdvaja od PRPR E. Mrdaković i V.Vencela. U biografiji Aleksandra Milosavljevića, na zvaničnom sajtu pozorišta stoji da je on diplomirani menadžer u medijima (Fakultet za menadžment u Novom Sadu⁷⁶, gde je stekao i diplomu mastera), da je apsolvirao Teoriju književnosti sa naukom o književnosti (Filološki fakultet u Beogradu), i studirao na Katedri za psihologiju Filozofskog fakulteta u Beogradu. U slučaju PM direktorka Emilija Mrdaković je diplomirala na Bugarskoj Nacionalnoj akademiji za pozorišnu i filmsku umetnost (HATFA) na odseku za lutkarstvo. Direktor NP, Valentin Vencel je diplomirani glumac Fakulteta dramskih umetnosti u Beogradu.

Na direktorima/menadžerima je opšta odgovornosti za poslovanje pozorišta i za to su neophodna tačno određena znanja. Oni su praktičari, kako ih nazivaju Dragičević-Šešić i Stojković, čiji je zadatak da umetnicima stvore uslove za realizovanje njihovih ideja, ali i publici za doživljaj već stvorenih dela. Ovi zadaci zahtevaju posedovanje izuzetno širokog spektra znanja iz domena prava, ekonomike i finansija, menadžmenta u užem smislu, kulturne politike, istorije i teorije umetnosti, te niza veština poput veštine komunikacije, pregovaranja, timskog rada... (Ibid, 2007: 13–15), što su znanja i veštine koje se stiču na studijama menadžmenta u kulturi.

Ako nema jasne kulturne politike, nisu definisani misija, vizija i ciljevi, na osnovu čega se onda utvrđuje „poslovna politika, programska orijentacija, broj premijera i predstava, organizuje proces rada, odnos prema tržištu kulture i druga pitanja od suštinskog značaja za efikasnost i efektivnost rada ustanove” (Đukić, 2004–2005: 414–415). Možda, najbolji odgovor na ovo pitanje daje Ivana Cvejanov, zaposlena na poziciji organizatora dramske scene, koja kaže: “Misija, ciljevi i vizija objedinjeni su jednim pojmom – inercija. Ne postoji osmišljena i artikulisana strategija razvoja, ne postoji kompetentna upravljačka struktura koja

⁷⁶ Interesantno je pomenuti da je to fakultet na kome je i aktuelni predsednik Srbije Tomislav Nikolić stekao diplomu osnovnih studija.

bi, ako ne osmislila, barem prepoznala i podržala nečiju viziju, misiju i ciljeve. U praksi poslednjih 17 godina, koliko sam u pozorištu, upravljanje i rukovođenje je stihijsko, podređeno ciljevima, apetitima i interesima vladajuće strukture.”⁷⁷ Ovaj odgovor ne iznenađuje, izuzev hrabrošću i otvorenošću, jer opšte je poznato da ovakav način poslovanja karakteriše i delovanje većine drugih ustanova u Srbiji, ali on potvrđuje pretpostavku da je prvi, i zasigurno među najvećim propustima kulturne politike, upravo odsustvo jasnog zahteva da za poziciju direktora pozorišta (muzeja, galerije, zavoda, biblioteke, arhiva, kulturnog centra, koncertne dvorane..) kandidat mora posedovati visoko obrazovanje iz oblasti menadžmenta u kulturi. Zanemarivanje jasnih zakonskih smernica u vidu precizno definisanih poslova direktora pozorišta, i postavljanje osoba bez adekvatnih kompetencija za takve poslove, je prvi pogrešan korak koji definiše i svo kasnije neplansko delovanje ustanove.

Za ovo istraživanje najvažnije je Pozorište mladih jer ono već svojim imenom targetira ciljnu grupu koja je u fokusu ovog istraživanja. Ovaj rad je i nastao na osnovu prvobitnih razmišljanja o pojavi da pozorište koje se zove „Pozorište mladih” ima program samo za decu i odrasle. Pozorište mladih je prvo lutkarsko pozorište u Srbiji i Vojvodini.⁷⁸ Osnovano je 1931. godine kao Pozorište lutaka, a poteklo je od Sokolske sekcije lutkara. Pozorište je nekoliko puta menjalo ime: Gradsko pozorište lutaka, zatim Pozorište lutaka, da bi 1968. bila odigrana i prva „živa” predstava, kada je Pozorište dobilo svoj današnji naziv. Večernja, kasnije Dramska scena, počinje da funkcioniše 1991. godine. Od tada u Pozorištu mladih funkcionišu dve scene: Scena za decu i Dramska scena, a predstave se igraju u dve sale. Istorija ova kulturne ustanove, njeni počeci kao lutkarsko pozorište i delimična transformacija u dramsko, zatim naziv Pozorište mladih, kao i nepostojanje osnovnih smernica i zahteva od strane osnivača, čini donekle razumljivijim nejasno opredeljenje ove kuće. Međutim, i pored svega toga, smatramo pojam „mladi” u nazivu ove kuće imperativom jer on predstavlja direktan i nedvosmislen zahtev za definisanje misije i programske politike. Intervju koji je obavljen sa I. Cvejanov daje dobar uvid u opšte stanje i programsko lutanje ove pozorišne

⁷⁷ Ovaj odgovor, kao i svi ostali odgovori Ivane Cvejanov, izazvao je veliko iznenađenje svojom iskrenošću i otvorenošću. Ovome se mora dodati da izaziva i posebno poštovanje svojom hrabrošću. Naime, reakcije većine osoba sa kojima smo podelili pozitivne utiske o otvorenim odgovorima Ivane Cvejanov, mogle bi se oslikati pitanjem jedne od njih: „Da joj ne napraviš neki problem?” Već dugo vremena u Srbiji otvoreni dijalog o situaciji kakva jeste u javnom sektoru, automatski implicira potencijalni problem, jer se „nekom tamo gore” neće dopasti što o tome govorimo „otvoreno”. Taj „neko gore” za svakog zaposlenog u javnim službama je prvi nadređeni, koji takođe ima svog nadređenog, a ovaj takođe ima svog nadređenog [...] u Srbiji u proseku na svakih 20-tak zaposlenih dolazi jedan šef, direktor, rukovodilac i na vrhu piramide zakonodavac. Možda jeste diskutabilno da li je ovakvom diskursu mesto u naučnim radovima, ali neosporno da se o ovakvim zapažanjima mora otvoreno govoriti.

⁷⁸ Podaci preuzeti sa zvaničnog sajta Pozorišta mladih, <http://www.pozoristemladih.co.rs/> (pristupljeno 23. 02. 2016).

kuće, ali neophodno je da se osvrnemo i na rukovodstvo koje je odgovorno za sveukupno delovanje Pozorišta.

Analizirajući PRPR direktorke E. Mrdaković u samom uvodu nalazimo podatak da je PM jedinstvena umetnička ustanova u Novom Sadu, koja za osnovni cilj ima pravljenje predstava za decu svih uzrasta, ali s obzirom da je pokrenuta i postoji „večernja” scena, PM na prirodan način definiše svoju namenu i oblikuje svoj imidž – POZORIŠTE ZA DECU I MLADE. Za E. Mrdaković misija ovog pozorišta je: „Promovisanje delatnosti kroz razvijanje poverenja i prijateljskih odnosa između PM, medija, publike i ostalih ciljnih grupa. Očuvanje lutkarske umetnosti, na kojoj je PM i utemeljeno. Razvijanje savremenog dramskog pozorišta za decu i mlade. Pretvaranje ove institucije u GRADSKI POZORIŠNI CENTAR za decu i mlade kroz atraktivne, edukativne, interaktivne, moderne programe. Omogućavanje saradnje sa pozorištima slične provincijencije iz celog sveta i regiona.” Ukoliko pođemo od činjenice da kulturna ustanova postoji radi zadovoljavanja kulturnih potreba građana, ovako definisana misija, iz fokusa delovanja ovog pozorišta potpuno izmešta publiku kao glavnog aktera i u prvi plan ističe samu instituciju. Analizirajući ključne reči ovako formulisane misije kao što su: „promovisanje delatnosti”, „očuvanje lutkarske umetnosti”, „razvijanje savremenog dramskog pozorišta”, ili „pretvaranje ove institucije u [...]” i polazeći od teorije da misija predstavlja precizan odgovor najpre na pitanje „zašto pozorište postoji“ odgovor bi bi mogao biti „radi pozorišta kao institucije”.

E. Mrdaković kaže da je zbog svog obraćanja publici u sadašnjem vremenu, pozorište veoma pogodan medijum za prenošenje ideja i poruka o realnom životu i ljudima, te da se zbog toga pozorište mora koristiti za podizanje svesti i obrazovanje naroda. „Ono treba da se bavi čovekom – pojedincem i tako utiče na izgradnju ličnosti, te se iz tih razloga ono mora prepustiti struci.” U kontekstu kulturne politike, direktorka PM, kaže da kod nas ne postoji adekvatna kulturna politika za decu i mlade i kao jedini konkretan primer uticaja loše kulturne politike navodi ograničenje u angažovanju saradnika u većem broju od deset od ukupnog broja zaposlenih, te da je to ključni faktor koji vodi ka potpunom paralisanju rada kako pozorišta tako i drugih kulturnih institucija. Ona ističe da je „prethodnih godina programska politika bila neizbalansirana na štetu dečje scene (7 predstava za odrasle i samo 2 za decu). U ovom iskazu E. Mrdaković nalazimo i potvrdu tezi da PM ima samo predstave za decu i odrasle a ne za mlade kako mu stoji u nazivu.

Po pitanju programske orijentacije, Mrdaković kaže da će se u formiranju repertoara voditi računa o „raznolikosti, kritičnosti prema društvu, prevazilaženju tabua, otkrivanju novih talenata (...) i uvažavati starosni nivoi publike pri kreiranju repertoara – za najmlađe, za školarce, za tinejdžere i za mlade.” Ona konstatuje da Dramska scena PM „godinama luta u potrazi za svojim identitetom i repertoarom” te da će se realizacijom njenog PRPR-a ona razviti i žanrovski i tematski u službi mladih” i u tom cilju će biti pozvani inovativni i otvoreni domaći i reditelji iz regiona, da „rade tekstove i obrađuju teme koje bi privukle pažnju mlade publike”. Dve godine kasnije na pitanje strukture repertoara Cvejanov odgovara da „ni na dečijoj ni na dramskoj sceni repertoar nije definisan ni žanrovski, ni po ciljnoj grupi publike, niti po umetničkim i organizacionim kapacitetima ansambla“ i da su parametri na osnovu kojih se donosi odluka o produkciji nove predstave „lične odluke direktora i/ili umetničkog direktora“. Slučaj PM koji oslikava ogromnu neizbalansiranost i suprotstavljenost između „lepih želja” kandidata za direktora ovog pozorišta i realnosti u toku njegovog mandata je još jedna potvrda teze o neophodnosti kvalifikovanog kadra na mestu direktora pozorišta, o zanemarivanju profesionalne etike i odgovornost za ostvarivanje postavljenih ciljeva, i konačno o neophodnosti evaluacije od strane vlasti koje imenuju direktore. Ukoliko Država zahteva od kandidata za direktora pozorišta četvorogodišnji PRPR, pretpostavljamo da je logično da zahtevaju i rezultate.

Sa stanovišta kulturne misije, SNP je 1861. godine nastalo kao nacionalna ustanova koja je imala zadatak da putem scenske umetnosti prenosi srpsku reč i istoriju, da budi nacionalnu svest i podiže kulturni nivo Srba, sa ciljem da bude stožer kulturne politike srpske zajednice u okvirima nekadašnje višenacionalne monarhije. Pozivom na priloge za osnivanje stalnog „Srbskog narodnog pozorišta“ u Novome Sadu je objašnjeno da se ulaganjem u pozorište doprinosi stvaranju boljeg društva. Osnivači SNP-a su pošli od pretpostavke da ukoliko se pozorištu omoguće osnovni uslovi da obrazuje narod o pozorištu i putem pozorišta ono ima moć da stvara „zdrava“ društva, u kojima su moral, obrazovanje, dobar ukus, savest i tradicija dominantne vrednosti. Srpsko narodno pozorište treba: *„pozorištnu veštinu u našem narodu podići (...) na onaj stepen visine i savršenstva uzvesti, sa koga će nam pozorište za ceo narod postati školom morala, uzorom i obrazcem dobrog ukusa, nosiocem prosvete i izobraženosti, budilnikom narodne svesti, čuvarom narodnoga duha i jezika, ogledalom sjajne i tužne prošlosti i blagovestnikom sretnije ako da Bog budućnosti naše“*.⁷⁹

⁷⁹ Statut SNP-a.

Premda ove reči stoje u Statutu SNP-a, u svom PRPR iz 2009. godine A. Milosavljević, na temu misije govori najpre o „prvobitnoj kulturnoj misiji“, zatim o njenoj transformaciji tokom vremena, i na kraju izlaganja o značaju redefinisavanja misije savremenog teatra kakav je i SNP, zaključuje da je toj kategoriji teatra „*umetničku*“ odnosno „*teatarsku*“ misiju neophodno preformulisati i „*odustati od zamornih floskula o „teatarskom čuvaru nacionalnih vrednosti“, „bedemu koji brani ćirilicu i srpski jezik“ (...) i usredsrediti se na prepoznavanje vremena sa kojim SNP što pre mora da uspostavi najprisniji kontak*“. A. Milosavljević misiju SNP-a definiše na sledeći način: „Umetnička misija Srpskog narodnog pozorišta je da praveći moćne scenske spektakle, ali i manje zahtevne produkcije, na domaćoj i inostranoj sceni reprezentuje najveće i najznačajnije domete nacionalne dramske, operске i baletske umetnosti, da igra klasiku, ali i afirmiše domaće pisce, kompozitore, koreografe, najbolje naše glumce, operске i baletske soliste i ansamble, baš kao i ostale teatarske stvaraoce – scenografe, kostimografe, dizajnere svetla i zvuka“. Ovako definisanom misijom, upravnik SNP-a ukazuje da nacionalni teatar treba da odustane od edukativne funkcije i da transformacijom u produkciju moćnih scenskih manjih i većih spektakala treba da teži isključivo postizanju vrhunskih umetničkih dometa. Da SNP danas ispunjava ovu misiju potvrđuje i pomoćnica upravnika za programsku delatnost, koja kaže da „Pozorište ne treba da se bavi razvojem publike. SNP nije pozorište za odgajanje publike, ono je za publiku koja je obrazovana”⁸⁰, čime jasno definiše programsku orijentaciju ovog narodnog pozorišta.

Uporedna analiza prvobitne „kulturne“ i današnje „umetničke“ misije SNP-a, otvara ključna pitanja ovog istraživanja. Na prvom mestu to je pomenuta zastrašujuće zanemarana čak i od nacionalnog pozorišta, edukativna funkcija pozorišta a zatim, što je prirodan sled, programska politika koja targetira isključivo visoko obrazovanu publiku. Ovakav trend je prisutan već dugo godina i za njega se može naći opravdanje u mlakoj kulturnoj politici koja ne definiše misiju pozorišta i daje potpunu autonomiju u rukovođenju kako organizacionim tako i kreativnim aspektom pozorišta, te je upravicima dopušteno da ostvaruju svoje sopstvene vizije i one se sve, više ili manje, kreću u kategoriji postizanja velikih umetničkih rezultata. Dokaz za ovakve težnje nalazimo i u samoj poziciji „pomoćnik upravnika za programsku delatnost” u SNP-u, nasuprot kulturnoj politici koja predviđa angažovanje umetničkog ili programskog direktora. Uzroke potpunog odsustva svesti o nekoj drugoj publici koja nije obrazovana, takođe možemo naći u kulturnoj politici jer ona za kulturne ustanove ima samo jedan zahtev: „zadovoljavanje potreba građana iz oblasti kulture“ i ne

⁸⁰ Ljubinka Gvozdenović, SNP.

ukazuje na neophodnost razvijanja ove potrebe, tačnije razvijanja kulturnog interesa. Stoga je razumljivo što pozorišta svoje delovanje svode na zadovoljavanje postojeće kulturne potrebe, odnosno svoju programsku politiku baziraju na publici koja ima razvijenu kulturnu potrebu. Iz toga se i rađa ta potreba o još većim umetničkim rezultatima, i pri tome sve više zanemaruje edukativna funkcija zbog koje pozorište i postoji, bilo da edukuje o pozorištu ili putem pozorišta. Na taj način se pozorište zajedno sa svojom obrazovanom publikom hermetički zatvara i na nepubliku gleda sa prezirom.

Ono što posebno zabrinjava jeste to što, čak i ukoliko se u ponekom pozorištu javi određena ideja o razvoju publike i uspostavljanju komunikacije sa nepublikom, takva ideja bude oštro osuđena. Dramatičan primer za to je slučaj Novosadskog pozorišta iz 2013. Te godine kandidat a danas upravnik NP Valentin Vencel izložio je PRPR koji je od strane „više od 20 intelektualaca” bio ocenjen kao „suštinsko nepoznavanje profila ove kuće, potencijala ansambla, kao i pozicije koju ovaj teatar ima u srpskom i mađarskom pozorišnom životu”.⁸¹ Novinar, kritičar i poznavalac umetničke pozorišne scene Teofil Pančić je imenovanje Vencela za upravnika ovog pozorišta nazvao „nečasnom stvari” i njegov program opisao kao „ponarodnjačenje” i „pokušaj ubistva” ove artistske kuće, koja je kao „*institucija i kao umetnički ‘pogon’ toliko iznad mediokritetskih standarda ‘sredine’ (u svakom smislu reči) da je treba čuvati kao malo vode na dlanu, gledajući da nešto slučajno ne pokvariš.*”⁸² Vencelov program, je Pančiću adekvatan „*za široke narodne – dakako mađarske – mase, onaj za lepo isflizirane tetke sa Telepa i brkate stričeve iz Gomboša, nešto u Zdravom Narodnom Mađarskom Duhu, nešto da se grohotom smejemo ho-ho-ho sve pocupkujući i udarajući se ručerdama o koleno, a poslen da đipamo u narodnoj nošnji uz hosu lepeš...*”⁸³ ali nije za artistsku, elitnu, isprofilisanu publiku ovog kosmopolitskog pozorišta. Razlog zbog kojeg citiramo ovakvu izjavu jednog pozorišnog kritičara, člana žirija pozorišnih festivala i intelektualca leži u pitanju: zašto su široke narodne mase nedostojne pozorišta i čime zaslužuju u ovolikoj meri uvredljiv ton? Zar nije upravo mađarski filozof i knjevni kritičar Đerđ Lukač (György Lukács) rekao da je cilj drame – delovanje na mase, a temelj ideji o upotrebnoj vrednosti pozorišta, kao neprocenjivoj vrednosti za jedno društvo daleko pre Lukača postavio je filozof i dramski pisac Deni Didro (Denis Diderot). Didro je smatrao da bi pozorište moglo da bude izuzetno moćno sredstvo, samo kad bi vlada neke zemlje time umela

⁸¹ <http://www.autonomija.info/da-li-ce-ujvideki-sinhaz-i-dalje-biti-odlicno-pozoriste.html> (pristupljeno 14. 05. 2016).

⁸² Tekst Teofila Pančića u časopisu VREME: ‘Slučaj’ Novosadskog pozorišta: Pokušaj ubistva je u toku. <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=1132980&print=yes> (pristupljeno 14. 05. 2016).

⁸³ Isto.

da se posluži. Za Didroa pozorište ima prosvetiteljsku ulogu, i svaka pobuna protiv pozorišta, usmerena na račun njegovog preterivanja, bila bi zapravo pobuna protiv prosvetljenja.

Na osnovu toga postavljamo pitanje: zar nisu neke buduće „*isflizirane tetke i brkati stričevi*” upravo ovi današnji novosadski srednjoškolci koje u najvećem mogućem broju ne zanima pozorište niti ga posećuju? Da li su i oni onda nedostojni pozorišta? Zakon o kulturi (Član 22) definiše da je ustanova kulture pravno lice osnovano radi obavljanja kulturne delatnosti kojom se obezbeđuje ostvarivanje prava građana, odnosno zadovoljavanje potreba građana kao i ostvarivanje drugog zakonom utvrđenog interesa u oblasti kulture. Ko su ti „građani” kojima ovaj Zakon obezbeđuje pravo i mogućnost na kulturu i zbog njih osniva pozorišta? Čijim novcem se finansira pozorište? Da li je to novac širokih narodnih masa ili samo onih koji sebe ne smatraju delom te mase? Kulturna politika ovde nedvosmisleno ukazuje da su građani ravnopravni po pitanju kulture, ali pozorište ne poštuje Zakon, godinama insistirajući na tome da kulturne politike nema. Na pitanje kako se ustanova uklapa u kulturnu politiku grada, regiona i/ili države, tadašnji Upravnik Narodnog pozorišta u Beogradu, Ljubivoje Tadić (2000 – 2005) odgovara: „mi nemamo kulturnu politiku i taj problem je širi od mogućnosti pozorišta” i dodaje – „mi možemo da učestvujemo samo jednim delom u tome, da nastavimo da stvaramo, da naši ansambli imaju napredak, da imaju dobre predstave, da budu značajni” (Đukić, 2004–2005: 418). Četrnaest godina kasnije, A. Milosavljević, na konstataciju da po teoriji kulturne politike ima, ma koliko ona bila eksplicitno „katastrofalna” ili implicitna, on kaže: „Ne, ja insistiram da kulturne politike nema!” Stvarajući umetnost isključivo za visoko obrazovanu publiku, pozorište diskriminiše građane.

Analiza spornog PRPR današnjeg upravnika NP donosi, umesto spiska komada za narodne mase, uvid u stvarne razloge onako burne reakcije pozorišne i šire intelektualne elite, a to je poziv na otvoren dijalog o stanju kakvo ono jeste. U njemu Vencel govori o „hermetizmu u tretmanu dramskih dela”, o „nametanju ciljeva reditelja pri čemu se gubi profil pozorišta”, o „umetničkoj samosvojnosti koja u nekim projektima otežava, kako stručno-profesionalni prijem, tako i prijem od strane publike”. Po pitanju programske orijentacije Vencel kaže da je „elitizacija (usled skromne tradicije mađarskog pozorišnog života u Novom Sadu) rezultirala izuzetne umetničke domete, jer se bez pritiska tradicije, moglo neposredno uključiti u najsavremenije pozorišne tokove” i direktno ukazuje da je „elitizam najveća zamka u pogledu daljeg razvoja pozorišta”. Vencel konstatuje da se ovo pozorište godinama bori sa

ispunjenjem sopstvenog tipskog određenja: model kamerno-istraživačkog teatra, ili narodno pozorište?

Na pitanje koja je misija NP, Vencel⁸⁴ kaže da je to: „Unapređenje mađarskog, manjinskog teatra i razvoj mađarske kulture uopšte“. Ovo pozorište je nastalo 1974. godine s idejom da pomogne u očuvanju kulturnog identiteta Mađara u Vojvodini, međutim, kako piše na zvaničnom sajtu⁸⁵ adresa ovog pozorišta je vrlo brzo postala „mesto na kojem su rasle neke mnogo ozbiljnije i kompleksnije pozorišne priče [...] Vremenom je ovo pozorište uspelo da postane, ne samo mesto okupljanja mađarske elite, nego je i prevazišlo mađarski okvir te danas slovi za jedno od najrelevantnijih pozorišnih adresa u Srbiji i regionu.“ Ovakva formulacija se može tumačiti kao dugogodišnje prenebregavanje zahteva osnivača i finansijera, a samim tim i misije ove kulturne ustanove radi postizanja nekih drugih viših, umetničkih ciljeva. NP slovi za izuzetan teatar i već dugo godina dobija kontinuirane pohvale a „ansambl ove kuće se sa gotovo svakog festivala vratio sa nekom od nagrada”⁸⁶, međutim, njegova realnost je hroničan nedostatak publike.

Pitanje strukture repertoara i osnovnih parametara za donošenje odluke o produkciji nove predstave Vencel odgovara: „ Iskreno? Struktura nastaje tako da se udovolji – ako je moguće – svim pripadnicima kruga spoljnih saradnika pozorišta”. On ističe da je do njegovog dolaska repertoar „građen na osnovu želja reditelja – gostiju” a da su trenutna polazišta: „aktuelno stanje ansambla, pojedinačne i kolektivne razvojne potrebe umetnika, članova pozorišta, odabir društvene tematike, na koju ćemo estetsko, umetnički reagovati, projektovane zainteresovanosti publike i stručne javnosti prema tematici, materijalno finansijskih mogućnosti osnivača i pozorišta”. Ovakav odgovor upućuje na ključni problem menadžmeta pozorišta, a to je odsustvo strateškog delovanja, pa kako je već rečeno, organizacioni aspekt ne prati kreativni već obrnuto. U pretposlednjoj godini mandata Vencel kaže da nije siguran koliko je za tri godine uspeo da ostvari svoje zamisli iskazane u PRPR-u. On smatra da je NP-u „delimično vraćeno ljudsko lice” i da je ono vidno skrenulo sa „samo političko angažovanog profila prema projektima u kojima su važne fundamentalne tekovine i tradicionalne vrednosti pozorišne umetnosti”. Vencel upućuje na još jednu pojavu, veoma karakterističnu u javnom sektoru, rečima da je pokušaj „drugacijeg stila” rukovođenja i unošenje bilo kakvih promena u najvećoj mogućoj meri ugroženo “paradigmom neka sve

⁸⁴ Intervju sa Valentinom Vencelom obavljen je 26. 05. 2016.

⁸⁵ Podaci preuzeti sa zvaničnog sajta Novosadskog pozorišta: <http://www.uvszinhaz.com/szinhazrol-cikk-8.html> (pristupljeno 11. 05. 2016).

⁸⁶ Isto.

ostane po starom koliko je to god moguće”. Vencel zaključuje da će ta paradigma „ne samo uništiti pozorište, nego je i neprobojni zid pred daljim razvojem celog društva”. On smatra da u narednim godinama osnovni programski cilj NP treba da bude „prilagođavanje sve težim uslovima i složenijim izazovima”.

Programsku politiku SNP-a uveliko određuje status nacionalnog pozorišta, koji podrazumeva dela domaće nacionalne baštine, dela iz svetske baštine, kao i dela savremenih pisaca, što predstavlja oblast pozorišnog istraživanja. Sailović kaže da je karakter SNP-a nesumnjivo narodni pozivajući se na tekst Jovana Đorđevića u kome on kao njegov osnivač naglašava da ovo pozorište mora biti opštenarodno, i poziva čitav narod da učestvuje u njegovom osnivanju. Sailović, naglašava da i ovo pozorište kao i svako drugo svoj uticaj ostvaruje visokim umetničkim kvalitetom produkcije (2012: 110). Zahtev za visokim umetničkim kvalitetom produkcije je po svemu sudeći tokom vremena transformisan u visoki elitni umetnički kvalitet, te je danas opšte prihvaćeno da nacionalno pozorište mora, kako to kaže A. Milosavljević “da postavi kriterijum visoko”⁸⁷. Šta se to dogodilo u međuvremenu sa ovim opštenarodnim pozorištem? SNP je dakle programski orjentisano obrazovanoj, postojećoj, ka „svojoj” publici. Ciljevi delovanja ovog teatra su postizanje vrhunskih umetničkih rezultata i priznanja. U NP je po rečima V. Vencela „kontinuitet umetničkih rezultata, ne samo očuvan, nego je doveden na najviši nivo od postojanja” uz priznanje da je jako teško promeniti ovakvu programsku orijentaciju i uvesti neke druge programe za širu populaciju. PM je programski potpuno dezorjentisano.

Sudeći po analiziranim PRPR-a, možemo da zaključimo da kod kandidata za upravnika ili direktora pozorišta, u većem ili manjem stepenu, postoji razvijena svest o nedostacima u rukovođenju pozorišta i potrebi uvođenja strateškog menadžmenta i marketig planiranja, kao i objektivan stav o opštim nepovoljnim prilikama u Srbiji i potrebi da se pozorište prilagodi takvim okolnostima. U PRPR A. Milosavljevića nalazimo i konkretne predloge o „ciljanoj“ produkciji jeftinih, jednostavno opremljenih, i sa manjim brojem glumaca, predstava koje bi bile „svesno utemeljene na delima „pisaca iz lektire“ i komercijalnih autora (što ne mora uvek da podrazumeva banalnu komercijalizaciju umetnosti ili estradizaciju pozorišta, o čemu svedoče iskustva i repertoari inostranih teatar)“⁸⁷. Iako motiv A. Milosavljevića nije razvoj interesovanja nepublike za pozorište već „značajno povećanje zarade koja bi se postepeno prelivala u fondove iz kojih bi nastajale nove,

⁸⁷ Intervju sa Aleksandrom Milosavljevićem, obavljen 06. 06. 2016.

zahtevnije, ambicioznije predstave“, ovo je vrlo konstruktivan, vremenu i narodu prilagođen predlog. Takođe, zapaženo je da nakon stupanja na dužnost, rukovodioci pozorišta, opet u manjoj ili većoj meri ne prate svoj sopstveni PRPR, ali su razlozi za to, od pozorišta do pozorišta drugačiji, što navodi na zaključak da su to dokumenti samo formalnog karaktera, a ne ozbiljni strateški planovi za budući četvorogodišnji plan rada i program razvoja pozorišta. Razlog za ovakvo delovanje može biti pojava koju Vencel naziva „paradigmom neka sve ostane po starom koliko je to god moguće“, i ona nije prisutna samo u tom pozorištu, već je to opšta pojava u ovom društvu i jedino što možemo je da ponovimo njegove reči, jer se potpuno slažemo da će ta paradigma „ne samo uništiti pozorište, nego je i neprobojni zid pred daljim razvojem celog društva“. Neuspeh ovog istraživanja je neobavljeni intervju sa direktorkom PM E. Mrdaković, i on ukazuje na izbegavanje neprijatnih pitanja na koja se ne može odgovoriti a da se ne ukaže na sopstvenu odgovornost.

5.2. Uticaj novosadskih javnih pozorišta kao planskog agensa socijalizacije na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište

Kulturna politika propisuje „zadovoljavanje potreba građana u oblasti kulture“ i iz tih razloga država osniva i finansira ustanove kulture. Nejasnost i nepreciznost kulturne politike u ovom segmentu se ogleda, na prvom mestu u odsustvu objašnjenja pojma „potreba u oblasti kulture“, čime Država aludira da su one nešto što je „empirijski dato“ i samo po sebi postoji. Ova površnost zakonskog okvira u kulturi je takođe među najvećim propustima kulturne politike, ukoliko ona uopšte postoji zarad svih građana. Definisane ovog pojma bi ukazalo na neophodnost razvijanja kulturnih potreba u domenu svih umetnosti a ne samo pozorišta, pa pretpostavljamo da ih u tom slučaju ne bi „podrazumevale“ ni ustanove kulture. Međutim i pored ovih propusta kulturne politike, obrazovani menadžeri u kulturi znaju da je „istraživanje i poznavanje kulturnih potreba, ali i socijalnog ponašanja, jedan od osnovnih zadataka menadžera kulture, prevashodno da bi mogao da *planira kulturne delatnosti i programe* (zadovoljavati kulturne potrebe), ali i zato da bi mogao da *planira kulturni razvoj* (podsticati razvitak novih kulturnih potreba ili širiti krug ljudi koji će imati bogatije i raznovrsnije kulturne aspiracije) (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 22).

„Interesovanja imaju suštinsku ulogu u razvoju kulturnih potreba“ (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 20), a kulturne potrebe su uslov opstanka i razvoja kulturnog tržišta. Razvoj interesovanja određene ciljne grupe za bilo koji oblik umetničkog stvaralaštva, predstavlja jedan od osnovnih ciljeva i zadataka kulturnog menadžmenta. Autori navode da proces širenja

i usvajanja kulture može biti spontan i organizovan, gde se pod spontanim usvajanjem kulture misli na inkulturaciju čiji su procesi najdinamičniji u porodici, lokalnoj zajednici ili u vršnjačkoj grupi, te da društvo mora da ustanovi posebne institucionalne forme unutar kojih će se intenzivnije odvijati inkulturacioni procesi. U skladu sa tim, autori govore o preprekama zadovoljavanja postojećih kulturnih potreba, što se može činiti irelevantnim u ovom trenutku, međutim oni naglašavaju da od svih objektivnih prepreka daleko su značajnije prepreke subjektivne, odnosno psihološke prirode, jer ukoliko se tokom razvoja ličnosti ne utiče na razvoj umetničkog, estetskog senzibiliteta deteta u porodici, utoliko moraju više da se angažuju ustanove kulture i predškolske i školske ustanove, različitim animacionim i edukativnim programima (Ibid, 20–30), što nas opet vraća na početak i na značaj angažovanja obrazovanih menadžera i na osnovni zadatak menadžmenta ustanova kulture – razvoj interesovanja građana za svoje programe.

Kulturna potreba podrazumeva duboko interesovanje za određeni vid umetnosti i njeno zadovoljenje se ostvaruje putem recepcije i komunikacije sa umetničkim delom, pri čemu se odvijaju i mnogi drugi psihološki procesi unutar ličnosti (estetički doživljaj, emotivni doživljaj, prijem i dekodiranje poruka, kontekstualizovanje u odnosu spoljašnji i unutrašnji svet i dr.). Govoreći o tom komunikološkom aspektu estetike, Đorđević objašnjava da kada je reč o „estetičkom doživljaju, umetničko delo više nije puki predmet percepcije, već motiviše na fluidnije procese psihološkog poniranja u značenjsko-figurativnu strukturu dela. Estetički doživljaj jedne umetničke kreacije, fenomenološki uzev, motiviše svest na deskripcije, pa i na prizivanje vlastitog „ja”, čime se otvara put ka subjektivitetu u procesu individuacije” (2006: 13). Međutim, onaj ko nije u stanju da čulno i semantički doživi umetničko delo, estetičku poruku, neće moći ni da je smislaono definiše u njenoj ukupnoj simboličkoj složenosti. Ostaće van estetičke komunikacije sa delom (Manić, 2014: 45).

„Pozorište je umetnost čiji se koreni nalaze u društvenom životu i koja je više nego ijedna druga umetnost utkana u živu potku kolektivnog iskustva; pozorište oseća više nego bilo koja druga umetnost potrebe koji razdiru neprestanim korenitim promenama ispunjeni društveni život, ono teško kretanje slobode koja čas polako napreduje upola savladana raznim stegama i nepremostivim teškoćama, a čas se silovito ispoljava u nepredvidljivim naglim razmasima. Pozorište predstavlja vid ispoljavanja društvenog života.“ (Divinjo, 1978: 1–2). Divinjova savršeno objašnjena veza društva i pozorišta je razlog zbog kojeg je odabrano dramsko pozorište za istraživanje u cilju razvoja umetničke publike. Odabrano je zato što su izražajna sredstva pozorišta deo te „žive potke“, živi govor, dijalog, monolog, mimika ili gest

su i osnovna izražajna sredstva ljudske civilizacije. Dramsko pozorište se lakše razume, jer je daleko lakše dešifrovati ideju dramskog pozorišnog umetničkog dela, nego ideju sadržanu, na primer u likovnom ili savremenom plesnom umetničkom delu. Zbog toga smatramo da je daleko lakše razviti interesovanje nepublike za pozorište, nego za druge vidove lepih umetnosti, posebno što, kako Harvard kaže „ljudi poseduju neprestan, nezasićen apetit da gledaju i prepoznaju sopstvenu predstavu osebi, oživljenu, u svim njenim elementima“ (1998: 15). Ovakvu tvrdnju dokazuje i naš istraživački rad dobijenim rezultatima po kojima bi 92,5 % učenika bilo motivisano da gleda pozorišnu predstavu koja se bavi temom koja ih zanima, kao i da bi 80,3 % njih bilo motivisano da gleda pozorišnu predstavu koja se bavi problemima mladih koji i njih muče.

Uvođenje strateškog menadžmenta i marketinških metoda u ustanove kulture zahtev je savremenog doba, posebno u uslovima tranzicije koja, kako kaže Đukić predstavlja „vreme promena“ i naglašava da je za taj proces potreban savremeni „vođa“ sa vizijom, sa preduzetničkim i inovativnim duhom koji zna i može da upravlja procesom tranzicionih promena (2004–2005: 413). Takvom menadžeru nejasna, nedefinisana i „katastrofalna“ kulturna politika nije opravdanje, već samo realnost koja je prisutna već dugi niz godina. Takav menadžer bi svoj plan rada i program razvoja pozorišta utemeljio na istraživanjima i strateškoj analizi unutrašnjih i spoljašnjih potencijala i ograničenja i bio fokusiran na mogućnosti. Jedna od najvećih mogućnosti je tržište ili građani čije „kulturne potrebe treba zadovoljiti“, što zahteva „istraživanje publike i (ili) ne-publike: analiza nivoa participacije različitih grupa u kulturnom životu zajednice“ (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 95).

