

ТМГ. XXXVIII	Бр. 1	Стр. 357-376	Ниш	јануар - март	2014.
--------------	-------	--------------	-----	---------------	-------

UDK 78.073:061.27(497.111)

Оригиналан научни рад

Примљено: 8. 11. 2013.

Ревидирана верзија: 9. 1. 2014.

Одобрено за штампу: 18. 2. 2014.

Сабина Хаџибулић

Београд

МУЗИЧКЕ ПРАКСЕ ПУБЛИКЕ КОЛАРЧЕВЕ ЗАДУЖБИНЕ

Апстракт

Предмет овог рада је проучавање музичких пракси (потребе, навике и укус) публике *Коларчеве задужбине* у Београду. Циљеви истраживања су идентификација и опис свих установљених аспеката музичких пракси, као и утврђивање природе и значаја везе између поменутих и породичне уметничке традиције испитаника, те осталих чинилаца друштвене неједнакости. Компарацијом резултата са онима који важе за национални узорак рад додатно указује на специфичне особине ове публике. Резултати иду у прилог аутентичној наклоности музици, коју ова публика исказује интензивним музичким активностима подједнако у приватној и јавној сфери. Њена дистинктивна особина јесте и високо преферирање класичне музике и опере, док фаворизовањем староградске и народне изворне музике јасно показује своју културолошку припадност. Са друге стране, у складу са резултатима других сличних студија нашег друштва, и овде је потврђен значајан, али не и строг утицај уметничког порекла и издвојених социодемографских варијабли на културне/музичке праксе.

Кључне речи: *Коларчева задужбина*, публика, културна партиципација, музичке праксе

MUSICAL PRACTICES OF THE AUDIENCE OF *KOLARČEVA ZADUŽBINA* (ILIJ M. KOLARAC FOUNDATION)

Abstract

This paper examines the musical practices (needs, habits, and taste) of the audience of *Kolarčeva zadužbina* (Ilija M. Kolarac Foundation) in Belgrade. The aim is

sabinica602@gmail.com

to identify and describe all aspects of the audience's musical practices and to determine the nature and importance of the relationship between respondents' musical practices and their artistic family traditions, as well as other factors of social inequality. In addition, the paper points to the particularities of this audience's practices as compared to those of the national sample. The results support the audience's authentic affinity for music manifest in intensive musical activity both privately and publicly. The audience's distinctive feature is high preference for classical music and opera, whereas their favouring of "starogradska" (*lit.* old city) music and traditional folk music indicates their cultural affiliation. On the other hand, in accordance with other similar studies of our society, this study also confirms a significant, but not strict, influence of artistic family tradition and certain socio-demographic characteristics on the audience's cultural/musical practices.

Key Words: *Kolarčeva zadužbina* (Ilija M. Kolarac Foundation), audience, cultural participation, musical practices

УВОД

Овај рад тежи да осветли поједине проблеме социологије културних пракси, а стицањем увида у део културних активности музичке публике *Коларчеве задужбине* у Београду. Поменути институција је дугогодишњом многоструком културном делатношћу, али и квалитетом, разноврсношћу, те начином организације програма, остварила јединствену репутацију у региону¹. Додатно је инспирисало сазнање да се њеној публици до сада није пришло на сличан начин.

Предмет рада су културне праксе сагледане „као рутинизирани облици понашања који се састоје од великог броја елемената који се налазе у нераскидивој међусобној повезаности (телесне активности, менталне активности, начин употребе ствари, пред-рефлексивних знања, вештина, мотивације, итд.)” (Цветичанин, 2011, стр. 6). Оне су део свакодневног понашања људи, а исти их користе као средство за успостављање симболичких граница између себе и оних другачијих, потврђујући тиме идентитет и припадност одређеној групи. На трагу Бурдијеове (*Pierre Bourdieu*) идеје о музици као најдинамичнијем културном пољу са посебно израженим унутрашњим поделама, у фокусу анализе су управо музичке праксе². Оне су схва-

¹ У новембру 2013. године *Коларчева задужбина* обележила је 135 година постојања и рада.

