

ULOGA PUBLIKE U VREDNOVANJU KULTURNOG STVARALAŠTVA

1.

Publika i kulturno stvaralaštvo su u novijoj istoriji kulture nesumnjivo dva pola jedne složene stvarnosti. Stvaralaštvo je gotovo teško zamisliti bez publike, isto tako kao što bi i publika bila nemoguća bez „kulture proizvodnje”. Kada je počelo da se govori o „publici”, a do toga je došlo u određenom trenutku društvenog i kulturnog razvoja, već je došlo do kvalitativno sasvim novog odnosa između stvaralaca i primalaca, između „proizvođača kulture” i članova društva dovoljno spremnih da prihvate „kulture proizvode”. Upotreba termina „svet” u prethodnoj fazi razvoja je ukazivala na postojanje jedne mase koja još uvek nije bila u prilici da izrazi svoje kulturne potrebe i da utiče na obim i tokove kulturnog stvaralaštva. Termin „publika”, u istorijskom momentu kada je upotrebljen, odnosio se na već osvešćeni deo građanske klase, na onaj njen deo koji je omogućio savremeno kulturno stvaralaštvo ali koji je i sâm bio snažno podstaknut u svom razvoju tim stvaralaštvom. Drugim rečima, građanska publika je od tog vremena počela da obezbeđuje kontinuitet kulturnog stvaralaštva, a nove i nove forme stvaralaštva su stalno proizvodile i novu publiku. Ovaj odnos između te dve strane jednog entiteta koji u celosti nazivamo „kultura” dobijao je svoje konkretne oblike, u skladu sa promenjenim društvenim odnosima, na jednom novom tržištu, na kulturnom tržištu. U stvari, moderna publika je nerazdvojna kao pojam od funkcionisanja tog specifičnog tržišta. U tom smislu, publika je, kao što

dobro primećuje Eduardo Sangvineti, tipično buržoaski i romantični koncept, koji je, mada suočen sa svojim granicama, i danas na snazi. I još jedna novina se javlja u vezi sa tom novom publikom: ona se diferencira na „stručni” (teoretičari, estetičari, kritičari) i „laički” deo, onaj koji Arnold Hauzer naziva publikom „amatera sa estetskim interesovanjima, za koju — je umetnost postala predmet slobodnog izbora i promenljivih sklonosti”.¹⁾ Prema toj podeli, stručna javnost formira i izražava umetnički sud — ako se zadržimo u domenu umetničke proizvodnje — dok širi deo javnosti ili publika u uobičajenom značenju reči može da ima samo umetnički ukus. Ova podela, ma koliko imala i svog teorijskog opravdanja, i suviše je oštra i potiče pre svega iz društvene podele rada, iz određenog tipa odnosa koji se formiraju na umetničkom tržištu na kome se javljaju pasivni potrošači i stručnjaci kojima je namenjena uloga da vrednuju umetničko stvaralaštvo. I danas ćemo, uostalom, u mnogim publicističkim i kritičarskim tekstovima kod nas naići na podelu: na „javnost”, pri čemu se misli na stručni deo javnosti i na tzv. „široku publiku” koja se javlja kao potrošač umetničkih proizvoda i koja nema većeg uticaja na obim i karakter umetničke proizvodnje. Pri tome, treba napomenuti da čak i stručni deo javnosti u određenom tipu društvenih odnosa ne mora da ima aktivnu ulogu u vrednovanju umetničkog stvaralaštva ili umetničke proizvodnje, ako mislimo na čitav društveni proces od momenta stvaranja umetničkog dela pa do njegovog puta do publike. Otuda je podsticajan za naše razmišljanje u okviru ove teme stav Jirgena Habermasa da se „publika pocepala na manjine specijalista koji nejavno rezonuju i na veliku masu potrošača koji javno primaju”.²⁾

U svakom slučaju, u ovom tekstu pojam publike uzimam u integralnom značenju, pri čemu, s obzirom na uslove u kojima nastaje umetničko stvaralaštvo u našem društvu, želim da ukažem pre svega na neke relacije između određenih vidova umetničkog stvaralaštva, odnosno prezentacije umetničkih dela publici i publike kao konstitutivnog dela javnosti, publike koja se nesumnjivo uzdigla, ako ne u celini a ono sigurno u već značajnim segmentima, iznad nivoa „amatera sa estetskim interesovanjima”. Veoma mi je u tom pogledu blisko mišljenje Dejvida Rismana. „Brzinu kojom se razvija ukus previđaju mnogi kritičari popularne umetnosti, koji ne samo što ne primećuju koliko su često američki filmovi, popularni romani i časopisi dobri, nego i koliko su snažni i puni ra-

¹⁾ Arnold Hauzer „Socijalna istorija umetnosti i književnosti II”, Beograd, *Kultura*, 1966., str. 147.