Đukić ukazuje da je marketing najefikasnije sredstvo kojim savremeno pozorište može da uspostavi vezu između umetnosti i publike, jer ta „veza postaje smisao postojanja i razlog opstanka pozorišta u tranziciji“. Iz tih razloga autorka postavlja pitanja: „Da li repertoarska pozorišta imaju proaktivan odnos prema publici? Imaju li marketing službe? Da li u njima postoji istraživačko odeljenje sa timom specijalista koji istražuju i analiziraju probleme, a zatim upravi preporučuje elemente za izradu marketing strategija“. Naslanjajući se na dugogodišnje istraživanje prakse Đukić naglašava da ovakva istraživanja postaju neophodna zato što daju odgovor na pitanje ko je pozorišna publika danas i koji je njen psihološki profil (uzrast, obrazovanje, navike, potrebe), jer se tako „dolazi do elemenata za definisanje ciljne grupe pozorišta (koju publiku želimo) i izradu strategije kako je privući (programska politika, politika cena, marketing menadžment, odnosi s javnošću i sl.). Do svih tih odgovora dolazi se istraživanjem publike (istraživanje stilova života i kulturnih modela različitih grupa, analiza

participacije različitih grupa, istraživanje kulturnih potreba, uporedna analiza ponude i potražnje itd)” (2004–2005: 427). Samo u ovoj meri temeljan pristup, prvenstveno nepublici može dovesti do razvoja publike. Na ovaj način je jedino moguće odgovoriti na pitanja ko je pozorišna nepublika danas, koji je njen psihološki profil i na koji način treba komunicirati sa njom.

Istraživanja publike i nepublike su integralni deo strateške analize sredine i to je odavno uobičajna praksa u savremenim pozorištima u svetu, pri čemu je veoma važno naglasiti razliku u istraživanju publike i nepublike. Istraživanje publike zahteva drugačije pristupe, metode i tehnike istraživanja i ima drugačije postavljene ciljeve u odnosu na istraživanje nepublike. Istraživanja publike tiču se zadovoljavanja postojećih kulturnih potreba i ciljevi takvih napora su, u najvećem broju, pronalaženje novih rešenja za animiranje i motivisanje ove ciljne grupe za većom učestalošću poseta pozorištu. Istraživanja nepublike tiču se nerazvijenih kulturnih potreba, tačnije nerazvijenog kulturnog interesa a ciljevi ovakvih napora su pronalaženje rešenja za „razbijanje fizičkih, psiholoških i socijalnih barijera koje sprečavaju ljude da učestvuju u, ili prisustvuju umetničkom događaju (Maitland, 1997: 5–6, 9). Određen broj naučnih istraživanja u Srbiji bavi se publikom i kulturnom praksom građana. Prelistavajući dostupnu literaturu i publikacije u Srbiji, nailazimo na istraživanja, koja se bave utvrđivanjem i definisanjem strukture i profila publike (pozorišne, filmske, muzejske, redovne ili povremene). To su činjenice od izuzetnog značaja ali nisu u dovoljnoj meri relevantne u istraživanju razvoja publike. Nepublika predstavlja najznačajniji resurs za razvoj publike, zato su neophodna istraživanja koja se bave psihološkim profilom, interesovanjima, motivima, navikama, stavovima, vrednosnim opredeljenjima i dr. onih populacija koje ne posećuju kulturne događaje. U skladu sa rezultatima takvih istraživanja, moguće je osmisлити program, naručiti dramske tekstove i realizovati predstave za tačno određene ciljne grupe, što dalje daje jasne smernice i uveliko olakšava marketinške aktivnosti. U fokusu ovog istraživanja nije publika, već upravo onaj deo mlade populacije koji veoma retko ili nikada ne ide u pozorište, tačnije srednjoškolska populacija u Novom Sadu.

Istraživanja publike u pozorištima su veoma retka i najčešće ne utiču na repertoarsku politiku. Zaposleni u pozorištima generalno smatraju da te vrste aktivnosti prevazilaze okvire delovanja ustanove kulture, te da je to zadatak drugih ustanova ili Države. Odsustvo svesti o značaju istraživanja publike i nepublike, i svoje uloge u tome, dovodi čak do toga da menadžment pozorišta ne koristi ni postojeća veoma značajna istraživanja u akademskim i naučnim krugovima.

U svom PRPR direktorka PM u delu koji je naslovljen „Razvoj publike, širenje tržišta“ kaže sledeće: „Publika je najznačajnija javnost za PM. Poslovni zadatak prema svakom gledaocu se mora realizovati po najvišim profesionalnim standardima, kako kvalitativno tako i kvantitativno. Potrebna je reorganizacija marketinških aktivnosti i izrada marketinškog plana koji će privući mladu publiku. Stvaranje i održavanje pozitivnog imidža PM u odnosu na javnost je prioritet“. Razvojem publike, E. Mrdaković se dotiče samo na još jednom mestu u delu koji je naslovljen „Marketinška strategija“ i kao jednu od aktivnosti eksplicitno navodi: „istraživanje ciljnih grupa publike – stvarne i moguće“. S obzirom da nismo bili u prilici da obavimo intervju sa direktorkom PM, te nas je ona uputila na I. Cvejanov, na nekoliko pitanje u vezi publike dobili smo odgovor samo na jedno. Na pitanje: ko je vaša publika, ona odgovara: „*Najmlađa, do 7, 8 godina na dečijoj sceni. Na večernjoj nije profilisano. Zavisi od apetita trenutne uprave*“. PM u praksi nema nikakvih metoda razvoja publike, nema definisanu obrazovnu politiku i nema posebne projekte za animiranje publike.

Zbog ovakvih odgovora i programske dezorjentisanosti ovog Pozorišta, ispostavilo se da su dalja pitanja na temu srednjoškolske populacije skoro pa suvišna. Ipak u daljem radu izlažemo deo intervjuja koji je obavljen sa I. Cvejanov a koji se tiče učenika srednje škole, eventualne saradnje sa srednjim školama i marketinga:

- po mišljenju I. Cvejanov PM ima samo dve dramske predstave (za poslednje 3 sezone) koje su adekvatne za učenike srednje škola: „Ožalošćena porodica“ i „Otvarač“;
- „lektira i zabavna komedija“ je obrazloženje zbog čega su te predstave adekvatne za učenike srednje škola;
- PM za 17 godina koliko I. Cvejanov radi u ovom Pozorištu nije naručilo ili sprovelo istraživanje srednjoškolske populacije u cilju razvoja interesovanja ove ciljne grupe za pozorišnom umetnošću;
- u PM ne postoje edukativni programi za učenike srednjih škola;
- PM nema posebnu strategiju prema srednjoškolskoj populaciji niti postoji poseban program za njih;
- marketing služba ima uspostavljenu, ali veoma retku komunikaciju sa profesorima srednjih škola koja se obavlja „direktnim kontaktom“ putem telefona i svodi na informisanje o novom projektu;
- PM nikada nije izvelo ni jednu predstavu u prostorijama neke srednje škole;

- na pitanje: Šta čini okosnicu vašeg marketiškog pristupa, I. Cvejanov je odgovorila smehom;
- tri osobe su u PM zadužene za marketing (jedna osoba je PR Pozorišta);
- PM se ne oglašava na televiziji, radiju ili štampi putem plaćenih oglasa;
- PM ima sajt i fejsbuk stranicu „koju trenutno ažuriraju organizatori“ i to su sve marketinške aktivnosti na internetu;
- PM se posebno ne obraća srednjoškolskoj populaciji putem medija.

U slučaju SNP-a u svom PRPR-a, A Milosavljević se ne dotiče publike (moguće ili nepublike) u kontekstu razvoja ili istraživanja. O publici SNP-a pitali smo pomoćnicu upravnika za programsku delatnost koja kaže da je to „najšira moguća populacija na području čitave Vojvodine, ali veoma često i izvan nje“. Ona kaže da je rađeno više istraživanja pozorišne publike ali da ona nisu imala većeg upliva u donošenje odluka o formiranju repertara. U slučaju nepublike SNP „nije radilo ankete van svog prostora, takva istraživanja treba da rade instituti, odnosno institucije vezane za onoga ko kreira kulturnu politiku prostora o kome se radi“. Govoreći o animacionim projektima i da li SNP ima obrazovnu politiku, dobijen je odgovor da SNP ima „uglavnom obrazovanu publiku, jer je pozorište kao umetnost nešto što od publike zahteva znanje i širinu, bar kada je produkcija SNP-a u pitanju”.

Na pitanje da li nacionalni teatar treba da edukuje publiku u cilju razvoja interesovanja za pozorište, Milosavljević kategorično tvrdi da “ono to mora i zato je subvencionisano”, i da SNP to radi konkretno predstavom „Galeb”⁸⁸, koja je „apsolutno adekvatna” za srednjoškolski uzrast. Milosavljević objašnjava da SNP mora da postavlja kriterijume daleko veće nego što su to kriterijuma TV Pink-a, i da ono nije dečje niti omladinsko pozorište, ali da njihova dužnost jeste edukacija dece i mladih ali samo u slučaju opere i baleta gde nemaju konkurenciju. U slučaju dramskih predstava to je pitanje namenjeno PM. Milosavljević objašnjava da je pitanje repertoara za mlade uslovljeno finansijskim ograničenjima, jer iako je on godinama pokušavao da oformi omladinsku scenu, za takav projekat su potrebna dodatna sredstva, a ona koja su na raspolaganju nisu dovoljna ni za programe koji čine okosnicu repertoara ovog pozorišta. Zbog toga je, kako Milosavljević kaže njegov „manevarski prostor” *Galeb*, *Hamlet*, *Ujež* ili *Gospođa ministarka*, i dodaje „ne mogu ja sad reditelju, koji radi ozbiljnog *Galeba* – predstavu koja je proglašena za najbolju u Evropi, da kažem da predstava ne može da traje sedam sati jer se deca od 14, 15 ili 18 godina dosađuju”. Na

⁸⁸ Predstava *Galeb* u režiji Tomi Janežiča, traje oko oko 6 sati i 30 minuta uključujući tri pauze.

pitanje da li su pokušali da nađu sredstva iz nekih eksternih izvora za omladinsku scenu, on kaže da ne mogu da nađu donatore ili sponzore ni za „redovnu produkciju” i dodaje: „ne mogu ja sad da se bavim omladinskim teatrom kad u ovom trenutku imamo predstavu koja je proglašena za jednu od najboljih – *Na Drini ćuprija*”.

U intervjuu koji je obavljen sa Ljubinkom Gvozdenuć, pomoćnicom upravnika za programsku delatnost, na pitanje koje predstave sa repertoara SNP-a adekvatne za učenike srednjih škola, ona kaže da oni nemaju projektni zadatak vezan za tu publiku, i da je to prvenstveno programski zadatak PM. Međutim, ona ističe da se SNP, ipak trudi da edukuje i tu kategoriju publike, pa je iz tih razloga „većina dramskih predstava na Kamernoj sceni rađena po principu mladi za mlade, odnosno aktuelni tekstovi mladih autora, mladi reditelji, diplomske predstave, teme koje se tiču mladih”. Na pitanje da li je nekada naručeno ili sprovedeno istraživanje srednjoškolske populacije u cilju razvoja interesovanja ove ciljane grupe za pozorišnom umetnošću, Gvozdenuć kaže da ta populacija nije isključivo ciljna grupa SNP-a, te takva istraživanja nisu rađena i napominje da „SNP nema istraživačku funkciju, kao naučnu metodu, te uopšte ne obrađuje publiku na taj način”. Po pitanju eventualnih edukativnih programa za učenike srednjih škola, dobijen je odgovor da SNP „nema edukativni karakter u smislu posebnih edukacija bilo kog uzrasta, njegova edukativna uloga je sama suština pozorišnog stvaralaštva, a ove programe treba da sprovode same škole, odnosno neke druge institucije”.

Po rečima Gvozdenuć SNP ima razvijenu saradnju sa srednjim školama i za to je zadužena Služba prodaje koja direktno kontaktira sa profesorima najčešće srpskog jezika i književnosti ili nekog drugog predmeta, ali to je „obično neko među profesorima ko voli pozorište“. Ta saradnja se odvija na mesečnom nivou pri čemu se „srednjim školama šalju mesečni repertoari pozorišta i one se javljaju po svom izboru”. SNP ne organizuje posebna izvođenja predstava za učenike srednjih škola, niti je „gostovalo“ u prostorijama neke od njih jer je to „nemoguće zbog tehničkih zahteva predstava, a osim toga pozorište je otvoreno za njihov dolazak, pa to nije ni postojalo kao zahtev, a ni potreba”. SNP nema posebnu strategiju prema srednjoškolskoj populaciji, jer „programski nije isključivo pozorište mladih”. Na pitanje da li SNP ima uvid u dostupna istraživanja po kojima je veliki broj ove populacije nezainteresovan za pozorište Gvozdenuć kaže: „SNP nema potrebu da gleda istraživanja jer ono ima svoj repertoar i veliki deo tog repertoara su predstave rađene po književnim ili muzičkim delima koja su sastavni deo nastavnog programa srednjih škola“.

Okosnicu marketiškog pristupa SNP-a, takođe po rečima Gvozdenović čini „repertoar, odnosno predstave” i ističe da „SNP nema marketing, nema marketinšku službu (ukinuta je kao takva) jer pozorište nema proizvod u koji ulaže sopstveni novac“. Za marketing je zadužena Programska služba i ona promovise predstave ovog Pozorišta. SNP se veoma retko oglašava na televiziji, radiju ili štampi putem plaćenih oglasa, jer je to „to direktno povezano sa budžetskim finansiranjem pozorišta”. SNP ima sajt i fejsbuk stranicu i ne ulaže sredstva u internet oglašavanje. SNP se putem medija nikada ne obraća posebno srednjoškolskoj populaciji. I Milosavljević i Gvozdenović ističu da srednjoškolska populacija jeste njihova redovna publika, te da imaju izvestan broj organizovanih poseta, ali kako sami priznaju većinom iz drugih gradova. „Za nas je dovoljno to koliko srednjoškolci dolaze u pozorište“, zaključuje Gvozdenović.

U slučaju NP, na samom početku svog PRPR-a V. Vencel u analizi „zatečenog” stanja govori o konstantnom nedostatku publike ocenjujući da je to „prvorazredna teškoća ovog teatra i ukazuje da se usled „hroničnog nedostatka publike, gubi „obaveznost” prema publici kao nezaobilaznom faktoru ostvarenja pozorišnog čina” i zaključuje da „pozorište bez publike gubi smisao, svrhu postojanja i opravdanost”, pa u skladu sa tim, predlaže utvrđivanje koje su ciljne grupe pozorišta, iniciranje programa za decu i lutkarskog projekta jer, kako kaže: „studentska omladina, intelektualno građanski krug, i iz okolnih mesta dovežena publika, kao stabilan *potrošač kulturnih dobara*, nisu dovoljni”. Vencel kaže da je Pozorište prevazišlo etničke okvire svog delovanja, ali da „nedostaje jasnija artikulacija ciljnih grupa i kulturno duhovnog prostora za koje se stvara”, što bi se svakako moglo tumačiti kao osvešćenost potrebe za istraživanjem nepublike. Tri godine kasnije na pitanje ko je publika NP Vencel kaže da je to: „publika grada Novog Sada, mađarska gradska publika u Novom Sadu, multikulturalna gradska publika u Vojvodini, ruralna mađarska publika u Vojvodini, radikalno građanska publika u Mađarskoj i dijaspori, protestna publika u Srbiji i na prostorima Zapadnog Balkana”. Ovakvo dosta široko određenje publike ukazuje da NP i dalje nema jasnu artikulaciju po pitanju psihološkog profila publike (uzrast, obrazovanje, navike, potrebe). Po njegovim rečima NP nema osmišljenu metodu razvoja publike i ukazuje da po njegovim saznanjima „pozorišta za ‘odrasle’ nisu nikada naručivala istraživanja u krugu srednjoškolske omladine, povodom njihove pozorišne potrebe ili interesovanja”. Vencel tvrdi da se savremeni teatar odrekao obrazovne funkcije i da pozorište za "odrasle" ne želi da obrazuje, edukuje ili vaspitava. U slučaju ciljne grupe koja je u fokusu ovog istraživanja Vencel kaže da “NP nastoji da pod sloganom ‘predstave za mlade i odrasle’ učini nešto i u

segmentu mladih koji se interesuju za pozorište” i da su tako nastali projekti *San letnje noći*, *Buđenje proleća*, *Mali princ* i drugi “koji svojom moralnom ‘porukom’, pričom, karakterizacijom likova, mogućnostima postavke”, po njegovom mišljenju, dopiru do percepcije mlade publike. Na pitanje da li postoje i kakvi edukativni programi za učenike srednjih škola u NP, Vencel kaže da „postoji niz edukativnih projekata za srednjoškolski uzrast, iniciran evropskim unijskim namerama, ali su oni u našem kulturnom miljeu nesprovodljivi”.

Na pitanja o saradnji sa srednjim školama Vencel kaže: „Od 2013. je NP imalo bar jedan neuspeli pokušaj strateškog dogovora sa srednjim školama na mađarskom jeziku. Pozorište ima repertoar za srednjoškolsku populaciju, međutim škole ne žele ili nisu u mogućnosti da uspostave svoju pouzdanu redovnost kao sigurna publika tom repertoaru. Organizatori pozorišnih poseta u školama jesu profesori i njihov ukus uslovljava: da li će „deca” neku predstavu odgledati ili ne – znači pregovara se posebno za svaku priliku”. Kontakte sa srednjim školama (ne samo mađarskim) održava saradnik za odnose sa javnošću i organizator. Na ovu temi Vencel zaključuje da strateških, redovnih dogovora čije bi posledice bile trajnije □ nema i kaže: „Tradicionalni institucionalni odnos srednja škola – pozorište je sveden na povremene posete škola u pozorištu. Teatri mlade tretiraju samo kao jedan segment publike”. U slučaju marketinga, Vencel kaže da NP „(još) nije uspelo izgraditi svoj prepoznatljivi marketing profil, i da se marketing svodi na pokušaje da se prezentuju projekti u pripremi, repertoar, gostovanja i sva dešavanja u Pozorištu”. NP ima višejezični sajt, nema zvanični profil na fejsbuku, ne koriste internet marketing i nemaju poseban program obraćanja mladima putem medija.

Izloženi rezultati istraživanja nedvosmisleno ukazuju da novosadska pozorišta sopstvenim i svesnim zalaganjima ne utiču na razvoj interesovanja publike za sopstvenim programima generalno a samim tim ni na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište. Srednjoškolska populacija nije ni prepoznata kao posebna društvena grupa, već je ona objedinjena opštim pojmovima „omladina“ ili „mladi“, što inače podrazumeva uzrast između 15 i 30 godina.⁸⁹ Ponuda dramskih pozorišnih predstava u Novom Sadu u izvesnoj meri sadrži komade koji jesu adekvatni srednjoškolskoj populaciji, bilo da su deo školske lektire ili je tema bliska njihovom uzrastu i interesovanjima, ali pozorišta ne koriste te činjenice u animiranju ove populacije putem dostupnih medija poput interneta. Pozorišta ne

⁸⁹ http://www.mos.gov.rs/mladisuzakon/attachments/article/389/nacionalna_strategija_za_mlade0101_cyr.pdf (pristupljeno 02. 04. 2016).

prepoznaju srednju školu kao moćnog partnera u razvoju sopstvene publike ili bar u cilju ostvarivanja dodatne zarade, i ostvaruju vrlo površnu saradnju sa njom. Ne koriste čak ni osnovnu prednost ove saradnje a to je mogućnost organizovanih i masovnih poseta.

Odnos pozorišta prema publici kao integralnom delu ostvarenja pozorišnog čina pominje se najčešće samo u intervjuima pozorišnih stvaralaca ili radovima pozorišnih teoretičara. Pozorišta ne čine dovoljne napore u animiranju bilo svoje redovne bilo moguće (njihove povremene) publike. Kada je nepublika u pitanju, taj deo građana kao da ne postoji za pozorišta. Vrlo retki suvisli pokušaji da se ukaže na postojanje nepublike i mogućnosti otvaranje vrata pozorišta ovoj populaciji određenim programima, nailaze na najoštrije osude. Narod nije poželjan u pozorištu, jer je „pozorište kao umetnost nešto što od publike uglavnom zahteva znanje i širinu”.⁹⁰ Možemo zaključiti da pozorišta u manjoj ili većoj meri deluju po sledećem principu: proizvodimo predstave kakve hoćemo, odšampamo mesečne repertoare, oglasimo to u ponekom mediju, ponekad učinimo ponešto „strateški“ tipa – smanjimo cene karata, mesečno pozovemo svoje kontakte u sindikatima i u onim školama u kojima radi neka profesorka ili profesor koji vole pozorište, težimo priznanjima i zato dopuštamo samodovoljnim pozorišnim umetnicima da stvaraju predstave namenjene kritičarima, festivalima i aplauzima redovne publike koju takođe ne poznajemo. Breht je odavno pisao kako teatar nema kontakta sa publikom, zato što on ne zna šta publika od njega traži. „Teatar bez kontakta sa publikom je besmislica“ [...] U svim tim dobro zagrijanim, lijepo osvijetljenim, imponantnim zgradama koje žderu mnogo novaca i u svemu što se tamo radi nema više ni za pet para zabave“ (Breht, 1979: 45–46).

Šta je svrha postojanja pozorišta? Da li je ono “opštenarodna” kulturna ustanova koja treba da obrazuje taj isti narod o pozorištu i putem pozorišta ili samo, kako Vilmer kaže za nacionalna pozorišta da su „odraz potrebe država da kroz umetničko stvaralaštvo izraze svoj nacionalni identitet i snagu, ali i kao izraz vrednosti vladajuće aristokratije” (Wilmer, 2008. u Sailović, 2012:118). Nemanjić kaže da je stvaranje ljudskih čula, celog ljudskog senzorijskog aparata bilo posao celokupne dosadašnje istorije. Ona je taj posao, međutim, obavila krajnje diskriminatorski. Na jednoj strani je stvarala osetljiva, istančana čula, sposobna za svu širinu korespondencije sa kulturnim proizvodima, a na drugoj strani, najveći broj čula kod mase ljudi ostavila u grubosti i neizdiferenciranosti. Kulturna potreba je tako, zaključuje Nemanjić,

⁹⁰ Ljubinka Gvozdrenović, pomoćnica upravnika za programsku delatnost.

ostala otuđena potreba za najšire slojeve društva, i ako je ona manje ili više prisutna kod svih ljudi (1974: 67–68).

Da li je realno, očekivati da će se pozorište ikada obratiti narodu i pomoći mu da „ozdravi”? Umetnost oduvek „pripada” samo određenim krugovima. Ona je kontinuirano bliska i razumljiva onim društvima koja nazivamo elitnim, intelektualnim, aristokratskim, višim slojem. Skoro čitav kulturni kapital je u rukama društva „izabranih“ – u najvećem mogućem slučaju onih kojima su porodične okolnosti omogućile da u procesu socijalizacije razviju „kulturni interes” koji stvara kulturnu potrebu. To je publika i u Srbiji, i da podsetimo ona čini 1–2% stanovništva. Srpska intelektualna elita, sudeći po slučaju NP, smatra da pozorište nije za neobrazovan narod i da njima u pozorištu nije mesto, što svakako nije novina. Novina bi mogla da bude ideja da pozorište, u ovim nepredvidljivim vremenima, može da povрати svoju edukativnu funkciju, i da se ne stidi pred elitom zbog „dvodimenzionalnosti” programa za široke narode mase, već da se potruđi da „izvrši određeni kulturni uticaj na stanovništvo i da taj uticaj stalno povećava” (Ikonomova, 1973: 4), što je, bar po našem mišljenju, osnovni cilj delovanja i osnovna uloga ovih subvencionisanih kulturnih ustanova, kojima je i pored loše kulturne politike, Država obezbedila osnovne uslove za rad.

5.3. SWOT analiza

U tabeli br. 17 izložena je SWOT analiza u kojoj su prikazane sve detektovane unutrašnje snage i slabosti, kao i spoljašnje mogućnosti i pretnje planskog agensa socijalizacije pozorišta kao potencijalnog aktera u razvoju interesovanja učenika srednje škole (USŠ) za pozorište.

Tabela br. 17: SWOT analiza pozorišta kao potencijalnog aktera u razvoju interesovanja učenika srednje škole za pozorište

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • proizvodnja objekta interesovanja kao osnovna i jedina delatnost • izražajna sredstva pozorišta • sugestivna moć pozorišta • društveni život kao koren pozorišta • dostupni kapaciteti za obavljanje delatnosti — subvencioniranost 	<ul style="list-style-type: none"> • repetoar nije adekvatan da bi postao objekat interesovanja USŠ • nedefinisani misija, vizija i ciljevi • odsustvo strateških analiza sredine • odustvo strategijskog menadžmenta • odsustvo marketinškog planiranja • odsustvo svesti o potencijalu Internet

<ul style="list-style-type: none"> — prostorni i tehnički resursi — kadrovski resursi • raspoloživi mladi dramski pisci, koji su mahom ne angažovani • mogućnost postavljanja dramskog pisca na poziciji umetničkog ili programskog direktora • neiscrpan izvor tema za pisanje dramskih tekstova usled sledećih činjenica: <ul style="list-style-type: none"> — 92,5 % USŠ bi bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila temom koja ih zanima — 80,3 % USŠ bi bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila problemima mladih koji i njih muče • raspoloživost velikog umetničkog kadra • autonomija menadžmenta <ul style="list-style-type: none"> — u sprovođenju PRPR — u ostvarivanju saradnje sa drugim ustanovama 	<p>marketinga i snaga društvenih grupa</p> <ul style="list-style-type: none"> • nedovoljne kompetencije za rukovođenjem organizacionog aspekta delovanja pozorišta • nedovoljne kompetencije za rukovođenjem kreativnog aspekta delovanja pozorišta • odsustvo svesti o publici kao integralnim delom ostvarenja pozorišnog čina • odsustvo svesti o značaju istraživanja publike, moguće publike i nepublike • ne korišćenje dostupnih naučnih i empirijskih saznanja • odsustvo posebnih animacionih projekata (radionice, tribine, izložbe..) • administrativno-birokratski sistem • zanemarena edukativna funkcija pozorišta • težnje ka postizanju visokih estetskih kriterijuma i priznanja za iste • nemotivisanost i inertnost zaposlenih na svim nivoima • potpuna ili delimična programska dezorjentisanost • intenzitet saradnje sa školama direktno zavistan od postojanja nastavnog kadra „koji voli pozorište” • zastareli oblici rada • loša finansijska situacija • motivisanost rukovodstva ličnim a ne javnim interesom (ne poštovanje profesionalne etike) • nemotivisanost menadžmenta za dugoročne projekte usled vremenske ograničenosti mandata • odsustvo svesti ili zanemarenost kompleksnosti kulturnih potreba • diskriminacija građana na obrazovnoj osnovi
--	---

MOGUĆNOSTI	PRETNJE
<ul style="list-style-type: none"> • benefiti sistema srednješkolskog obrazovanja <ul style="list-style-type: none"> — brojčanost srednjoškolske populacije — sistematska organizovanost i institucionalizovanost USŠ — interpersonalni odnosi, komunikacija i interakcija između nastavnog kadra i učenika — mogućnost organizove posete velikog broja USŠ — dostupnost ciljne grupe za marketiška istraživanja • obrazovni odnosi sa javnošću (Kit Digi) • međunarodni DICE projekat • eksterni fondovi • angažovanje profesionalnih fandrejzera • angažovanje kompetentnog rukovodećeg kadra sa preduzetničkim i inovativnim duhom • 92,5 % USŠ bi bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila temom koja ih zanima • 80,3 % USŠ bi bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila problemima mladih koji i njih muče • neprestan, nezasićen apetit ljudi da gledaju i prepoznaju sopstvenu predstavu o sebi, oživljenu, u svim njenim elementima (što se multiplicira u periodu adolescencije kada je traganje za identitetom najintenzivniji psihološki proces) • veliki broj raspoloživog stručnog kadra (mladi dramski pisci, reditelji, 	<ul style="list-style-type: none"> • fizičke, psihološke i socijalne barijere između pozorišta i USŠ <ul style="list-style-type: none"> — lokacija pozorišta u centru nasuprot velikom broju USŠ koji žive u prigradskim ili vangradskim naseljima — prevoz — nezainteresovanost i neaktivnost srednjih škola — inertnost USŠ — nezainteresovanost USŠ za pozorište — loša finansijska situacija učenika — nizak nivo kulturnog kapitala porodice većine USŠ • uticaj popularne šund ili kuć kulture • loša zakonska regulativa <ul style="list-style-type: none"> — odsustvo jasne kulturne politike u oblasti pozorišta — odsustvo strateškog plana razvoja pozorišta na svim nivoima — ne postojanje Zakona o pozorištu — nevažavanje specifičnosti delovanja u pozorištu — autonomija subjekata u kulturi — odsustvo zahteva za menadžerskim kompetencijama direktora ili upravnika pozorišta — odsustvo zahteva za umetničkim kompetencijama programskog direktora (po prirodi sleda nastanka dramske predstave to mesto pripada dramskim piscima) — ne povezanost resora kulture i obrazovanja

<p>glumci)</p> <ul style="list-style-type: none"> • dostupna naučna i empirijska saznanja • Internet i društvene mreže • dobra zakonska regulativa <ul style="list-style-type: none"> — kandidati za direktore pozorišta moraju imati visoko obrazovanje i najmanje pet godina radnog iskustva u struci — jasno definisani poslovi koje direktor obavlja • marketinške metode istraživanja publike koje ne zahtevaju skoro nikakva materijalna sredstva (na pr. fokus grupe) • angažovanje omiljenih javnih ličnosti USŠ za promociju pozorišta 	<ul style="list-style-type: none"> — simbolična finansijska sredstva — pozorište nije deo obaveznih ili izbornih predmeta — pozorište je samo jedna od mogućih fakultativnih vannastavnih aktivnosti — nefleksibilni i zastareli planovi i programi — nedefinisanost pojma „kultura potreba” — ne ukazivanje na neophodnost razvijanja kulturnih potreba (kulturnog interesa) • nedovoljno empirijskih istraživanja kulturnog i sociodemografskog profila USŠ
---	--

Na osnovu dobijenih rezultata, koji oslikavaju ustaljenu pozorišnu praksu, vidimo da menadžment pozorišta nema u dovoljnoj meri razvijenu svest o potrebi razvoja mlade pozorišne publike, te u tom pravcu i nema aktivnosti. Mnogo je razloga za to i oni se, kao i u slučaju škole najvećim delom nalaze u opštem devalviranom stanju društva u Srbiji, i u tome što su ustanove kulture, pa i pozorište, kako to AntoniĆ kaže ipak „samo *institucionalni izraz* dominantne, materijalno i socijalno hegemonne klase u srpskom društvu – *kompradorske buržoazije* (2015: 283). Međutim, s obzirom da je pozorište nosilac kulturne proizvodnje koja je osnovni uslov za formiranje interesovanja, u pokušajima razvoja mlade pozorišne publike, pozorište, tačnije adekvatna ponuda pozorišnih predstava, mora biti stožer i polazno uporište u takvim naporima. Srž ili jezgro ideje razvoja interesovanja mladih za pozorište, odnosno, razvoja mlade pozorišne publike, leži isključivo u adekvatnoj pozorišnoj produkciji namenjenoj precizno definisanoj ciljnoj grupi. Bez takve pozorišne produkcije iluzorno je razmišljati o razvoju interesovanja mladih za pozorište, odnosno razvoja mlade dramske pozorišne publike.

6. MEDIJI MASOVNE KOMUNIKACIJE KAO PLANSKI AGENS SOCIJALIZACIJE

Teorijska razmatranja, kao i istraživanja uticaja masovnih medija na život pojedinca i društvo uopšte, odavno su poznata naučnoj javnosti. Međutim, i pored velikog broja istraživanja⁹¹, mnogi autori smatraju da još uvek nema dovoljno pouzdanih načina utvrđivanja delovanja mas medija na ponašanje ljudi, jer ne postoje jasni i jednoobrazni rezultati i teorije o tom uticaju. Autori se ipak jednoglasno slažu da je njihov uticaj na živote ljudi velik i neosporan. Pitanje koje se postavlja nije da li mediji deluju ili ne deluju; pitanje je koliko i kako deluju na svest i ponašanje (Džinić i Bačević, 1977: 211–212). Svojim sadržajima i načinima delovanja mediji mogu imati različite funkcije i efekte. Njihova osnovna funkcija je da „zabavi, razonodi, informiše i pojedincima ‘ulije’ vrednosti, verovanja i kodekse ponašanja posredstvom kojih se integrišu u institucionalne strukture društva” (Herman and Chomsky, 2005: 1). Tačno je, mediji nas mogu informisati, zabavljati, obrazovati i vaspitavati, mogu da razvijaju naša interesovanja, ali i da stvaraju nove potrebe (potrošačke, na primer) ili da menjaju naše poglede i shvatanja. Mediji imaju moć da oblikuju društvo i da njime manipulišu, oni mogu delovati trenutno, mogu stvarati, jačati ili umanjivati naše stavove, mogu delovati na naše emocije, mogu nas naterati na neku akciju, mogu nas uzbuditi ili smiriti (Gajić i Lungulov, 2012: 337). Čomski, smatra da mediji u savremenom društvu imaju presudnu ulogu u sistemu kontrole i nadzora masa, a da njima upravljaju privatni kapital i privatni interesi. Po njemu, najgore je to što škole ne čine ništa da bi obranile ljude od toga, nego su i same deo tog aparata za indoktrinaciju i dezinformiranje (Chomsky, 2002). Svemu tome posebno su izloženi adolescenti, jer je period adolescencije doba kada mladi ljudi grade svoj identitet i usvajaju obrasce ponašanja. U ovom uzrastu oni su podložni uticaju medija kao savremenog fenomena koji je među najzastupljenijim u njihovom životu. Više vremena provode za računarom, na internetu, raznim socijalnim mrežama, nego sa svojim roditeljima, porodicom, vršnjacima i sl. i time postaju najranjivija grupa, na koju se najlakše može uticati a često i manipulirati. Značajna karakteristika medija je u tome što oni ne samo da javnosti pružaju informacije, već ih i tumače. Zbog toga masovni mediji imaju veliki uticaj na socijalizaciju podržavajući kolektivne norme i vrednosti. Mediji, kako Mekgigan objašnjava svoje viđenje, „štancuju“ ljude tako što naglašavaju osobine i vrednosti koje su društveno

⁹¹ Još davne 1960. godine Klaper (Joseph Klapper) je naveo da bi potpuno pregledavanje literature relevantne za socijalna i psihička delovanja masovnih medija zaposlilo interdisciplinarnu ekipu na više od jedne decenije i da bi za to bio potreban astronomski budžet (Klapper, 1960 u Đorđević i Filijović, 2014). http://www.maticasrpska.org.rs/stariSajt/casopisi/ZMSDN%20br_147.pdf (pristupljeno 21. 01. 2016).

poželjne i doprinose da društvo neometano funkcioniše gušeći svaki nekomformizam i težnju ka individualizaciji (McGiugan, 1992). Mediji svojim sadržajima i reklamama sve više mladima nameću vrednosti, znanja i oblike ponašanja na osnovu kojih se adolescenti uklapaju u društvo u kom žive. U toku procesa socijalizacije, a po uzoru na medijske i reklamne likove, mladi formiraju sliku o sebi i drugima. Identitet razvijaju pod sve većim uticajem medija koji im sugerišu željene osobine, sposobnosti, ponašanja, karakteristike i načine života, neophodne za zauzimanje odgovarajućeg (prihvatljivog) mesta u društvu. Slobodno možemo reći da su društveni i obrazovni sistem, ali pre svega roditelji, dozvolili medijima da preuzmu ingerencije u odrastanju i sazrevanju adolescenata i da ih strukturiraju prema sintetičkim prezentacijama (Bečelić, 2015 : 27).

Mediji se, pored porodice, škole, vršnjačke grupe i društvenih organizacija, smatraju jednim od najuticajnijih agenasa socijalizacije (Erikson, 1976; Pantić, 1980; Golubović 1981; Smiljanić-Čolanović i Toličić, 1973; Havelka 1995; Kuburić, 1996; Milić, 2001; Ivković 2003; Rot, 2010b; Trebješanin i Lalović, 2011), pa ih iz tih razloga možemo smatrati, kako Pantić kaže i jednim od osnovnih činilaca interesne socijalizacije. U svom radu o sociokomunikacijskoj ulozi medija, Manić piše kako se proces socijalizacije odvija prihvatanjem ili odbacivanjem medijskog sadržaja pri čemu se ne radi samo o principima ubeđivanja, već o kompleksnim reakcijama čoveka na ono što mu se nudi kao sadržaj (Manić, 2014). Porodica, škola, religija, prijatelji, organizacije, institucije, neposredno utiču na čovekov život, dok je masovni medij uvek posredno vezan za individuu. Masovni mediji omogućavaju da čovek mnoge sadržaje, koji nisu u saglasnosti sa njegovim vrednostima, selektuje i na osnovu ličnih afiniteta odbacuje suvišne i beznačajne informacije. Kako će mediji delovati, zavisi isključivo od ljudi, subjekata komuniciranja koji ih koriste kao tehničku opremu koja omogućava ljudima komunikaciju i prenos misli, bilo kakvi da su njihova forma i njihov krajnji cilj (Balle, 1995: 50). Međutim, kada su adolescenti u pitanju takav stav je diskutabilan, jer nekontrolisana moć medija leži upravo u tome, što čak i beznačajno prezentuju kao značajno, a malo ko je u stanju da uvek ima kritičku distancu (Aćimović, 2009. u Gajić i Lungulov, 2012: 338), koju je posebno veoma teško stvoriti u periodu turbulentne adolescencije.