² У прилог идеји иду и истраживања Питерсона (Peterson, 1992, 1996, 1997, 2005), Чана и Голдторпа (Chan, Goldthorpe, 2006), Ван Ајка (Van Eick, 2001, 2005), Лаира (Lahire, 2006), Бенета и др. (Bennett et al., 2009) и др.

ћене као вид културних пракси које се односе искључиво на домен музике. Циљ је идентификовање и опис музичких пракси публике према издвојеним аспектима (музичке потребе, продукција, приватна и јавна рецепција, музички укус), утврђивање природе и значаја везе између пракси и уметничког порекла испитаника и, индиректно, осталих чинилаца друштвених неједнакости. Поређењем резултата са онима који важе за национални узорак указано је на специфичне особине публике *Коларчеве задужбине*³.

ТЕОРИЈСКИ ОКВИР ИСТРАЖИВАЊА

Појам *културне партиципације* везује се за културне праксе људи и дешава увек када пошилаоци и примаоци, у сваком контексту и кроз било који канал комуникације, према заједничком општем коду комуникације обраћају пуну пажњу на садржаје и форме порука да би повећали сопствени информациони и културни фонд (Mogone, 2006). Иста обухвата активности културне производње и активности културне потрошње. Културна производња се односи на аматерско или професионално бављење уметношћу или креативним хобијем, док потрошња подразумева рецепцију која се одвија посећивањем културних догађања (јавна) и ону која се одвија путем медија (телевизија, радио, DVD, итд.) и у дому реципијената (приватна). Активни аспект културне партиципације огледа се у упражњавању културних активности у приватној и јавној сфери, док склоности ка одређеним типовима културних активности представљају њен потенцијални аспект.

Појам *укуса* настао је из исконске потребе да се одреди лична димензија која следи из човекова суочења са предметним светом, дакле и са предметима које човек ствара, међу којима творевине уметности имају својеврсно првенство (Петровић, 1989, стр. 323). Укус је друштвени феномен *par excellence*, јер претпоставља неку врсту „заједничког чула“, односно идеалне (премда не емпиријске) опште сагласности у погледу суђења, претпоставља профињену и култивисану друштвеност, што у крајњој линији подразумева не само естетску већ и етичку димензију (Жунић, 1995, стр. 423).

Најзначајније традиције испитивања укуса почивају на Кантовом (*Immanuel Kant*) одређењу укуса као моћи просуђивања једног предмета или неке врсте представљања помоћу допадања или недопадања, без икаквог интереса (Кант, 199, стр. 120). У социолошким истраживањима укус се операционализује на два начина: 1. преко

³ Резултати који се односе на национални узорак су део истраживања *Културне потребе, навике и укус грађана Србије и Македоније* Предрага Цветичанина из 2007. године.

вербалног изражавања оцена конкретних уметничких дела или преко вербалног изражавања преференција одређених уметничких жанрова (Bourdieu, 1984; Peterson, 1992; Bryson, 1996), 2. преко понашања, односно културних активности као што су посећивање одређених културних догађаја (концерата, позоришта, музеја и др.), гледање филмова, читање књига и др. (Chan, Goldthorp, 2006; Van Eick, 2001, 1999; Van Rees et al., 1999) (према Цветичанину, 2007, стр. 195).

Појам *публика* се, у најопштијем смислу, односи на примаоце порука без обзира да ли се ради о читаоцима, гледаоцима, слушаоцима, независно од природе медија преко којих се одвија комуникацијски процес или од садржаја порука. Како наводи Томић (2000, стр. 129–131), публика је као друштвени феномен била институционализована још пре две хиљаде година са својим обичајима, правилима и очекивањима у погледу места, времена и садржаја радње. Управо одлике античке публике кореспондирају са одликама данашње тзв. Једноставне публике. Она се, према Костићу (1982, стр. 130–135), дефинише као социјални агрегат, односно скуп личности које су повезане физичком близином, али међу којима нема реципрочних комуникација или су слабе. Повезује их привремени интерес (слушање концерта, гледање представе и сл.), својевољно приступају агрегату да би присуствовале чину о коме су претходно обавештене и тиме се покорављају прописаном реду. Врста и понашање једноставне публике зависи од врсте изведбе којој присуствује.