²⁾ Jirgen Habermas, „Javno mnjenje”, Beograd, *Kultura*, 1969., str. 52.

zumevanja neki komentari amatera razmenjivača ukusa, koji se na prvi pogled čine kao deo vrlo pasivne publike.”³⁾ Ova ocena, izrečena pre više od dvadeset godina za jedan sloj američke publike, verovatno da već dosta dugo važi i za deo publike u zemljama koje su u ovom dvadesetogodišnjem periodu napustile neke niže faze kulturnog i umetničkog razvoja. Istovremeno, govoreći o vrednovanju kulturnog, odnosno umetničkog stvaralaštva, mislim na dvostruki aspekt tog vrednovanja — na ekonomski i na estetski. Pošto u najvećoj meri imam u vidu tzv. „prikazivačke umetnosti”, cena koju je posetilac spreman da plati za bioskopsku ili pozorišnu ulaznicu, na primer, upravo je merljiv vid ekonomskog vrednovanja umetničkog stvaralaštva. Skoro je postavljeno umesno pitanje: „Zašto iznos novca koji pojedinci izdvajaju za kulturu ne bi govorio o njihovom stavu prema određenim vrednostima?”⁴⁾ — bez obzira što bi to pitanje moralo da se relativizuje u kontekstu mogućeg izbora određenih vrednosti. Na taj problem tzv. suvereniteta potrošača takođe je već ukazano. „Kako tržište usmerava resurse u pravcu već postojeće i afirmisane tražnje, ono, po pravilu, ne omogućava afirmaciju onih vrednosti koje postoje samo kao potencijalna tražnja, koje društvo još nije usvojilo, a koje bi u daljem razvoju moglo i trebalo da usvoji.”⁵⁾ Prema tome, i suverenitet potrošača je jedna istorijska kategorija, društveno uslovljena. Što se tiče estetskog vrednovanja, kada je reč o publici koja se opredeljuje za pozorišne ili bioskopske predstave, to vrednovanje se svakako ne izražava eksplicitno. Međutim, već sam izbor predstave, uz sve uslovnosti koje postoje prilikom tog izbora, implicite znači i određeno vrednovanje, podrazumeva i neke elemente ukusa. Naravno, moramo biti svesni toga da kvantitativni kriterijumi ne moraju da budu u većoj saglasnosti sa kriterijumima kvaliteta, naročito kod nekih oblika umetničke proizvodnje. „Glas masovne publike nije uvek pravi glas. Filmovi velike umetničke vrednosti uvek se bore s konvencionalnim ukusom, bilo da ga lome u direktnom protivstavu, bilo da ga posrednim putem devalviraju.”⁶⁾ Međutim, ni odsustvo publike ne treba uzeti kao dokaz visokih umetničkih vrednosti nekog umetničkog dela, bez obzira da li je reč o filmskoj ili pozorišnoj umetnosti. Ovaj odnos između popularnosti i vrednosti je, uostalom, vrlo složen.

³⁾ Dejvid Risman, *Usamljena gomila*, Beograd, Nolit, 1965., str. 359.

⁴⁾ „Informacije” Saveza kulturno-prosvetnih zajednica Jugoslavije, br. 103, 31. 03. 1963. — deo „Lična potrošnja u kulturi” (Vojislav Marković i Marija Nikšić).

⁵⁾ Dr Ljubomir Madžar, „Tržište i kultura”, *Gledišta*, br. 12, 1968. str. 1636.

⁶⁾ Dr Milan Ranković, *Društvena kritika u savremenom jugoslovenskom filmu*, Beograd, Institut za film, 1970, str. 19.

Što se tiče kulturnog ili još uže umetničkog tržišta, ono je doživljavalo i doživljava različite transformacije zavisno od tipa društva u okviru koga se razvija. Ako je bilo izuzetno podsticajno u određenim fazama razvoja buržoaskog društva, tržište kulturnih dobara — možda je ovaj izraz najadekvatniji — u poznijim fazama u mnogim razvijenim buržoaskim zemljama zahtevalo mnoge korekcije, odnosno znatne intervencije države putem kulturne politike. Ovi zahtevi formulisani su i na nekim značajnim međunarodnim skupovima. „Kultura treba da se kvalifikuje potrošnjom i slobodnim vremenom, međutim, to može da predstavlja samo jedan vid stvarnosti. Značajno je da se, sem toga, prouče motivacije i simboličke predstave potrošača kulture, značajno je da se otkriju latentne potrebe koje su teško merljive, da se podstaknu te potrebe, oslanjajući se na jednu ambicioznu kulturnu politiku.”⁷⁾ Da se svest o ograničenosti tržišta kulture probija kroz ovakvu formulaciju više je nego jasno. Za nas se postavlja pitanje u kojoj meri se uopšte razvilo tržište kulturnih dobara, kada je ono počelo da se intenzivnije razvija, šta je u optičaju na tom tržištu i kakva je stvarna funkcija tog tržišta u savremenim društvenim i kulturnim prilikama? U vezi s tim nužno je podsetiti na dva značajna momenta — postoje dva segmenta kulture odnosno kulturnog stvaralaštva: jedan upućen na tržište kulture (izdavanje i prodaja knjiga, proizvodnja, distribucija i prikazivanje filmova) i drugi samo delimično okrenut tržištu a mnogo više, u ime ciljeva demokratske kulturne politike, podstican i zaštićen društvenim ulaganjima, i postoje dve faze razvoja kulture: jedna do 1965, dakle do privredne reforme, i druga od 1965. naovamo, ova druga sa mnogim kolebanjima između starog i novog modela. Što se tiče prve podele, očigledno je da sve više osvajaju prostor neki vidovi tržišne cirkulacije kulturnih dobara. Eduard Ile navodi podatak da su „prihodi kulture u Srbiji van autonomnih pokrajina u 1982. godini iznosili oko 1.050 milijardi starih dinara”, pri čemu „sredstva SIZ-ova kulture (kroz koje znamo da u najvećoj meri stiču dohodak arhivi, muzeji, biblioteke, pozorišta, zavodi za zaštitu spomenika kulture i druge) iznose svega 250 milijardi starih dinara.”⁸⁾ Ove podatke mogu da dopune još konkretniji podaci iz „Informacije” Saveza kulturno-prosvetnih zajednica Jugoslavije. Za koncerte zabavne i narodne muzike, za zabavne priredbe i disko klubove, za bioskopske ulaznice i za pozorišne ulaznice građani Jugoslavije su u 1981. godini izdali 2,620.600.000 dinara (novih).⁹⁾