Značajan deo medijske prezentacije pored sadržaja su i lica kao „socijalizatori“ (Manić, 2014: 146), bilo da su u pitanju zaposleni u medijima ili oni koji gostuju. Verovatno najznačajniji uticaj među mnoštvom socijalizatora imaju lepe i doterane tzv. medijske zvezde i „moćnici“ poslovno-političke elite, zato što podstiču na proces identifikacije, a adolescenti

imaju potrebu za idolima i herojima kojima će se diviti i sa kojima će se identifikovati. Opisujući paralelne procese razvijanja identiteta i životnog ciklusa, Erikson kaže da preterano snažna identifikacija sa popularnim ličnostima (pevači, glumci, sportisti) ili negativnim junacima (kriminalci, fanatici, diktatori), može biti brana razvoju ličnog identiteta. Po Eriksonu, peti stadijum psihosocijalnog razvoja (12 i 20 godina), odgovara Frojdomovom genitalnom stupnju, vezan je za adolescenciju koja počinje završetkom detinjstva. Mladi u tom periodu su u nezavidnom položaju, nisu ni ovde ni tamo, nisu više deca a nisu ni odrasli. U ovom stadijumu prelaska, lutanja, nesnalaženja, konflikata sa sredinom, mlad čovek traga za svojim identitetom, za odgovorima na pitanja: Ko sam ja? Šta mogu? Šta smem? i Kakav bi trebalo da postanem? (Erikson, 2008: 14). Nakon ovako formulisanih pitanja koja su suštinska za mlade i za društvo, odličan je trenutak da se podsetimo slučaja Kristijana Golubovića koga su mediji uz prećutno odobravanje države napravili zvezdom i one poražavajuće fotografije u štampi na kojoj osuđeni kriminalac, daje autogram nekolicini dečaka. Davanjem većeg ili manjeg medijskog prostora, sredstva masovnog komuniciranja dodeljuju i status određenim licima, organizacijama, društvenim pokretima, političarima, strankama, interesnim grupama i na taj način povećavaju njihov ugled, autoritet i uticaj u društvu a samim tim, daju značaj njima svojstvenim vrednostima, bilo da su u pitanju kulturne, institucionalizovane, grupne ili lične vrednosti.⁹² Vrednosti su životni orijentiri i čine smisao života, a u periodu adolescencije mladi, raskidajući snažne veze sa porodicom traže nove vrednosti i uče šta one znače za život, odnosno izgrađuju svoj novi sistem vrednosti. Taj novoizgrađeni sistem vrednosti kod adolescenata je sklon lakoj promeni, posebno pod uticajem moćnih agenasa socijalizacije, i u današnje vreme definitivno, na njegovo formiranje i uspostavljanje utiču mediji masovne komunikacije. Mediji kao veliki deo svakodnevice, nameću, definišu i određuju koje su vrednosti poželjne. Mediji sve više doprinose da mladi, moralne, radne i fizičke vrednosti, životne ciljeve i navike, stiču i formiraju na osnovu medijskih predstava, uzora i sadržaja, jer kako Bečelić kaže, zbog jakog uticaja turbulentnih promena tokom adolescencije, „mladi se nesvesno identifikuju sa medijskim likovima i usvajaju sistem vrednosti koje oni propagiraju” (2015: 23).

⁹² Kulturne vrednosti su tradicionalne vrednosti koje su zajedničke za celu širu zajednicu (religijske, patrijarhalne, moralne, radne). Institucionalizovane vrednosti su zvanični ciljevi i norme koje su propisane nekim zvaničnim dokumentima. Grupne vrednosti su vrednosti pojedinih socijalnih grupa (društvenih slojeva, religijskih, nacionalnih grupa). Lične vrednosti, odnose se na vrednosni sistem pojedinca i na vrednosti prioritete za njegov lični život (Kuzmanović, 2001. u Bečelić, 2015 : 23).

6.1. Kulturna funkcija medija masovnih komunikacija

Mediji se smatraju toliko određujućima za savremenu kulturu da se, po mnogima, upravo zbog njihovog velikog značaja, savremeno društvo može smatrati „medijskim društvom” (Milivojević 2008: 277). Uzimajući u obzir uticaj i moć koji mediji imaju u oblikovanju ličnog i društvenog kulturnog identiteta, jasno je koliko je velik značaj kulturne funkcije medija. Kulturna funkcija medija u svom ostvarenju treba da predstavlja zadovoljavanje postojećih kulturnih potreba stanovništva i, što je po nama daleko značajnije, iniciranje i razvoj novih interesovanja, odnosno kulturnih potreba. Ovako sagledana kulturna funkcija medija dovodi nas opet do teorije koja je uporište ovog istraživanja a to je Nemanjćeva definicija kulturne potrebe: „podstaknuta kulturnom proizvodnjom, kulturna potreba se formira kao kulturni interes povezan s kulturnom vrednošću” (1991: 23). U tom smislu mediji svojim programskim sadržajima, odnosno proizvodnjom i plasiranjem kulturnih sadržaja, treba da formiraju kulturni interes koji je povezan sa kulturnom vrednošću i na taj način da doprinose podizanju opšteg kulturnog nivoa građana. Na taj način se ostvaruje kulturna funkcija medija. U praksi to nije slučaj, i pitanje kulture u medijima je opšti problem u svetu, jer se ona sve više zamenjuje zabavnim sadržajima. Interesantno je pomenuti iskustva odgovorne urednice Redakcije za kulturu Radio televizije Srbije Mirjane Bjelogrić u početnim pokušajima da se realizuje emisija “Kulturni dnevnik”. Svoja iskustva Bjelogrić je podelila sa učesnicima Panela *Kako unaprediti poziciju kulture u medijima*, o kojem je već bilo reči i kazala da su se njeni saradnici u toku pokretanja navedene emisije osećali kao prosjaci. „Bili smo kao sekta hrišćana koji se skrivaju po katakombama”.⁹³ Na istom događaju Miljana Maglovski iz Radio televizije Vojvodine rekla je da u toj televiziji često nema dovoljno kamera da bi se pratili događaji iz kulture, jer primat imaju dnevni politički događaji.

6.2. Uticaj medija na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište

U slučaju medija, zadatak ovog istraživanja je da utvrdi, ukoliko je to uopšte moguće, da li i u kojoj meri mediji masovnih komunikacija, tačnije štampa, radio, televizija i Internet utiču na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. U tom cilju, polazimo od usaglašenog teorijskog stanovišta da je uticaj medija na društvo neosporan i ogroman. Moć

⁹³ <http://www.seecult.org/vest/medijska-nevidljivost-kulture> (pristupljeno 03. 04. 2016).

medija ogleda se u sledećem: 1) posedovanje informacija; 2) snažna izražajna sredstva (u zavisnosti od vrste medija: slika, pokretna slika, ton, reči, govor, boje, muzika, rakursi, montaža i dr.); 3) mogućnost manipulisanja (prikriivanje informacija, prikazivanje u nekom drugom svetlu, davanjem većeg, manjeg ili ukidanja medijskog prostora) i 4) mogućnost za čestim plasiranjem ciljne informacije ili sadržaja. Korišćenjem ovih elemenata, mediji vrše svestran uticaj na ličnost čoveka, navešćemo samo Poterovo stanoviše koji kaže da mediji utiču na saznavne procese, oblikuju stavove, izazivaju emocionalne i fiziološke reakcije, modeluju ponašanje (2011: 542–560). Sve ovo dovodi do zaključka da objektivno mediji imaju ogroman potencijal za razvoj interesovanja pojedinaca, putem učestalih i intenzivnih objava (informacija i sadržaja) o određenim objektima interesovanja. Pitanje u kojoj meri mediji razvijaju interesovanja građana, u našem slučaju učenika srednjih škola za pozorište, tiče se dva najvažnija aspekta. Kao prvo, to je državna medijska politika a drugo je pitanje vlasničke strukture medija. Medijska politika u Srbiji mogla bi se opisati kao oportunistička aktivnost u cilju obezbeđivanja što veće medijske moći novoj ili staroj srpskoj ili inostranoj poslovno-političkoj eliti. Bez ulaženja u pitanje da li su pravna dokumenta usaglašena, dobra ili ne, odrednice koje se tiču kulture izrazito su deklarativne prirode, i zakonska rešenja bilo da su obavezujuća ili preporučena u najvećoj mogućoj meri se ne poštuju, tako da je njihovo postojanje, slobodno možemo reći obesmišljeno. Iz tih razloga, smatramo da je za ovaj rad daleko važniji tekst NUNS-a⁹⁴ „Privatizacija medija: Tražili ste, niste dobili” u kome se govori o „situaciji na terenu”, a ta slika daje najbolji uvid u oba pomenuta aspekta. Ta slika, uostalom, potvrđuje naše stanoviše o medijskoj politici u Srbiji. Navodimo delove tog teksta:

Medijska reforma, Zakon o informisanju, privatizacija medija, uz ultimativni zahtev da država iz njih izade, odnosno da prestane državno finansiranje medija, napravili su novu medijsku sliku u Srbiji, kojom su, čini se, svi nezadovoljni – i autori strategije i oni koji su pošto poto želeli da isteraju državu iz medija, ali i javnost, koja u to čime se i kako bave mediji ima sve manje poverenja. [...] Od ukupno 72 medija kojima je bila suđena privatizacija, Agencija za privatizaciju je raspisala javne pozive za 50 medija, a za ostala 22 odlučeno je da se primeni prenos kapitala bez naknade zaposlenima ili da idu u likvidaciju. [...] Sve u svemu, nakon drugog kruga privatizacije generalni sekretar UNS Nino Brajović izjavio je da od 50 medija za koje je upućen javni poziv prodato 35, da za 23 nije ni bilo javnog poziva, da su od 35 prodatih uslovne vlasnike stekla 23 medija, s obzirom da nisu

⁹⁴ http://www.sinos.rs/srpski/vesti/2/2016/02/24/2219/privatizacija-medija_-trazili-ste-niste-dobili.html (pristupljeno 03. 04. 2016).

potpisani ugovori i nije bilo isplate. [...] Najviše pažnje tokom prvog kruga privatizacije privukao je javnosti do tada nepoznati Radoica Milosavljević (član Socijalističke partije Srbije od osnivanja, od 2009. do 2012. bio je zamenik gradonačelnika Kruševca), koji je za 281.280 evra izlicitirao osam medija (RTV Pancevo, RTV Kruševac, RTV Kragujevac, RTV Caribrod, RTV Brus, TV Požega, TV Pirot i Centar za informisanje Novi Kneževac). [...] Televiziju Kruševac kupio je privatnik za 14.000 evra, da bi na prvom sledećem konkursu, iz budžeta novi vlasnik dobio čak 17.000 evra. Ista praksa i sa medijima u Nišu i Kragujevcu. Kad su o toj temi pitali ministra, on je odgovorio - pitajte druge, tačnije, upitan da obrazloži fenomen privatizacija u kojima su novi vlasnici medijskih kuća svoja ulaganja gotovo "namirili" novcem iz projekata, ministar Ivan Tasovac je poručio – „Pitajte medijska udruženja”. [...] "Mešanje u uređivačku politiku od strane države može da bude tačno, ali niko ne može toliko brutalno da bude instrumentalizovan i stavljen u službu nekog političkog ili privatnog interesa kao što mogu privatizovani mediji”, tvrdi urednik NSPM Đorđe Vukadinović.

Promenom vlasničke strukture iz državne u privatnu i investiranje privatnog kapitala u medije, neminovno vodi i promeni programske politike. Kako je neoliberalna tržišna orijentacija dominantna odlika privatne poslovne kulture, gde je način poslovanja podređen ostvarivanju profita, najčešće bez obzira na moralne norme, pojavljuju se različiti oblici tržišnog pritiska na rad medija. U duhu globalnog trenda, tržišni pritisci na medije dovode do sve veće tabloidizacije sadržaja; zatim do izostanka raznovrsnosti sadržaja i konačno, najčešće, do potpunog marginalizovanja kulture i umetnosti u programskoj šemi privatnih medija. „Tržište je osnovna odlika i imperativ kulturne produkcije“, kaže Manić (2014) i postavlja pitanje: „koliko vladavina tržišta i komercijalnih vrednosti može da učini mogućim prisustvo onih vrednosti koje ne postižu komercijalne efekte“? Nema sumnje da je odgovor na ovo pitanje: može da učini mogućim, ali to ne želi, jer prisustvo sadržaja koji ne postižu komercijalne efekte je u direktnom sukobu sa osnovnom politikom poslovanja – ostvarivanjem profita. Pored toga privatni mediji nemaju dugoročnu zakonsku obavezu za plasiranjem određenog sadržaja.

Mediji koji nisu privatizovani pa i dalje predstavljaju javni servis, imaju zakonsku obavezu da u kontekstu javnog interesa proizvode specijalizovani medijski sadržaj u kulturi.⁹⁵

⁹⁵ Strategija razvoja javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine, doneta od strane Vlade Republike Srbije na osnovu člana 45. stav 1. Zakona o Vladi („Službeni glasnik RS”, br. 55/05, 71/05 ispravka, 101/07, 65/08 i 16/11), str. 11, 12.

Međutim, u praksi nije tako i u prilog tome navešćemo podatak da od 1.447 javnih glasila (stanje na dan 13. 02. 2015), tek nekolicina ima kulturne redakcije.⁹⁶ Ministarstvo kulture ističe da *Medijska strategija treba da naglasi posebnu ulogu kulture kao deo javnog interesa, ali i da je odgovornost za položaj kulture u medijima raspoređena na sve učesnike – Ministarstvo kulture i informisanja, lokalne samouprave, institucije kulture, pojedince, vlasnike medija, urednike i novinare.*⁹⁷ Stav Ministarstva da je odgovornost za položaj kulture u medijima raspoređena na sve aktere od Ministarstva do pojedinaca, u kontekstu nekog opšteg angažovanja za dobrobit društva nije diskutabilan, ali nedvosmisleno ukazuje na nespremnost za preuzimanje bilo kakve odgovornosti.

Sve u svemu, u svetlu iznetih podataka o opštem stanja u oblasti medija i poziciji kulture u njima, naše pitanje: da li i u kojoj meri mediji razvijaju interesovanja učenika srednjih škola za pozorište u Srbiji u drugoj deceniji XXI veka, dobija tragikomičan prizvuk, jer pozorišta u medijima skoro da nema. Kultura u medijima uglavnom se svodi na retko informisanje o predstojećim kulturnim događajima i izveštavanja o proteklom, najčešće festivalima, dobijenim nagradama, ponekim intervjuom sa umetnikom ili sa nekim drugim kulturnim radnikom i sl. Isti je slučaj i sa pozorištem, što zaključujemo na osnovu rezultata ovog istraživanja.

Polazimo od pretpostavke da pitanje uticaja medija na razvoj interesovanja za pozorište podrazumeva da je tema pozorišta u ukupnom medijskom sadržaju česta, konstantna i raznovrsna. Istraživanje *Uticaj televizije na razvoj interesovanja kod mladih* koje su sprovele S. Marić Jurišin i B. Marković, potvrdilo je njihovu hipotezu da televizija utiče na razvoj interesovanja kod mladih, jer čak 75% njih smatra da često emitovanje nekog sadržaja povećava nivo interesovanja za konkretan sadržaj (2011: 401–413). Kako nismo naišli na empirijska istraživanja koja bi odredila izvesne parametre, u smislu broja objava na određenom mediju koji bi uticao na razvoj interesovanja, nemoguće je odrediti koliko je objava dovoljno ili nedovoljno. Teškoću takođe predstavlja i nepostojanje parametara koji bi medijski sadržaj kvalitativno ocenili u kontekstu potencijala u razvoju interesovanja gledalaca za određeni objekat. Oblast marketinga razvila je određene tehnike kvalitativne analize medijskih objava, tako da se mogu analizirati vrednosti objava u praćenim medijima prema površini, zatim prema vrednosnoj strukturi (pozitivno, negativno, neutralno), uspešnosti

⁹⁶ Zaključci sa konferencije „Marketing i komunikacije institucija kulture u digitalnoj eri“, preuzeto sa sajta Ministarstva kulture i informisanja, <http://www.kultura.gov.rs/cyr/aktuelnosti/konferencija-marketing-i-komunikacije-institucija-kulture-u-digitalnoj-eri> (pristupljeno 09. 02. 2016).

⁹⁷ Isto.

plasmana poruka i sl. Međutim, one se tiču najpre praćenja efekata komercijalnog reklamiranja, najčešće robe masovne potrošnje, ili medijskog pozicioniranja poslovnih ili javnih subjekata, te su praktično neupotrebljive u slučaju ovog istraživanja. Broj objava u kojim je tema pozorište u praćenim medijima, je mali i zanemarljiv, što će se videti u daljem radu, pa je učestalost nedovoljna, a samim tim kvalitativna analiza suvišna, da slobodno zaključujemo da mediji ne doprinose razvoju interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

Sprovedeno istraživanje podrazumevalo je na prvom mestu detektovanje ukupnog broja medijskih objava u kojima se pojavljuje pojam pozorište i površnu analizu tih objava. Rezultati analize objava biće prezentovani u vidu klasifikacije objava po vrsti poruke i to na sledeći način:

- vest (informacija, emisije, intervjui, gostovanja, reportaže, najave i sl);
- oglas (reklama).

Prilikom odabira medija bilo je neophodno uzeti u obzir činjenicu da naša ciljna grupa, ne prati sve, već samo određene medije, odnosno programe u skladu sa svojim interesovanjima ili potrebama. To znači da ukoliko je na nekom od televizijskih programa pozorište često prisutno, za naše istraživanje to je irelevantna činjenica ukoliko anketirani učenici navode da prate neke druge programe. Zbog toga polazimo od pretpostavke da učenici srednje škole u Novom Sadu ne gledaju taj program ili je to pak zanemarljiv broj. Iz tih razloga našom analizom obuhvaćen je određen broj televizijskih kanala, radio stanica kao i dnevne i nedeljne štampe. Ova pitanja bila su otvorenog tipa i učenici su upisivali koje medije prate i to: koje televizijske kanale, radio-stanice, koju dnevnu i nedeljnu štampu. Važno je napomenuti da veliki broj učenika nije odgovorio na ova pitanja, tačnije iako su naveli da čitaju dnevne novine nisu naveli naziv ni jedne i sl.

Tabela br. 18: Brojčani i procentualni prikaz medija koje ispitanici prate

	Da	Ponekad	Ne
TV	424 (65,9%)	182 (28,3%)	37 (5,8%)
Radio	266 (41,3%)	175 (27,2%)	203 (31,5%)
Dnevne novine	99 (15,4%)	176 (27,4%)	368 (57,2%)
Časopisi	93 (14,5%)	126 (19,7%)	422 (65,8%)

U tabeli br. 18 vidimo ukupne odgovore po pitanju praćenja medija. Iz ovih odgovora zaključujemo da učenici srednjih škola u Novom Sadu u većem broju redovno prate televizijski program (65,9%), nešto slabije radijski (41,3%) ali je veoma mali broj onih koji redovno čitaju dnevnu (15,4%) i nedeljnu štampu (14,5%). Što se interneta tiče situacija je drugačija i to je medij koga prate svi učenici srednjih škola i jedino je pitanje koliko vremena i koje sadržaje.

6.2.1. Televizija

U savremenom društvu, televizija se smatra jednim od vodećih medija masovne komunikacije. Zbog toga je ona predmet mnogih naučnih razmišljanja. U kontekstu socijalizacije Lemiš (2008) smatra da televizija predstavlja jedan od najznačajnijih činilaca učenja i socijalizacije u modernom dobu. Po Miletiću (2005) ona ima moć da podučava činjenicama, formira sistem vrednosti, utiče na ponašanje i predstavlja neiscrpan potencijal znanja i informacija o svetu koji nas okružuje. Poter (2008) ističe da televizija utiče na znanje tako što u našu svest usađuje ideje i informacije i ima ulogu u stvaranju i uobličavanju naših mišljenja, uverenja i vrednosti. Mnogi autori su, još na samom početku razvoja televizije, prepoznali njen obrazovni potencijal i uvideli da ona predstavlja značajan umetnički medij i izvor obrazovanja sa statusom važnog obrazovnog sredstva (Margolies, 1969; Moles, 1972). Diskusija u naučnim krugovima oko televizije, s aspekta njenih obrazovnih svojstava, vodi se uglavnom oko pitanja: efikasnosti učenja putem televizije, njenih prednosti i mana kao obrazovnog i vaspitnog sredstva, strategija za uvođenje medijskog obrazovanja u sistem školstva, uticaja televizije na ponašanje i slično (Norris i Inglehart, 2009; Lemiš, 2008; Poter, 2008; Zgrabljčić-Rotar 2005; Miletić, 2005, Oljača 1992). Burdije smatra da je televizija izuzetno moćan medij i da ima moć da umesto da je registruje, utiče na stvarnost, između ostalog, selekcijom vesti koje emituje. Princip selekcije počiva na onome što predstavlja senzaciju i spektakl, pa tako novinari „pribegavaju selekciji i konstrukciji onoga što je već jednom selekcionisano“ (Burdije, 2000: 35). Burdje kaže da na taj način televizija stvara jednu vrstu „monopola u obrazovanju umova izuzetno velikog i značajnog dela populacije“ (Burdije, 2000: 33).

Mehanizam preko kog televizija ostvaruje svoj uticaj na gledaoce je učenje po modelu.⁹⁸ Za učenje po modelu, kao jedne od metoda učenja (Bandura, 1961), koristi se

⁹⁸ http://www.unicef.org/serbia/Analiza_decijih_TV_programa_za_decu_u_Srbiji.pdf (pristupljeno 04. 04. 2016).

nekoliko različitih termina: imitacija, učenje putem posmatranja, observaciono učenje, učenje po modelu (modeliranje), učenje putem identifikacije (poistovećivanje). Ti različiti termini opisuju jedinstven metod učenja: uči se na taj način što se nešto novo (neki obrazac ponašanja) vidi kod drugih, pa se pod određenim uslovima ponavlja i prisvaja, i tako dolazi do novog učenja. Istraživanja pokazuju da je veća verovatnoća da će se model ponašanja usvojiti ako postoje sledeći uslovi: a) velika učestalost modela; b) kulturna ukorenjenost modela; c) postojanje socijalne podrške i nagrađivanje određenog modela ponašanja; d) procena onog ko uči po modelu da će imati neku dobit (nagradu, socijalno prihvatanje) ako usvoji dati model ponašanja; e) motivisanost onog ko uči da usvoji dati model; f) socijalni ugled (moć, prestiž) koji ima osoba koja pokazuje određeni model ponašanja; g) razumljivost modela ponašanja; h) bliskost modela ponašanja onome ko ga usvaja po polu, uzrastu, socijalnom statusu. S obzirom da je pozorište veoma retko prisutno u televizijskom programu zadržaćemo se samo kod prvog, dakle osnovnog uslova za ostvarivanje uticaja televizije na gledaoce: velika učestalost modela – pre će se usvojiti dominantni model ponašanja, onaj sa kojim se deca često sreću, nego obrasci na koje nailaze retko i sporadično. Veću šansu za usvajanje modela ponašanja imaju oni koji se nude u programima koji se češće repriziraju, ili programi koji imaju veliki broj epizoda i sezona.

Bandura prepoznaje različite vrste modelovanja ponašanja. Direktno modelovanje je ugledanje na model koji je živ i prisutan u životu deteta. Simboličko modelovanje je ono kojim se, naše istraživanje bavi, a Bandura ga definiše kao ugledanje na uzore iz simboličkih prikaza kao što su knjige, filmovi, igre i televizija. Simbolički model je slikovna reprezentacija nekog ponašanja. Postoje četiri mehanizma koji omogućavaju sve navedene vrste modelovanja i to su: obraćanje pažnje, koji je veoma važan u odnosu na televiziju, jer ona uspeva da veoma brzo zarobi pažnju i zadrži je na sadržaju. Zatim, kada se neki sadržaj primeti mora se zadržati, tako da je drugi mehanizam pamćenje kroz verbalni ili slikovni reprezent. Sada se ta reprezentacija mora transformisati u ponašanje, tako da ono bude što sličnije modelu, pa poslednji mehanizam počiva na motivaciji i podrazumeva da osoba mora imati dovoljno podsticaja da imitira određeni model. Drugim rečima, da je na televizijskom programu velika učestalost modela koji promoviše i potencira odlazak u pozorište, uz često emitovanje sadržaja sa temom pozorišta verujemo da bi se povećao nivo interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

Na pitanje da navedu TV kanale koje gledaju dobili smo rezultate da su to najčešće sledeći kanali: Prva, Pink, B92, FOX, RTS 1, Fox life, Discovery, TLC, MTV, Sport Klub i

Arena, Animal planet, National Geographic, ID, History, Disney, Pink Music, RTL, HBO, Happy, Comedy central, TV 1000, 24 Kitchen, Prva plus, Fox movies, Cinemania, Fashion TV, Ultra, Deluxe music, Axn, Pink erotic, Fox crime, BBC i HR. Za potrebe ovog istraživanja smatrali smo relevantnim praćenje samo onih kanala koje su učenici najčešće navodili, tako da je urađen pres kliping⁹⁹ u periodu između 21. i 27. aprila 2016. godine sledećih televizijskih programa: Prva, Pink, B92, FOX, RTS 1, FOX Life, Discovery, TLC i MTV.

Tabela br. 19: Broj objava na praćenim TV kanalima u periodu od 21. 04. do 27.04. 2016.

TV	Prva	Pink	B92	FOX	RTS 1	FOX Life	Discovery	TLC	MTV	Ukupno
Vest	9	3	x	X	33	x	x	x	x	45
Oglas	x	1	x	X	36	x	x	x	x	37
Ukupno	9	4	x	X	69	x	x	x	x	82

Iz ovog prikaza vidimo da je pozorište najčešće kao tema prisutno na javnom servisu, tačnije na prvom programu RTS-a dok je svega po nekoliko objava bilo na televiziji Prva i Pink. Neobično je da nije bilo *baš* ni jedne objave u vezi pozorišta na televiziji B92, što je takođe slučaj sa programom Fox televizije. Što se tiče ostalih programa kao što su FOX Life, Discovery, TLC i MTV na njima očekivano nema ni jedne objave koja sadrži temu pozorišta. Analiza objava započeta je klasifikacijom istih na vesti i reklame, što je osnovna podela objava u praćenju medijskog programa. Smatramo nepotrebnim dublje analizirati sve objave. Dovoljno je reći da je pozorište na programima praćenih televizija najčešće u vidu informacije o predstojećim ili izveštaja o proteklim događajima, dobijenim nagradama, ponekim intervjuom sa umetnikom ili sa nekim drugim pozorišnim delatnikom. Jedini primer *iole* češćeg prisustva na televizijskom programu jeste kampanja Jugoslovenskog dramskog pozorišta povodom premijere nove predstave *Slučajna smrt jednog anarhiste* u režiji Maje Maletković, čija je premijera održana 22. 04. 2016. U praćenom periodu od 21. do 27. aprila, zabeleženo je 24 oglasa i nekoliko vesti povodom te premijere na prvom programu RTS-a, ali s obzirom da je u pitanju samo jedan televizijski program, te da informacije o tom događaju u drugim medijima skoro da nema, možemo zaključiti da ni taj primer ne možemo smatrati dovoljno učestalim da bi mogao značajnije da utiče na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište putem televizije. Posebno ne, kada su novosadski srednjoškolci u pitanju i

⁹⁹ Agencija za praćenje i analizu medija *Kliping*, <http://www.kliping.rs/>

pozorište koje je njima, verovatno potpuno nepoznato, uzimajući u obzir da veliki broj njih ne zna nazive pozorišta u Novom Sadu.

Na televizijskim programima koje prate novosadski srednjoškolci nema dovoljno sadržaja sa temom pozorišta da bi se moglo govoriti o razvoju interesovanja mladih za ovom umetničkom formom, što naravno nije slučaj samo sa pozorištem, već sa kulturom i umetnošću generalno, o čemu smo govorili na početku ovog poglavlja. Profit, kao osnovni motiv i cilj vodećih poslovno-političkih snaga savremenog društva, ne ostavlja prostora za proizvode, usluge ili sadržaje koji nemaju zadovoljavajuću komercijalnu vrednost. Najopsežnija istraživanja vrše se upravo iz oblasti marketinga i uloge medija pri odlučivanju o kupovini, što je veoma značajno za ovo istraživanje jer je uloga medija u marketingu, upravo da razvije interesovanje stanovništva za određeni komercijalni proizvod. Pozorište nije proizvod koji je u mogućnosti da ostvari dovoljan profit koji bi pokrio troškove prisustva na televiziji. Velika učestalost „pozorišnog” sadržaja na televizijskim programima podrazumevala bi značajnu produkciju oglasa u vidu reklamnih spotova, kao i produkciju vesti u vidu najrazličitijih emisija koje obrađuju teme pozorišta. Produkcija televizijskih sadržaja, kao i vreme na televiziji zahteva velika materijalna sredstva, tačnije investiranje resursa koji neće ostvariti profit, i zbog toga možemo pretpostaviti da televizija kao jedan od vodećih masovnih medija ni u buduće neće na svojim programima emitovati sadržaj sa temom pozorišta, niti će iz tih razloga ostvariti veći uticaj na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

I pored svega navedenog, sa našeg stanovišta to nije zabrinjavajuća realnost u promišljanjima o modelovanju strategije za razvoj pozorišne publike. Mediji u službi marketinga imaju presudan uticaj u razvoju interesovanja za bilo čim, i televizija je, bar do sada imala vodeću ulogu u tome. Međutim, u slučaju naše ciljne grupe, televizija nije vodeći medij, već je to internet, koji je po nekoliko sati prisutan u svakodnevnom životu mladih ljudi i svakim danom postaje sve uticajniji propagandni prostor.

6.2.2. Radio

Pantić mas-medije smatra jednim od osnovnih činilaca interesne socijalizacije, međutim kada je radio u pitanju, s obzirom da se uglavnom neselektivno i nedovoljno pažljivo sluša i postao je tzv. „zvučna podloga”, on tvrdi da iz tih razloga ne ostavlja trajnije efekte na interesovanja (1980: 101). Pored toga broj objava o pozorištu u praćenim radio stanicama je

apsolutno zanemarljiv, i zbog toga će radiju biti posvećeno veoma malo pažnje. Najviše što možemo reći je sledeće: 68,5 % učenika navodi da često ili povremeno sluša radio a među njima je najviše onih koji najčešće slušaju Radio S, Play radio i AS FM. Učenici su naveli još nekoliko radio stanica kao što su: Hit FM radio, TDI, Radio Signal, Prvi radio itd, ali u zanemarljivom broju, tako da je ovo istraživanje obuhvatilo praćenje samo prve tri radio stanice. U navedenom periodu od sedam dana na radio stanicama AS FM, Play radio i Radio S bilo je svega deset objava sa temom pozorišta. Analiza ovih nekoliko objava ukazuje da se polovina njih odnosi da podelu karata za pojedine pozorišne predstave, a ostalo su najava premijere pomenute predstave u JDP-u. Među ovim radijskim objavama nema niti jedne koja se odnosi na novosadska pozorišta koja su u fokusu ovog istraživanja.

Radio je sam po sebi mediji koji je mnogo fleksibilniji i brže se prilagođava uslovima koje postavlja rastuće online tržište i sve veći broj korisnika interneta. Pojavom pametnih telefona, radio je moguće koristiti u pokretu, bez obzira na mesto i vreme. Gotovo sve radio stanice imaju mogućnost *live streaming* odnosno prenošenja programa uživo putem interneta. Takođe, mogućnost podcasting-a, koji slušaocima omogućava praćenje radijskog programa u realnom vremenu ili odloženo, postala je sve zastupljenija. Zbog svoje fleksibilnosti sa jedne strane i dosta manjih troškova i investicija sa druge, radio stanice imaju mogućnost da nude sadržaje vrlo precizno ciljanim populacijama i prilagode svoj program i sadržaj takvim grupama. Pored ovoga, podatak da veliki broj učenika često ili povremeno sluša radio, ne sme se zanemariti, pa je stoga to medij koji može biti koristan u razvoju interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. Međutim, sudeći po rezultatima ovog istraživanja, pozorišta ne koriste radio u promotivne svrhe.

6.2.3. Štampa

Kada je štampa u pitanju ovo istraživanje pokazalo je da učenici srednjih škola u veoma malom broju čitaju štampu, što se može videti iz priloženih tabela br. 20 i 21. Uticaj štampe na razvoj interesovanja za pozorište uvršten je kao predmet ovog istraživanja zbog podataka da 60% srednjoškolaca spada u grupu sa većom učestalošću čitanja dnevnih novina (29,1 % čita novine svakodnevno, a 31,0 % dva do tri puta nedeljno) (Mrđa, 2011: 113). Međutim, nakon pet godina situacija je nešto drugačija, bar što se Novog Sada tiče. Dnevne novine ne čita 57,2%, a časopise ne čita 65,8% učenika srednjih škola. Broj objava sa pozorištem kao temom u dnevnoj štampi je veći nego na televiziji i radiju zajedno, ali će i štampi takođe biti posvećeno veoma malo pažnje u ovom radu. Učenici koji su naveli da

redovno ili povremeno čitaju dnevne novine najčešće biraju sledeća izdanja: *Blic*, *Kurir*, *Alo*, *Večernje novosti*, *24 sata*, *Dnevnik* i *Informer*. U ovih sedam različitih dnevnih izdanja u navedenom periodu bilo je ukupno 139 objava, od čega skoro trećinu čini informacija o repertoaru određenih pozorišta na taj dan u tzv. „Kulturnim vodičima”, ostalo u ponekom „Kutku za kulturu” čine vesti o novom projektu, intervju sa pozorišnim autorima, informacije o nagradama i sl. U slučaju časopisa učenici su naveli da najčešće čitaju sledeće časopise: *Bravo*, *Hej*, *Story*, *Politikin zabavnik* i *OK*, ali njihov broj je izrazito nizak. U periodu od mesec dana, tačnije u okviru 4 izdanja nedeljnih časopisa, temu pozorišta imao je samo časopis *Story* koji čita svega 19 učenika. Iz svega navedenog, možemo da zaključimo da štampa ne nudi sadržaj za koji možemo reći da kvantitetom ili kvalitetom može da utiče na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

Tabela br. 20: Brojčani i procentualni prikaz ispitanika koji čitaju dnevne novine

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	99	15,3	15,4	15,4
	Ponekad	176	27,2	27,4	42,8
	Ne	368	56,8	57,2	100,0
	Total	643	99,2	100,0	
Missing	System	5	0,8		
Total		648	100,0		

Tabela br. 21: Brojčani i procentualni prikaz ispitanika koji čitaju časopise

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Da	93	14,4	14,5	14,5
	Ponekad	126	19,4	19,7	34,2
	Ne	422	65,1	65,8	100,0
	Total	641	98,9	100,0	
Missing	System	7	1,1		
Total		648	100,0		

6.2.4. Internet

Sredinom 90-ih godina XX veka sa razvojem Svetske mreže (WWW), koju u potpunosti čini njegov sadržaj i dinamika odnosa (komunikacija) tih sadržaja (Mevorah, 2015: 7), internet postaje istinski globalni fenomen. Internet redovno koriste skoro svi učenici srednje škole u Srbiji - 99,8% (Mrđa, 2011: 99), a naše istraživanje donosi podatak da 93,5% učenika u Novom Sadu ima otvorene profile na različitim društvenim mrežama i da najveći broj njih provodi više sati dnevno na internetu. U tabeli br. 22, možemo videti da 23,6% učenika provodi 3–5 sati, a čak 30,4% srednjoškolaca navodi da provodi više od pet sati dnevno na internetu.