Теорије о културној партиципацији

Истражујући концептуализацију односа између друштвене стратификације и културне партиципације и укуса, Чан и Голдторп (Chan, Goldthorp, 2006) издвајају три кључна и, донекле, ривалска становишта.

Становиште о хомологији у свом једноставном облику претпоставља да се друштвена и културна стратификација подударaju. Тако они који заузимају високе друштвене положаје конзумирају дела високе или елитне културе, они на ниским друштвеним положајима преферирају неку форму популарне или масовне културе, док се између њих налази мноштво друштвених и културних међуслојева. Најзначајнији представник овог становишта свакако је Бурдије.

Читава друштвена стварност се, према Бурдијеу, састоји из тзв. друштвених поља. Она су мрежа или конфигурација објективних односа између положаја који заузимају појединци или институције, а који су постигнути у зависности од расподеле ресурса и добра око којих се у пољу води борба. Главни извори друштвене моћи јесу различите врсте капитала (економски, културни, социјални, симболички), а основно начело свих пракси јесте хабитус – систем образаца понашања и вредновања, који се састоји од структура спо-

знавања и процењивања које актери стичу кроз трајно искуство заузимања одређеног положаја у друштвеном свету. Усваја се социјализацијом (најпре примарном) и постаје део подсвести који успешно управља менталним и телесним понашањем. Класна подела, дакле, није заснована на односу према средствима за производњу, већ према различитим условима егзистенције, различитим системима диспозиција произведеним различитим условима и количини моћи или капитала. Усмеравајући појединце на квазиаутоматски начин ка одређеним понашањима, у различитим областима живота, класни хабитуси учествују у подизању симболичких баријера између друштвених група и доприносе њиховој унутрашњој кохезији (Спасић, 2010, стр. 173). Тако сваку класу одликује одређени животни стил, а генеративна формула за његово конституисање јесте укус. Укус је, према Бурдијеу (1984, стр. 173), склоност и способност за (материјално или симболичко) присвајање одређене класе класификованих и класификујућих објеката и пракси. Управо укус је од централног значаја за групни идентитет, јер класу не обједињују толико колективна свест и заједнички исповедане идеје, већ непосредна приврженост одређеним укусима и антиукусима, симпатијама и аверзијама, фантазмима и фобијама, која је уписана у најдубље слојеве хабитуса (1984, стр. 101). Он трансформише објективно класификоване праксе, у којима класни услов означава самог себе (кроз укус), у класификујуће праксе, односно у симболички израз класне позиције, опажајући их у њиховим међусобним односима и у условима друштвено класификаторских шема (1984, стр. 175). Преко укуса појединац осећа сопствено место у друштвеном поретку, али кроз исти он и показује колико је различит од других.

Становиште о индивидуализацији се може сматрати директном контрадикцијом становишту о хомологији: оно или пориче постојање утицаја друштвене структуре на обликовање културних пракси, или претпоставља да је тај утицај постојао у прошлости, док се у постиндустријским друштвима изгубио. Кључна тема ове линије аргумената је процес индивидуализације, који „описује ситуацију у којој су појединци релативно неспутани законом, традицијом или другим социјалним везама и тако „слободни“ да направе избор и развију се по сопственој жељи“ (Crompton, 1998, стр. 127). Културна значења и образци преузели су моћ идентификације од критеријума класе, богатства или културног капитала (Спасић, 2010, стр. 174). Стилкови живота су флуидни и нестабилни, јер их појединци у највећој мери сами бирају и ниједна идентификација се више не може наметнути⁴.