⁷⁾ *Kulturna politika I*, Beograd, Zavod za proučavanje kulturnog razvitka, 1968., str. 156—157.

⁸⁾ Eduard Ile, „Stihija tržišta u kulturi i sloboda stvaralaštva”, *Kultura*, br. 62/63, 1983.

⁹⁾ Lična potrošnja u kulturi, navedeni izvor, str. 7.

U tom obimu sredstava, samo za koncerte zabavne i narodne muzike dato je 140.000.000 dinara (19,5% sredstava angažovanih za sve navedene vidove kulturno-zabavnih priredbi). Što se tiče faza društvenog i kulturnog razvoja u posleratnom razdoblju, treba reći samo toliko da je za najraniju posleratnu fazu, koja se inače odlikuje velikim poletom kulturnih delatnosti, vrlo značajna uloga socijalističke države. Država je u svojim izraženim funkcijama u velikoj meri regulisala i kulturno stvaralaštvo, jačala institucije kulture i imala u izvesnom smislu funkciju pokroviteljstva nad najvećim delom stvaralačke inteligencije. Uvođenjem samoupravljanja odnosi postupno počinju da se menjaju i u ovoj oblasti. Problemi postaju izuzetno složeni krajem sedamdesetih i početkom osamdesetih godina. Na Desetom kongresu SKJ date su i vrlo izričite ocene stanja u društvenim delatnostima uopšte, posebno u kulturi. Staro pitanje odnosa tržišta i državne intervencije, koje je počelo da se postavlja od vremena društvene i privredne reforme, dobija u ovo vreme aktuelan značaj. Suprotstavljajući se negativnim efektima tržišta, mnogi su bili skloni da rešenje traže u državnim dotacijama i vraćanju kulture u sigurnost državne zaštite. Međutim, „izbor nije između neorganizovanog stihijnog delovanja tržišta i tzv. besplatne, od države dotirane kulture. I jedno i drugo je podjednako neprihvatljivo”.¹⁰⁾ Posebno je značajno da se na ovaj način razbija privid o tome da kultura ne košta. Ako bi se prihvatilo da kultura nema svoju cenu, to bi značilo da u nju nije uložena rad, da ona nema svoju vrednost. Postalo je jasno da kulturne delatnosti podrazumevaju ozbiljan rad, a da je ostalo pitanje ko taj rad valorizuje. Ukoliko bi se očekivalo da samo tržište potvrdi vrednost rada uloženog u kulturne delatnosti, najvredniji rezultati u pojedinim domenima kulture ostali su neadekvatno valorizovani, i to pre svega zbog neracionalnog odnosa koji se na kulturnom tržištu uspostavlja između kulturne ponude i kulturne potražnje. Složenost problema međutim, ogleda se, u tome što je i deo kulture koji se finansira preko samoupravnih interesnih zajednica kulture (pozorišta, na primer) delimično upućen na tržište a deo kulture, koji inače ima status privredne delatnosti (izdavačka delatnost, kinematografija itd.), takođe očekuje, u skladu sa svojom kulturnom funkcijom, delimičnu finansijsku pomoć samoupravnih interesnih zajednica kulture ili bar neke zakonske olakšice, što je još uvek u nadležnosti države, odnosno njenih odgovarajućih organa. Tako, se izgleda, kultura delimično de-integrisala na područje „čiste kulture” koje je zavisno od obima sredstava i politike samoupravnih interesnih zajednica kulture i na područje kulture ekonomski zavisno od tržišta. Iz

¹⁰⁾ Budislav Soškić, „Uvodno izlaganje u Komisiji za pitanja obrazovanja i vaspitanja, nauke i kulture”, Deseti kongres SKJ, IC „Komunist”, 1975., str. 104.