Tabela br. 22: Prikaz vremena u toku dana koje ispitanici provode na Internetu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Manje od 1 sata	59	9,1	9,2	9,2
	1 do 3 sata	235	36,3	36,8	46,0
	3 do 5 sati	151	23,3	23,6	69,6
	Više od 5 sati	194	29,9	30,4	100,0
	Total	639	98,6	100,0	
Missing	System	9	1,4		
Total		648	100,0		

Nema dileme da toliko vreme provedeno u virtualnom svetu, sa sobom donosi razne posledice, i u svetu je sve više istraživanja kojim se želi otkriti koji i kakvi su to uticaji prisutni, na koji deo ličnosti utiču kod pojedinaca i sa kakvim posledicama. Autori i istraživači pokušavaju takođe, da utvrde uticaj internet tehnologija na različite aspekte kulture, sa informacionog, tehnološkog, društvenog, komunikacionog aspekta, kao i iz perspektive novih medija, sistema organizacije, kulturnih zajednica, obrazovanja, jezika, umetnosti, i sl. U Srbiji ova tema do sada nije obrađivana u dovoljnoj meri, pa moramo istaći da ni ovaj rad nema ambiciju da dublje ulazi u analizu uticaja interneta, jer ćemo internet posmatrati isključivo kao moćan marketinški kanal komunikacije sa mladima. Još na početku rada na ovoj disertaciji, postojala je dilema da li uopšte internet uvrstiti kao predmet istraživanja, jer se činilo nemogućim pronaći metodu i tehniku kojom bi smo dobili validne rezultate po pitanju uticaja interneta na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. Internet tehnologije podrazumevaju interakciju. Sadržaj koji nas okupira na internetu je u najvećoj meri na lični zahtev, tako da i potencijalno velika količina sadržaja o pozorištu na internetu ne znači ništa ukoliko pojedinac sam ne zahteva takav sadržaj. Drugim rečima, ukoliko srednjoškolci već nemaju razvijeno interesovanje za pozorište, sadržaj o njemu najverovatnije neće ni tražiti na internetu.

Upitnik koji su popunjavali učenici srednjih škola sadržavao je nekoliko opštih pitanja vezanih za korišćenje interneta. Pored količine vremena, interesovalo nas je da li učenici prate neke posebne blogove ili sajtove, jer sadržaji na njima direktno govore o njihovim interesovanjima. Međutim, pokazalo se da nismo dobili mnogo toga, jer samo 19,2% učenika navodi na prati pojedine blogove na internetu, a na pitanje sajtova koje prate, vrlo često su upisivali nazive pojedinih društvenih mreža. Što se tiče blogova i sajtova, dobili smo veoma malo naziva, pa smo pregledom sadržaja na njima utvrdili da su najčešće u pitanju internet stranice sa tzv. *life style* temama – moda, lepota, zdravlje, putovanja, i sl., zatim filmovi, fotografije i drugi, uglavnom, zabavni sadržaji. Svega nekoliko učenika navodi naziv bloga ili

sajta koji obrađuju teme kulture i umetnost ili nauku. Veliki broj njih naveo je da prati You Tube. Odgovori učenika na pitanje kakve sadržaje/teme najčešće pretražuju na internetu, uz već pomenuto, srednjoškolci navode da ih zanima muzika, sport, škola, ljubav, izlasci, igrice i sl. Mali broj učenika, svega njih 20 navelo je da pretražuje umetnost a 16 učenika tvrdi da pretražuje kulturu. Ni jedan/na od anketiranih učenika/ca srednje škole ne navodi konkretno pozorište kao traženi sadržaj na internetu. U slučaju društvenih mreža, kako je na početku rečeno 93,5% njih ima otvorene profile na njima i interesantno je pomenuti da 42,2% učenika ima do 500 prijatelja na jednoj ili više društvenih mreža, zatim 29,2% njih ima između 500 i 1000 i 28,6% srednjoškolaca ima preko 1000 prijatelja na popularnim društvenim mrežama. Najčešće imaju otvorene profile na Fejsbuku (Facebook) (89% učenika) i Instagram-u (56,5% učenika).

S obzirom da je polazno uporište ovog rada upravo velika nezainteresovanost mladih za pozorište, odustali smo od istraživanja da li internet utiče na razvoj interesovanja učenika za pozorište i potpuno promenili ugao iz koga posmatramo uticaj interneta. Neodustajanje od ovog medija i promena ugla posmatranja posledica je činjenice da 90,8% mladih provode više od jednog do preko pet sati dnevno na internetu kao i saznanja o njegovim nepreglednim mogućnostima za komunikaciju sa mladima, što otvara velike mogućnosti za marketinške aktivnosti. U skladu sa tim našoj ideji pogoduje i situacija u kojoj učenici srednjih škola koriste internet za širi spektar aktivnosti, među kojima su najzastupljenije zabava, druženje (društvene mreže) i informisanje ali i za komunikaciju (e-mail, skype i sl.), pa i učenje (Mrđa, 2011: 99). Internet smatramo veoma važnim agansom socijalizacije tako da podatak da skoro svi učenici srednjih škola koriste internet predstavlja ogroman marketinški potencijal za razvoj interesovanja ove ciljne grupe za pozorište. Dodatna i veoma važna povoljnost marketinga na internetu je cena, koja nije mala ali je i dalje značajno niža nego na drugim medijima, posebno na televiziji kao drugom po redu mediju koji mladi najčešće prate. Uzimajući u obzir da subvencionisanim pozorištima uvek nedostaju sredstava za troškove a samim tim i za marketinške aktivnosti a da Fejsbuk omogućava direktan marketing, odnosno neposrednu komunikaciju sa skoro svim članovima tačno definisane ciljne grupe pojedinačno, to je sa našeg stanovišta *marketinški bingo* za bilo koju ustanovu kulture, ne samo za pozorište. Taj veliki marketinški potencijal Fejsbuka leži u najbitnijim karakteristikama interneta i društvenih mreža a one su: umreženost, interakcija, trenutna povratna informacija i komunikacija, saradnja (kolaboracija), otvoreni pristup informacijama i izvorima, zajedničko učestvovanje u kreiranju i menjanju sadržaja na webu itd. (Radovanović, 2015: 36–37). Zbog

svoga navedenog smatramo da je internet sa svojim društvenim mrežama najznačajniji medij za razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište i duboko smo uvereni da dobro osmišljena internet marketinška strategija može dati odlične rezultate u razvoju pozorišne publike.

Pitanje je koliko su zaposleni u pozorištima toga svesni i koliko koriste tu mogućnost. U istraživanju, da li je i kojoj meri srpsko pozorište prisutno na ovoj društvenoj mreži, Stojaković¹⁰⁰ govori o tome da srpskog pozorišta, na žalost, gotovo da nema na Fejsbuku. On zaključuje da analiza zastupljenosti srpskog pozorišta na Fejsbuku odaje jedan letargičan utisak da niko od donosilaca odluka ili stratega, niti prati aktuelne komunikološke trendove, niti analizira zvanične statistike oficijelnih kanala modernih komunikacija (2012: 310).

Već početkom tridesetih godina XX veka psiholozi i sociolozi u Americi su, pod uticajem teorija bihejviorističke psihologije i teorije društvene kontrole u industrijskim društvima, težili da „premere” sadržaje i efekte masovnih medija (Banić-Grubišić, 2013: 138). Osnovna pretpostavka ovog istraživačkog pristupa bila je da masovni mediji imaju veliki i odlučujući uticaj na bespomoćnu publiku koja je shvatana kao jedna homogena masa pasivnih primalaca medijskih poruka (Čurčić 2004: 30–31). Frankfurtska škola zastupala je isti stav. Njeni pripadnici smatrali su da je celokupna masovna kultura ideološki obojena i nižerazrednog kvaliteta, te da ona neminovno dovodi do zaglupljivanja publike koja je shvaćena kao pasivna masa potrošača. Adorno i Horkhajmer uvode termin „kulturalna industrija” kako bi označili proces industrijalizacije u masovnoj proizvodnji kulture. Oni su ukazali na opsesivni karakter masovne kulture koji dovodi do pasivizacije, forsiranja eskapizma, a sve u cilju održanja kapitalističkog poretka (Adorno i Horkhajmer 2008, 67).

Mediji u velikoj meri utiču na to o čemu ćemo i na koji način razmišljati, koriguju naše stavove i nude različiti repertoar identifikacionih uloga, te zbog toga stručnjaci ističu kako se poslednjih decenija na lestvici determinanata koje oblikuju kulturna interesovanja mladih sve više kotiraju mediji, a pojedini čak insistiraju na presudnom uticaju medija.¹⁰¹ Nasuprot tome, sva dosadašnja istraživanja ukazuju na to da mladi nemaju razvijene kulturne potrebe i da među njima vlada izrazito retko i slabo interesovanje za kulturu i umetnost a samim tim i za pozorište. Odnos ove dve pojave – moć medija u razvoju interesovanja i

¹⁰⁰ Stojaković je analizirao sajtove i aktivnosti na Fejsbuku pet beogradskih pozorišta.

¹⁰¹ *Kultura mladih u medijskom ogledalu*, Izveštaj medijskog monitoringa 2015.

http://www.ets-becej.edu.rs/files/interest/Kultura_mladih_u_medijskom_ogledalu_ETS.pdf (pristupljeno 27. 05. 2016).

nezainteresovanost mladih za kulturu, dovodi do zaključka da se možemo samo složiti sa velikim brojem autora koji su se tokom vremena bavili fenomenom medija: mediji su jedno među osnovnim sredstvima političko-poslovne elite u cilju razvoja kapitalističkog poretka i njihova uloga je da oblikuju društveni karakter stanovništva koji je sklon pokoravanju. Sa druge strane, pored toga što kulturni sadržaji ne donose dovoljan profit, umetnost govori o nepokoravanju, pa je logično da takvog sadržaja u medijima skoro da nema, što dokazuje i ovo istraživanje. Dakle, mediji masovne komunikacije nemaju dovoljno kulturno-obrazovnih i umetničkih sadržaja kojima bi mogli uticati na formiranje i razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

6.3. SWOT analiza

U tabeli br. 23 izložena je SWOT analiza u kojoj su prikazane sve detektovane unutrašnje snage i slabosti, kao i spoljašnje mogućnosti i pretnje planskog agensa socijalizacije medija masovnih komunikacija kao potencijalnog aktera u razvoju interesovanja učenika srednje škole (USŠ) za pozorište.

Tabela br. 23: SWOT analiza medija kao potencijalnog aktera u razvoju interesovanja učenika srednje škole za pozorište

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • mediji su jedan od osnovnih činilaca interesne socijalizacije – ogroman potencijal za razvoj interesovanja • masovni mediji su posredno vezani za individuu • bogatstvo izražajnih sredstava različitih medija • izrazito značajan uticaj na život adolescenata (isticanje određenih vrednosti, znanja, oblika ponašanja, sugerisanje osobina, sposobnosti, načina života) • uticaj „socijalizatora” – potencijal zbog mogućnosti snažne identifikacije sa popularnim ličnostima • javni interes u oblasti medija • Pristupačna cena interneta 	<ul style="list-style-type: none"> • zastupanje političkog i ekonomskog interesa – mediji su jedno među osnovnim sredstvima političko-poslovne elite u cilju razvoja kapitalističkog poretka i njihova uloga je da oblikuju društveni karakter stanovništva koji je sklon pokoravanju • marginalizovan položaj kulture i umetnosti • nedovoljan broj „kulturnih redakcija” • shvatanje da je rad novinara u kulturi manje važan i bitan u odnosu na druge redakcije • nedovoljna stručnost i informisanost novinara koji prate kulturu • tabloidizacija medija

	<ul style="list-style-type: none"> • visoka cena produkcije kvalitetnog medijskog sadržaja • visoka cena plasiranja oglasa (elektronski i štampani mediji)
<p>MOGUĆNOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • medijska politika <ul style="list-style-type: none"> — prema pravnom okviru u Srbiji, jedna od osnovnih uloga medija je zadovoljavanje potreba građana za informacijama i sadržajima iz oblasti kulture i umetnosti — sufinansiranje projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja — izlazak države iz vlasništva u medijima • politički interes (obraćanje obrazovanim glasačima) • <u>ekonomski interes</u> <ul style="list-style-type: none"> — 92,5 % USŠ bi bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila temom koja ih zanima — 80,3 % USŠ bi bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila problemima mladih koji i njih muče • u periodu adolescencije mladi su izrazito podložni uticaju medija • masovni mediji su posredno vezani za individuu (potencijal 	<p>PRETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • uticaj političkog i ekonomskog interesa (globalnog, nacionalnog i lokalnog) • medijska politika <ul style="list-style-type: none"> — izlazak države iz vlasništva u medijima — nakon 5 godina novom vlasniku elektronskog medija ističe obaveza prikazivanja programskog sadržaja od javnog interesa — REM ne ispunjava svoju funkciju — odsustvo evaluacije (postignuti rezultati u odnosu na ciljeve strategije) • marginalizovan položaj kulture i umetnosti u društvu • uticaj „socijalizatora” – mogućnost snažne identifikacije sa popularnim ličnostima (slučaj Kristijana Golubovića) • selektivno praćenje medija <ul style="list-style-type: none"> — 57,2% USŠ ne čita dnevne novine — 65,8% USŠ ne čita časopise — 19,2% USŠ prati pojedine blogove i sajtove i to pretežno zabavnog karaktera • nerazvijena komunikacija pozorišta i medija • „neartikulirano” pretraživanje interneta¹⁰²

¹⁰² Na pitanja koje teme, sajtove, mreže i dr. pretražuju na internetu, uočava se neko nasumično ili stihijsko ponašanje, nazovimo ga „neartikulirano“ pretraživanje interneta. U njihovim odgovorima nema izraženih

<p>„simboličkog modelovanja”)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 94,2% USŠ redovno ili povremeno gleda televiziju • 68,5% USŠ redovno ili povremeno sluša radio • Izražen potencijal Interneta <ul style="list-style-type: none"> — 99,8% USŠ koristi Internet — 90,8% USŠ provode više od jednog do preko pet sati dnevno na Internetu — 93,5% USŠ ima otvorene profile na različitim društvenim mrežama — 89% USŠ ima otvoren profil na Fejsbuku (57,8% USŠ ima preko 500 prijatelja) — 56,5% USŠ ima otvoren profil na Instagramu — USŠ koriste Internet za širok spektar aktivnosti (zabava, druženje, informisanje, komunikacija, učenje) 	
--	--

Na osnovu izloženih teorijskih i empirijskih saznanja možemo zaključiti da su mediji (televizija, radio, štampa) agens socijalizacije koji imaju snažne i neiscrpne resurse za razvoj interesovanja ali mediji zbog jakog političko-ekonomskog uticaja, u najvećoj mogućoj meri ne razvijaju kulturno-umetnička interesovanja, samim tim to je slučaj i sa interesovanjem za pozorište. U tom smislu, možemo zaključiti, kao što smo to činili i sa prethodnim agensima socijalizacije, da, imajući u vidu praksu nije realno očekivati da će mediji svoje delovanje bazirati na javnom interesu i potrebi građana, što u praktičnom smislu znači da verovatno neće i dalje producirati i emitovati sadržaj koji će imati za cilj da razvije interesovanje mladih za pozorište. Mediji mogu biti značajan akter, ali razvoj pozorišne publike, bilo sa aspekta menadžmenta ili humanizma, verovatno neće biti dovoljan motiv vlasnicima ili glavnim i odgovornim urednicima, kao što je to već dugo slučaj. Njihovi motivi najčešće su političke i ekonomske prirode, tako da se televizija, radio i štampa ne smatraju značajnim akterom, ali sa druge strane, medij kao što je internet ima izrazito snažan potencijal i pristupačnu cenu.

interesovanja, kojima se rukovode u pretraživanju interneta, te pretpostavljamo da prvo posećuju društvene mreže a one ih odatle nekud „odvedu“.

Stoga, možemo ga smatrati najznačajnijim akterom u pokušajima razvoja mlade pozorišne publike.

7. DELOTVORNE PREPORUKE ZA POVEĆANJE KULTURNIH I OBRAZOVNIH FUNKCIJA PLANSKIH AGENSA SOCIJALIZACIJE

U ovom poglavlju sažeto izlažemo polaznu teorijsku osnovu u kontekstu predmeta istraživanja – uticaj socijalizacije na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište i govorimo o utvrđenom adekvatnom teorijskom okviru i zaključcima na osnovu empirijskog istraživanja u kontekstu mogućnosti za razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište u datim okolnostima u Srbiji. Putem ovih saznanja, pokušaćemo da odgovorimo na osnovno istraživačko pitanje ovog rada koje glasi: na koji način menadžment u kulturi i umetnosti i kulturna politika mogu uticati na povećanje kulturnih i obrazovnih funkcija planskih agensa socijalizacije: škole, pozorišta i medija, i time povećati zainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišno stvaralaštvo?

Istražujemo društvenu pojavu u kojoj velika većina učenika srednjih škola veoma retko ili nikada ne posećuje pozorište, a razlog tome, u najvećem meri, je nezainteresovanost ove populacije za pozorište, što samo kontatuje dublji problem koji smo iskazali pitanjem: zašto učenici srednje škole nisu zainteresovani za pozorište? Posmatrajući ovu društvenu pojavu, iz ugla menadžmenta u kulturi, čiji je osnovni cilj pronalaženje odgovarajućih organizacionih rešenja (modela), koji u najvećoj meri doprinose razvoju, društvenoj i tržišnoj efikasnosti kulturnih delatnosti (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 11), zaključujemo da je društvena i tržišna efikasnost pozorišne delatnosti u odnosu na srednjoškolsku populaciju svedena na minimum. Rešenje ovog problema podrazumeva pronalaženje odgovarajućih organizacionih rešenja koja bi pozorištu omogućila konstantne i učestale posete učenika srednjih škola, što u biti predstavlja razvoj srednjoškolske pozorišne publike. Kako interesovanja imaju suštinsku ulogu u kreativnom ponašanju pojedinaca, teorija o prirodi interesovanja uputila nas je na činjenice da su ona rezultat interakcije između pojedinca i određenog sadržaja, odnosno objekta interesovanja, pa je postojanje tog određenog objekta interesovanja prvi uslov za nastanak interesovanja. Drugo, da najveći uticaj na razvoj (umetničkih) interesovanja (sa aspekta mogućnosti ostvarenja (Balažević, 2011: 78–91) imaju mnogobrojni i različiti činioci socijalne sredine. Razmatranje društvenih uslova, odnosno socijalne sredine u kojima srednjoškolska populacija živi i specifičnosti njihovih odnosa sa sredinom, neophodni su za razumevanje procesa koji omogućuju razvoj interesovanja za pozorište ili pak odsustvo takvog interesovanja. To je oblast socijalne psihologije, samostalne empirijske naučne discipline čiji je predmet izučavanja, najopštije rečeno, društveno

ponašanje, čemu pripada i kreativno ponašanje ili odsustvo istog. Ova naučna disciplina interesuje se za veliki broj različitih grupa problema a u fokusu našeg istraživanja je njeno proučavanje delovanja različitih socijalnih faktora na celokupnu ličnost pojedinaca, a interesovanja su integralni deo ličnosti. „Takvi socijalni faktori koji utiču na psihičke funkcije i ponašanje pojedinca mogu biti različiti. O njima govorimo kao o agensima i izvorima socijalizacije. Njihovim delovanjem na pojedinca nastaju određene promene u ponašanju i osobinama pojedinca o kojim promenama govorimo kao o efektima socijalizacije” (Rot, 2010b: 12). Socijalizacija, u najopštijem smislu, predstavlja usvajanje oblika društvenog života. To je proces učenja kulture društva u kome živimo (Haralambos i Holborn, 2002: 4), proces tokom kojega dete postaje svesno sebe, stiče znanja, ovladava veštinama potrebnim u kulturi u kojoj raste i „najznačajniji kanal za prenošenje kulture kroz vreme i generacije” (Gidens, 2003: 30).

U slučaju naše ciljne grupe, jedna od veoma bitnih karakteristika adolescencije je intenzivan razvoj socijalnog ponašanja. U tom periodu među značajnijim zadacima je postizanje zadovoljavajućeg nivoa socijalizacije. Bečelić kaže da je pokretač procesa socijalizacije potreba adolescenta za aktivnim uključivanjem u svoje društveno okruženje, želja za pripadanjem i prihvatanjem, ali da su u tom procesu adolescenti izloženi pritiscima unutrašnje realnosti (psihološke) i pritiscima vremena u kom žive odnosno spoljašnje (socijalne) realnosti (Bečelić, 2015: 20). Pod ovim uticajima dete se u periodu adolescencije transformiše u samostalnu odraslu osobu.

Pomoću ove teorijske osnove definisan je predmet našeg istraživanja a to je uticaj socijalizacije na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište. U tom smislu posmatrali smo tri zasebna fenomena, tačnije korelaciju tri fenomena:

- 1) kulture i društva kao izvora socijalizacije;
- 2) agenasa socijalizacije koje čine: škola, pozorište kao društvena organizacija i sredstva masovne komunikacije (televizija, štampa, radio i internet) i
- 3) interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

Posmatranje kulture i društva kao izvora socijalizacije bio je prvi zadatak ovog istraživanja. Trebalo je razumeti tu sveukupnost pojava koje nazivamo kultura i društvo, pa ih onda dovesti ih u vezu sa predmetom proučavanja. U praktičnom smislu, to je podrazumevalo sticanje uvida u opšte kulturne i društvene prilike u Srbiji i poziciju i ulogu pozorišta u svemu

tome. Te prilike u manjoj ili većoj meri, na ovaj ili onaj način, utiču na svakog pojedinca naše ciljne grupe. Uvid u opšte stanje u kome se nalazi naše društvo i kultura, bilo je potrebno da bi smo došli do saznanja da li su, i u kojoj meri, takve prilike podsticajne za razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište i da li sredina obezbeđuje uslove za razvoj takvog interesovanja. Posmatranje ovog fenomena omogućilo je da se stekne uvid u značaj koji pozorište ima u današnjem društvu u Srbiji. U zavisnosti od tog značaja, pozorište će biti određeno kao sadržaj, cilj ili sredstvo socijalizacije radi formiranja poželjnog obrasca ponašanja, ili poželjnog društvenog karaktera. Operacionalizacija ovog zadatka podrazumevala je utvrđivanje stepena zastupljenosti pozorišta u sadržaju socijalizacije, koji propisuju izvori socijalizacije: kultura i društvo.

Značaj koji pozorište ima za izvore socijalizacije u jednom društvu se dalje preslikava i na drugi fenomen, odnosno na agense ili prenosiocce socijalizacije. To znači da, ukoliko je pozorište određeno kao poželjan sadržaj socijalizacije, agensi će u toj meri i prenositi taj sadržaj, odnosno, dovodiće u interakciju pozorište i učenike srednje škole. Posmatranje ovog fenomena, imalo je za cilj da otkrije dinamiku interakcije ciljne grupe i objekta interesovanja odnosno učenika srednje škole i pozorišta što takođe predstavlja uslov za nastanak i formiranje interesovanja. Ta potencijalna interakcija može se odvijati isključivo u procesu socijalizacije tokom koje pojedinac dolazi u kontakt sa drugim pojedincima, odnosno generalno sa društvom i njegovim „jedinicama (pojedinci, grupe, institucije)“ (Flere, 1976: 14). Socijalna sredina i njeni akteri su prenosioci socijalizacije, oni nas uče svemu, od njih dobijamo sva znanja i veštine kojima postajemo socijalizovano ljudsko biće današnjeg modernog doba. Dakle, ukoliko pozorište kao potencijalni objekat interesovanja postoji, samo preko agenasa socijalizacije, moguće je otkriti njegovo postojanje i doći u interakciju sa njim. U tom kontekstu bilo je potrebno proučiti populaciju adolescenata i saznati ko su najuticajni agensi socijalizacije u periodu srednje adolescencije. Na prvom mestu je škola zbog toga što adolescenti borave u školi svakodnevno i višesatno i zato što je ona masovni institucijalni nosilac sekundarne socijalizacije mladih (Milić, 2001: 254). Drugi agens socijalizacije koji po teoriji mnogih autora ima izrazito veliki uticaj na ovu ciljnu grupu su mediji, koji su takođe svakodnevno i višesatno prisutni u životu srednjoškolaca. Na trećem mestu odlučili smo se za pozorište jer, iako je retko ili nikada prisutno u životima učenika srednjih škola, ono mora biti u fokusu istraživanja jer pozorište predstavlja objekat interesovanja. Pozorište jeste mogući objekat interesovanja, ali to je psihološki aspekt. Sa aspekta menadžmenta u kulturi interesovanja su zadatak. Stoga je bilo veoma važno saznati da li i u kojoj meri menadžment

pozorišta izvršava taj zadatak i konačno da li utiče na razvoj interesovanja mladih za sopstvene programe. Vršnjačka grupa, takođe, ima izrazito veliki uticaj na adolescente i ona je, takođe donekle obuhvaćena ovim istraživanjem.

Posmatranje trećeg fenomena, odnosno interesovanja učenika srednjih škola za pozorište predstavljalo je izučavanje prirode interesovanja. Imajući u vidu krajnji cilj ovog rada, a to su preporuke za strateški razvoj mlade pozorišne publike, razumeli smo da je kulturna participacija uslovljena kulturnom potrebom, koja se formira tek na osnovu razvijenog interesovanja. Da bi se uopšte moglo promišljati o razvoju publike bilo je najpre potrebno dobro razumeti prirodu nastanka i razvoja interesovanja.

7.1. Izvori i agensi socijalizacije vs pozorište

Teorija socijalizacije determiniše kulturu i društvo kao izvore socijalizacije i oni određuju ciljeve, sadržaj i sredstva socijalizacije, odnosno ono „što se uči“. Za potrebe ovog rada, trebalo je odmah na početku u okviru širih društveno-istorijskih perioda kontekstualizovati i razumeti kulturu i društvo kao moćne izvore socijalizacije današnjeg srpskog društva kroz izrazito široko određenje ovih pojmova, i dovesti ih u vezu sa predmetom proučavanja. Uvidom u mišljenja i stavove mnogih autora, uzimajući u obzir predmet i ciljeve ovog istraživanja, dolazimo do sledećeg zaključka: kulturu kao izvor socijalizacije treba posmatrati kao pojavu sa ogromnim brojem polja delovanja različitih fenomena (samo neki od njih su na primer: jezik, znanja, umetnost, igre, običaji, vera, verovanja, vrednosti, moral, ideologija, zakoni, institucije, navike, naučena ponašanja, način života, alati, oruđa, tehnologija (način rada) i mnogi drugi – a svi ovi međusobno povezani fenomeni, vrše određeni uticaj na pojedince koji čine društvo), koja svojim sadržajem uči poželjnom obrascu ponašanja pojedince u društvu, tačnije socijalizuje ih preko agenasa socijalizacije. Đurić Bosnić (2015) ukazuje da je kulturu moguće sagledati kao zajedničko programiranje uma koje je veoma snažno i, u ovom ili onom smislu, neizbežno, budući da je kultura kao organizovan sistem vrednosti, stavova, uverenja i značenja, imanentno sistematična. Društvo se u najopštijem smislu određuje kao totalitet društvenih pojava, procesa i odnosa. Definirati društvo kao izvor socijalizacije, uostalom kao i kulturu, teško je, jer treba objasniti kompleksan, višedimenzionalan pojam koji se pokušava razumeti kao: totalitet (Filipović), sistem (Dirkem, Parsons, Bovan), celina (Filipović), agregat (Tenis) ili zajednica (Popović) sa „sopstvenim karakteristikama“ (Dirkem, 1963) i karakteristikama pojedinaca koji čine tu masu, „čije se volje i sfere nalaze u brojnim odnosima jedne prema

drugima i jedne sa drugima” (Tenis u Parsons, Šils, Negel i Pits, 1969) u „velikom broju raznih socijalnih situacija” (Rot, 2010b). Do određenja pojma društva ne može se doći nezavisno od ljudskih međusobno povezanih delatnosti: materijalno-proizvodne delatnosti, duhovno-proizvodne (stvaralačke) delatnosti, organizacione delatnosti i dr. Različita delanja ljudi su, u stvari, različita ponašanja u različitim socijalnim situacijama. Ova međusobno povezana ponašanja čine različite društvene pojave (društveni procesi, društveni odnosi, društvene grupe i društvene tvorevine) koje, kao celina, tvore društvo. Veoma je važno pomenuti Rotovo stanovište da društvena struktura takođe značajno deluje na razvitak ličnosti i na ponašanje (2010b: 196), pa specifičnosti strukture jednog društva – političke, ekonomske i kulturne – utiču i na celokupan karakter datog društva. Osnovne elemente društvene strukture predstavljaju ljudi (sa svojim povezanim ponašanjima), razne društvene tvorevine i institucije i pojedine parcijalne sredine u okviru šireg društvenog totaliteta.

Govoreći o izvorima socijalizacije dolazimo do pretpostavke, ili je možda bolje reći, do stanovišta, da država igra jednu od, ako ne i najznačajniju ulogu u procesu oblikovanja poželjnog obrazca ponašanja, odnosno, oblikovanja društvenog (socijalnog) karaktera. Teorija socijalizacije ne podrazumeva državu već društvo kao jedan od glavnih izvora socijalizacije, međutim mnogi autori na ovaj ili onaj način, premda ne eksplicitno, govore o ulozi države u tom procesu. Rot tvrdi da su „društveni sistem sa svojom *ideologijom* i kultura sa svojim *standardima* i *normama* osnovni faktori koji određuju sadržaj socijalizacije; glavni su izvori socijalizacije (2010b: 162). Milić kaže da je „socijalizacija proces kojim se tek rođena biološka jedinka sa ljudskim potencijama pretvara u odraslu, autonomnu socio-kulturnu ličnost, usmeren ka društvenim ciljevima, za šta društvo angažuje splet intitucionalnih nosilaca tog procesa, sa kojima stvara uslove i sredstva za ostvarenje tih ciljeva” (Milić, 2001: 233). Za Mulkeja je socijalizacija „zakonit proces nastajanja društvenog bića” (Mulkey, 1993: 88). Sekundarna socijalizacija je „veštački” oblik uklapanja individue u sredinu putem institucija (Berger i Luckmann, 1966: 149-166). Autori se u načelu slažu da društvo u skladu sa svojom strukturom i ideologijom u toku socijalizacije kroz vaspitne institucije, nagrađivanjem i kažnjavanjem, kao i nametanjem uzora, ideala i društvenih uloga, obrazuje poželjni društveni (socijalni) karakter. Društveni karakter, smatra From, nastaje unošenjem spoljašnjih zahtjeva društva i pretvaranjem u unutrašnje potrebe i osobine. Zahvaljujući ovom karakteru, pripadnici nekog društva žele da čine upravo ono što društvo od njih zahteva da čine (Fromm, 1984: 197). U tom smislu nameće se logično pitanje: koje su te institucije i ko su njeni zastupnici u jednom društvu? Po Pavloviću, najvažniji most koji povezuje državu i

društvo su političke institucije koje formiraju najveći deo političkog aranžmana unutar svakog političkog poretka (2011: 251). Dakle, ne može se osporiti da su najmoćnije i najuticajnije institucije u jednom društvu politične institucije – one proizvode norme i pravila i utvrđuju procedure političkog ponašanja; one u najvećoj meri određuju ciljeve, sadržaj i sredstva socijalizacije, propisuju zakone i pravila ponašanja u svim segmentima društva. Vinsent tvrdi da odgovor na pitanje “šta je država?” leži u teorijama političke vlasti. Polazeći od apsolutističke, preko konstitucionalne, etičke, klasne do pluralističke, ove teorije ukazuju da je država u suštini politička vlast i u tom smislu naša pažnja je usmerena na nosioce vlasti i njihove odnose. On naglašava da je država više nego išta drugo konstitutivna za političku realnost. Ona oličava osećaj za društveni poredak u kojem su integrisani građani, koji se ne mogu integrisati naprosto silom, nego uspostavljanje jedinstvenog racionalnog karaktera političke vlasti u glavama pojedinaca. Mi smo, pored svega, državna stvorenja čiji razvitak, blagostanje i budućnost ne mogu biti razdvojeni od države. Država je danas najvažniji uslov civilizovanosti i većina vrednosti i praksi se vezuje za nju (2009: 249–257). Smatramo državu najuticajnijim izvorom socijalizacije i njena uloga u procesu socijalizacije je ključna jer država podrazumeva postojanje aparata kojim upravlja na određenoj teritoriji, i čija vlast počiva na pravnom sistemu i pravu upotrebe čak i fizičkog nasilja u cilju sprovođenja svoje vlasti. Sprovođenje vlasti odvija se preko ustava, zakona i sudova, putem kojih se društvu određuju pravila, norme i standardi, koje pojedinac uči u procesu socijalizacije. Ukoliko je, dakle, država najvažnija politička institucija u ljudskoj istoriji, jasna je i njena uloga u procesu oblikovanja društva ili, kako to From kaže, oblikovanja društvenog karaktera. Može li se u tom slučaju osporiti uticaj države i njenih javnih praktičnih politika na proces socijalizacije? Vrlo je verovatno da ovo stanovište izazove porugu u naučnim krugovima, ali *de facto* na oblike ponašanja pojedinaca najznačajniji uticaj ima mala društvena grupa koja obavlja državne poslove, odnosno predstavnici političke vlasti na koje takođe utiču razni činioци. Dakle, proces socijalizacije odvija se i na nivou država koje vode kulturne i obrazovne politike kao javne praktične politike. Iz tog razloga smo proces socijalizacije (prenošenje sadržaja socijalizacije) učenika srednjih škola, posmatrali kroz aktivnost državnih organa ili paradržavnih tela u resornim oblastima obrazovanja, kulture i medija, koja su ključna za ovo istraživanje. Govoreći o kulturnoj politici, a što važi i za sve ostale oblasti koje država uređuje, Đukić definiše javne praktične politike u oblasti kulture kao „čitav niz osmišljenih i povezanih mera i aktivnosti državnih i paradržavnih organa koji imaju politički, pravni i finansijski autoritet da donose legitimne odluke čija je svrha da odgovore na stvarne potrebe i probleme i koje vode ka ostvarenju jasno definisanog cilja u oblasti kulture i umetnosti”

(2010a: 24–25). U Srbiji to, na žalost, nije tako jer, Država svoj autoritet ne koristi da kontroliše uticaj planskih agensa socijalizacije na razvoj interesovanja za pozorište kod srednjoškolske populacije.

Agensi socijalizacije jesu društveni činioци koji predstavljaju zastupnike društva i kulture, koji neposredno utiču na proces socijalizacije. Sociologija kaže da su oni oruđa društva, a zapravo su oruđa države. Državno uređenje direktno i neposredno utiče na sve aspekte života pojedinaca a tako i celokupnog društva. Predstavnici političke vlasti koji obavljaju vodeće državne poslove jesu deo društva kao i oni koji to nisu, ali to su, u sociološkom i kulturološkom smislu, dve dijametralno različite društvene grupe. U školi nas uče ono što država odredi kao obrazovni sadržaj socijalizacije, putem medija nameću uzori se koji oslikavaju kulturni model kome pripadaju političke i poslovne elite. U odnosu na državno uređenje umetnost može biti slobodna sa obezbeđenim uslovima pa socijalizuje veći broj pojedinaca svojom estetikom i porukama, ali umetnost može biti i cenzurisana, proganjana, zatrta ili, kako se pokazalo najmundrije, ignorisana i izgurana pod navalom masovne kulture što je slučaj u današnjoj Srbiji.