⁴ Свакако најзначајнији браниоци ове тезе јесу Бек (Beck, 2001), Гиденс (Giddens, 1991) и Бауман (Bauman, 1987, 1988, 1992).

Истражујући промене у односу културне потрошње и социјалног статуса, Питерсон (*Richard Peterson*) формулише тзв. *омнивора-унивора становиште*⁵. Претпоставка на којој почива јесте да владајуће класе не маркирају своју елитну позицију конзумирањем искључиво високе културе, већ еклектицизмом културних пракси, те се може схватити и као посреднички положај између два претходно представљена становишта. Ова хетерогеност активности и укуса осликава се увођењем термина омниворе (сваштоједи), а као њихова супротност на дну пирамиде налазе се униворе (једноједи), са релативно ниским друштвеним статусом и малим опсегом културних активности и хомогеним укусом. Дакле, оно што се дешава јесте смена од високоучених снобова ка омниворама. Данас постоји једна струја овог становишта која је блиска појму индивидуализације и дефинисању сопства кроз потпуну слободу избора. Друга, нешто измењена, и даље уочава друштвено-стратификацијску условљеност културних избора.

МЕТОД ИСТРАЖИВАЊА

Иако данас све више на популарности и значају добијају пост-модерна становишта о флуидним идентитетима насталим као резултат личног избора појединаца, а не утицаја познатих социјалних детерминанти, закључак који новија истраживања културне потрошње (Coulangeon, 2005; Lahire, 2006; Venett et al., 2009) доносе јесте да границе нису нестале, већ само мењају свој облик манифестације и обележавања.

Чињеница је да српско друштво, услед промена кроз које је прошло протеклих деценија, не припада оним постиндустријским и постмодерним, већ се пре може сагледати као „позиционирано на неизвесној (полу)периферији у односу на метрополска друштва Западне Европе и Северне Америке“ (Спасић, 2010, стр. 176). Нека ранија истраживања културне партиципације и укуса спроведена на територији Србије (Цветичанин 2002, стр. 2007; Цвејић, 2010) недвосмислено су показала изузетно снажан утицај фактора примарне социјализације, формалног образовања, занимања и старости испитаника на њихове културне праксе. Управо поменути резултати охрабрили су и коначно одредили замисао да, следећи Бурдијеа, претпоставимо да су културне, односно музичке праксе (потребе, навике и укус) припадника музичке публике *Коларчеве задужбине* детерминисане условима њихове примарне социјализације, који се односе на кул-

⁵ Peterson, Di Maggio (1975), Peterson, Hughes (1983), Peterson, Simkus (1992), Peterson, Kern (1996), Peterson (1997).

турну традицију породице, односно уметничке активности и склоности чланова породице. У наставку, претпоставили смо и да су поменуте праксе детерминисане актуелним положајем припадника у друштвеној структури, а који се односи на њихову старост, пол, образовање и занимање. Не смемо заборавити да су претходне хипотезе комплементарне, односно да се наведени утицаји не искључују, али су ради прегледности и шире експликације изведене засебно.

Истраживање је обухватило музичку публику Велике дворане. Узорак је изведен методом једноставног случајног избора (*simple random sampling*), а броји 150 испитаника⁶. Испитаници који чине узорак публике нису жанровски одређени⁷, већ су део публике 6 концерата различитих организатора (по 2 из сваке групе)⁸ изведених у једном изабраном периоду концертне сезоне (средина јуна 2010. године).