takvog donekle protivrečnog položaja kulture, u okviru koje se nalazi najveći deo umetničke delatnosti, rađa se i protivrečan položaj publike. Pojavljujući se, kada je reč o celini kulturnih potreba, i u odnosu na proizvode jednog i u odnosu na proizvode drugog domena kulture, publika je u ostvarivanju svoje prave društvene i kulturne funkcije često onemogućena ili ekonomskim ili socijalno-kulturnim faktorima. Opasnosti koje iz ovakve protivrečnosti proizlaze dvostruke su prirode: ili daju povoda za ideologiju koja zagovara kulturnu politiku čiji osnovni kriterijum bile nerazvijene kulturne potrebe prosečnog potrošača ili daju povoda za izvesnu elitističku ideologiju. Između ovih dveju krajnosti nalazi se stvarna i potencijalna publika u svim svojim modalitetima i sa najširim skalom kulturnih potreba.

2.

Kakva je, u ovakvoj situaciji, stvarna uloga publike u vrednovanju kulturnog stvaralaštva? Razmotrićemo ovom prilikom dva vida publike: bioskopsku i pozorišnu publiku. Bioskopska publika, kao najmasovnija publika, upućena je na instituciju bioskopa koja pripada sferi privrednih delatnosti, dakle plaća ulaznicu za svoje zadovoljstvo da gleda filmsku predstavu. Pozorišna publika, mnogo ograničenija po obimu, upućena je na instituciju pozorišta koje pripada sferi kulturnih delatnosti i takođe plaća ulaznicu, ali je cena ove ulaznice ispod ekonomske vrednosti sredstava uložених u predstave. Razliku, kada je reč o pozorišnoj ulaznici, pokriva samoupravna interesna zajednica kulture, pri čemu ostaje otvoreno pitanje da li čak i relativno niska cena pozorišne ulaznice može da privuče publiku u pozorište ako nisu ispunjeni i neki drugi, socijalni i kulturni uslovi. Problem stvarne i potencijalne publike možda je najaktuelniji baš kada je reč o pozorišnoj umetnosti, mada se taj problem postavlja u odnosu na sve umetnosti, pa čak i u odnosu na sedmu umetnost (film) koja inače ima najmasovniju publiku. Možda je u pravu jedan autor kada kaže da u „svom najvišem, najistinskijem i najvrednijem obliku pozorište može da privuče samo određen deo stanovništva“¹¹⁾ ali ostaje ipak pitanje koji je to deo stanovništva koje pozorište može da privuče.

U razmatranju ova dva vida publike ograničiću se na beogradsku bioskopsku i pozorišnu publiku. Bar su dva razloga za to: u Beogradu su najznačajniji fizički kapaciteti i jedne i druge institucije, i bioskopa i pozorišta, a sâm Beograd je u sociološkom smislu globalna društvena zajednica u malom. Kao osnovne pokazate-

¹¹⁾ Entoni Hilton, „Ekonomija pozorišta“, *Gledišta*, br. 7-8, 1972., 1047.

lje navešću obim i jedne i druge publike, obim sredstava ostvarenih na osnovu prodatih ulaznica i učešće novčanih sredstava za bioskopske i pozorišne ulaznice u rashodima četvoročlanih radničkih domaćinstava. Kada je reč o bioskopskoj publici, u ovom kontekstu je umesno osvetliti odnos publike prema domaćem filmskom stvaralaštvu i politiku društvene zajednice u pogledu stimulacije najboljih filmskih ostvarenja. Kada je reč o pozorištu, takođe može da bude indikativno da se navedu predstave koje su dobile premiju za najznačajnija ostvarenja od Gradske samoupravne interesne zajednice kulture i odnos publike prema tim predstavama. Što se tiče vremenskog repera, svesno se opredeljujem za 1980. (za bioskopsku publiku) odnosno 1981. (za pozorišnu publiku) ne samo zato što je u pitanju kraj jedne i početak druge decenije, već i zato što je reč o periodu kada promene u društvenom i ekonomskom životu koje su nastale kasnije nisu u toj meri mogle, bilo pozitivno bilo negativno, da utiču na publiku.

Tendencija porasta posetilaca beogradskih bioskopa, koja se zapaža od 1971. godine, najizrazitija je upravo u 1980. godini, kada je zabeležena brojka od 8,303.265 posetilaca. Na osnovu ove posete bioskopi su ostvarili bruto prihod od ulaznica od 200,398.686 dinara, uz prosečnu cenu ulaznice od 24 dinara.¹²⁾ Broj gledalaca u 1980. godini je porastao za 9,6% u odnosu na 1977. godinu uz porast bruto prihoda od ulaznica u istom periodu za 97,2% (prosečna cena bioskopske ulaznice je 1977. godine iznosila 13 dinara). U ovom povećanju broja bioskopskih posetilaca vrlo velikog udela imaju posetioci predstava domaćih filmova. Od ukupnog broja posetilaca, na gledaoce domaćeg filma otpada preko 19,0%, što je rekordna poseta u dužem vremenskom periodu. Pitanje stvarne i latentne publike, međutim, čak i u ovom kontekstu ostaje otvoreno i krajnje aktuelno. Ako kao standardnu meru uzmemo prosečnu posetu po stanovniku, videćemo da je prosečna poseta od 8,7 poseta po stanovniku u 1971. godini opala na 6,5 poseta u 1980. godini.¹³⁾ To treba objasniti time da je porast stanovništva po pravilu veći od porasta bilo koje posebne publike, u relativnom smislu, naravno. Ukupno stanovništvo Beograda je između dva poslednja popisa — 1971. i 1981. — poraslo za 20,3%, a stanovništvo beogradskih opština bez seoskih naselja za 19,5%. U istom periodu, bioskopska publika je porasla za 17,6%. Pri tome, treba uzeti u obzir sve uslovnosti prikazivanja filmova na jednom tako širokom i diferenciranom prostoru kakav je urbani prostor Beograda. Broj sedišta je, na primer, u 1980. go-