Agensi socijalizacije su samo prenosioci socijalizacije, oni su i sami određeni i kontrolisani od strane izvora socijalizacije (Trebješanin i Lalović, 2011: 29). Oni vrše prenos kulturnih normi i obrazaca ponašanja na dete i zato se zovu vršioci, prenosnici ili posrednici socijalizacije. Mnogi autori kao najvažnijim agensima socijalizacije smatraju: porodicu, školu, vršnjačku grupu, društvene organizacije i sredstva masovne komunikacije (Erikson, 1976; Pantić, 1980; Golubović 1981; Smiljanić-Čolanović i Toličić, 1973; Havelka 1995; Kuburić, 1996; Milić, 2001; Ivković 2003; Rot, 2010b; Trebješanin i Lalović, 2011). U fokusu ovog istraživanja bili su sledeći agensi socijalizacije: škola, pozorište i mediji u kontekstu razvoja interesovanja učenika srednjih škola za pozorišnom umetnošću. Škola je faktor socijalizacije čiji je uticaj često istican u literaturi. Društvo, preko škole kod dece nastoji da razvije određene osobine koje se smatraju u društvu poželjnim i da spreči razvijanje onih koje se smatraju društveno negativnim. Ona je kontrolisani agens socijalizacije koji planski deluje u pravcu u kom to žele vladajuće snage u društvu (Rot, 2010b: 149) i u njoj se odvija tzv. sekundarna socijalizacija. Socijalizacija u školama se odvija putem vaspitanja i obrazovanja. Rot kaže, da škola nastoji da utiče na formiranje ličnosti deteta organizovano i veoma sistematski te da je delovanje škole na dete u toku mnogo i dugo vremena (2010b: 148). Ona to čini preko sadržaja nastavnog programa, i na taj način deluje na formiranje ličnosti učenika angažujući se svesno i direktno na procesu vaspitavanja ličnosti. Danas sve

češće možemo čuti da je škola izgubila uticaj. Da nema više onaj dominantni značaj za socijalizaciju, koji joj je nekada pridavan i kako kaže Rot, koji joj se i danas ponekad pripisuje, što je rezultat opštih društvenih promena zbog kojih skoro svi tradicionalni autoriteti danas imaju manji značaj. I pored toga škola ima izrazito velik potencijal za razvoj interesovanja, najviše zbog toga što je škola prisutna u životu pojedinca svakog dana, dugi niz godina. Pozorište kao planski agens socijalizacije u ovom radu takođe je u fokusu istraživanja jer ono stvara ili govoreći tržišnim jezikom „proizvodi” objekat interesovanja za koji nastojimo da razvijemo interesovanje naše ciljne grupe. Pozorištu je, najpre, u skladu sa svojim osnovnim ciljem funkcionisanja, da izvrši određeni kulturni uticaj na stanovništvo i da taj uticaj povećava (Ikonomova, 1973: 4), a zatim i zbog pitanja samog opstanka, u najvećem mogućem interesu da menadžment pozorišta permanentno radi na razvoju interesovanja za pozorišnom umetnošću. Mediji masovne komunikacije postali su jedan od osnovnih činilaca interesne socijalizacije u novije vreme. Period adolescencije je doba kada mladi ljudi grade svoj identitet i usvajaju obrasce ponašanja, u ovom uzrastu oni su podložni uticaju medija kao entiteta koji je među najzastupljenijim u njihovom životu. Modeli ponašanja prikazani u medijima, imaju veliku ulogu u formiranju ponašanja, interesovanja ili potreba ali i modifikovanja socijalnih normi. Masovni mediji sve više učestvuju u obrazovanju i vaspitanju, odnosno u procesu socijalizacije, zauzimajući veoma važnu društvenu ulogu: ulogu neformalnih obrazovno-vaspitnih institucija. Proces socijalizacije odvija se prihvatanjem ili odbacivanjem medijskog sadržaja pri čemu se ne radi samo o principima ubeđivanja, već o kompleksnim reakcijama čoveka na ono što mu se nudi kao sadržaj. Period adolescencije je doba kada mladi ljudi grade svoj identitet i usvajaju obrasce ponašanja, u ovom uzrastu oni su podložni uticaju medija kao entiteta koji je među najzastupljenijim u njihovom životu.

Zakonski okvir, kao i planovi i programi u resoru obrazovanja, u našem slučaju su deo sadržaja socijalizacije i nazivamo ga *obrazovni sadržaj socijalizacije*. Taj sadržaj propisuje Država kao legitimno izabran predstavnik društva sa pravom i obavezom uređivanja sistema u društvu, u ovom slučaju obrazovnog sistema, a ne društvo sagledano u celini. Stepen zastupljenosti pozorišnog stvaralaštva u obrazovnom sadržaju socijalizacije utvrđen je analizom pravilnika o nastavnim planovima i programima za opšteobrazovne predmete za gimnaziju, umetničke i stručne obrazovne profile. Kao što je poznato, pozorišna umetnost nije deo obaveznih ili izbornih predmeta i važno je istaći da, čak i kada bi to bio slučaj, ne bi se moglo sa sigurnošću tvrditi da bi tada učenici srednjih škola u značajnijoj meri bili

zainteresovani za pozorište, budući da je poznato da srednjoškolci pokazuju i izrazitu nezainteresovanost za književnost, likovnu ili muzičku umetnost (Mrđa, 2011), mada su to obavezni predmeti. To znači da dublje razloge za nezainteresovanost učenika srednje škole za pozorište ipak treba potražiti i na drugim mestima. Pozorište je u obrazovnom sadržaju socijalizacije samo preporučen ili jedan od predloženih vannastavnih oblika u okviru fakultativnih oblika obrazovno-vaspitnog rada. Škola je, po zakonu u obavezi da pedagoški osmišljenim radom sekcija i interesnih grupa, kroz izbor sadržaja, metoda i postupaka rada i aktivno učešće učenika na principima dobrovoljnosti i slobode izbora, pruži mogućnost svim učenicima, bez obzira na uspeh, bavljenje omiljenim aktivnostima. Međutim, u zakonima i podzakonskim aktima ne nalazimo na jasna pravila i uputstva vezana za slobodne aktivnosti u kontekstu toga na koji način škola odlučuje o tome kakve će slobodne aktivnosti biti ponuđene učenicima ili koje će sekcije da organizuje – te odluke su potpuno ostavljene školama da samostalno odlučuju.

Država, dakle, ističe značaj pozorišta kao posebne umetničke forme i značaj pozorišta za obrazovanje. Ona to izrazito deklarativno naglašava i preporučuje, ali ni na koji način ne obavezuje školu da uvrsti pozorište u godišnji plan rada kao organizovanu vannastavnu aktivnost, u čemu škole imaju potpunu autonomiju. Na osnovu ovoga zaključujemo da pozorište nije u dovoljnom stepenu zastupljeno u obrazovnom sadržaju socijalizacije, ne samo u datim okolnostima, već je to slučaj veoma dugi niz godina, što ukazuje da pozorište nema velikog značaja za Državu. Važno je pomenuti još jedno zapažanje koje smatramo interesantnim a to je da Država „podrazumeva” da učenici redovno posećuju pozorište, što zaključujemo na osnovu konteksta u koji je stavljeno pozorište u svim pomenutim pravilnicima na ovaj ili onaj način. Samo jedan od primera je „Pravilnik o nastavnom planu i programu za gimnaziju”, u kome stoji da učenici mlađih razreda gimnazije *umeju da daju kraći prikaz samostalno pogledane pozorišne predstave*”. Ovakvi zahtevi i „podrazumevanje” da učenici samostalno posećuju pozorište, ukazuje da Država, ne uzima u obzir objektivno stanje o dugogodišnjoj izrazito slaboj participaciji ove populacije u pozorišnom životu o čemu govore brojna dostupna naučna i empirijska saznanja.

Shodno tome da škola nije u obavezi da organizuje konkretno dramsku sekciju ili odlazak u pozorište, pozorište je skoro pa potpuno odsutno u srednjim školama. U slučaju Novog Sada odgovori anketiranih srednjoškolaca ukazuju da većina njih nikada nije išla u pozorište u organizaciji srednje škole koju pohađaju, tačnije njih 62,1%, dok, među onima koji to jesu (37,9%) najveći broj njih navodi da su to činili svega 1–3 puta. Interesantan i

veoma značajan rezultat donose odgovori na pitanje da li bi želeli češće da idu u pozorište u organizaciji svoje škole. Na ovo pitanje skoro polovina učenika, tačnije 44,4% njih se izjašnjava da bi želeli da idu češće u pozorište u organizaciji srednje škole, što znači da se među njima nalaze i oni učenici koji nikada nisu išli u pozorište u organizaciji srednje škole. Ovakvi podaci ukazuju na to da među učenicima vlada veće interesovanje za pozorište u odnosu na količinu aktivnosti koje škola organizuje u oblasti pozorišta, što dovodi do zaključka da škola ne zadovoljava ni postojeća interesovanja učenika za pozorište. Pored poseta pozorištu, važno je govoriti i o dramskoj sekciji, i u tom kontekstu ovo istraživanje donosi rezultate da najveći broj novosadskih srednjih škola nema dramske sekcije koje se realizuju na nedeljnom nivou u okviru fakultativne nastavne slobodne aktivnosti. Jedino gimnazija „Jovan Jovanović Zmaj” ima tri dramske sekcije. Međutim, važno je napomenuti da su dve od njih, pre svega, u službi postizanja nekih drugih kompetencija, kao što su, na primer, učenje stranog jezika, pa iako one doprinose razvoju interesovanja za pozorište, to ipak pripada sektoru drame u obrazovanju. Smatramo da dramska sekcija generalno nema kapacitet za masovni razvoj mlade pozorišne publike, jer u njoj učestvuje statistički zanemarljiv broj učenika.

Gledano u celini, najveći broj novosadskih srednjih škola u velikoj meri zanemaruje svoju kulturnu funkciju što se ogleda u sledećem: srednje škole koje su obuhvaćene ovim istraživanjem veoma retko iniciraju i organizuju posete pozorištu, u većini ovih srednjih škola nema dramskih sekcija i o pozorištu se govori najčešće samo na časovima srpskog jezika i književnosti. Rezultati ovog istraživanja dokazuju da je stepen zastupljenosti pozorišta kako u obrazovnom sadržaju socijalizacije a tako i u praksi, odnosno u školi izuzetno nizak, što upućuje na zaključak da je škola izgubila kulturnu funkciju te ne utiče značajno na formiranje i razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište.

Kao najznačajnije činjenice koje oslikavaju kulturnu politiku u oblasti pozorišne delatnosti izdvajamo nejasnu i nepreciznu državnu kulturnu politiku, veliku neusklađenost zakonskih, podzakonskih akata i uredbi, neadekvatan Zakon o kulturi, koji ne prepoznaje specifičnosti bića teatra i pozorišnog sistema, nepostojanje Zakona o pozorištu i sve manje i neredovne uplate planiranih i odobrenih finansijskih sredstava, kao i sve manje sredstva za sufinansiranje godišnjih projekata u oblasti pozorišta. U zakonima nema ni posebne regulative o pozorištu koja bi definisala šta su stručni, a šta umetnički poslovi, što je neophodno da bi se napravila sistematizacija radnih mesta. Analiza javne praktične politike u oblasti pozorišta upućuje na zaključak da Država marginalizuje pozorište, pa samim tim ono nema velikog

značaja za društvo u današnjoj Srbiji. Sve navedeno nije novina i o stanju kulture u Srbiji u kojem se ogleda kultura politika, govore mnogi kulturolozi, sociolozi i drugi autori koji istražuju ovu oblast. U njihovim radovima nalaze se odlične preporuke za unapređenje javne praktične politike u oblasti kulture, pa i u oblasti pozorišta. Ovo istraživanje donelo je uvid u dva propusta kulturne politike, koja su se pokazala veoma značajnim u kontekstu našeg predmeta istraživanja i o kojima u dostupnoj literaturi nije bilo reči.

Kao prvo, zakonski okvir u kulturi ni na jednom mestu ne objašnjava, šta se pod pojmom „potreba u oblasti kulture” podrazumeva, ne ističe kompleksnost prirode i značaj razvoja kulturnih potreba, niti obavezuje ustanove kulture da uzmu učešće u razvoju kulturnih potreba građana. Kulturna potreba podrazumeva duboko interesovanje za određeni vid umetnosti i njeno zadovoljenje ostvaruje se putem recepcije i komunikacije sa umetničkim delom, pri čemu se odvijaju i mnogi drugi psihološki procesi unutar ličnosti (estetički doživljaj, emotivni doživljaj, prijem i dekodiranje poruka, kontekstualizovanje u odnosu spoljašnji i unutrašnji svet i dr.). Država „uzima zdravo za gotovo” postojanje ove kompleksne i složene potrebe, kulturna politika jednostavno „podrazumeva” kulturne potrebe kao nešto „empirijski dato”. Međutim, to nije tako i to je odavno poznato stručnoj javnosti. Ovaj propust mogao bi se tumačiti na sledeći način. Država priznaje kulturu, a samim tim i umetnost kao sastavni deo kulture, za značajnu i poželjnu vrednost i ustavom garantuje građanima pravo na kulturu. Ona preuzima na sebe obavezu razvijanja i uređivanja kulturnog sistema kojim će zadovoljiti kulturne potrebe građana i „gradi” ustanove koje proizvode kulturu. Međutim, usled (odavno) utvrđene naučne činjenice da su kulturne potrebe nešto što nije empirijski dato, da „postojanje” kulture nije dovoljno, već je to veoma složena pojava koja će se ispoljiti tek pod određenim uslovima – ukazuje da država, zapravo uskraćuje građanima pravo na kulturu ukoliko im ne obezbedi te uslove. Ova svojevrsna (svesna ili nesvesna) „rupa u zakonu” ili površnost zakonskog okvira dovodi do toga da i pozorišta podrazumevaju „potrebe u oblasti kulture” i deluju u skladu sa zakonom *obavljajući poslove kojima se obezbeđuje ostvarivanje prava građana u kulturi, odnosno zadovoljavanje potreba građana iz oblasti pozorišne umetnosti*. U praktičnom smislu to znači da pozorišta stvaraju pozorišne predstave koje su namenjene onom delu populacije koje već ima razvijene kulturne potrebe i ne uzimaju u obzir drugi deo populacije, tačnije nepubliku, jer je „pozorište kao umetnost, nešto što od publike zahteva znanje i širinu”.¹⁰³ Zaposleni u pozorištima generalno

¹⁰³ Ljubinka Gvozdenović, SNP.

smatraju da te vrste aktivnosti prevazilaze okvire delovanja ustanove kulture, te da je to zadatak drugih ustanova ili Države, i sudeći po kulturnoj politici moramo reći da su u pravu.

U tom kontekstu iznosimo i zapažanje o drugom veoma važnom propustu kulturne politike koji takođe smatramo značajnim, a to je odsustvo jasnog zahteva da za poziciju direktora ili upravnika pozorišta (muzeja, galerije, zavoda, biblioteke, arhiva, kulturnog centra, koncertne dvorane..) kandidat mora posedovati visoko obrazovanje isključivo iz oblasti menadžmenta u kulturi. Kulturna politika daje precizan opis poslova koje direktor ili upravnik, tačnije menadžer pozorišta kao kulturne ustanove treba da obavlja, što nedvosmisleno ukazuje da ta osoba mora posedovati znanja, veštine i iskustva iz oblasti menadžmenta. Međutim, kako u zakonu nije eksplicitno naglašeno da je neophodno visoko obrazovanje iz oblasti menadžmenta u kulturi, u praksi se taj opis poslova koje obavlja direktor ne uzima u obzir, pa je na konkursima za mesto direktora bilo koje kulturne ustanove, ne samo pozorišta, kandidatima dopušten širi spektar visokog obrazovanja iz oblasti društvenih nauka. Direktori ili upravnici pozorišta su po ustaljenoj praksi najčešće umetnici, reditelji ili glumci, ali ne i menadžeri. Da jesu, pretpostavljamo da bi i pored neprecizne i nejasne kulturne politike raspolagali znanjem da je „istraživanje i poznavanje kulturnih potreba, ali i socijalnog ponašanja, jedan od osnovnih zadataka menadžera kulture, prevashodno da bi mogao da planira kulturne delatnosti i programe (zadovoljavati kulturne potrebe), ali i zato da bi mogao da planira kulturni razvoj (podsticati razvitak novih kulturnih potreba ili širiti krug ljudi koji će imati bogatije i raznovrsnije kulturne aspiracije) (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 22). Na direktorima/menadžerima ostaje opšta odgovornosti za poslovanje pozorišta i za to su neophodna tačno određena znanja. Oni su praktičari, kako ih nazivaju Dragičević-Šešić i Stojković, čiji je zadatak da umetnicima stvore uslove za realizovanje njihovih ideja, ali i publici za doživljaj već stvorenih dela. Ovi zadaci zahtevaju posedovanje izuzetno širokog spektra znanja iz domena prava, ekonomike i finansija, menadžmenta u užem smislu, kulturne politike, istorije i teorije umetnosti, te niza veština poput veštine komunikacije, pregovaranja, timskog rada... (Ibid, 2007: 13–15), što su znanja i veštine koje se stiču na studijama menadžmenta u kulturi i neophodna su za strateško rukovođenje kulturnim ustanovama, posebno u nestabilnim i promenljivim okolnostima..

Kulturna politika, dakle ne daje jasna uputstva, smernice, okvire, naznake, sugestije, preporuke, kratkoročne ili dugoročne strateške planova kao temelj na osnovu kojeg pozorišta treba da uobliče svoje poslovanje. Menadžment pozorišta je „potpuno prepušten sam sebi“ (Đukić, 2004–2005: 419), nema razvijenu svest o značaju kulturnih potreba (interesovanja),

ne poseduje adekvatna znanja za rukovođenjem ustanove u ovim „turbulentnim okolnostima” i upravlja pozorištem bez jasne ideje koja je njegova svrha postojanja i u kom pravcu treba da se razvija, što predstavlja misiju i viziju odnosno „polaznu osnovu za iskazivanje ciljeva i zadataka” (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 96), bilo kog organizovanog delovanja. Možemo zaključiti da pozorišta u manjoj ili većoj meri deluju po sledećem principu: proizvodimo predstave kakve hoćemo, odštampamo mesečne repertoare, oglasimo to u ponekom mediju, ponekad učinimo ponešto „strateški“ npr. smanjimo cene karata, mesečno pozovemo po jednom svoje kontakte u sindikatima i u onim školama u kojima radi neka profesorka ili profesor koji vole pozorište, tačnije pošaljemo im mesečni repertoar, težimo elitnim priznanjima i zato dopuštamo samodovoljnim pozorišnim umetnicima da stvaraju predstave koje neguju „zahtevni distinktivni ukus“ (Antonić, 2013) namenjene kritičarima, festivalima i aplauzima redovne publike koju takođe ne poznajemo.

Sve su to razlozi zbog kojih menadžment novosadskih pozorišta svesnim zalaganjima ne utiče na razvoj interesovanja publike za sopstvenim programima generalno¹⁰⁴, a samim tim ni na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište. Srednjoškolska populacija nije ni prepoznata kao posebna društvena grupa, već je ona objedinjena opštim pojmovima „omladina“ ili „mladi“, što inače podrazumeva uzrast između 15 i 30 godina.¹⁰⁵ Ponuda dramskih pozorišnih predstava u Novom Sadu svodi se na predstave za decu (najviše se obeležavaju sa 6+) i za odrasle, ali učenici srednje škole nisu ni deca ali ni odrasli. Oni su, kako kaže Vigotski u „uzrastu narušene ravnoteže dečjeg organizma i još nenađene ravnoteže zrelog organizma” (2005: 42). U izvesnoj (vrlo skromnoj) meri ponuda dramskih pozorišnih predstava u Novom Sadu sadrži komade koji jesu adekvatni srednjoškolskoj populaciji, kao što je na primer slučaj sa delima koja se obrađuju kroz školsku lektiru, međutim slučaj *Antigone* ukazuje da grčka tragedija možda nije više adekvatno delo za današnje generacije učenika srednje škole. Posebno za učenike srednjih stručnih škola jer oni u stručnim školama ne dobijaju dovoljno znanja da razumeju idejnu vrednost dela i najčešće u svojim porodicama nisu stekli kulturni kapital. Pored toga, i u slučaju predstava čije su teme bliske njihovom uzrastu i interesovanjima, pozorišta ne koriste te činjenice u animiranju ove populacije putem dostupnih medija poput interneta ili bilo kojim drugim kanalima komunikacije. U ovim

¹⁰⁴ Iz ovog zaključka samo donekle možemo izdvojiti Novosadsko pozorište i direktora Valentina Vencela. On je u svom PRPR, a tako i u intervjuu iskazao visok stepen svesti o potrebi razvoja publike i o potrebi uvođenja drugačijih programa koji bi bili namenjeni nepublici ali i pored toga, sam priznaje da nije uspeo značajno da promeni ustaljen način rada ovog pozorišta.

¹⁰⁵http://www.mos.gov.rs/mladisuzakon/attachments/article/389/nacionalna_strategija_za_mlade0101_cyr.pdf (pristupljeno 02. 04. 2016).

pozorištima ne postoje edukativni programi za učenike srednjih škola, (menadžment SNP-a, na primer, smatra da ovo pozorište uopšte nema edukativni karakter, da je njegova edukativna uloga sama suština pozorišnog stvaralaštva), niti razvijaju animacionu delatnost, čime je u potpunosti zanemarena obrazovna funkcija pozorišta. Ova pozorišta nemaju posebnu strategiju za učenike srednje škole niti postoji adekvatna ponuda dramskih predstava prilagođena njihovom uzrastu ili interesovanjima. Nikada nisu naručena ili sprovedena istraživanja bilo koje ciljne grupe, a tako ni srednjoškolske populacije u cilju razvoja publike, niti se koriste postojeća veoma značajna istraživanja u akademskim i naučnim krugovima. Menadžment ovih pozorišta ne koristi prednosti obrazovnih odnosa sa javnošću (Digl, 1998), niti imaju uvid u ovu teoriju, pa samim tim ne prepoznaju srednju školu kao moćnog partnera u razvoju sopstvene publike ili bar u cilju ostvarivanja dodatne zarade i ostvaruju vrlo površnu saradnju sa njom. Ne koriste u dovoljnoj meri čak ni osnovnu prednost ove saradnje a to je mogućnost organizovanih i masovnih poseta.

Marketinške aktivnost koje su sastavni deo menadžmenta, svode se na štampanje mesečnih repertoara, poneke objave u medijima u vidu gostovanja na elektronskim ili intervjuu umetnika u štampanim medijima. Pozorišta skoro da ne koriste povoljnosti internet marketinga, niti uopšte, kako kaže Stojaković „prate aktuelne komunikološke trendove ili analiziraju zvanične statistike oficijelnih kanala modernih komunikacija (2012: 310) – imaju samo zvanične internet stranice kao i zvanične profile na Fejsbuku, što ne važi za Novosadsko pozorište – ono čak nema ni otvoren profil na Fejsbuku. Pozorišta u Novom Sadu ne obraćaju se posebno mladima putem medija, niti imaju izgrađen odnos i kvalitetnu saradnju sa medijima. Generalno, među zaposlenima u pozorištu nema razumevanja da je marketing najefikasnije sredstvo kojim savremeno pozorište može da uspostavi vezu između umetnosti i publike, a ta „veza postaje smisao postojanja i razlog opstanka pozorišta u tranziciji” (Đukić, 2004-2005: 427).

Na osnovu dobijenih rezultata empirijskog istraživanja, koji oslikavaju ustaljenu pozorišnu praksu, zaključujemo da pozorišta u Novom Sadu nemaju razvijenu obrazovnu funkciju niti adekvatan program koji je namenjen srednjoškolskoj populaciji i ne doprinese smanjenju nezainteresovanosti srednjoškolaca za pozorišno stvaralaštvo.

Što se medija tiče, medijska politika u Srbiji bi se mogla opisati kao oportunistička aktivnost u cilju obezbeđivanja što veće medijske moći novoj ili staroj srpskoj ili inostranoj poslovno-političkoj eliti. Bez ulaženja u pitanja da li su pravna dokumenta usaglašena, dobra

ili ne, odrednice koje se odnose na kulturu izrazito su deklarativne prirode, i zakonska rešenja bilo da su obavezujuća ili preporučena u najvećoj mogućoj meri se ne poštuju. Prema pravnom okviru u Srbiji, jedna od osnovnih uloga medija je zadovoljavanje potreba građana za informacijama i sadržajima iz oblasti kulture i umetnosti, međutim pored obrazovnog i dokumentarnog programa, program iz oblasti kulture su ono što prema publici najviše nedostaje u ponudi medijskog sadržaja. Veliki broj medija u Srbiji uopšte nema rubriku za kulturu, novinari koji prate kulturu najčešće su marginalizovani i skrajnuti a njihov rad sve više se smatra manje važnim i bitnim u odnosu na druge redakcije. Pretpostavljamo da će takvo stanje vremenom kulminirati, posebno zbog ubrzane privatizacije medija, čime Država gubi uticaj a tamo gde ga ima u javnim glasilima, u opštem zahtevu za određenom količinom proizvodnje i emitovanja kulturno-umetničkog programa, pozorište se ničim ne izdvaja. Profit čini suštinu funkcionisanja globalnih medija i u duhu globalnog trenda, tržišni pritisci na medije dovode do sve veće tabloidizacije sadržaja; zatim do izostanka raznovrsnosti sadržaja i konačno, najčešće, do potpunog marginalizovanja kulture i umetnosti u programskoj šemi privatnih medija. U tom smislu, imajući u vidu praksu, možemo zaključiti da, nije realno očekivati da će mediji svoje delovanje bazirati na javnom interesu i potrebi građana, što u praktičnom smislu znači da verovatno i dalje neće producirati i emitovati sadržaj koji će imati za cilj da razvije interesovanje mladih za pozorište.

U slučaju medija, zadatak ovog istraživanja bio je da utvrdi, ukoliko je to uopšte moguće, da li i u kojoj meri mediji masovnih komunikacija, tačnije televizija, radio, štampa i internet utiču na razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. U tom cilju, pošli smo od usaglašenog teorijskog stanovišta da je uticaj medija na društvo neosporan i ogroman, i da mediji imaju snažnu moć da razvijaju interesovanja društva. Bandura kaže da je mehanizam preko kojeg televizija ostvaruje svoj uticaj na gledaoce – učenje po modelu, što se može primeniti i na sve ostale medije. Učenje po modelu jedinstven je metod učenja: uči se na taj način što se nešto novo (neki obrazac ponašanja) vidi kod drugih, pa se pod određenim uslovima ponavlja i prisvaja, i tako dolazi do novog učenja. Istraživanja pokazuju da je veća verovatnoća da će se model ponašanja usvojiti ako je ispunjeno nekoliko uslova, a odlučujući uslov je velika učestalost modela.

Televizijski program redovno ili povremeno gleda 94,2% učenika, u najvećem broju slučajeva na sledećim TV kanalima: Prva, Pink, B92, FOX, RTS 1, FOX Life, Discovery, TLC i MTV. Isključujući RTS 1, svi ostali kanali pripadaju komercijalnim televizijama, kojima je osnovni motiv i cilj profit a takva atmosfera ne ostavlja prostora za proizvode,

usluge ili sadržaje koji nemaju zadovoljavajuću komercijalnu vrednost. Kako pozorište nije proizvod koji je u mogućnosti da ostvari dovoljan profit koji bi pokrio troškove prisustva na televiziji, na televizijskim programima koje prate novosadski srednjoškolci nema dovoljno sadržaja sa temom pozorišta da bi se moglo govoriti o razvoju interesovanja mladih za ovom umetničkom formom. Kada su radio i štampa u pitanju broj objava sa temom pozorišta izrazito je nizak, pa se takođe ne može govoriti o uticaju ovih medija na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište.

Na osnovu ovog istraživanja zaključili smo da su mediji (TV, radio i štampa) agens socijalizacije koji ima snažne i neiscrpne resurse za razvoj bilo kakvih interesovanja ali mediji zbog jakog političko-ekonomskog uticaja, u najvećoj mogućoj meri ne razvijaju kulturno-umetnička interesovanja, samim tim to je slučaj i sa interesovanjem za pozorište. U medijima je kulturno-umetnički sadržaj generalno najmanje zastupljen u ukupnom medijskom programu a zastupljenost sadržaja sa temom pozorišta je statistički zanemarljiva, te zaključujemo da mediji ne utiču na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište. Što se interneta tiče, on zahteva interakciju. Sadržaj koji nas okupira na internetu je u najvećoj meri na lični zahtev, tako da i potencijalno velika količina sadržaja o pozorištu na internetu ne znači ništa ukoliko pojedinac sam ne zahteva takav sadržaj. Drugim rečima, ukoliko srednjoškolci već nemaju razvijeno interesovanje za pozorište, sadržaj o njemu najverovatnije neće ni tražiti na internetu. Iz tih razloga odustali smo od istraživanja da li internet utiče na razvoj interesovanja učenika za pozorište.

7.2. Odgovornost države za rezultate socijalizacije

Država, dakle, deklarativno ističe značaj pozorišta i sufinansira njegov rad čime, u načelu, omogućuje dostupnost pozorišnog sadržaja, ali isto tako, ona putem zakona i propisa u obrazovanju, kulturi i medijima skida sa sebe bilo kakvu odgovornost za dalje delovanje u toj oblasti, što je slučaj i sa razvojem kulturnih potreba i kulturnom potrošnjom. Na ovaj način utvrđuje se odavno uspostavljen dobro poznati sistem u kome nema odgovornih, u ovom slučaju, za veliku nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorište. U naučnim krugovima odavno je jasno da sama dostupnost kulturnih i umetničkih sadržaja nije više dovoljna. Kako to sociolog Koković kaže: „kultura je nesvodljiva samo na standard i pitanje sredstava. Nije značajno samo da društvo izdvaja za kulturu, važniji je problem društvenog sistema kako da usvoji rezultate kulture” (2013: 308). Danas je neophodno, kako Đukić naglašava, „da se građani uključe u kulturni život kroz inovativne metode kulturne politike i

menadžmenta u kulturi“ (2010a: 66). Inovativna metoda kulturne politike, mogla bi biti upravo isticanje presudnog uticaja sredine na razvoj potreba u oblasti kulture i precizna uputstva i zadaci menadžmentu kulturnih ustanova za delovanje u pravcu razvoja umetničkih interesovanja, odnosno za razvoj kulturnih potreba. Najvažniji zadatak javne praktične politike u kulturi, morao bi biti razvoj umetničke publike, jer umetnost nije ugrožena, ona će postojati kao što oduvek postoji, čak i u uslovima stroge cenzure i kontrole. Umetnik će se roditi i u porodici koja ne poseduje bilo kakav kapital, pa tako ni kulturni. Međutim, zbog pravca u kome se kreće globalno društvo rukovođeno od strane političko-poslovne elite u svetu, pa tako i u Srbiji, publike će biti sve manje a „tvrdokorne“ nepublike sve više.

Velika nezainteresovanost mladih za pozorište, i kulturu generalno, posledica je odsustva takvog sadržaja socijalizacije, usled prilika i promena koje se dešavaju na globalnom nivou i koje neposredno utiču i na društvo u Srbiji i one jednostavno udaljavaju mlade ne samo od pozorišta već od kulture i umetnosti. Te prilike najbolje objašnjava i opisuje Antonić (2013) koji kaže da „tranzicija u kojoj živimo nije od socijalizma ka kapitalizmu, već od socijalizma ka kolonijalizmu“, pa pošto je „tranzicija zapravo ubrzano usisavanje ekonomskih, političkih, kulturnih i drugih struktura nacionalne države u transnacionalne strukture Srbija, kao i druge zemlje (polu)periferije, tokom tranzicije postaje ekonomska, politička i kulturna kolonija transnacionalne kapitalističke klase čije je središte u centralnim društvima svetskog kapitalističkog sistema – SAD i EU. U društvenom pogledu, za većinu građana Srbije ovaj tip tranzicije znači transformaciju u deo spoljnog proletarijata „Imperije“, zapravo u pomoćnu radnu snagu usmerenu na manuelne i uslužne poslove. Antonić jasno definiše dve društvene grupe na koje će se deliti svetsko stanovništvo, pa tako i naše, na kraju ove tranzicije: „proli“ – niže klase svetskog kapitalističkog sistema i „transnacionalna kapitalistička klasa“. Ovakvo raslojavanje učvrstiće dva dominantna kulturna pravca koje ovaj autor definiše kao „visoka kultura“ koja na globalnom planu homogenizuje različite frakcije transnacionalne kapitalističke klase – korporativnu, etatističku, tehnokratsku, ideokratsku ili konzumerističku. Drugi pravac je „masovna kultura“, koja obezbeđuje ideološku dominaciju nad kulturom (vrednostima) unutrašnjeg i spoljnog proletarijata. Masovnu kulturu koja je namenjena „prolima“ Antonić naziva „Pink“ kulturom a period u kome živimo „Pink tranzicijom“. „Pink“ kultura se odlikuje površnošću, u središtu njenog sistema vrednosti je novac, i time praktično „nestaje javna vrlina iz društva“. Tržište je, po njegovim rečima, preplavljeno koještarijama, namenjeno infantilnim, lakomislenim ili pak histeričnim kupcima. Otuda je, kaže Antonić, „infantilizacija i euforizacija „prola“ jedan od ciljeva današnje

„industrije masovne kulture“. Kao veoma slikovit primer on navodi rekalmu za pivo koja kaže: „Napravi totalnu budalu od sebe!”¹⁰⁶, i zaključuje da to možda i jeste ključni moto masovne kulture namenjene „prolima“ – „napraviti od pripadnika nižih klasa idiote, ponosne na svoj infantilitet, na sopstvenu glupost, na to što im se život sastoji od rada da bi se „ludo“ zabavljali, i od „zabave“ kako bi sutradan što mirnije i poslušnije radili. Kulturna industrija, koja je u rukama kapitalističke klase doprinosi takvom stanju i putem televizijskih serija, tabloida, filmova i internet sadržaja nameće današnjim mladim ljudima dva glavna kulturna *fetiša* savremenog kapitalizma. Prvi je *seks*, drugi je *nasilje*. Ukratko, Antonić masovnu, „zabavizovanu“ kulturu savremenog kapitalizma smatra; kulturom zaborava, potrošačkog „oslobođenja“ od greha i stida, fetišizma seksa i nasilja, kao i normalizacije („relaksacije“) patologije i amoralnosti.

Država, tačnije predstavnici političke vlasti u tranziciji, ne traže odgovornost za rezultate već samo formalno postojanje institucija, pa s obzirom da nema kontrole rada i zahteva za evaluacijom dostignuća, menadžment ima veliku autonomiju u odlučivanju što znači da rukovodioci ustanova imaju slobodu da biraju između ličnog interesa i etičkih pravila koja zastupaju javni interes. Međutim, nestankom „javne vrline u društvu“, kako Antonić kaže, nestaje i javni interes koji je „ključ vrednosnih opredeljenja menadžera u kulturi (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 17) i od suštinskog značaja za kulturni i ukupni društveni razvoj. Možda je iz svih ovih razloga bilo bolje postaviti drugačije istraživačko pitanje koje bi glasilo: da li je moguće, i na koji način, u današnjoj Srbiji podići nivo svesti društva o značaju javnog interesa?

Pozorište je umetnička forma koja, lakše no bilo koja druga umetnost, adolescente može dovesti do introspekcije koja neminovno vodi u dublja kritička promišljanja i zaključivanja. Stoga verujemo da su to razlozi zbog kojih u skladu sa novim svetskim poretom, pozorište nije poželjan sadržaj socijalizacije. Današnjim mladim ljudima nameću se neke potpuno drugačije norme i standardi ponašanja. Oni se socijalizuju uz „Pink“ kulturu a ne uz pozorište, koje je skoro pa potpuno odsutno iz njihovih života. Stoga je malo verovatno će predstavnici političke vlasti u skorijoj budućnosti uopšte i promišljati o uvođenju inovativnih rešenja koja bi doprinela razvoju interesovanja mladih za pozorište. Ukoliko takvih sistemskih promena ne bude na nivou Države neće ih biti ni u školama. To znači da će i u buduću pozorište donekle biti prisutno u onim školama koje, sticajem

¹⁰⁶ www.youtube.com/watch?v=CVjXt_v1roM (pristupljeno 03. 09. 2016).

okolnosti, imaju po nekog profesora ili profesorku koji vole pozorište. Mediji, takođe zasigurno neće menjati svoju programsku politiku u pravcu koji na bilo koji način ugrožava sticanje profita.

7.3. Pozorište kao objekat interesovanja

Polazeći od tvrdnje da interesovanja imaju suštinsku ulogu u razvoju kulturnih potreba i kreativnog ponašanja (Dragičević-Šešić, Stojković, 2007: 20), teorija prirode interesovanja je ključna za ovo istraživanje u čijem središtu je zamisao o razvoju mlade pozorišne publike. Do pojma interesovanja dolazimo i putem Nemanjićeve definicije kulturne potrebe „podstaknuta kulturnom proizvodnjom, kulturna potreba se formira kao *kulturni interes* povezan s kulturnom vrednošću. Ukoliko je taj interes dovoljno snažan, kulturna potreba se ispoljava kao određena aktivnost usmerena na neki kulturni objekat” (Nemanjić, 1991: 23). Suština ovog teorijskog proučavanja je razumevanje procesa i upoznavanje sa činocima nastanka i formiranja interesovanja, koja su, dakle uslov za razvoj kulturne potrebe i konačno za razvoj publike. Ta naučna saznanja dalje dovodimo u vezu sa pozorištem kao objektom interesovanja i konačno kontekstualizujemo pozorište kao mogući objekat interesovanja učenika srednje škole unutar savremenog potrošačkog društva u Srbiji 2016. godine.