¹²⁾ Nepublikovani podaci Zavoda za statistiku grada Beograda.

¹³⁾ *Kinematografija u SR Srbiji 1971.*, i *Kinematografija u SR Srbiji — uporedo SFRJ*, Institut za film, Beograd, 1973. i 1982.

dini u odnosu na 1971. opao za oko 24,0%, tako da je u 1980. godini na 1 sedište dolazio 61 stanovnik, a u 1971. samo 39. Tome treba dodati i jaku koncentraciju bioskopske publike na sale u centralnoj zoni grada. U 12 bioskopskih sala u toj zoni — potez od Trga republike do Trga Dimitrija Tucovića — prikazano je u 1980. godini 33,5% filmova, dato 46,9% predstava, a publika na ovim predstavama je činila 57,8% od ukupne bioskopske publike na užoj teritoriji grada.

Ukoliko analiziramo učešće novčanih sredstava za bioskopske ulaznice u rashodima četvoročlanih radničkih domaćinstava, naročito u zavisnosti od visine mesečnih primanja u pojedinim grupama domaćinstava, videćemo da domaćinstva sa manjim raspoloživim novčanim sredstvima, a takvih je priličan broj, izdvajaju za bioskopske ulaznice zanemarljivo mala novčana sredstva. U odnosu na 677,32 dinara, koliko su sva anketirana domaćinstva koristila za obrazovanje, kulturu i razonodu u 1980. god. (što je inače svega 5,4 odsto od ukupno raspoloživih novčanih sredstava), za bioskopske ulaznice je prosečno mesečno trošen 21,61 dinar (svega 2,5 odsto u odnosu na ukupna prosečna mesečna sredstva upotrebljena za obrazovanje, kulturu i razonodu)¹⁴⁾ To je, približno, s obzirom na cenu bioskopske ulaznice od 24 dinara u 1980, jedna bioskopska ulaznica mesečno. Ne treba da iznenađuje što je procenat novčanih sredstava za bioskopske ulaznice tako mali (2,5 odsto) kada znamo da je bioskopska ulaznica u proseku bila jeftina, ali je indikativno da u tri grupe domaćinstava, kako ih vodi statistika, koja su prosečno raspolagala sa manje od 10 000 dinara, nije kupovana nijedna ulaznica za bioskop mesečno. U grupi domaćinstava koja su raspolagala sa najviše do 7 000 dinara, za bioskopsku ulaznicu je prosečno mesečno izdvajano 1,39 dinara. Makoliko zbunjujuće delovao ovaj statistički metod iskazivanja, to uprošćenje rečeno znači da je u ovim domaćinstvima jedna bioskopska ulaznica kupovana jednom u 17 meseci. U grupi domaćinstava, koja su raspolagala sa 8 000—10 000 dinara i gde je za bioskopske ulaznice korišćeno 10,98 dinara, jedna bioskopska ulaznica je kupovana u dva i po meseca. Tek u grupi domaćinstava koja su raspolagala sa 10 000—12 000 dinara, kupovana je otprilike jedna bioskopska ulaznica mesečno. U grupi domaćinstava sa najvišim prosečnim mesečnim raspoloživim novčanim sredstvima — preko 25 000 dinara — kupovano je približno četiri bioskopske ulaznice mesečno.

Ova mala analiza pokazuje samo to da su čak i izdaci za bioskopske ulaznice veoma zavisni od

¹⁴⁾ Tabela broj 8: Prosečna mesečna raspoloživa i upotrebljena novčana sredstva četvoročlanih radničkih domaćinstava prema visini mesečnih prihoda u 1980. — Gradski zavod za statistiku.

visine novčanih sredstava sa kojima domaćinstva raspolažu i da postoji jedna granica ispod koje je zadovoljavanje kulturnih potreba svedeno na minimum ili čak sasvim izostaje. To dalje znači da veliki broj članova domaćinstava u bioskop ide vrlo, vrlo retko, da nešto veći ide jednom do dva puta godišnje, a da manji deo ide često. Ovo pitanje, uostalom, zadire u domen životnog standarda, što mi nije moguće da sada ozbiljnije razmotrim. Treba možda dodati još samo to da tek u kategoriji domaćinstava sa 13 000—15 000 dinara prosečna mesečna upotrebljena sredstva za obrazovanje, kulturu i razonodu (1069,87) premašuju prosečna mesečna upotrebljena sredstva u iste svrhe kod svih domaćinstava (677,32 dinara). Sledeći skok u izdacima za kulturu je napravljen tek u kategoriji domaćinstava sa prihodima od 19 000—22 000 dinara — ova domaćinstva izdvajaju za svoje obrazovne i kulturne potrebe 1519,20 dinara, a struktura rashoda u okviru te stavke je sledeća: za novine i časopise — 13,2 odsto, za sve vrste ulaznica, uključujući i bioskopske, 8,4 odsto i za kupovinu knjiga — 5,0 odsto.

Sve ovo, naravno, ne umanjuje značaj porasta beogradske bioskopske publike u tom smislu što je više nego jasno da su u godini koju analiziramo aktivirani najrevnosniji bioskopski posetioci i da je njihovo usmerenje dobrim delom bilo prema predstavama domaćeg filma.

Poznato je da je Republička zajednica kulture od ukupnih sredstava namenjenih kinematografiji godinama izdvajala određen deo za stimulaciju gledanosti domaćih filmova. Od ukupnih sredstava u 1980. za filmsko stvaralaštvo i unapređivanje ostalih vidova kinematografije (blizu 66 miliona dinara), za stimulaciju gledanosti filmova obezbeđeno je blizu 7 miliona dinara, znači oko 10, odsto.¹⁵⁾ Tim sredstvima stimulirana je gledanost 33 filma, od čega je 10 filmova bilo iz proizvodnje za 1980. god. Zadržaću se u analizi na 5 najgledanijih filmova koji su istovremeno dobili i najveće iznose za stimulaciju.

Ovih pet filmova imalo je u toku prikazivanja tokom 1980. godine 1.420.536 gledalaca (podatak se odnosi na prikazivanje u Srbiji, što znači da samo u ovom slučaju odstupam od okvira beogradske bioskopske publike, jer se stimulacija za gledanost RZK odnosi na gledanost u Republici). To su sledeći filmovi na tabeli:

Kao što u filmska zbivanja svaki upućeniji čitalac može da vidi, reč je o pet vrlo popularnih filmova u vreme njihovog premijernog prikazivanja (svi su proizvedeni 1980. godine, najveći prosek po predstavi imali su „Ko to tamo peva” — 356 i „Rad na određeno vreme” — 317), što je

¹⁵⁾ Kinematografija u SR Srbiji 1980., str. 194.

MILOŠ NEMANJIC

Film — režiser	Gledalaca ¹⁶⁾	Iznos stimul.
1. „Rad na određeno vreme” — Milan Jelić	507.276	1,459.264
2. „Ko to tamo peva” — Slobodan Šijan	352.957	724.795
3. „Petrijin venac” — Srđan Karanović	240.979	448.896
4. „Srećna porodica” — Gorđan Mihić	239.966	447.920
5. „Poseban tretman” — Goran Paskaljević	84.358	271.116
	u. 1,420.536	3,351.991

direktno uticalo na stimulaciju za filmsko stvaralaštvo. U isto vreme, u slučaju filma „Petrijin venac”, u pitanju je dobitnik Velike zlatne arene na XXVII Festivalu jugoslovenskog igranog filma u Puli, a u slučaju filma „Ko to tamo peva”, reč je o dobitniku Velike bronzane arene na istom Festivalu. Film „Rad na određeno vreme” je na ovom Festivalu dobio nagradu publike Jelen. U ova tri slučaja u najvećoj meri su se, dakle, podudarili popularnost i umetnička vrednost filmskog ostvarenja, makoliko inače bili skeptični prema zvaničnim nagradama na jugoslovenskim festivalima. Svi ovi navedeni filmovi doživeli su takođe vrlo veliki publicitet u sredstvima javnog informisanja, pre svega u štampi. O filmu „Rad na određeno vreme” „natpise je objavilo 7 listova, od toga 3 beogradska, o filmu „Ko to tamo peva” — 11 listova, od toga 8 beogradskih, o filmu „Petrijin venac” — 13 listova, od toga 9 beogradskih, o filmu „Srećna porodica” — 7 listova, od toga 5 beogradskih, o filmu „Poseban tretman” — 8 listova, od toga 3 beogradska. Prema tome, u ovim slučajevima dolazi do korespondencije između šire javnosti (publika) i uže javnosti (kritičari, stručnjaci), bez obzira da li postoji saglasnost u pozitivnom ili delimično pozitivnom mišljenju o svim navedenim filmovima. Ukoliko bismo pažljivije pogledali neke napise o ovim filmovima, videli bismo da uz izričito pozitivna mišljenja o većini tih filmova postoje kritičke opservacije na izvesne pristupe ili umetničke postupke, ali to ipak ne umanjuje značaj nešto drukčije kulturne prakse u kojoj prepoznajemo i aktivniju ulogu publike u vrednovanju ovog vida umetničkog stvaralaštva. Ova aktivnija uloga se ogleda kako u povratnom dejstvu na samo filmsko stvaralaštvo (stimulacija

¹⁶⁾ *Kinematografija u SR Srbiji, 1980.*, str. 86, 89, 90, 91 i 92.

za gledanost) tako i na potpunije ostvarivanje kulturne funkcije bioskopa (u većini slučajeva pune bioskopske sale).