Osnova strateškog plana za razvoj mlade pozorišne publike mora uzeti u obzir sledeće naučne činjenice:

1. Postojanje objekta interesovanja jeste prvi uslov za nastanak interesovanja. Nemanjić, jednostavno i plastično objašnjava: „ne možemo očekivati pojavljivanje kulturne potrebe ukoliko ne postoji ono što je izaziva, ono što je podržava, što je orjentiše i daje joj smisao”;
2. Interesovanja jesu rezultat interakcije između pojedinca i određenog sadržaja, odnosno objekta interesovanja;
3. Najveći uticaj na razvoj umetničkih interesovanja imaju mnogobrojni i različiti činoci socijalne sredine. Ukoliko je socijalna sredina podsticajna utoliko će se lakše razviti interesovanja za pozorište;
4. Nekoliko aspekata interesovanja je jako važno, a to su komponente interesovanja:

- *saznajni aspekt* – svest o objektu ili predmetu interesovanja je uslov postojanja interesovanja;
- *emocionalni aspekt* – interesne aktivnosti prate isključivo pozitivna osećanja različitog intenziteta;
- *konativni aspekt* – interesovanja se ispoljavaju kroz aktivnost, odnosno bavljenje omiljenom aktivnošću, jer samo „prava” interesovanja mogu da pokrenu na aktivnost;

5. Interesovanja imaju dosta karakteristika (to su dispozicije, vrednosno su obojeni, selektivne su orijentacije, aktivnosti, obraćanje pažnje, preferencije, potrebe, preokupacije) ali sledeće su najvažnije: da su to motivi, da su osećanja i da su (pozitivni) stavovi;
6. Teorija motivacije je veoma važna jer su motivi „unutrašnji uslov u pojedincu koji navodi na akciju ili mišljenje” (Olport, 1969);
7. Stavovi imaju motivacionu ulogu, usmeravaju naše reakcije, pozitivno ili negativno, u odnosu na objekat stava. Mlade koji imaju pozitivan stav prema pozorištu, daleko će biti lakše zainteresovati za odlazak u pozorište u odnose na one koji imaju negativan stav ili pak nemaju formiran stav prema pozorištu;
8. Veoma je važno da objekat interesovanja izaziva pozitivne emocije, jer od toga zavisi dalji odnos prema pozorištu;
9. Polaskom u srednju školu, započinje stadijum verifikacije interesovanja, kada se mladi ljudi odriču nespecifičnog interesovanja za sve (Tyler, 1955, prema: Pantić, 1981: 54);
10. Interesovanja imaju značajnu ulogu u svim periodima našeg života, a naša ciljna grupa je u periodu srednje adolescencije, tokom koga estetsko osećanje doživljava veliko razvojno pomeranje (Gajić, 1999: 89). U tom periodu estetska interesovanja i aktivnosti postaju primarni i dobijaju dominantnu ulogu. Ona se još uvek oblikuju i menjaju, bivaju kompleksnija, apstarktnija, opštija, mada je sve eksplicitnija težnja za stabilizacijom. Špranger (Spranger, 1925: 60 u Gajić, 1999: 89) smatra da je mladalačko doba doba otkrića ili shvatanja kulturnih vrednosti i da mladi osećaju potrebu da se izraze u estetskim formama. Zbog toga umetnost savršeno odgovara njihovim psihičkim osobenostima;

11. Smatramo da je na primeru razvoja mlade pozorišne publike moguće iskorisiti često osporavanu Olportovu teoriju o posebnom mehanizmu razvoja interesovanja koji on naziva funkcionalna autonomija. To su, kako je već rečeno, oblici ponašanja koji su služili za zadovoljenje nekog primarnog motiva a tokom vremena mogu postati cilj i poprimiti motivaciona svojstva. Drugim rečima, aktivnost koja je prvobitno vezana za zadovoljenje nekog motiva vremenom može postati autonomna i sama sebi cilj. „Ono što je nekada bilo nebitno i instrumentalno postaje bitno i pokretačko. Aktivnost je nekada služila nekom nagonu ili nekoj prosto potrebi; sada ona služi sama sebi, ili, u izvesnom širem smislu, služi slici koju neko lice ima o sebi” (Olport, 1969: 295–297). Uporište za ovu ideju nalazimo u rezultatima našeg istraživanja po kome bi 92,5 % učenika srednjih škola u Novom Sadu bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila temom koja ih zanima; 80,3% njih, takođe, ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila problemima mladih koji i njih muče i 84,7% učenika bi rado prihvatilo poziv vršnjaka za posetu pozorištu. Dakle, ukoliko bi inovativan i kreativan marketing privukao mlade da dođu u pozorište u kome će pogledati predstavu koja ciljno targetira teme koje njih zanimaju ili probleme koji njih muče, i ukoliko se to ponavlja sa svakom novom predstavom, verujemo da bi ti mladi „proli“ koji slušaju muziku za koju ne znaju da je to kič ili šund¹⁰⁷, i ne znaju da su to strateški štancane lake note koje pomažu da se ne misli svojom glavom, tokom vremena razvili autonomno interesovanje za pozorište.
12. Direktna izražajna sredstva su moćni kanali i alati komunikacije dramskog pozorišta, zbog kojih je moguće lakše uspostaviti komunikaciju i interakciju sa publikom, posebno sa mladim ljudima nego što to mogu druge umetnosti. Pristup mladim ljudima pozorištu olakšavaju i sami koreni pozorišne umetnosti, jer se ti koreni nalaze u društvenom životu; ona je više nego ijedna druga umetnost utkana u živu potku kolektivnog iskustva (Divinjo, 1978: 2). Divinjo tvrdi da pozorište predstavlja vid ispoljavanja društvenog života, što znači da pozorište mora koristiti elemente koji su poznati i bliski mladim ljudima i zbog toga ga mogu lako razumeti;
13. Razvoj publike pretpostavlja dugoročni sistemski angažman (Dragičević-Šešić i Dragojević, 2005: 106);

¹⁰⁷ Klinci ne znaju šta su kič i šund, a najviše slušaju turbo-folk, <http://boom93.com/projekti/mladi/31682/klinci-ne-znaju-sta-su-kic-i-sund-a-najvise-slusaju-turbo-folk.html> (pristupljeno 05. 09. 2016).

14. Razvoj publike predstavlja planirani proces koji uključuje izgradnju odnosa između pojedinca i umetnosti. Ostvarivanje ovog zadatka zahteva vreme i ne može se desiti sam od sebe. Razvoj publike obuhvata razbijanje fizičkih, psiholoških i socijalnih barijera koje sprečavaju ljude da učestvuju u, ili prisustvuju umetničkom događaju (Maitland, 1997: 5);
15. Pozorišna umetnost nije samo sredstvo za razvijanje estetskog senzibiliteta već i celokupnog intelektualnog, emocionalnog i moralnog razvoja ličnosti, a samim tim i društva.

7.4. Opšte preporuke za razvoj mlade pozorišne dramske publike

Osnova svakog strateškog plana, pa tako i plana za razvoj mlade pozorišne publike mora biti analiza situacije koja treba da ukaže na snage i slabosti sistema, kao i mogućnosti i rizike koji dolaze iz njegovog okruženja. U slučaju da se ona u strateškom procesu izostavi, onda je plan rezultat pretpostavki, a ne činjeničnog stanja. Iz tih razloga urađena je SWOT analiza sredinskih uslova za razvoj mlade pozorišne publike u datim okolnostima u Srbiji.

Tabela br. 25: SWOT analiza sredinskih uslova za razvoj mlade pozorišne publike u datim okolnostima u Srbiji

SNAGE	SLABOSTI
<ul style="list-style-type: none"> • moć pozorišne umetnosti <ul style="list-style-type: none"> — društveni život kao koren pozorišta — izražajna sredstva pozorišta — sugestivna moć pozorišta • projektni menadžment • neiscrpan izvor tema za pisanje dramskih • rasprostranjena mreža pozorišnih scena • obrazovni odnosi sa javnošću (Kit Digl) • opredeljenje za preduzetnički pristup menadžmentu – koncentrisanost na mogućnosti • duboka uverenost u ispravnost i održivost projekta 	<ul style="list-style-type: none"> • neadekvatna ponuda programa usled negovanja „zahtevnog distinktivnog ukusa” • nizak finansijski potencijal • nestručnost menadžmenat pozorišta <ul style="list-style-type: none"> — odsustvo strateških analiza sredine — odustvo strategijskog menadžmenta — odsustvo marketinškog planiranja • moguća nezainteresovanosti umetnika za saradnju (dramski pisci i reditelji) • stepen profesionalnih kompetencija, znanja i sposobnosti postojećeg kadra • inertnost postojećeg kadra • nedovoljna motivisanost postojećeg kadra za dugoročne projekte • pitanje kvantiteta programa u početnom kritičnom periodu • nefleksibilnost administrativnog

	<p>sistema</p> <ul style="list-style-type: none"> • nefleksibilnost i neprilagodljivost postojećeg rukovodećeg i ostalog kadra za projektni menadžment, preduzetnički pristup menadžmentu i inovacije • organizaciona kultura – stavovi, vrednosti i opredeljenja zaposlenih • odsustvo svesti o potencijalu Internet marketinga i snaga društvenih grupa
<p>MOGUĆNOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • adolescenti <ul style="list-style-type: none"> — polaskom u srednju školu započinje proces: „stadijum verifikacije interesovanja“ u kome se mladi ljudi odriču nespecifičnog interesovanja za sve (Tyler, 1955, prema: Pantić, 1981: 54) — mladalačko doba je doba otkrića ili shvatanja kulturnih vrednosti i mladi osećaju potrebu da se izraze u estetskim formama, i zbog toga umetnost savršeno odgovara njihovim psihičkim osobnostima (Spranger, 1925: 60 u Gajić, 1999: 89). — 92,5 % USŠ bi bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila temom koja ih zanima — 80,3 % USŠ bi bilo motivisano da ide u pozorište ukoliko bi se dramska pozorišna predstava bavila problemima mladih koji i njih muče — 84,7% učenika srednje škole bi prihvatilo poziv druga ili drugarice da idu u pozorište — neprestan, nezasićen apetit ljudi da gledaju i prepoznaju sopstvenu 	<p>PRETNJE</p> <ul style="list-style-type: none"> • uticaj „Pink kulture“ • uticaj „Pink tranzicije“ • cenzura • loša obrazovna, kulturna i medijska politika • održivost motivisanosti aktera u projektu • politički uticaj • fizičke, psihološke i socijalne barijere između pozorišta i USŠ <ul style="list-style-type: none"> — lokacija pozorišta u centru nasuprot velikom broju USŠ koji žive u prigradskim ili vangradskim naseljima — prevoz — inertnost USŠ — nezainteresovanost USŠ za pozorište — loša finansijska situacija učenika — nizak nivo kulturnog kapitala porodice većine USŠ — nezainteresovanost i neaktivnost srednjih škola

<p>predstavu osebi, oživljenu, u svim njenim elementima (što se multiplicira u periodu adolescencije kada je traganje za identitetom najintenzivniji psihološki proces)</p> <ul style="list-style-type: none"> • benefiti sistema srednješkolskog obrazovanja <ul style="list-style-type: none"> — brojčanost srednjoškolske populacije — sistematska organizovanost i institucionalizovanost USŠ — interpersonalni odnosi, komunikacija i interakcija između nastavnog kadra i učenika — mogućnost organizove posete velikog broja USŠ — dostupnost ciljne grupe za marketiška istraživanja • Internet i društvene mreže • fondovi za razvoj civilnog društva • crowdfunding 	
---	--

Osnovno istraživačko pitanje ovog rada bilo je na koji način menadžment u kulturi i umetnosti i kulturna politika mogu uticati na povećanje kulturnih i obrazovnih funkcija planskih agensa socijalizacije: škole, pozorišta i medija, i time povećati zainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišno stvaralaštvo?

Izvori socijalizacije u Srbiji potpuno marginalizuju kulturu, pa samim tim i pozorište, što određuje i „ponašanje” agenasa socijalizacije u skladu sa takvim zahtevom. To se manifestuje na sledeći način: škole zanemaruju svoju kulturnu ulogu i pozorište nije deo redovnih vannastavnih aktivnosti; pozorišta neguju „zahtevan distinktivni ukus” obrazovane publike i zanemaruju obrazovnu funkciju koja je prevashodno namenjena upravo nepublici; mediji su najznačajniji promoteri „Pink“ kulture. Država kao najmoćniji izvor socijalizacije može da utiče na promene ali pitanje je da li to ona hoće. Odgovor na ovo pitanje, u datim okolnostima je svakako negativan, pa nam tek ostaje da se nadamo da će se među trenutnim ili među budućim predstavnicima političke vlasti u Srbiji pojaviti neko ko će razumeti značaj

pozorišta, tačnije značaj kulture i umetnosti. I da će, naravno, biti dovoljno moćan i uticajan da *preduzme nešto po tom pitanju*.

Za ta vremena, koja će možda nekada doći, u kojima će moćnim i uticajnim predstavnicima političke vlasti u Srbiji, javni interes biti važniji u odnosu na lični ili partijski, dajemo još jednu preporuku koja može doprineti opštem razvoju u kulturi. Kulturna politika može uticati na povećanje kulturnih i obrazovnih funkcija pozorišta i medija, i time povećati zainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišno stvaralaštvo, na sledeći način:

- Zalaganje za izradu nacionalnog strateškog plana za razvoj mlade pozorišne publike;
- Definisane pojmove „kulturna interesovanja” i „kulturna potreba” i davanje preciznih zadataka kulturnim ustanovama za delovanje u pravcu njihovog razvoja;
- Jasan i nedvosmislen zahtev da za poziciju rukovodioca pozorišta (kulturnih ustanova) kandidati moraju posedovati visoko obrazovanje iz oblasti menadžmenta u kulturi.

Zamisao o razvoju mlade pozorišne publike u datim okolnostima, menadžmentu u kulturi zadaje zadatak koji je „realno“ gotovo nemoguće ispuniti. Razloge za to vidimo u izloženim slabostima i pretnjama SWOT analize. Međutim, uzimajući u obzir preduzetnički pristup menadžmentu u kulturi, polazimo od stanovišta da je za takav zadatak neophodna izrazita koncentrisanost na snage i najviše na mogućnosti. Na taj način, moguće je tokom vremena razviti interesovanje učenika srednje škole za pozorište, što u osnovi predstavlja razvoj pozorišne publike.

U skladu sa tim izložićemo opšte preporuke koje mogu biti korišćene za pokretanje projekata razvoja bilo kojih umetničkih interesovanja na institucionalnom ili vaninstitucionalnom nivou, sa fokusom na razvoj interesovanja učenika srednje škole za pozorište. U okvirima postojećih i stečenih saznanja utvrdili smo da je najoptimalnije rešenje za operacionalizaciju ideje i koncepcije razvoja mlade pozorišne publike, projektni menadžment. Projektni pristup ovoj ideji omogućava izrazitu fleksibilnost u obimu prilikom implementacije preporuka. On može biti primenjen u pozorištu, u kulturnom centru, u okviru amaterskih ili profesionalnih pozorišnih trupa ili nezavisnih scena (kao mali ili veliki samostalni projekat ustanove ili organizacije ili kao zajednički projekat više ustanova ili

organizacija), u okviru inicijative civilnog sektora koja može uključivati manji ili veći broj saradnika (na primer: veći broj pozorišta u lokalnim ali i međunarodnim okvirima), u školama putem organizovanja dramskih sekcija ili pak na nivou javnih praktičnih politika kao deo zajedničkog strateškog cilja sektora koji su zaduženi za kulturu, obrazovanje, medije, omladinu, nauku i dr.

U iznošenju preporuka polazimo od sledećih naučnih i empirijskih činjenica:

1. Mladi nemaju razvijeno interesovanje za pozorište – nemaju razvijene kulturne potrebe.
2. Kulturna potreba je, iako nerazvijena, prisutna kod ove ciljne grupe – „kao svest, kao prirodna inteligencija, kao imaginacija, kao sposobnost za simboličku transformaciju i komunikaciju” (Nemanjić, 1974: 68).
3. U periodu adolescencije estetska interesovanja i aktivnosti postaju primarni i dobijaju dominantnu ulogu. Mladalačko doba je doba otkrića ili shvatanja kulturnih vrednosti. Mladi osećaju potrebu da se izraze u estetskim formama, i zbog toga umetnost savršeno odgovara njihovim psihičkim osobenostima (u Gajić, 1999).
4. Direktna izražajna sredstva pozorišta su moćni kanali i alati komunikacije dramskog pozorišta, zbog kojih je moguće lako uspostaviti komunikaciju i interakciju sa mladim ljudima.
5. Postojeća ponuda dramskih predstava (u Novom Sadu) nije adekvatna za nepubliku uzrasta 15–19 godina.
6. Pozorište se može približiti ovoj ciljnoj grupi posredno, putem Olportove teorije o posebnom mehanizmu razvoja interesovanja. Pozorište treba da ponudi mladima ono što njih zanima i da, uzimajući u obzir sve mogućnosti, duboko veruje da će svojim snagama, tokom vremena, uspeti da razvije interesovanje mladih za dramsku pozorišnu umetnost.
7. Dramsko delo mora da bude pisano na osnovu života učenika srednjih škola i da govori jezikom koji oni razumeju.
8. Menadžment u kulturi mora da obezbedi dramskom piscu da što bolje upozna ove mlade ljude.

Preporuke za istraživačke aktivnosti:

Saznanja, o svim elementima različitih života mladih, o njihovim osobenostima, verovanjima, standardima, sistemima vrednosti, stavovima, interesovanjima, problemima, tabuima, predrasudama i dr., koja su u službi pisanja dramskih dela za populaciju uzrasta od

15 do 19 godina je sama srž zamisli o razvoju mlade pozorišne publike. Do takvih podataka moguće je doći putem brojnih poznatih tehnika empirijskog istraživanja (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 367–378) i one moraju postepeno ostvariti sledeće ciljeve:

- Izdvajanje osnovnih tema za pisanje dramskih tekstova

Ova faza istraživanja ima za cilj da sazna šta je mladima važno i sa kakvim se problemima susreću. Do ovih opštih podataka, koji svaki posebno predstavlja jednu osnovnu temu, moguće je doći putem ankete, koja je najčešće korišćena tehnika istraživanja kojom se mogu saznati stavovi, očekivanja, interesovanja, problemi, vrednosni sistem i sl. većine ispitanika. Na osnovu ovog istraživanja¹⁰⁸, te teme bi mogle biti: dosada, izlasci i provod, vera u boga, ljubav, muzika, sport, video igre, loš školski sistem, narkomanija, nasilje, odnosi sa vršnjacima (neprihvaćenost), alkoholizam, siromaštvo i dr.

- Utvrđivanje posebnih tema unutar jedne osnovne teme i utvrđivanje osnovnih smernica za pisanje dramskog dela

Ova faza istraživanja ima za cilj da se u okviru jedne osnovne teme, na primer, nasilje, utvrde posebne teme. U praktičnom smislu to znači otkriti sve što mladi o tome misle, znaju ili ukoliko žive sa nasiljem – koji oblici te pojave su najviše prisutni u životu ciljne grupe: nasilje u porodici, nasilje u školi. Zatim, koji su razlozi nasilničkog ponašanja; kako se mladi nose sa tim problemom itd. Ova faza istraživanja, služi dramskim piscima i za utvrđivanje osnovnih smernica za pisanje dela: da li će to biti tragedija, komedija; koja vrsta drame u užem smislu će najbolje obraditi ovu temu (idejna drama, psihološka drama, naturalistička drama, simbolička drama i dr.). Do ovakvih rešenja moguće je doći tehnikama kao što je fokus grupa. Fokus grupa je tehnika kojom se prikupljaju novi kvalitativni podaci i informacije koje se ne mogu dobiti putem ankete. U fokus grupama ispitanici iznose svoje viđenje problema i pomoću njih moguće je doći do korena problema u jednoj sredini. Pored fokus grupe u ovoj fazi mogu biti korisne i razne radionice: edukativne, psihološke, komunikacione, kreativne i dr. Poželjno je koristiti i kombinovati razne metode i tehnike, zapravo, bilo koji oblik interakcije sa ciljnom grupom koji će nam omogućiti da je što bolje upoznamo i prikupimo podatke koji su neophodni.

- Izrada sinopsisa za novo dramsko delo

¹⁰⁸ U fokusu našeg istraživanja bio je odnos ispitanika prema pozorištu, tako da bi bila potrebna nova anketa koja bi sadržala drugačija pitanja.

Ova faza istraživanja ima za cilj da se dođe do rezultata na osnovu kojih dramski pisac treba da osmisli osnove dramske radnje, kao i likove u budućem dramskom delu. Do ovakve inspiracije moguće je doći putem intervjua, jer ta tehnika empirijskog istraživanja omogućuje prikupljanje podataka o prošlim iskustvima ispitanika, kao i o njegovim ličnim doživljajima i shvatanjima o sebi i drugim ljudima. Tzv. *story telling*, može takođe biti koristan u ovoj fazi, jer je to biografski metod i saznavanje kroz ličnu priču pojedinaca o sopstvenim iskustvima i događajima u okviru posebne teme. Ove tehnike omogućavaju dramskom piscu *face to face* kontakt sa pojedincima što je veoma važno u njegovim/njenim naporima da stvori dramska dela koja će srednjoškolcima biti zanimljiva, koja ih mogu pokrenuti da češće posećuju pozorište, koja će im vremenom razviti postojano interesovanje za pozorište i konačno koja će mladu nepubliku transformisati u mladu pozorišnu publiku.

Preporuke za pisanje dramskih dela:

Potrebno je stvarati edukativne i zabavne dramske tekstove koji će duboko i ozbiljno obrađivati teme koje su važne mladima. Takva drama mora svojom atmosferom, maestralno da „zavara“ mlade ljude. Da ih uz pomoć njima poznatih elemenata i simbola „ubedi“ da je pozorište njima blisko i da se u njemu nalaze stvari i pojave koje su im poznate i o kojima (umeju da) misle.

- Dramsko delo mora biti stvarano po „normama“ večne „klasične“, „tradicionalne“ umetnosti (Antonić, 2013).
- Tema dramskog dela bi mora biti obrađena na taj način da to izvorno bude pozorište za mlade a ne o mladima.
- Dramsko delo mora da obrađuje savremene svakodnevne teme iz života ciljne grupe bilo da je u pitanju njihova realnost ili fantazija. Ono mora da uzme u obzir socio-demografski profil kao i „habitus“ (Burdije, 1973) ciljne grupe koji uključuje verovanja, stavove, iskustva, vrednosti i težnje. „Da bi se pozorište približilo deci i mladima, ono mora da ide u korak sa onim što je njihova stvarnost, da se tiče njihovih svakodnevnih života. Takvo pozorište bi, ne samo *a priori* isključilo dosadu, već bi provociralo i postavljajući pitanja davalo impuls za razmišljanje, suočavanje s dilemama i obučavalo umeću introspekcije” (Kržanić-Tepavac, 2008);
- Dramsko delo mora biti prilagođeno sposobnosti razumevanja informacija ciljne grupe. Pojedinaac raspolaže ograničenom i određenom sposobnošću razumevanja informacija koje mu delo nudi. Sposobnošću koja zavisi od njegovog opšteg poznavanja (a ono zavisi od

njegovog obrazovanja i sredine iz koje potiče), generičnog koda one vrste poruke koja je u pitanju (Burdije, 1978: 10-11); prilikom recepcije i komunikacije sa umetničkim delom, odvijaju se i mnogi drugi psihološki procesi unutar ličnosti (estetički doživljaj, emotivni doživljaj, prijem i dekodiranje poruka, kontekstualizovanje u odnosu spoljašnji i unutrašnji svet i dr.). Govoreći o tom komunikološkom aspektu estetike, Đorđević objašnjava da kada je reč o „estetičkom doživljaju, umetničko delo više nije puki predmet percepcije, već motiviše na fluidnije procese psihološkog poniranja u značenjsko-figurativnu strukturu dela. Estetički doživljaj jedne umetničke kreacije, fenomenološki uzev, motiviše svest na deskripcije, pa i na prizivanje vlastitog „ja”, čime se otvara put ka subjektivitetu u procesu individuacije” (2006: 13). Međutim, „onaj ko nije u stanju da čulno i semantički doživi umetničko delo, estetičku poruku, neće moći ni da je smislaono definiše u njenoj ukupnoj simboličkoj složenosti. Ostaće van estetičke komunikacije sa delom” (Manić, 2014: 45);

- Dramsko delo mora da omogući ciljnoj grupi „komunikaciju sa stvarnošću posredovanu umetničkim delom. Sprega sa sopstvenom stvarnošću ostvaruje se posredstvom umetničkih dela, pa je to posredovan posao koji spada u domen imaginarnog, kroz vezu između empirijskog i simboličkog koja nikada do kraja ne može biti odgonetnuta, jer realnost transponovana u sebi ima odgovarajuću simboličku zamenu” (Đorđević, 2006: 234).

Preporuke za dramskog pisca:

- Dramski pisac mora postati „društveni istražitelj”. Mora učestovati u razgovorima sa ciljnom grupom, u radionicama, fokus grupama, anketama i svim ostalim istraživačkim aktivnostima čiji je zadatak upoznavanje sa ciljnom grupom, jer temeljno poznavanje i razumevanje ciljne grupe osposobljava dramske pisce za pravilan odabir tema;
- Dramski pisac se, ukoliko nije u mogućnosti da učestuje u prethodno navedenim istraživačkim aktivnostima, mora neizostavno služiti rezultatima tih istraživanja i na njima zasnovati koncept dramskog dela;
- Neophodno je da dramski pisac u ovakvom zadatku zanemari „umetničku samosvojnost”.
- Poželjno je da motiv dramskog pisca za pisanje takvog dramskog dela bude razvoj pozorišne publike kao i humanistička zamisao o „ozdravljenju” društva putem kultivisanja mladih „prola”;

Preporuke za reditelja:

- Reditelj mora uzeti u obzir sve prethodno navedeno prilikom odluke na koji način će realizovati dramsko delo.

Preporuke za marketinške aktivnosti:

U ispunjavanju marketinškog zadatka koji ima za cilj razvoj mlade pozorišne publike, treba se bezrezervno i bezkompromisno koristiti svim sredstvima, svim mogućim kanalima komunikacije i nesvakidašnjim marketinškim metodama koje će informisati i pokrenuti mlade ljude da dođu u pozorište. U tom smislu u ovom radu biće reči samo u „naznakama“ u kom pravcu treba razmišljati.

Dragičević-Šešić i Stojković u razmatranju marketinških kanala komunikacije sa potencijalnom publikom tvrde: menadžer u kulturi treba da upozna, a potom da znalački iskoristi težnje i potrebe savremenog čoveka – od „snobovske“ motivisanosti za praćenje kulturnih programa, iza koje ne stoje dublji porivi i potrebe, do težnji za „modernošću“, želje da se ide u korak s vremenom, zatim težnje za životom u prirodi ili potrebe za otkrivanjem „korena“, tj. tradicije. Navedene socijalne motive već uveliko koriste reklamne agencije za propagiranje nameštaja, prehrambenih, kozmetičkih i drugih artikala, dok su u kulturi reklamne poruke najčešće jednoznačne: kulturni proizvodi i umetnička dela reklamiraju se „kulturom“, a takva reklama uspeva da zainteresuje samo publiku sa razvijenim kulturnim potrebama, onu koja već učestvuje u kulturnom životu (2007). S obzirom da se u našem slučaju radi o nepublici koja nema razvijene kulturne potrebe, i koju tek treba zainteresovati za pozorište, marketinški pristup ovoj ciljnoj grupi mora biti radikalno drugačiji od uobičajenih kulturnih kampanja. Marketing je umetnost promene mišljenja ljudi. Cilj marketinga je aktiviranje na akciju, tačnije na kupovinu, u ovom slučaju karte za pozorište. Time se otvara pitanje na koji način motivisati pozorišnu nepubliku da kupi kartu za pozorište.

Marketinški pristup razvoju mlade pozorišne publike mora biti utemeljen u tzv. gerila marketingu koji se „ne oslanja na grubu silu prekoračivanja budžeta za marketing već na grubu silu živopisne mašte“ (Levinson: 2008: 15). Autor sa velikim iskustvom tvrdi da je gerila marketing svaki delić kontakta koji kompanija ima sa spoljašnjim svetom, a svaki delić kontakta znači obilje marketinških mogućnosti, a ne znači ulaganje mnogo novca. Gerila marketing ima početak i sredinu ali nema kraj. Tradicionalni marketing identifikuje tešku

artiljeriju marketinga – radio, televiziju, novine, časopise, direktnu poštu i internet, što je dostupno samo kompanijama sa velikim budžetima. Gerila marketing identifikuje oko dve stotine načina reklamiranja i mnogi od njih su besplatni, što znači da su “suština gerila marketinga male kompanije sa velikim snovima i malim budžetima” (Ibid, 15). Princip gerila marketinga – bolje je uložiti vreme, energiju, maštu i informaciju nego novac. Najveći razlozi za gerila marketing u službi razvoja mlade pozorišne publike leži u suštinskim razlikama od tradicionalnog. Tradicionalni marketing je uvek bio *JA* marketing. Autor navodi primer kompanija na čijim internet stranicama nalazimo odeljke: *O našoj kompaniji; Istorija naše kompanije; O našem rukovodstvu* i slično i naglašava – što je slučaj i sa zvaničnim sajtovima pozorišta. Nasuprot tome gerila marketing uvek praktikuje *VI* marketing, u kojoj se svaka reč i ideja odnose na klijenta, jer ljude ne zanima kompanija. Forma *JA* marketinga im je dosadna. Ono što ih zanima jesu oni sami. Ako im pričate o njima samima, imaćete njihovu pažnju. Period adolescencije je tranzicija iz deteta u odraslog, što prati veliki broj problema, intenzivna promena telesnog izgleda, intenziviranje seksualnih potreba i odnosa sa vršnjacima, kritički osvrt prema roditeljima, autoritetima i okolini, eksperimentisanje na različitim poljima (Gutović, 2006; Nešić i Radomirović, 2000; Lacković-Grgin, 1994; Đorđević, 1988). Sve te promene, dileme i sukobi neminovno dovode upravo do stanja u kome „ono što ih zanima jesu oni sami”. Pozorište ne može ostvariti komunikaciju sa adolescentima ukoliko uporno reklamira ustanovu, pisce, reditelje, glumce ili festivale i nagrade koje su na njima dobili. Pored toga što ove mlade ljude *to* jednostavno ne zanima, drugi razlog je taj što oni ne znaju o čemu ta reklama govori. Najveći broj njih sigurno ne zna ko je Tomi Janežič, niti o čemu se radi u predstavi *Galeb*, niti su čuli za festival na kome je ova predstava SNP-a nagrađena. Svega 16,2% novosadskih srednjoškolaca zna da navede nazive sva tri pozorišta u Novom Sadu¹⁰⁹. Njihove osnovne karakteristike su tipične za populistički (novokomponovani) kulturni model: doživljajno-potrošačka orijentacija, zabava, pasivnost, imitacija (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007: 244). U praktičnom smislu to znači da se pozorišno delo mora reklamirati onim elementima koji su sastavni deo života učenika srednje škole počevši od njihovih unutrašnjih procesa do spoljnih elemenata iz njihovih života. Gerila marketing upravo se služi tim posebnim mehanizmom nastanka interesovanja koji Olport naziva funkcionalna autonomija. Dakle, marketing pozorišta u službi razvoja publike iz redova srednjoškolaca mora da posmatra dramsko delo kao instrument putem kojeg će zadovoljiti neka druga interesovanja ili potrebe ciljne grupe sa ciljem da pozorište postane autonoman

¹⁰⁹ Rezultati terenskih istraživanja.

objekat interesovanja i samo sebi cilj. Reklama za pozorište mora koristiti one kanale komunikacije kojim komuniciraju mladi. Ukoliko ciljna grupa koristi stihove današnje turbo-folk muzike da izrazi svoje emocije, ukoliko se mlade devojke oblače poput starleta da izraze svoj stil, onda promoteri pozorišta za srednjoškolce treba da budu upravo te turbo-folk zvezde ili druge javne ličnosti. Oni komuniciraju istim jezikom, oni su uzori današnje mlade nepublike koju želimo da transformišemo u publiku. Iz tog razloga moramo da im se obraćamo onim elementima kulture koju oni poznaju i da govorimo jezikom koji oni razumeju, utoliko pre ako je na toliko niskom nivou da se može nazvati „prostim“. Oni bi trebalo da su prioritet. Primeri takovog pristupa mogli bi biti sledeći: za izvođače u muzici za pozorišnu predstavu angažovati „Zvezde granda“ ili „Pinkove zvezde“. Za promotere pozorišta angažovati starlete; za neku od sporednih, manjih ili većih uloga (u zavisnosti od glumačkih potencijala) angažovati javnu ličnost koja je poznata ili popularna („socijalizatori“) među ovom ciljnom grupom. Smelost ovih predloga, koje zaštitnici visoke umetnosti slobodno mogu nazvati „nečasnom stvari“, obrazložićemo sledećim argumentima:

- Angažovanje „socijalizatora“ za promociju umetnosti (ili pak za igranje neke od uloga u predstavi), ne može ugroziti umetničku izvrsnost, ukoliko je umetnost stvarana po normama večne „klasične“, „tradicionalne“ umetnosti (Antonić, 2013). Prema Klaiću (2012), umetnička izvrsnost podrazumeva profesionalizam, originalnost, inovativnost, umetnički razvoj i moć ubeđivanja. Izvrsnost pojačava emocionalni doživljaj, što se pozitivno odražava na usvajanje postuliranih ideja i vrednosti.
- Ni najmanje nije važno ko je i na koji način pozvao nepubliku, važno je da ona dođe u pozorište, a ono će, ako je pravo, svakako da „dopre“ do adolescenata.

Neophodno je razmišljati o načinima na koje se mogu uključiti učenici srednje škole u stvaranju pozorišnih predstava. Na primer:

- Angažovanje USŠ u ulozi saradnik/konsultanata (za pisanje dramskih dela – opis događaja ili ličnosti, simboli, način razmišljanja, način komunikacije, žargon; kostim; muzika; scenografija i dr.);
- Angažovanje USŠ za igranje uloga u predstavama. Poželjno bi bilo angažovati veći broj učenika srednjih škola za jednu ulogu, pri čemu bi svi zajedno učestvovali u postavljanju predstave i naizmenično igrali na sceni. Razlog ovom pristupu je u tome što se na taj način uključuje veći broj članova ciljne grupe koji sa sobom donose kontakte velikog broja vršnjaka, tačnije članova nepublike (28,6% novosadskih srednjoškolaca ima preko 1000

prijatelja na popularnim društvenim mrežama). Kada je u pitanju adolescentsko doba, krug prijatelja, tačnije vršnjačka grupa ima posebno značajan uticaj na pojedinca, ne samo kada su stavovi u pitanju već karakterišu i određena interesovanja, uverenja, verovanja, vrednosti ili mišljenja. Grupa deluje na pojedinca na različite načine: utiče na izbor filtriranjem komunikacija i informacija, zatim naglašavanjem vrednosti za koji se grupa zalaže; grupa vrši pritisak da stavovi članova grupe budu uniformni, i da se članovi tih stavova pridržavaju. Iz tih razloga neophodno je angažovati što veći broj, po mogućstvu „popularnih”, predstavnika ciljne grupe koji će izražavati pozitivan stav prema pozorišnoj umetnosti i istovremeno pozivati svoje vršnjake o pozorištu;

- Angažovanje USŠ za promotivne aktivnosti – 93,5% USŠ ima otvorene profile na društvenim mrežama; 42,2% učenika ima do 500 prijatelja na jednoj ili više društvenih mreža, zatim 29,2% njih ima između 500 i 1000 i 28,6% srednjoškolaca ima preko 1000 prijatelja na popularnim društvenim mrežama. Najčešće imaju otvorene profile na Fejsbuku (Facebook) (89% učenika) i Instagram-u (56,5% učenika). Angažovanje takvih učenika pandan je angažovanju javnih ličnosti. U virtuelnom svetu srednjoškolaca postoje pojedinci koji su popularni iz različitih razloga (zbog druželjubivosti, pameti, uspeha u sportu ili nekoj drugoj aktivnosti, lepote, skandala, humora i sl.).

Prilikom anketiranja učenika upoznala sam nekoliko veoma zanimljivih mladih devojaka koje imaju više od 1800 prijatelja na Fejsboku. One su obrazovane, govore po nekoliko jezika, pohađaju dramsku sekciju, putuju po svetu i učestvuju na pozorišnim festivalima za mlade i konačno, što je takođe od izuzetnog značaja, izrazite fizičke lepote. Može li se zamisliti bolja glavna glumica za novu predstavu ili PR menadžer čiji je zadatak promocija pozorišne umetnosti. One poseduju znanja i pozorišne veštine ali i neverovatan broj ličnih kontakta svojih vršnjaka koje na „klik” brzo i lako pozivaju u pozorište – 84,7% novosadskih srednjoškolaca bi prihvatilo poziv druga ili drugarice da idu u pozorište.¹¹⁰ One mogu da postavljaju svoje fotografije sa audicije, probe ili premijere, pozivaju prijatelje da gledaju predstave u kojima igraju, pričaju o radu na predstavi, ukoliko su u ulozi PR-a postavljaju različite sadržaje na temu projekta, slikaju se sa glumcima, rediteljima, dramskim piscima, intervjuišu svoje vršnjake koji igraju u predstavama – nakon čega se obično (spontano ali može biti i organizovano) razvija diskusija, lajkovanje, šerovanje, tagovanje, postavljanje novih fotografija ili videa i sl. Time se sve više širi krug nepublike kojoj želimo da plasiramo informacije o pozorištu i da time, za početak, omogućimo određenu prisutnost

¹¹⁰ Rezultati terenskih istraživanja.

pozorišta u njihovim virtuelnim životima. Ta „virtuelna prisutnost” ima za cilj da stvori ambijent u kome pozorište postaje deo njihove svakodnevice, da pokuša da pozorište učini „popularnim”, poželjnim i da ih pokrene da u realnom životu počnu da posećuju pozorište.

Zbog toga je internet i njegove društvene mreže a posebno Fejsbuk, medij koji ima ogroman marketinški potencijal za razvoj mlade pozorišne publike. Taj veliki marketinški potencijal Fejsbuka leži u najbitnijim karakteristikama interneta i društvenih mreža a one su: umreženost, interakcija, trenutna povratna informacija i komunikacija, saradnja (kolaboracija), otvoreni pristup informacijama i izvorima, zajedničko učestvovanje u kreiranju i menjanju sadržaja na vebu itd. (Radovanović, 2015: 36-37). Mogućnosti interneta ogledaju se u činjenici da skoro svi mladi provode puno vremena na internetu. Ovo istraživanje donosi podatak da 60,4% učenika provodi od 1-5 sati, a čak 30,4% srednjoškolaca navodi da provodi više od 5 sati dnevno na Internetu. U slučaju društvenih mreža, 93,5% njih ima otvorene profile na njima i interesantno je pomenuti da 42,2% učenika ima do 500 prijatelja na jednoj ili više društvenih mreža. Zatim, 29,2% njih ima između 500 i 1000 a skoro trećina, tačnije 28,6% srednjoškolaca ima preko 1000 prijatelja na popularnim društvenim mrežama. Najčešće imaju otvorene profile na Fejsbuku (Facebook) (89% učenika) i Instagram-u (56,5% učenika). Dodatna i veoma važna povoljnost marketinga na internetu je cena, koja nije mala ali je i dalje značajno niža nego na drugim medijima. Pored toga, internet omogućava i skoro besplatno postavljanje sadržaja, pri čemu produkcija takvog sadržaja ne mora nužno da zahteva skupu tehniku.

Kao potencijalne partnere ostale „tradicionalne“ medije je neophodno posmatrati potpuno odvojeno:

1. Televizija je izrazito skup medij za afirmaciju i promociju pozorišta, pa ona svakako ne može biti značajan medijski partner u razvoju mlade pozorišne publike. Takve troškove ne mogu da plate pozorište ili neka projektna organizacija. Međutim ovaj medij naša ciljna grupa prati u veoma značajnom procentu, stoga to ne sme biti zanemareno. Televizija je jedan od najvećih promotera poželjnog oblika ponašanja, pa je neophodno poznavati tu scenu.
2. Radio pruža dosta mogućnosti ukoliko se ovom mediju pristupi na inovativan i kreativan način. Radio je finansijski pristupačniji medij a njegova najveća prednost je mogućnost *live streaming-a*, odnosno, prenošenja programa uživo putem interneta. Mladi koriste

pametne telefone provodeći dosta vremena na internetu i to su činjenice o kojima treba razmišljati u kontekstu ovog medija.

3. Kada su štampani mediji u pitanju ovo istraživanje je pokazalo da novosadski učenici srednjih škola u veoma malom broju čitaju štampu. Iz tih razloga, smatramo da štampa ne može biti partner u razvoju mlade pozorišne publike.

Preporuke za saradnju sa školama:

- angažovanje mladih umetnika (dramskih pisaca, reditelja, glumaca) za pokretanje dramskih sekcija u srednjim školama;
- uspostavljanje bliske komunikacije i saradnje sa nastavnim i administrativnim kadrom u školi (posebno sa odeljenskim starešinama);
- izvođenje dramskih predstava u prostorijama škole;
- edukacija o pozorištu – predavanja u okviru nastave iz predmeta srpski jezik i književnost;
- organizovanje gostovanja poznatih dramskih pisaca, reditelja ili glumaca u školi;
- korišćenje školskih prostorija za oglašavanje;
- angažovanje učenika za prodaju karata po školama.

8. ZAKLJUČAK

Rad polazi od teorijskog uporišta da je osnovni cilj menadžmenta u kulturi, pronalaženje odgovarajućih organizacionih rešenja (modela), koji u najvećoj meri doprinose razvoju, društvenoj i tržišnoj efikasnosti kulturnih delatnosti (Dragičević Šešić i Stojković, 2007: 11), u ovom slučaju, o delatnosti u oblasti pozorišta. Uočena pojava, koja je sa aspekta menadžmenta u kulturi posmatra kao problem, jeste da velika većina srednjoškolske populacije ne posećuje pozorište. Istraživanje dostupnih teorijskih i empirijskih saznanja i zaključaka donelo je uvid da su razlozi ove pojave generalno nedovoljno razvijene kulturne potrebe ove populacije, pa simim tim i njihova nezainteresovanosti za ovu vrstu umetnosti. Pod pojmom kulturna potreba podrazumevali smo definiciju Nemanjića: podstaknuta kulturnom proizvodnjom, kulturna potreba se formira kao kulturni interes povezan s kulturnom vrednošću. Ukoliko je taj interes dovoljno snažan, kulturna potreba se ispoljava kao određena aktivnost usmerena na neki kulturni objekat (Nemanjić, 1991: 23).

Teorija o prirodi interesovanja odvela je ovo istraživanje u psihologiju na osnovu koga, i u kontekstu svega navedenog, zaključujemo sledeće: da bi učenicima srednjih škola pozorište postalo predmet ili objekat „pravog” interesovanja, neophodno je da ono „postoji”, tačnije da postoji adekvatna ponuda dramskih pozorišnih predstava za ovu ciljnu grupu; da obrate pažnju i upoznaju pozorišnu umetnost, da ona bude svesno odabrano interesovanje, da je razumeju, da ih motiviše u dovoljnoj meri i podstakne na aktivnost, tačnije na odlazak u pozorište. Ne treba zaboraviti da prilikom zadovoljenja potrebe za pozorištem, to osećanje bude pozitivno osećanje, da izaziva pozitivne emocije, jer od toga zavisi dalji odnos prema pozorištu.

Dolaženje do odgovarajućih rešenja je proces koji započinje posmatranjem problema u cilju uočavanja svih njegovih bitnih odlika, što je zahtevalo uvođenje drugih naučnih oblasti, a na prvom mestu socijalnu psihologiju. U praksi je to daleko složeniji proces nego što se iz izložene teorije može pretpostaviti jer, dolazimo u sferu društvene sredine koja ima dominantni uticaj na ličnost pa samim tim i na interesovanja. Mnogi autori koji su istraživali pojavu interesovanja ističu presudan značaj uticaja socijalnih činilaca na formiranje i razvoj interesovanja i da su ona rezultat učenja u socijalnim okvirima, što je polje teorije socijalizacije koja u biti predstavlja učenje poželjnih oblika ponašanja koje odlikuje društvo u kome je pojedinaka rođena i odrasta. Ta, još jedna nova teorija, dovela nas je do najznačajnijih socijalnih činilaca od kojih direktno zavisi stepen interesovanja učenika srednjih škola za

pozorište, a to su izvori i agensi socijalizacije. Izvori socijalizacije propisuju sadržaj koji treba da se nauči a agensi socijalizacije prenose taj sadržaj. Najznačajniji agens socijalizacije je porodica, zatim škola, vršnjačka grupa, društvene organizacije i sredstva masovnih komunikacija. Učenici srednjih škola uzrastom pripadaju društvenoj grupi adolescenata, i u tom periodu uticaj porodice izrazito slabi i uticaj ostalih agenasa postaje daleko jači. Međutim, oni svakako u te promene ulaze sa određenim stepenom razvijenih ili nerazvijenih kulturnih potreba. Kulturne potrebe sastavni su deo kulturnog kapitala, a u kući i porodici se, prema Burdijeovoj teoriji primarne socijalizacije, stiče osnova takvog kapitala koji je on definisao kao „interiorizovani sistem vrednosti koji zavisi od kulturnog nivoa roditelja“ (Burdije, 1999). Menadžment u kulturi polazi od ove činjenice i stoga ističe da ukoliko se tokom razvoja ličnosti ne utiče na razvoj umetničkog, estetskog senzibiliteta deteta u porodici, utoliko moraju više da se angažuju ustanove kulture i predškolske i školske ustanove (Dragičević-Šešić i Stojković, 2007).

Svesni činjenice da u Srbiji ima oko 10% stanovnika sa visokim obrazovanjem i da je većina sa srednjim ili nižim stepenom obrazovanja, zaključujemo da je nezainteresovanost srednjoškolaca za pozorište posledica odsustva pozorišta iz njihovog života, usled uticaja mnogobrojnih činilaca socijalne sredine. Na taj način dolazimo do formulisanja opšte hipoteze ovog istraživanja koja glasi: nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišno stvaralaštvo je posledica slabosti postojećeg sistema socijalizacije koje se ogledaju u zanemarenim kulturnim i obrazovnim funkcijama škola, pozorišta i medija. U cilju operacionalizacije ove opšte hipoteze formulisane su i sledeće posebne hipoteze:

- Škola je izgubila kulturnu funkciju i ne utiče značajno na formiranje i razvoj interesovanja za pozorište učenika srednjih škola.
- Pozorišta u Novom Sadu nemaju adekvatan program koji je namenjen srednjoškolskoj populaciji, nemaju razvijenu obrazovnu funkciju, te ne doprinose smanjenju nezainteresovanosti srednjoškolaca za pozorišno stvaralaštvo.
- Mediji masovne komunikacije (televizija, radio, štampa i internet) nemaju dovoljno kulturno-obrazovnih i umetničkih sadržaja kojima bi mogli uticati na formiranje i razvoj interesovanja za pozorištem kod učenika srednjih škola.

Za dokazivanje opšte hipoteze bilo je, najpre, potrebno poći od javnih praktičnih politika u oblasti obrazovanja, kulture i medija jer Država u okviru društva kao izvora socijalizacije, propisuje najveći deo sadržaja kojim se društvo socijalizuje i utvrditi mesto

pozorišta u kulturi i društvu Srbije. Pored toga škola, pozorište i deo neprivatizovanih medija pripadaju javnom sektoru koje država osniva (ili je preuzela osnivačka prava) i finansira zarad interesa i potreba građana i one deluju u skladu sa zakonskim okvirom, što državu takođe stavlja u prvi plan iz kog treba posmatrati problem ovog istraživanja. Javne praktične politike skoro potpuno marginalizuju pozorište i to se ogleda u sledećem: obrazovna politika samo preporučuje pozorište pored svih ostalih umetnosti i kulturnih sadržaja i ostavlja školama da odaberu da li će učenike voditi u pozorište ili muzej, galeriju i sl. kao deo slobodnih vannastavnih aktivnosti. Kulturna politika ne prepoznaje pozorište kao oblast kojoj treba posvetiti pažnju, „podrazumeva“ kulturnu potrebu i ne ukazuje na njenu ključnu ulogu u kulturnom životu. U slučaju medija Država ih ubrzano privatizuje čime gubi uticaj, a tamo gde ga ima, u opštem zahtevu za određenom količinom proizvodnje i emitovanja kulturno-umetničkog programa, pozorište se ničim ne izdvaja. Država finansiranjem pozorišta u načelu ispunjava obavezu dostupnosti ove umetnosti, ona ističe značaj i preporučuje pozorište, ali isto tako, Država putem zakona i propisa skida sa sebe bilo kakvu odgovornost po pitanju razvoja kulturnih potreba i kulturne potrošnje u oblasti kako pozorišta tako i svih drugih umetnosti.

Nakon uvida u javne praktične politike dolazimo do prakse i istraživanja uloge najznačajnijih agenasa socijalizacije u periodu adolescencije, koji mogu imati uticaj u razvoju interesovanja učenika za pozorište a to su škola, pozorište i mediji. Rezultati ovog istraživanja ukazuju da škola u velikoj meri zanemaruje svoju kulturnu funkciju što se ogleda u sledećem: srednje škole koje su obuhvaćene istraživanjem veoma retko iniciraju i organizuju posete pozorištu; u većini ovih srednjih škola nema dramskih sekcija; o pozorištu se govori najčešće samo na časovima srpskog jezika i književnosti. Ovakvi rezultati dokazuju da je stepen zastupljenosti pozorišta u školi izuzetno nizak, čime smo potvrdili hipotezu da je srednja škola izgubila kulturnu funkciju te ne utiče značajno na formiranje i razvoj interesovanja za pozorište kod učenika. U slučaju pozorišta ona dosledno sprovode kulturnu politiku i svojim programima zadovoljavaju kulturne potrebe samo onih građana koji već imaju razvijene takve potrebe. Pored toga, pozorišta ne razvijaju animacionu delatnost kojom je moguće ostvariti obrazovnu funkciju pozorišta. Ove činjenice potvrđuju postavljenu hipotezu da pozorišta u Novom Sadu nemaju adekvatan program koji je namenjen srednjoškolskoj populaciji, niti imaju razvijenu obrazovnu funkciju. Samim tim, ne doprinose smanjenju nezainteresovanosti srednjoškolaca za pozorišno stvaralaštvo. Kada govorimo o medijima, posmatrani su oni koje su učenici prilikom anketiranja naveli da prate u slučaju televizije, radija i štampe. Kulturno-

umetnički sadržaj generalno je najmanje zastupljen u ukupnom medijskom programu, dok je zastupljenost sadržaja sa temom pozorišta statistički zanemarljiva. Time potvrđujemo postavljenu hipotezu da mediji masovne komunikacije (televizija, radio, štampa) nemaju dovoljno kulturno-obrazovnih i umetničkih sadržaja kojima bi mogli uticati na formiranje i razvoj interesovanja učenika srednjih škola za pozorište. Dokazivanje posebnih hipoteza potvrdilo je i opštu pretpostavku ovog istraživanja da je nezainteresovanost učenika srednjih škola za pozorišno stvaralaštvo, posledica slabosti postojećeg sistema socijalizacije koje se ogledaju u zanemarenim kulturnim i obrazovnim funkcijama škola, pozorišta i medija.

Za ovo istraživanje, u suštini, nema mnogo značaja da li nastanak i razvoj interesovanja leži delom u unutrašnjim faktorima. Bilo da su to lične dispozicije, posebni motivi ili bilo koja druga kategorija, mada je jako važno imati saznanja i o prirodi takvog procesa. Uvideli smo da se interesovanje za pozorište može javiti i kod učenika srednjih stručnih škola, mada daleko ređe, kao i kod učenika gimnazije.¹¹¹ Naše istraživanje potvrdilo je, još jednom, da je interesovanje za pozorište ili bilo koji drugi oblik umetničkog ljudskog stvaralaštva inherentno slojevima koji poseduju izvesni kulturni kapital, a daleko manje svojstveno srednjim i nižim socijalnim slojevima društva. Razumeli smo da se, u načelu, interesovanje za pozorište može javiti i bez uticaja socijalne sredine ukoliko individua poseduje snažnu ličnu dispoziciju, ali je, u svakom slučaju, veoma teško pouzdano utvrditi da li je individua u nekom trenutku svog života prvi kontakt sa pozorištem (objektom interesovanja) ostvarila putem primanja informacije iz socijalne sredine ili je poimanje o pozorištu, tačnije o bilo kom objektu interesovanja, nastalo kao određeni misaoni proces. Kako kaže Balažević, „jednom istraživaču neće nikada poći za rukom da razdvoji naučene i nenaučene delove jednog motiva” (2011: 80). Za ovo istraživanje, kako smo već rekli to nije relevantno, za nas je najvažnije to što se sve teorije slažu da se konstantnim i učestalim spoljnim uticajima izrazito značajno povećavaju šanse za razvoj interesovanja. Saznanja o tim socijalnim činiocima koji izvire iz socijalne sredine, pod kojom podrazumevamo sve forme i tipove uticaja kojima okolina, kao organizovana situacija, deluje na individuu, od najvišeg interesa su za teoriju menadžmenta u kulturi u kontekstu razvoja publike. Svi socijalni činioci predstavljaju „vezu” ili kanale komunikacije, koji u manjoj ili većoj meri, mogu ili ne mogu biti iskorišćeni u pravcu razvoja mlade dramske pozorišne publike. Upravo tome nas uče „obrazovni odnosi sa javnošću” (Digl, 1998) koji imaju zadatak da otkriju kakve prepreke stoje između umetnosti i ljudi koji bi cenili, recimo pozorište, i onda da nađu načine da ih

¹¹¹ Pod ovim podrazumevamo gimnaziju „Jovan Jovanović Zmaj“, u slučaju privatne „E-gimnazije“ utvrđen je veoma nizak stepen interesovanja za pozorište.

umanje ili uklone. Digi govori o mogućnostima koje obrazovni odnosi sa javnoću imaju putem raznih socijalnih činioca i naglašava da su te mogućnosti najveće upravo kod školske omladine. Teorija i svakako praksa menadžmenta u kulturi u cilju razvoja pozorišne publike jednostavno mora da koristi te socijalne „linkove” do mladih ljudi, u cilju pronalazjenja načina i mogućnosti da uvide da im pozorište „sasvim sigurno može pružiti doživljaje kakve ne mogu iskusiti nigde drugde” (Digi, 1988: 233). Razvoj publike je veoma kompleksan i dugotrajan proces. Efekti bilo kakvog delovanja takođe nisu vidljivi odmah, već tek nakon izvesnog vremena. Menadžment pozorišta ne sme da se opravdava lošom kulturnom politikom (iako ima sve razloge za to), niti sme ikada da bude zadovoljan brojem publike.

Spisak literature:

- Abercrombie, N., Longhurst, B. (1998) *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*, London: SAGE.
- Adižes, I. (1995) *Menadžment u kulturi*, Novi Sad: Adižes menadžment konsalting.
- Adorno, T. i Horkhajmer, M. (2008) *Kulturna industrija* u Studije Kulture, ur. Đorđević, Jelena, 66-99., Beograd: Službeni glasnik.
- Aleksander, D. V. (2007) *Sociologija umetnosti: Istraživanja lepih i popularnih formi*, Beograd: Clio.
- Anderson, J. E. (1994) *Public Policymaking*, 2nd ed. Princeton, NJ: Houghton Mifflin.
- Antonić, S. (2013) *Pink tranzicija u Srbiji - šest teza za razumevanje naših kulturnih prilika*, Beograd: Kultura, br.140: 272-292.
- Balle, F. (1995) *Medias et societe*, Pariz: Montchrestein.
- Bandura, A. (1969) *Social learning Theory of Identificatory Processes*, in Goslin. D. (ed): *Handbook of Socialization Theory ang Research*, 213-262., Chicago: Rand McNally.
- Banić-Grubišić, A. (2013) *Antropološki pristup medijima – kratak pregled (sa posebnim osvrtom na igrani film)*, Antropologija 13, sv. 2, Institut za etnologiju i antropologiju, Filozofski fakultet Univerziteta u Beogradu.
- Bečelić, D. (2015) *Televizijska reklama u funkciji kreiranja identiteta i medijskog opismenjavanja adolescenata*, doktorska disertacija, Univerzitet umetnosti u Beogradu Fakultet dramskih umetnosti.
<file:///E:/My%20Documents/AAAkademija%20umetnosti/Doktorske%20studije/Doktorska%20disertacija/A%20PhD/Poglavlja/Mediji/Mediji%20kao%20u%C4%8Desnik%20u%20procesu%20socijalizacije%20adolescenata%20.pdf>
- Bell, D. (1990) *Ponovni susret sa 'Americkom specifičnošću': uloga civilnog društva*, *Pregled* br. 250.
- Benedikt, R. (1976) *Obrasci kulture*, Beograd: Prosveta.
- Berg, B. L. (2001) *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, 4 th ed. Allyn and Bacon. https://mthoyibi.files.wordpress.com/2011/05/qualitative-research-methods-for-the-social-sciences_bruce-l-berg-2001.pdf

- Berger, E. and Luckmann, T. (1967) *The Social Construction of Reality*, New York: Doubleday & Co, INC. <http://perflensburg.se/Berger%20social-construction-of-reality.pdf>
- Brecht, B. (1979) *Dijalektika u teatru*, Beograd: Nolit.
- Burdije, P. (1978) *Umetnička dela i razvijanje ukusa*, Beograd: Kultura br. 41.
- Burdije, P. (1999) *Nacrt za jednu teoriju prakse*, Beograd: Zavod za udzbenike.
- Burdije, P. (2000) *Narcisovo ogledalo*, Beograd, CLIO.
- Byrnes, J. W. (2003) *Management and the Arts*, USA: Focal Press.
- Chamorro-Premuzić, T., Furnham, A. and Reimers, S. (2007) *Personality and Art*, Vol. 20, pp. 84-87.
<https://thepsychologist.bps.org.uk/volume-20/edition-2/personality-and-art>
- Chan, T.W., Goldthorp, J.T. (2005) *The Social Stratification of Theater, Dance and Cinema Attendance*, Cultural Trends, no.14.
<http://users.ox.ac.uk/~sfos0006/papers/ct2005.pdf>
- Cvetičanin, P., Milankov, M. (2011) *Kulturne prakse građana Srbije – preliminarni rezultati*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Čolić-Biljanovski, D. (2006-2007) *Identitet nacionalnog pozorišta*, Novi Sad: Zbornik Matice srpske za scenske umetnosti i muziku, 34-35:145-155.
- Ćurčić, N. (2004) *Text, Audiences and Relations of Power Research Paradigms in Media and Cultural Studies*, Beograd: Glasnik Etnografskog instituta SANU, 52:29-42.
- Debord, G. (1967) *Društvo spektakla*, Porodična biblioteka br. 4, Anarhija/ blok 45.
http://www.geocities.ws/diy_bl/GuyDebord-DrustvoSpektakla.pdf
- Dewey, J. (1936) *Interes i napor – moral i vaspitanje*, Skoplje: Nemanja.
- Diamond, S. (1957) *Personality and Temperament*, New York: Harper.
- Digl, K. (1998) *Marketing umetnosti*, Beograd: Clio.
- Dirkem, E. (1963) *Pravila sociološke metode*, Beograd: Savremena škola.
- Divinjo, Ž. (1978) *Sociologija pozorišta*, Beograd: Beogradsko izdavačko-grafički zavod.
- Djurant, V. (1995) *Istočne civilizacije*, Beograd: Narodna knjiga - Alfa, Novi sad: Budućnost.
- Dragojević, D. (1974) *Kulturne potrebe i nivo interesovanja učenika srednjih škola*, Beograd: Kultura, br. 26.

- Dragičević-Šešić M. i Dragojević S. (2005) *Menadžment umetnosti u turbulentnim okolnostima*, Beograd: Clio.
- Dragičević Šešić, M. i Stojković, B. (2007) *Kultura – menadžment, animacija, marketing*. Beograd: Clio.
- Dragin, D. (2011) *Preduzetništvo u kulturi, studija slučaja muzičkog festivala*, *Kultura*, 130: 349-364., Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Draker, P. (1996) *Inovacije i preduzetništvo*, Beograd: Praksa i principi, PS „Grmeč“,
- Draker, P. (2003) *Moj pogled na menadžment*, Novi Sad: Adižes.
- Dror, Y. (2006) *Training for Policy Makers*, u: Goodin, R. E., Rein, M., Moran, M. (ur.), *The Oxford Handbook of Public policy*, str. 81-82, Oxford: Oxford University Press.
- Dunleavy, P. (2005) *Kako napisati disertaciju, Kako planirati, skicirati, pisati i dovršiti doktorsku disertaciju*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.
- Ćurčić, V. (2005) *Mentalno zdravlje mladih – rizik i šansa*, Beograd, *Psihijatrija danas*. Vol. 37(1), 87–107.
- Džinić, F. i Bačević, Lj. (1977) *Masovno komuniciranje u SR Srbiji*, str. 211-212, Beograd: BIGZ.
- Đermanov, J. (2005) *Vaspitanje interesovanja*, Novi Sad: Savez pedagoških društava Vojvodine.
- Đorđević, D. (1988) *Razvojna psihologija*, Gornji Milanovac: Dečje novine.
- Đorđević, I. LJ. i Filijović, M. (2014) *Uloga medija u realizaciji projekta kulturnog imperijalizma*, Novi Sad: Zbornik Matice srpske za društvene nauke, 147: 281-294.
- Đorđević, S. (2009) *Analize javnih politika*, Beograd: Čigoja štampa i Fakultet političkih nauka.
- Đorđević, T. (2006) *Estetika: komunikološki aspekt*, Beograd: Institut za političke studije.
- Đukić-Dojčinović, V. (2004-2005) *Menadžment i kulturna politika – pogled na tranzicione probleme repertoarskog pozorišta*, Beograd: Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, 8-9, 413-443.
- Đukić-Dojčinović, V., Srećkov, D. i Bosnić, D. (2007) *Strateška analiza kao osnova strateškog planiranja razvoja kulture u AP Vojvodini*“, str. 319-349, Beograd: Zbornik FDU, 10-11.

- Đukić, V. (2010a) *Država i kultura: studije savremene kulturne politike*, Beograd: Institut za pozorište, film, radio i televiziju, Fakultet dramskih umetnosti.
- Đukić, V. (2010b) *Obrazovna i kulturna politika: dramske umetnosti u školama*, Beograd: Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti, 195–211.
- Đukić, V. (2012) *Živeti bez kulture: Mediji i kulturna politika u Srbiji*, br. 137, str. 12-25, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti, Beograd: Kultura.
- Đukić, V. (2014) *Međuresorno područje kulture i obrazovanja: dijagnoza i terapija*, Novi Sad: SCENA, br.1-2 , Godina L, 13-21.
- Đukić, V. (2015) *Strategija razvoja međuresornih područja: kultura, obrazovanje, nauke*, Zbornik radova sa nacionalne konferencije sa međunarodnim učešćem Beograd, 19-21. Jun 2015., Bazaart, Kulturna uloga škole i obrazovna uloga kulture – drama u obrazovanju, str. 39-42.
<http://bazaart.org.rs/wp-content/uploads/2015/10/ZBORNIK-Kulturna-uloga-skole-i-obrazovna-uloga-kulture-Drama-u-obrazovanju.pdf>
- Đurđević-Lukić, S., Radoman, J. i Tadić, M. (2013) *Mapiranje (ne)diskriminacije u sistemu vojnog školstva Republike Srbije*“, Beograd: Centar za istraživanje javnih politika.
<http://www.publicpolicy.rs/documents/6e3966dbf66efc22d65dde48518cdd21083c7c42.pdf>
- Đuričić, A. (2010) *Srpsko pozorište u aktuelnim uslovima društvene tranzicije*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Đurić-Bosnić, A. (2015) *Ideološke matrice i zatvorene kulture: konstrukcija i dekonstrukcija dominantnih stereotipa u kulturi u Srbiji*, doktorska disertacija, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti.
- Đurić, Đ. (1999) *Socijalna psihologija obrazovanja*, Učiteljski fakultet u Somboru, Sombor.
- Erikson, H. E. (1976) *Omladina, kriza, identifikacija*, Titograd: NIP „Pobjeda”
- Erikson, H. E. (2008) *Identitet i životni ciklus*, Beograd: Zavod za udžbenike.
- *European Audiences: 2020 and beyond*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
<http://www.kulturradet.se/Documents/Kulturkontakt/EU/2014/European%20Audience%202020%20and%20beyond.pdf>

- Flere, S. (1976) *Obrazovanje u društvu: Uvod u sociologiju vaspitanja i obrazovanja*”, Niš: Gradina.
- Fromm, E. (1984) *Čovjek za sebe*, Zagreb: Naprijed.
- Fromm, E. (1986) *Bekstvo od slobode*, Zagreb: Naprijed.
- Fryer, D. (1931) *The measurement of Interest*, New York: Holt.
- Fulcher, J. and Scott, J. (2011) *Socialization, Identity and Interaction*, in: *Sociology*, 4th ed., Oxford: Oxford University Press.
- Gajić, O. (1999) *Umetnost –moja odabrana stvarnost – determinante umetničkih interesovanja mladih*, Novi Sad, Savez pedagoških društava Vojvodine.
- Gajić, O. i Lungulov, B. (2012) *Uticaj masovnih medija na moralne vrednosti darovitih*, Filozofski fakultet u Novom Sadu, p.335-347.
<http://www.uskolavrsac.edu.rs/Novi%20sajt%202010/Dokumenta/Izdanja/17%20Okrugli%20sto/25%20Gajic-Lungulov.pdf>
- Georgievski, P. i Žoglev, Z. (2015) *Uloga kulture u formiranju osobnog i društvenog identiteta u procesu socijalizacije*, Vol. 6-7, br. 6-7, str. 517-528, Godišnjak TITUS: godišnjak za interdisciplinarna istraživanja porečja Krke, <http://hrcak.srce.hr/file/220424>
- Gidens, E. (2003) *Sociologija*, Beograd: Ekonomski fakultet.
- Golubović, Z. (1981) *Porodica kao ljudska zajednica*, Zagreb: Naprijed.
- Golubović, Z. (1999) *JA i DRUGI: Antropološka istraživanja individualnog i kolektivnog identiteta*, Beograd: Republika.
- Golubović, Z. i Jarić, I. (2010) *Kultura i preobražaj Srbije – vrednosna usmerenja građana u promenama posle 2000. godine*, Beograd: Službeni glasnik, Res publica.
- Goodin, R., Rein, M. and Moran, M. (2008) *The Public and its Policies*, in: Goodin, Robert; Rein, Martin; Moran, Michael (eds), *The Oxford Handbook of Public Policy*, Oxford: Oxford University Press.
- Gutović, M. V. (2006) *Razvojna psihologija*, Banja Luka, Univerzitet u Banjoj Luci, Fakultet za fizičku kulturu i sport.
- Gvozdenović, S. (2005) *Filozofija, obrazovanje, nastava*, str. 39-54, Podgorica: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Haralambos, M. i Holborn, M. (2002) *Sociologija: teme i perspektive*. Zagreb: Golden marketing.
- Harvud, R. (1998) *Istorija Pozorišta*, Beograd: CLIO.

- Havelka, N., Kuzmanović, B. i Popadić, D. (1993) *Metode i tehnike socijalno psiholoških istraživanja*, str. 1-135, Beograd: Društvo psihologa.
- Havelka, N. (1995) *Vrednosne orijentacije učenika i njihova očekivanja od budućeg zanimanja*, Psihološka istraživanja, 7, 89-125.
- Hayes, D. (2003) *Audience Development: towards a strategic mindset*.
<http://www.a-m-a-co.uk/images/downloads/jam4.pdf>
- Hayes, D. and Slater, A. (2002) *Managing leisure: 'Rethinking the missionary position' – quest for sustainable audience development strategies*. Volume 7, Number 1, pp. 1-17. Routledge, London.
- Herman, E. and Chomsky, N. (2005) *The political economy of the mass media*, New York: Pantheon Books.
- Hidi, S. and Renninger, K. A. (2006). *The Four-Phase Model of Interest Development*, EDUCATIONAL PSYCHOLOGIST, 41(2), 111–127.
http://www.unco.edu/cebs/psychology/kevinpugh/motivation_project/resources/hidi_renninger06.pdf
- Ikonomova, V. (1973) *Pozorište i publika*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Ivić, I. i Pešikan, A. (2015) *Kultura i umetnost u strateškim dokumentima u oblasti obrazovanja u Srbiji: od monodrame do dijaloga*, Zbornik radova sa nacionalne konferencije sa međunarodnim učešćem Beograd, 19-21. Jun 2015., Bazaart, Kulturna uloga škole i obrazovna uloga kulture – drama u obrazovanju, str. 29-36.
<http://bazaart.org.rs/wp-content/uploads/2015/10/ZBORNİK-Kulturna-uloga-skole-i-obrazovna-uloga-kulture-Drama-u-obrazovanju.pdf>
- Jang, O. i Kvin, L. (2002) *Pisanje delotvornih predloga za javnu praktičnu politiku: Vodič za savetnike za praktičnu politiku u zemljama Srednje i Istočne Evrope*.
<http://www.bos.rs/materijali/vodic.pdf>
- Jerković, I., Gavrilov-Jerković, V., Mihić, I., Petrović J., Zotović, M., (2011) *Dometi reforme obrazovanja u Srbiji*, XVII Skup TRENDOVI RAZVOJA: “EVROPA 2020: društvo zasnovano na znanju” Kopaonik, 07. - 10. 03. 2011.
http://www.trend.uns.ac.rs/stskup/trend_2011/radovi/A2-2/A2.2-5.pdf
- Joksimović, S. (1968) *Interesovanja za kulturu i umetnost beogradskih srednjoškolaca*, Beograd: Sociologija, I, 255-268.

- Jovanov, L. (2014) *Grad teatar kao dinamički model razvoja sociokulturnog kapitala gradova na prostoru bivše SFRJ*, doktorska disertacija, Univerzitet umetnosti u Beogradu Fakultet dramskih umetnosti.
- Kant, I. (1991) *Kritika moći sudjenja*, Beograd: BIGZ.
- Kapor-Stanulovic, N. (1988) *Na putu ka odraslosti*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Kawashima, N. (2000) *Beyond the Division of Attenders vs Non-Attenders, A Study into Audience Development in Policy and Practice*, Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick
- Klaic, D. (2012) *Resetting the Stage: Public Theatre between the Market and Democracy*, Intellect Ltd.
- Klod, M. (2000) *Kulturni inženjering*, Beograd, CLIO.
- Kocić, LJ. (1984) *Nastajanje i razvoj dečjih interesovanja*, *Nastava i vaspitanje*, br. 5., Beograd.
- Koen, R.M. i Nejgel, E. (2006) *Uvod u logiku i naučni metod*, Beograd: Jasen.
- Koković, D. (2013) *Kultura u krizi i kriza kulture: slučaj Srbije*, br. 140, str. 293-309, Beograd: Kultura.
- Kolber, F. (2010) *Marketing u kulturi i umetnosti*, Beograd: Clio.
- Koledin, G. i Malinić, J. (2012) *Savremena porodica kao agens socijalizacije u uslovima društvene krize*, Priština: Međunarodni tematski zbornik, Filozofski fakultet Univerziteta u Prištini.
- Kostović, S. (1990) *Nastavnik kao faktor socijalizacije učenika završnih razreda osnovne škole*, magistarska teza, Filozofski fakultet, Beograd.
- Kraft, M. E. and Furlong, S. R. (2004) *Public policy: Politics, Analysis and Alternatives*, str. 4, Washington DC: CQ Press.
- Kreč, D., Kračfeld, S. R., i Balaki L. I. (1972) *Pojedinac u društvu*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Krstić, D. (1988) *Psihološki rečnik*, Beograd: Vuk Karadžić.
- Krušić, V. (2015) *Kulturna uloga škole*, Zbornik radova sa nacionalne konferencije sa međunarodnim učešćem Beograd, 19-21. Jun 2015., Bazaart, *Kulturna uloga škole i obrazovna uloga kulture – drama u obrazovanju*, str. 87-89. <http://bazaart.org.rs/wp-content/uploads/2015/10/ZBORNIC-Kulturna-uloga-skole-i-obrazovna-uloga-kulture-Drama-u-obrazovanju.pdf>

- Kržanić-Tepavac, D. (2008) *Pozorište – mesto komunikacije s mladima i svetom*, Teatron, Časopis za pozorišnu umetnost 144-145, 41-45, Beograd: Muzej pozorišne umetnosti Srbije.
- Lacković-Grgin, K. (1994) *Samopoimanje mladih*, Naklada Slap.
- Lemiš, D. (2008) *Deca i televizija*, Beograd: CLIO.
- Levinson, Dž. K. (2008) *Gerila marketing*, Beograd: IPS.
- Lukić, R.D. i Pečujlić, M. (1982) *Sociološki leksikon*, Beograd: Savremena administracija.
- Maitland, H. (1997) *A Guide to Audience Development*, London: London Arts Council of England, Touring Department.
- Makluan, M. (1971) *Poznavanje opština-čovekovih produžetaka*, Beograd, Prosveta.
- Mandžuka, M. D. (2000) *Projektna organizacija u pozorištu*, Beograd: FDU i OMEGA PLUS.
- Manić P. M. (2014) *Mediji u sistemu globalnog društva i njihova sociokomunikacijska uloga*, doktorska disertacija, Univerzitet u prištini, Filozofski fakultet, Kosovska Mitrovica.
- Manić, M. P. (2015) *Mediji i globalno doba – u službi demokratije ili profita*, Vol. 45, br. 2, Priština: Zbornik radova filozofskog fakulteta.
- Marić, R. (1998) *Stilovi – Sociologija omladinskih potkultura*, Beograd: Geopoetika.
- Marić-Jurišin, S i Marković, B. (2011) *Uticao televizije na razvoj interesovanja kod mladih*, Beograd, Kultura br. 133, 401-413.
- McGiugan, J.D. (1992) *Cultural Populism*, London: Routledge.
- Mevorah, V. (2015) *Internet i umetnost na prostoru Srbije 1996-2013 – Odlike umetničkih diskursa na polju Interneta u Srbiji*, doktorska disertacija. <http://www.arts.bg.ac.rs/wp-content/uploads/2015/04/Vera-Mevorah-Internet-i-umetnost-na-prostoru-Srbije-1996-2013-septembar-2015.pdf>
- Milić, V. (1996) *Sociološki metod*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Milić, A. (2001) *Sociologija porodice: Kritika i izazovi*, Beograd: ČIGOJA.
- Milojević, D. (2007) *Finansijska revizija i kontrola*, Beograd: Beogradska poslovna škola.
- Milivojević, LJ. (2011) *Deca i kultura u Srbiji*, br.130, str. 183-198, Beograd: Kultura.
- Milivojević, S. (2008) *Informaciono društvo i medijska kultura*, Beograd: Godišnjak.