Što se tiče pozorišne publike u Beogradu, situacija je mnogo složenija i očigledno bez pozitivnih tendencija koje smo mogli da uočimo kod bioskopske publike. Pre svega, i pored toga što je relativno učešće sredstava Gradske samoupravne interesne zajednice kulture u ukupnom prihodu scensko-muzičkih delatnosti poraslo sa 17,5 odsto u 1976. na 44,7 odsto u 1980. odnosno što je prihod scensko-muzičkih delatnosti doživeo povećanje od 228 miliona u 1976. na 556 miliona u 1980. godini, znači za celih 143,8 odsto, materijalni položaj pozorišta koja pripadaju ovoj grupaciji se stalno pogoršavao da bi, kao što je poznato, ove godine dostigao kritičnu tačku.¹⁷⁾ Prema poslednjoj analizi koja je napravljena za potrebe javne rasprave — „Beogradska pozorišta danas” — pet beogradskih profesionalnih pozorišta, ne računajući, dakle dečja pozorišta, su 1981. godine ostvarila sledeće procenete prihoda od građana: Narodno pozorište — 8,6 odsto, Jugoslovensko dramsko pozorište — 7,7 odsto, Beogradsko dramsko pozorište — 11,2 odsto, Pozorište na Terazijama — 11,2 odsto i Atelje 212 — 31,4 odsto.¹⁸⁾ Ovi podaci su, razumljivo, prokomentarisani na taj način da su „sopstveni prihodi, neposredno dobijeni od ulaznica, zanemarljivi u odnosu na stvarne potrebe i na sredstva koja izdvaja GSIZ kulture.”¹⁹⁾ Koliko je u pravu, i u vezi s beogradskom pozorišnom situacijom, već citirani Entoni Hilton kada kaže da je „dokazano da je 'elastičnost prihoda' pozorišne publike slaba: što zajednica postaje bogatija ona za pozorište odvaja relativno manje od svojih prihoda.”²⁰⁾

Očigledno je, dakle, da pozorišna publika koja je u protekloj deceniji pokazivala stalnu tendenciju opadanja, uz nepromenjene ili minimalno povećane cene ulaznica, nije mogla da ima značajnu ulogu u vrednovanju pozorišnog stvaralaštva u ekonomskom smislu. Uostalom, i samo delimična analiza obima pozorišne publike u protekloj deceniji pokazuje negativne trendove. Sredinom protekle decenije, dakle u sezoni 1975/76, beogradska profesionalna pozorišta su na 2 028 predstava imala 822 835 posetilaca. U odnosu na sezonu 1971/72 godine to je značilo blag pad broja predstava za 3,4 odsto i osetno povećanje broja posetilaca za 6,7 odsto.²¹⁾ U sezoni 1979/80. došlo je, u odnosu na

¹⁷⁾ Neki pokazatelji aktuelnog društveno-ekonomskog položaja kulturnih delatnosti u Beogradu.

¹⁸⁾ *Beogradska pozorišta danas*, Beograd, GK SSRN Beograda, 1982., str. 41.

¹⁹⁾ *Isto*, str. 43.

²⁰⁾ Entoni Hilton, *isto*, str. 1050.

²¹⁾ SGB —77., str. 103—104 i 26. SGB —81., str. 88—93.

sezonu 1975/76. godine do daljeg smanjenja broja predstava za 1,5 odsto (ove sezone je izvedeno 1990 predstava), ali i do pada broja posetilaca za celih 17,5 odsto (broj posetilaca je bio 679 371).²²⁾ U godini na koju se odnose podaci o procentu prihoda od prodatih ulaznica, u 1981. godini, pet beogradskih profesionalnih pozorišta je imalo svega 544 226 posetilaca, što je u odnosu na proteklu sezonu pad za blizu 20,0 odsto.²³⁾ Pri tome, najveća prosečna cena ulaznice od 74 dinara ostvarena je u Jugoslovenskom dramskom pozorištu, a najniža od 39 dinara u Pozorištu na Terazijama, a „cene ulaznica se mogu samo minimalno povećavati, jer postoji opasnost od drastičnog smanjenja broja gledalaca.”²⁴⁾ Time se krug, prividno, zatvara, a otvaraju mnoga pitanja koja se tiču celog kompleksa pozorišne kulture i pozorišne organizacije.