- Milutinović, M. i Kačar, S. (2012) *Javne politike oblasti politikologije*, Banja Luka, Svarog i Nezavisni univerzitet Banja Luka, 34-35.
- Mimica, A. i Bogdanović, M. (2007) *Sociološki rečnik*, Beograd, Zavod za udžbenike.
- Minić, Lj. J. (2014) *Osećaj porodične koherentnosti kod adolescenata*, doktorska disertacija, Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet.
<https://fedorani.ni.ac.rs/fedora/get/o:862/bdef:Content/get>
- Misailović, M. (1991) *Dete i pozorišna umetnost*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Mitchell, R. (2002) *Cultural Policy Evaluation as a Means of a Schemata Construction and as a Policy Instrument*, The Second International Conference on Cultural Policy Research, Wellington, New Zealand.
<http://www.culturalpolicies.net/web/files/137/en/mitchell.pdf>
- Morone, A. (2006) *Guidelines for Measuring Cultural Participation*, Montreal, UNESCO Institute for Statistics.
<http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/culpart06.pdf>
- Mrđa, S. (2010) *Pozorišna publika u Srbiji: Izveštaj o istraživanju (Dramska publika)*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
<http://www.zaprokul.org.rs/ArticleDetails.aspx?ID=112>
- Mrđa, S. (2011) *Kulturni život i potrebe učenika srednjih škola*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Mulkey, L. M. (1993) *Sociology of Education: Theoretical and Empirical Investigation*, New York: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Nemanjić, M. (1970) *Funkcije umetnosti i estetička potreba*, Beograd, Kultura, br. 11.
- Nemanjić, M. (1971) *Kulturne potreba i kulturne vrednosti*, Beograd, Kultura, br. 15.
- Nemanjić, M. (1974) *Kulturne potrebe*, Beograd: Vuk Karadžić.
- Nemanjić, M. (1991) *Filmska i pozorišna publika Beograda: Socio-kulturni uslovi formiranja u periodu 1961-1984*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka
- Nešić, B., Radomirović, V. (2000) *Osnove razvojne psihologije*, Jagodina, Učiteljski fakultet u Jagodini.
- Nikolić, T., Kuvekalović, M. R. i Komar, Ž. (2011) *Osnovna zakonska rešenja u kulturi – Srbija, Nemačka, Litvanija i Grčka*, Kultura, str: 143-164, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Olport, G. (1969) *Sklop i razvoj ličnosti*, Beograd: Kultura.

- Parsons, T., Šils, E., Negel, K.D. i Pits, Dž.R. (1969) *Teorije o društvu*, Beograd: Vuk Karadžić
- Panić, V. (2012) *Psihologija i umetnost*, Beograd: Zavod za udžbenike.
- Pantić, D. (1980) *Priroda interesovanja*, I deo, Beograd: BIGZ.
- Pantić, D. i ost. (1981), *Interesovanja mladih: rezultati istraživanja*, Beograd: IIC Srbije.
- Pantić, D. (1987) *Razvoj umetničkih interesovanja*, Beograd: Kultura, br. 76/77.
- Pavićević, V. (1967) *Osnovi etike*, Beograd: Kultura.
- Pavlović, V. (2011) *Država i društvo*, Beograd: Čigoja štampa.
- Petrović, G. (2006) *Definisanje vizije i misije pozorišta, kao prvi korak u upravljanju pozorištem - ilustrovano na primeru pozorišta „Atelje 212“*, Beograd: Zbornik radova Fakulteta dramskih umetnosti.
- Petrović, J. i Zotović, M. (2012) *Adolescenti u Srbiji: U traganju za novim vrednostima*, Teme vol. 36, br. 1, str. 47-66, Niš: Univerzitet u Nišu.
- Petz, B. i Furlan, I. (1992) *Psihologijski rječnik*, Zagreb: Prosvjeta.
- Pešić-Golubović, Z. (1966) *Problemi savremene teorije ličnosti*, Beograd: Kultura.
- Pešikan, A. i Đukić, V. (2011) *Kultura i obrazovanje: kako ka efikasnijoj međuresornoj saradnji*, Tehnologija, kultura i razvoj – Tematski zbornik radova XVIII naučnog skupa međunarodnog značaja »Tehnologija, kultura i razvoj«, prof.dr Vlastimir Matejić Ur., 110-123.
- Popović, G. (2002) *Kultura i mediji: Godinu dana posle, u: (RE)konstrukcija institucija: Godinu dana tranzicije u Srbiji“*, Beograd: Institut za filozofiju idruštvenu teoriju.
- Popović, M. (1967) *Problemi društvene strukture*, Beograd: BIGZ.
- Poter, Dž. (2011) *Medijska pismenost*, Beograd, Novi Sad: CLIO, FORIN.
- Prodović, B. (2012) *Uticaj medija na stavove i ponašanje čoveka: Mediji i moralna panika*, Niš: Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet.
- Pick, J. (2009) *The Aesthetic Contract: The Heart of Arts management*, New York: Merrill Press.
- Radonjić, S. (1968) *Uvod u psihologiju: struktura psihologije kao nauke*, Beograd: Zavod za izdavanje udžbenika.
- Radovanović, D. (2015) *Uticaj internet zajednica na komunikaciono – društvene procese u umreženom okruženju*, doktorska disertacija, Novi Sad: Univerzitet u

Novom Sadu, Fakultet tehničkih nauka. <http://danicar.org/wp-content/uploads/2016/06/PhD-Danica-Radovanovic.pdf>

- Ratković, R. (2009) *Politika*, Beograd: Fakultet političkih nauka, pp.159.
- Redžić, S. (2013) *Polni moral mladih u rodnoj perspektivi*, doktorska disertacija, Niš: Univerzitet u Nišu, Filozofski fakultet.
<https://fedorani.ni.ac.rs/fedora/get/o:814/bdef:Content/get>
- Ristić, I. i Škorc, B. (2013) *Struktura interesovanja za različite umetničke discipline kod srednjoško-laca*, Beograd, Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja, Broj 1, Jun, 185-202.
<http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0579-6431/2013/0579-64311301185R.pdf>
- Rogers, R. (1998) *Audience Development, collaborations between education and marketing*, London, Arts Council of England.
- Rolan, R. (2009) *Pozorište za narod – ogleđ o estetici jednog novog pozorišta*, Beograd, Studio Lirica.
- Rot, N. (2010a) *Psihologija ličnosti*, Beograd: Zavod za udžbenike.
- Rot, N. (2010b) *Osnovi socijalne psihologije*, Beograd: Zavod za udžbenike.
- Sailović, S. (2012) *Organizacioni model nacionalnog pozorišta u funkciji ostvarivanja ciljeva kulturne politike na primeru Narodnog pozorišta u Beogradu*, doktorska disertacija, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti.
- Schiefele, H., Krapp, A., Prenzel, M., Heiland, A. and Kasten, H. (1983) *Principles of an Educational Theory of Interest*, Munich: Paper presented at the 7th Biennial Meeting of the International Society for the Study of Behavioral Development.
- Simeunović, D. (2009) *Uvod u političku teoriju*, Beograd: Institut za političke studije.
- Spasić, I. (2004) *Sociologije svakodnevnog života*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Stojaković, D. (2012) *Srpsko pozorište na društvenoj mreži Fejsbuk*, br. 136, str. 292-311, Beograd: Kultura.
- Stojanović, A. (2016) *Kulturološki značaj evaluacije za povećanje učešća građana u kulturnom životu lokalne zajednice*, Doktorska disertacija, Univerzitet umetnosti u Beogradu, Fakultet dramskih umetnosti Beograd.
- Stojiljković, Z. (2011) *Partijske ideologije, evropski politički prostor i Srbija*, FPN Godišnjak BR. 6, I DEO: Politička teorija, politička sociologija, politički sistem.

<http://www.fpn.bg.ac.rs/sites/default/files/wp-content/uploads/Zoran-Stojiljkovi%C4%87-Partijske-ideologije-evropski-politi%C4%8Dki-prostor-i-Srbija.pdf>

- Stojiljković, Z. (2012) *Izborna obećanja i postizborna realnost: javne politike u izornoj ponudi u Srbiji*, u: Stojiljković, Zoran; Pilipović, Gordana (ur.), *Javne politike u izornoj ponudi: Izbori i formiranje vlasti u Srbiji 2012. godine*, Beograd: Konard Adenauer Stiftung.
- Suonsyrjä, S. (2007) *IN THE SEARCH OF AUDIENCE: Ideas and Practises of Audience Develoment in the Regional Dance Centers in Finland*, MA thesis.
<http://ethesis.siba.fi/ethesis/files/nbnfife20071793.pdf>
- Šiber, I. (1973) *Što su to politički stavovi*, Politička misao: časopis za politologiju, Vol.10 No.4.
file:///E:/My%20Documents/Downloads/politicka_misao_1973_4_396_404.pdf
- Tillman, K. J. (1994) *Teorije škole*, Zagreb: Educa.
- Todorović, O. (2015) *Kulturom u školi do kulture škole: uloga programa stručnog usavršavanja*, Zbornik radova sa nacionalne konferencije sa međunarodnim učešćem Beograd, 19-21. Jun 2015., Bazaart, Kulturna uloga škole i obrazovna uloga kulture – drama u obrazovanju, str. 89-91.
<http://bazaart.org.rs/wp-content/uploads/2015/10/ZBORNIK-Kulturna-uloga-skole-i-obrazovna-uloga-kulture-Drama-u-obrazovanju.pdf>
- Tomas, D. S. i Inkson, K. (2011) *Kulturna inteligencija*, Beograd: CLIO.
- Tomašević, A. (2008) *Kulturne vrednote u masovnim medijima*, u: Medianali, Vol. 2 (4), <http://hrcak.srce.hr/file/61757>
- Trebješanin, Ž. i Lalović Z. (2011) *Pojedinac u grupi*, Podgorica: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Veselinović, P. (2014) *Reforma javnog sektora kao ključna determinanta uspešnosti tranzicije privrede Republike Srbije*, Vol. 16, sveska 2, str. 141-159, Kragujevac: Ekonomski horizonti.
- Vigotski L.S. (1996) *Sabrana dela*, Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Videnović, M. i Baucal, A. (2011) *Adolescenti i rizična ponašanja: odraz iracionalnosti ili racionalnosti*. Psihološka istraživanja, Vol. XIV (1), 25–46.
- Vinsent, E. (2009) *Teorija države*, Beograd, Službeni glasnik.
- Vujaklija, M. (1992) *Leksikon stranih reči i izraza*, Beograd: Prosveta.

- Vukanović, M. (2011) *POGLED NA KULTURU: Zakoni i prakse u Srbiji i pet država članica Evropske unije*, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Vukomanović, D. (2007) *Ideološke matrice političkih partija u Srbiji (1990-2007)*, u *Ideologija i političke stranke u Srbiji*, 67-113., Beograd: Institut društvenih nauka, Friedrich Ebert Stiftung, Fakultet političkih nauka.
<http://izbornareforma.rs/wordpress/wp-content/uploads/resurscentar/Ideologija%20i%20politicke%20stranke%20u%20Srbiji.pdf>
- Wilson, R. (2008) *Policy Analysys as Policy Advice*, in: Goodin, Robert; Rein, Martin; Moran, Michael (eds), *The Oxford Handbook of Public Policy*, Oxford: Oxford University Press.
- Zakić, K. i Milutinović, O. (2013) *Doprinos interkulturalnog menadžmenta razvijanju tolerantnosti u međunarodnom poslovanju*, *Anali poslovne ekonomije*, godina V, sveska 2, broj 9, str.: 162-177, Beograd: Megatrend univerzitet, Fakultet za poslovne studije.
- Zindović-Vukadinović, G. (1998) *Deca, mediji i nasilje*, *Zbornik Instituta za pedagoška istraživanja*, br. 30, 108-123.
- Zvonarević, M. (1973) *Psihologija*, Zagreb: Školska knjiga.

WEB izvori

- <http://boom93.com/projekti/mladi/31682/klinci-ne-znaju-sta-su-kic-i-sund-a-najvise-slusaju-turbo-folk.html>, 05.09.2016.
- <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2014/HR/1-2014-535-HR-F1-1.Pdf>, 25.03.2015.
- http://ec.europa.eu/culture/library/reports/201405-omc-diversity-dialogue_en.pdf, 25.03.2015.
- <http://portal.unesco.org/culture>, 22.02.2016.
- <http://nevena-fam.blogspot.rs/2011/06/drustvo-i-drustvena-struktura.html>, 06.04.2016.
- http://gogol.rs/pdf/Prakticne%20politike_ciklus.pdf, 15.06.2016.
- <http://www.bos.rs/materijali/vodic.pdf>, 15.06.2016.
- <http://omk-obrazovanje.gov.rs/wp-content/uploads/2015/09/Obrazovanje-u-Srbiji-%E2%80%93-Stavovi-gra%C4%91ana-o-obrazovanju-u-Srbiji.pdf>, 21.05.2016.
- <http://ceves.org.rs/wp-content/uploads/2014/02/Preduzetnistvo-u-Srbiji.pdf>, 15.04.2016.
- http://www.trend.uns.ac.rs/stskup/trend_2011/radovi/A2-2/A2.2-5.pdf, 07.04.2016.
- <http://www.vtsnis.edu.rs/StrategijaObrazovanja.pdf>, 24.02.2016.
- <http://www.politika.rs/sr/clanak/289612/Drustvo/Srbija-ocekuje-pozitivan-izvestaj-EK-o-obrazovanju>, 18.04.2016.
- <http://www.novisad.rs/lat/gradska-uprava-za-obrazovanje>, 18.04.2016.
- <http://www.pzv.org.rs/>, 22.03.2016.
- http://www.tsz.edu.rs/test/dokumenta/npp/saobracaj_14_2013.pdf, 22.03.2016.
- <http://www.telegraf.rs/jetset/1821944-zorannah-razbila-sa-knjigah-njen-roman-medju-10-najprodavanijih-na-sajmu-knjiga-foto>, 25.04.2016.
- <http://www.nsk.gov.rs/aktuelno.php>, 25.01.2016.
- <http://aktuelno.net/vesti/srbija/Usvojen-predlog-izmena-i-dopuna-Zakona-o-kulturi/cl/479134>, 25.01.2016.
- <http://www.ilustrovana.com/politika/poslednja-rupa-na-jedanaestoj-svirali>, 26.01.2016.
- <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/Popis2011/Starost%20i%20pol-Age%20and%20sex.pdf>, 25.07.2016.

- http://www.mos.gov.rs/mladisuzakon/attachments/article/389/nacionalna_strategija_za_mlade0101_cyr.pdf, 30.01.2016.
- <http://www.blic.rs/vesti/ekonomija/saznajemo-zabrana-zaposljavanja-bice-produzena-za-jos-tri-meseca/ezt8vh9>, 30.01.2016.
- <http://ludus-online.rs/zakonske-omce-o-vratu-teatra/>, 30.01.2016.
- <http://www.balkaninsight.com/en/article/pozorista-bez-zakona>, 30.01.2016.
- <http://www.blic.rs/kultura/vesti/apel-kulturnjaka-tasovcu-ministre-mi-smo-na-infuziji/zw7wkvv>, 30.01.2016.
- https://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEahU6tD07-fKAhVBYQ4KHeldATsQFggBMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.crnps.org.rs%2Fwp-content%2Fuploads%2FRRA-RTEM.doc&usg=AFQjCNE-2F4IWBt89sLRv_9rv8Z9mfetEg, 31.01.2016.
- <http://www.kultura.gov.rs/cyr/aktuelnosti/konferencija-marketing-i-komunikacije-institucija-kulture-u-digitalnoj-eri>, 09.02.2016.
- <http://www.matica.hr/kolo/299/Odnos%20masovnih%20medija%20i%20kulture/>, 25.05.2016.
- <http://www.rra.org.rs/latinica/news/article/godisnji-izvestaji-o-ispunjavanju-zakonskih-programskih-obaveza-pruzalaca-medijskih-usluga-sa-nacionalnim-pokrivanjem>, 23.01.2016.
- <https://twitter.com/jovanavu/status/391194689837477888>, 01.02.2016.
- http://www.ndnv.org/?page_id=6361, 05.02.2016.
- <http://liberty.ba/article/42/Sta-je-slobodno-trziste>, 05.02.2016.
- <http://pod2.stat.gov.rs/ObjavljenePublikacije/Popis2011/Skolska%20sprema,%20pismenost%20i%20kompjuterska%20pismenost-Educational%20attainment,%20literacy%20and%20computer%20literacy%20.pdf>, 05.06.2016.
- http://www.rtv.rs/sr_lat/vojvodina/novi-sad/srednjoskolci-prekinuli-izvodjenje-antigone_466084.html, 27. 05.2015.
- <http://www.texastyp.org/mission-vision-values.html>, 12. 07.2016.
- <http://buha.rs/O-Pozorishtu>, 12. 07.2016.
- <http://www.autonomija.info/da-li-ce-ujvideki-sinhaz-i-dalje-biti-odlicno-pozoriste.html>, 14.05.2016.

- <http://www.vreme.com/cms/view.php?id=1132980&print=yes>, 14.05.2016.
- www.pozoristemladih.co.rs
- <http://www.snp.org.rs/>
- <http://www.uvszinhaz.com/?lang=sr>
- <http://www.uvszinhaz.com/szinhazrol-cikk-8.html>, 11.05.2016.
- http://www.mos.gov.rs/mladisuzakon/attachments/article/389/nacionalna_strategija_za_mlade0101_cyr.pdf, 02.04.2016
- http://www.maticasrpska.org.rs/stariSajt/casopisi/ZMSDN%20br_147.pdf, 21.01.2016.
- <http://www.seecult.org/vest/medijska-nevidljivost-kulture>, 03.4.2016.
- http://www.sinos.rs/srpski/vesti/2/2016/02/24/2219/privatizacija-medija_-trazili-steniste-dobili.html, 03.4.2016.
- <http://www.kultura.gov.rs/strategirazvosistemaavnoginformisaurepublicisrbiido2016.godine>, 06.04.2016.
- <http://www.kultura.gov.rs/cyr/aktuelnosti/konferencija-marketing-i-komunikacije-institucija-kulture-u-digitalnoj-eri>, 09.02.2016.
- http://www.unicef.org/serbia/Analiza_decijih_TV_programa_za_decu_u_Srbiji.pdf, 04.04.2016.
- <http://www.kliping.rs/>
- http://www.ets-becej.edu.rs/files/interest/Kultura_mladih_u_medijskom_ogledalu_ETS.pdf, 27.05.2016.
- http://www.mos.gov.rs/mladisuzakon/attachments/article/389/nacionalna_strategija_za_mlade0101_cyr.pdf, 2.04.2016.
- www.youtube.com/watch?v=CVjXt_v1roM, 03.09.2016.
- <http://boom93.com/projekti/mladi/31682/klinci-ne-znaju-sta-su-kic-i-sund-a-najvise-slusaju-turbo-folk.html>, 05.09.2016.

Zakoni i podzakonska akta

- Ustav Republike Srbije ("Sl. glasnik RS", br. 98/2006);
- Zakon o javnim službama ("Sl. glasnik RS", br. 42/91, 71/94, 79/2005 - dr. zakon, 81/2005 - ispr. dr. zakona, 83/2005 - ispr. dr. zakona i 83/2014 - dr. zakon);
- Nacionalna strategija za mlade za period od 2015. do 2025. (Na osnovu člana 10. Zakona o mladima („Službeni glasnik RS”, broj 50/11) i člana 45. stav 1. Zakona o Vladi („Službeni glasnik RS”, br. 55/05, 71/05 – ispravka, 101/07, 65/08, 16/11, 68/12 – US, 72/12, 7/14 – US i 44/14);
- Strategija razvoja obrazovanja u Srbiji do 2020. godine („Službeni glasnik Republike Srbije”, broj 107/12.);
- Zakon o utvrđivanju nadležnosti Autonomne pokrajine Vojvodine („Službeni glasnik RS”, br. 99/09, 67/2012);
- Zakon o osnovama sistema obrazovanja i vaspitanja ("Sl. glasnik RS", br. 72/2009, 52/2011, 55/2013, 35/2015 - autentično tumačenje i 68/2015);
- Zakonom o srednjem obrazovanju i vaspitanju („Službeni glasnik RS”, br. 55/2013);
- Pravilnik o nastavnom planu i programu za gimnaziju („Službeni glasnik SRS – Prosvetni glasnik”, broj 5/90 i „Prosvetni glasnik”, br. 3/91, 3/92, 17/93, 2/94, 2/95, 8/95, 23/97, 2/02, 5/03, 10/03, 11/04, 18/04, 24/04, 3/05, 11/05, 2/06, 6/06, 12/06, 17/06, 1/08, 8/08, 1/09, 3/09, 10/09, 5/2010, 7/2011, 5/14 i 5/15);
- Pravilnik o izmenama pravilnika o planu i programu obrazovanja i vaspitanja za zajedničke predmete u stručnim i umetničkim školama ("sl. Glasnik RS - Prosvetni glasnik", br. 3/2015) od 7.5.2015. godine, stupio je na snagu 15.5.2015, a primenjuje se od školske 2015/2016.);
- Pravilnik o nastavnom planu i programu srednjeg stručnog obrazovanja u području rada ekonomija, pravo i administracija ("sl. Glasnik rs - prosvetni glasnik", br. 10/2012 i 1/2013 - ispr.);
- Pravilnik o nastavnom planu i programu opšteobrazovnih predmeta srednjeg stručnog obrazovanja u području rada poljoprivreda, proizvodnja i prerada hrane („Sl. glasnik RS – Prosvetni glasnik“, br. 6/2012);
- Pravilnik o opštim standardima postignuća za kraj opšteg srednjeg obrazovanja i srednjeg stručnog obrazovanja u delu opšteobrazovnih predmeta. Pravilnik je

objavljen u "Službenom glasniku RS", br. 117/2013 od 30.12.2013. godine a stupio je na snagu 7.1.2014.);

- Zakon o kulturi (Sl. glasnik RS br. 72/09, 13/16);
- Program razvoja AP Vojvodine 2014 - 2020.;
- Strategija privrednog razvoja grada Novog Sada;
- Zakon o javnom informisanju i medijima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 58/2015);
- Zakon o elektronskim medijima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014);
- Zakon o javnim medijskim servisima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014 i 103/2015);
- Zakon o oglašavanju ("Sl. glasnik RS", br. 79/2005 i 83/2014 - dr. zakon);

PRILOZI

Prilog 1

UPITNIK

O interesovanju učenika srednjih škola za dramsko pozorište

Pred tobom se nalazi upitnik kojim želimo da ostvarimo što potpuniji uvid u stepen i mogućnosti za razvoj interesovanja učenika srednjih škola za **dramsko pozorište**. Rezultati ovog istraživanja biće korišćeni za naučnu analizu, ali i u praktične svrhe vezano za razvijanje adekvatne strategije razvoja mlade pozorišne publike, tačnije produkciju dramskih pozorišnih predstava koje bi bile zanimljive učenicima srednjih škola.

Uz pitanja u Upitniku navedena su uputstva o načinu odgovaranja na njih. Molimo te da pažljivo pročitaš svako pitanje i da iskreno na njih odgovoriš. U pitanjima nema tačnih i netačnih odgovora, zanima nas samo ono što TI misliš. Upitnik je anoniman tj, ne treba se potpisivati.

OPŠTI PODACI

1. Pol:

1. Muški
2. Ženski

2. Škola:

3. Smer:

4. Razred:

1. I razred
2. II razred
3. III razred
4. IV razred

5. Sa kojim uspehom si završio/la prethodni razred?

1. Ponavljam razred
2. Dovoljnim
3. Dobrim
4. Vrlo dobrim
5. Odličnim

6. Da li putuješ svakodnevno do škole?

1. Da, iz kog mesta _____
2. Ne, živim u mestu gde je škola

7. Školska sprema oca (navedi samo jedna odgovor):

1. Završena osnovna škola
2. Završena škola za KV radnike (3 godine srednje škole)
3. Završena srednja škola
4. Završena viša škola
5. Završen fakultet, navedi koji: _____
6. Magistratura, master, doktorat

8. Školska sprema majke (navedi samo jedan odgovor):

1. Završena osnovna škola
2. Završena škola za KV radnike (3 godine srednje škole)
3. Završena srednja škola
4. Završena viša škola
5. Završen fakultet, navedi koji: _____
6. Magistratura, master, doktorat

O POZORIŠTU

9. Da li i koliko često ideš u pozorište?

1. Često (više puta puta mesečno)
2. Povremeno (jednom do dva puta tromesečno)
3. Retko (dva do tri puta godišnje)
4. Vrlo retko (jednom godišnje)
5. Nisam bio/la u poslednjih 2-3 godine ni jednom
6. Ne idem u pozorište

10. Da li je neko (ili nešto) uticao na to da ideš u pozorište?

1. Da (ko/šta?): _____
2. Ne

11. Da li možeš da navedeš dramsku pozorišnu predstavu koja je na tebe ostavila utisak?

1. Da, navedi naziv predstave _____
2. Ne

12. Da li bilo ko od tvojih drugova i drugarica ide u pozorište?

1. Da

2. Ne
3. Ne znam

13. Da li bi prihvatio/la poziv druga ili drugarice da idete u pozorište?

1. Da
2. Ne

14. Da li tvoji roditelji idu u pozorište?

1. Da, oboje
2. Samo majka
3. Samo otac
4. Ne

15. Da li se u tvojoj porodici razgovara o pozorištu?

1. Da
2. Ponekad
3. Ne

16. Da li su te roditelji (ili drugi članovi porodice) vodili u pozorište tokom detinjstva?

1. Da
2. Ponekad
3. Ne

17. Da li si između V i VIII razreda osnovne škole išao/la u pozorište?

1. Da
2. Ne

18. Da li znaš koliko profesionalnih pozorišta ima u Novom Sadu?

1. Da, ima ih: _____
2. Ne

19. Da li znaš nazive tih pozorišta? _____

20. Da li znaš koje vrste (oblici) pozorišnih predstava postoje?

1. Da, (navedi)

2. Ne

21. Da li si išao/la u pozorište u organizaciji srednje škole?

1. Da, koliko puta? _____
2. Ne

22. Da li bi želeo/la da češće ideš u pozorište u organizaciji tvoje srednje škole?

1. Da
2. Ne
3. Ne znam

23. Da li postoji dramska sekcija u tvojoj srednjoj školi?

1. Da
2. Ne
3. Ne znam

24. Da li neko od tvojih profesora/profesorki priča o pozorištu (preporučuje da ideš ili pominje neku interesantnu pozorišnu predstavu ili bilo šta vezano za pozorište)?

1. Da (navedi ko) _____
2. Ne

25. Da li na časovima srpskog jezika pričate o pozorištu?

1. Da
2. Ne

26. Da li je tvoj razredni starešina organizovao/la posetu pozorištu?

1. Da
2. Ne

27. Da li misliš da su dramske pozorišne predstave generalno...?

1. Interesantne
2. Dosadne
3. Ne mislim ništa o dramskim pozorišnim predstavama
4. Nešto drugo (navedi šta) _____

28. Da li smatraš da je gledanje pozorišnih predstava važno u životu?

1. Vrlo važno
2. Važno
3. Ni važno /ni nevažno
4. Nevažno
5. Uopšte nije važno

29. Kakav je (generalno) tvoj stav o dramskim pozorišnim predstavama?

1. Pozitivan, zašto: _____
2. Negativan, zašto: _____
3. Nemam stav, zašto: _____

MEDIJI

30. Da li gledaš TV

1. Da
2. Ponekad
3. Ne

31. Navedi TV kanale koje najčešće gledaš:

32. Navedi naziv bar jedne omiljene TV emisije?

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____

33. Da li slušaš radio?

1. Da, navedi koje radio stanice: _____
2. Ponekad, navedi koje radio stanice: _____
3. Ne

34. Da li čitaš dnevne novine?

1. Da, navedi koje: _____
2. Ponekad, navedi koje: _____
3. Ne

35. Da li čitaš časopise?

1. Da, navedi koje: _____
2. Ponekad, navedi koje: _____
3. Ne

36. Koliko vremena dnevno u proseku provodiš na Internetu?

1. Manje od 1 sata
2. 1 do 3 sata
3. 3 do 5 sati
4. Više od 5 sati

37. Šta najčešće pretražuješ na Internetu? _____

38. Koje sajtove najčešće posećuješ? _____

39. Da li pratiš nečiji blog na Internetu (navedi čiji)? _____

40. Da li imaš otvoren profil/e na nekoj od društvenoj mreži na Internetu?

1. Da, navedi na kojim mrežama: _____
2. Ne

41. Koliko imaš ukupno prijatelja na njima: _____

OPŠTA INTERESOVANJA

42. Na koji način najčešće koristiš svoje slobodno vreme? (*najviše tri odgovora*)

1. Spavam, dosađujem se...
2. U krugu porodice...
3. Gledam TV (DVD), slušam muziku, čitam novine...
4. Pretražujem Internet, igram igrice na računaru...
5. Čitam knjige, pišem, slikam, sviram...
6. Družim se sa prijateljima, posećujem rođake...
7. Odlazim u bioskop, pozorište, galerije, muzeje, koncerte ...
8. Odlazim na sportske događaje, utakmice...
9. Izlazim u kafić, klubove...
10. Odlazim u sportske kladionice, kasina, igraonice...
11. Bavim se sportom, rekreacija, šetnja...
12. Nemam slobodnog vremena
13. Nešto drugo, (upisati): _____

43. Navedi koje su tvoje omiljene teme za razgovor (na primer: sport, škola, moda, muzika...)

44. O čemu najčešće razmišljaš? _____

45. Da li bi gledao/la pozorišnu predstavu kada bi znao/la da se bavi temom koja tebe zanima?

1. Da
2. Možda
3. Ne

46. Navedi izvođača i naziv tvoje najomiljenije pesme:

47. Ko u tvom životu ima najviše uticaja na tvoje mišljenje? _____

48. Koji izborni predmet pohadaš?

1. Veronauku
2. Građanski

49. Da li veruješ u Boga?

1. Da
2. Ne

PROBLEMI MLADIH

50. Koji su po tvom mišljenju najveći problemi mladih u Srbiji? (odaberi do tri problema)

1. Loš školski sistem
2. Narkomanija
3. Alkoholizam
4. Nasilničko ponašanje
5. Nerazumevanje starijih
6. Loš materijalni položaj (siromaštvo...)
7. Kriminal
8. Bezperspektivnost
9. Neprihvaćenost od vršnjaka
10. Nešto drugo, (navesti): _____

51. Koji su tvoji lični najveći problemi? _____

52. Da li razgovaraš sa nekim o svojim problemima?

1. Da
2. Ponekad
3. Ne

53. Da li bi želeo/la da razgovarš a nekim o svojim problemima?

1. Da
2. Ponekad
3. Ne

54. Da li bi gledao/la pozorišnu predstavu kada bi znao/la da se bavi problemima mladih koji i tebe muče?

4. Da
5. Možda
6. Ne

Ako želiš još nešto da kažeš u vezi sa ovim upitnikom ili o nečemu o čemu te nismo pitali, a ti bi želeo/la da nam saopštiš – možeš to ovde napisati.

HVALA NA SARADNJI!

BIOGRAFIJA AUTORA

MSc Dušica Dragin

Rođena u Zaječaru 1974. godine, diplomirala 2007. godine na Akademiji umetnosti Novi Sad, na studijskom programu Produkcija za audiovizuelne medije. Iste godine upisala master studije i 2009. godine odbranila master rad: „Primena kreativne produkcije u promociji katedre za audio-vizuelne medije“, na istom fakultetu. Doktorske studije upisala je 2009. godine.

Zaposlena od 2011. na Akademiji umetnosti Novi Sad, kao asistent na svim predmetima iz oblasti produkcije studentima osnovnih i master studija. Izabrana u zvanje docenta 2015. godine, predaje Menadžment za kulturu, Postprodukciju i Marketing i plasman audiovizuelnih formi.

Paralelno sa radom na AUNS, osnovala je produkcijsku kuću *Filmska Radna Zajednica Filmski Front* 2010. godine, sa kojom je producirala dugometražni igrani film „Apofenija“ (premijera 29. II 2016. takmičarska selekcija FEST-a), i naučno-obrazovnu seriju „Gradske ptice“, (20 epizoda emitovano je na Radio televiziji Srbije, novembar 2012. – april 2013.).

Jedan je od osnivača i član pozorišne trupe *Balkan novi pokret* (od 2000. do 2005.), sa kojom je učestovala na 17 internacionalnih pozorišnih festivala. Od 2004. do 2014. kao vlasnik agencije za posredovanje u kulturi *Organizator*, realizovala je veliki broj kulturno-umetničkih programa i koncerata pretežno klasične muzike. Bila je selektor i menadžer bine sa klasičnom muzikom „CLASSIC STAGE“ na internacionalnom muzičkom festivalu EXIT '05. Od 2008. do 2012. bila je predsednik upravnog odbora kulturnog centar u Beočinu, član je Klastera kreativnih industrija Vojvodine (KVIK), a od 2014. godine i predsednik upravnog odbora KVIK-a. Jedan je od organizatora Međunarodne konferencije kreativnih industrija u Novom Sadu – CRINSS 2013.

Objavljeni radovi:

- Dragin, D. (2011) *Preduzetništvo u kulturi, studija slučaja muzičkog festivala*, časopis KULTURA, Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Dragin, D. (2011) *Egzit festival: Novi Sad – novi imidž*, Kreativna Srbija: novi pravac razvoja, Beograd: Republika Srbija, Ministarstvo kulture, informisanja i informacionog društva.

- Dragin, D. (2012) Država i film: uloga države u razvoju kinematografije – Srbija i arapske zemlje, Časopis za podsticanje i afirmaciju interkulturalne komunikacije INTERKULTURALNOST, Novi Sad: Zavod za kulturu Vojvodine.
- Dragin, D. (2016) *Interesovanja – preduslov razvoja umetničke publike*, Novi Sad: Zbornik radova Akademije umetnosti.

Изјава о ауторству

Потписани-а Душица Драгин

број индекса 11/2009д

Изјављујем,

да је **докторска дисертација** / докторски уметнички пројекат под насловом

ПЛАНСКИ АГЕНСИ СОЦИЈАЛИЗАЦИЈЕ: ШКОЛА, ПОЗОРИШТЕ И МЕДИЈИ И
ЊИХОВ УТИЦАЈ НА РАЗВОЈ ИНТЕРЕСОВАЊА УЧЕНИКА СРЕДЊЕ ШКОЛЕ ЗА
ПОЗОРИШТЕ

- резултат сопственог **истраживачког** / уметничког истраживачког рада,
- да предложена **докторска теза** / докторски уметнички пројекат у целини ни у деловима није била / био предложена / предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других факултета,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда

У Београду, 02. 11. 2016.

Изјава о истоветности штампане и електронске верзије докторске дисертације / докторског уметничког пројекта

Име и презиме аутора _____ Душица Драгин _____

Број индекса _____ 11/2009д _____

Докторски студијски програм _____ Менаџмент уметности и медија _____

Наслов докторске дисертације / докторског уметничког пројекта

ПЛАНСКИ АГЕНСИ СОЦИЈАЛИЗАЦИЈЕ: ШКОЛА, ПОЗОРИШТЕ И МЕДИЈИ И ЊИХОВ УТИЦАЈ НА РАЗВОЈ ИНТЕРЕСОВАЊА УЧЕНИКА СРЕДЊЕ ШКОЛЕ ЗА ПОЗОРИШТЕ

Ментор _____ Весна Ђукић _____

Коментор: _____

Потписани (име и презиме аутора) _____ Душица Драгин _____

изјављујем да је штампана верзија **моје докторске дисертације** / докторског уметничког пројекта истоветна електронској верзији коју сам предао за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета уметности у Београду**.

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања **доктора наука** / доктора уметности, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета уметности Београду.

Потпис докторанда

У Београду, 02.11.2016.

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитет уметности у Београду да у Дигитални репозиторијум Универзитета уметности унесе **моју докторску дисертацију** / докторски уметнички пројекат под називом:

ПЛАНСКИ АГЕНСИ СОЦИЈАЛИЗАЦИЈЕ: ШКОЛА, ПОЗОРИШТЕ И МЕДИЈИ И ЊИХОВ УТИЦАЈ НА РАЗВОЈ ИНТЕРЕСОВАЊА УЧЕНИКА СРЕДЊЕ ШКОЛЕ ЗА ПОЗОРИШТЕ

која / је моје ауторско дело.

Докторску дисертацију / докторски уметнички пројекат предао / ла сам у електронском формату погодном за трајно депоновање.

У Београду, 02.11.2016.

Потпис докторанда