Međutim, u celom ovom kontekstu ne treba prevideti jedan vid vrednovanja pozorišnog stvaralaštva u kome publika ima posrednu ulogu, jer ne postoji direktna veza između broja posetilaca i premija za najbolja ostvarenja kao u slučaju koji je u vezi s filmskom publikom i filmskim ostvarenjima, a stručna javnost ima odlučujuću reč. Reč je, kao što je već pomenu- to, o premijama za najznačajnija ostvarenja u jednoj pozorišnoj sezoni. Mada ove premije imaju i posrednu ekonomsku funkciju, jer znače kakvo takvo poboljšanje ekonomskog položaja pozorišta koje je dobitnik premije, one imaju i estetsku funkciju izdvajanja najznačajnijih ostvarenja, što u povratnom dejstvu može da utiče i na veći odziv publike. Prema Izveštaju Gradske samoupravne interesne zajednice kulture Beograda za 1979. godinu, od 61 premijere izdvojeno je 15 najznačajnijih ostvarenja — 12 je pripalo profesionalnim pozorištima za odrasle, a 3 dečjim pozorištima. Ukupno je, naime, premija isplaćeno 5 miliona dinara, u rasponu od 100 000 dinara (za predstavu „Kako se pravi pozorište” od K. Čagena i M. Ujevića u Ateljeu 212) do 800 000 dinara (za predstavu „Sumrak” od Isaka Babelja u Jugoslovenskom dramskom pozorištu).²⁵⁾ U 1981. godini, broj ovih premija se sveo na svega šest, pri čemu je jedna otišla u Pozorište „Boško Buha”. Sledeća ostvarenja su dobila premije: „Orfej XX veka” (Narodno pozorište), „Tri sestre” (Jugoslovensko dramsko pozorište), „Luda” (Beogradsko dramsko pozorište), „Kandid” (Pozorište na Terazijama) i „Au-

²²⁾ *Beogradska pozorišta danas*, str. 41.

²³⁾ *Isto*, str. 42.

²⁴⁾ *Beogradska pozorišta danas*, str. 43.

²⁵⁾ Izveštaj za 1979. Završni račun za 1979. Program rada za 1980., Beograd, Gradska samoupravna interesna zajednica kulture Beograda, 1980., 124.

dijencija i Vernisaž" (Atelje 212).²⁶⁾ Da li ovo smanjenje broja premija znači realan izbor u postojećoj pozorišnoj produkciji uz već ustaljene kriterijume, pooštavanje kriterijuma ili nedostatak sredstava, teško je reći. Činjenica je, nesumnjivo, da su posredi predstave koje su imale i velikog uspeha kod publike.

Kakav je, međutim, umetnički nivo ostalih premijera — bilo ih je 54 u 1981. godini — i šta je za publiku značilo 2719 predstava svih pozorišnih komada koji su u toku godine igrani na beogradskim scenama odnosno 1831 predstava na scenama profesionalnih pozorišta za odrasle? Da li je publika u tom nešto suženom, u odnosu na prethodne godine, ali još uvek dosta širokom izboru mogla da, prema svojim očekivanjima i svojim estetskim sklonostima, nađe dovoljno podsticaja za pokretanje prema određenim scenama. Možda, završavajući ovaj deo o pozorišnoj publici, treba ponoviti reči Tarasa Kermaunera da „publika ne predstavlja suvišan i mučan privesak pozorišne ideje, već je element, koga se pozorište ne može i ne sme odreći”.²⁷⁾

3.

Šta uopšte na kraju ovog izlaganja, umesto zaključka, reći o publici kao činiocu vrednovanja umetničkog stvaralaštva? Da li je zahvaljujući nekim procesima u društvu i kulturi došlo do onoga što Habermas naziva privatnošću kulturnih potreba i do pretvaranja političkog rezonovanja u potrošnju? Da li je suverenitet publike bio samo ograničeni suverenitet potrošača koji može da prihvati ili odbaci ono što mu se nudi, ali koji ne može da utiče na to šta će da mu se ponudi? Da li su stavovi koji su formirani u okviru najmasovnijeg dela javnosti, u okviru publike koja manje ili više puni bioskopske, pozorišne i druge sale i u kojima ostvaruje komunikaciju sa umetničkim delima, mogli da efikasnije prodru do institucija koje kreiraju kulturnu politiku? Koliko su, najzad, u razdoblju koje je za nama, bile delotvorne neke ekonomističke, funkcionalističke i druge ideologije koje ne pogoduju prirodnom usaglašavanju umetničkog stvaralaštva sa zahtevima publike? Sva ova pitanja zahtevaju temeljna razmatranja i ozbiljne odgovore. Moje razmišljanje na ovu temu i mala analiza koju sam napravio mogu samo da nam pomognu da shvatimo da publika zaista nije amorfna masa, da može da bude pokrenuta u jednom svom delu

²⁶⁾ Obrazloženja za najbolja ostvarenja u oblasti kulture u 1981.

²⁷⁾ Taras Kermauner, „Pozorište, repertoar i publika”, *Kulturni život*, broj 6, 1970., str. 451.

i prema lažnim vrednostima, ali da će već više ne mali deo publike uvek biti pokrenut stvarnim umetničkim ostvarenjima i u filmskoj i u pozorišnoj umetnosti i da će i svojim prisustvom i svojim sudom moći da adekvatno vrednuje ta ostvarenja. Prema tome, početno pitanje bismo mogli da preokrenemo i da se zapitamo da li je sama publika dovoljno vrednovana na jednom širem društvenom planu, a ne samo u umetničkim institucijama.