⁶ Према потпуној структури, узорак броји 41 мушкарца (27, 3%) и 109 жена (72, 7%). Старосну структуру чини 7 испитаника (4, 7%) до 20 година, 42 испитаника (28%) од 21. до 30 г., 12 испитаника (8%) од 31. до 40 г., 22 испитаника (14, 7%) од 41. до 50 г., 24 испитаника (16%) од 51. до 60 г. и 43 испитаника (28, 7%) од 61. и више година. У образовној структури преовлађују испитаници са стеченом високом стручном спремом 90 (60%), затим они са завршеном средњом школом 43 (28, 7%), те они са стеченом вишом стручном спремом 13 (8, 7%) и завршеном основном школом 4 испитаника (2, 7%). У професионалној структури најбројнији су стручњаци 84 (56%), средњеслојна занимања 35 (23, 3%), студенти и ученици 23 (15, 3%), те радници 5 (3, 3%) и руководиоци 3 (2%). Према класном положају убедљиво је највише припадника средње класе (стручњаци, нижи руководиоци и ситни предузетници: 72, 7%), прелазну (службеници са средњим образовањем и samozапослени са средњим образовањем) чини њих 23, 3% (35 испитаника), 3, 3% чини радничку (5 испитаника), а вишу (директори, политичари, средњи и крупни предузетници) свега 0, 7% (1 испитаник). Структура према месту боравка није формирана, јер смо због специфичности публике претпоставили да већински живи у Београду.

⁷ Жанровска дистинкција концерата најчешће је неизводљива услед присуства различитих жанрова како на појединачним концертима, тако и у целокупном програму сваке сезоне. То оправдава принцип према којему се концерти групишу искључиво следећи организационо тело истих. Исти критеријум онемогућио је и прикупљање података о коначном броју посетилаца концерата током године. Политика Центра за музику је базирана на идеји да сваки појединачни организатор води евиденцију о броју посетилаца концерата које организује, те је било немогуће прибавити податке о укупном броју истих у пет обухваћених сезона.

⁸ У организацији Центра за музику: циклус Променадни концерти: Коларчев подијум камерне музике, Клавирски дуо Димитријевић-Суботић, 13. јуна, циклус У сарадњи са: Криштина Бранко, 10. јуна. По споразуму са Градским секретаријатом за културу и Министарством за културу Републике Србије: Станиши у част: Београдско врело, 12. јуна, Концерт ансамбла народних песама и игара КОЛО, 15. јуна. Различити појединачни организатори: Београдска филхармонија, 11. јуна, Тамара Никезић, вокал, 14. јуна.

Стварање искуствене грађе започето је проучавањем бројних научних радова о културним праксама, годишњим извештајима о раду Коларчеве задужбине са посебним освртом на годишње листе програма Центра за музику⁹. Непосредно прикупљање података извршено је упитником у коме је готово 60% питања отвореног типа. Методом разговора сазнали смо нешто о личном доживљају музике испитаника и начину на који дефинише њихово социјално окружење¹⁰.

Испитаници су бирани приликом уласка у предворје задужбине, када им је уз објашњење и њихов добровољни пристанак бивао уручен упитник, који би враћали на паузи или по завршетку концерта. Разговори су вођени током паузе. Реакције испитаника кретале су се у распону од одбијања и показивања неповерења до прихватања са жељом да се подржи истраживач, а показало се да су исте биле у складу са публиком одређених концерата¹¹.

РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

Музичке потребе и навике публике Коларчеве задужбине

У настојањима да се информисемо о музичкој креативности публике, кренули смо од склоности испитаника у часовима доколице. Поред читања и рецепције музике у приватној сфери, активности културне продукције нашле су се међу прве три омиљене активности¹². Не би требало изгубити из вида да потенцијални аспект културне партиципације указује на њихове потребе, али не и фактичку активност. Када смо, међутим, утврђивали ко се међу њима заиста бави уметношћу (актуелни аспект) испоставило се да 14, 7% то чини професионално, а 26, 7% аматерски. Даљом анализом постаје јасно да постојање породичне уметничке традиције несумњиво утиче на

⁹ Исти обухватају уводник као сажетак и осврт на годишњу делатност (уз приказ критика најзапаженијих концерата у организацији Центра за музику објављених у домаћој штампи) и преглед целокупног музичког програма у периоду од 1. јануара до 31. децембра за сваку календарску годину, који приказује листу извођача, програма који изводе и простор изведбе. Преглед програма у организацији Центра за музику обухвата и број посетилаца, а према одржаном циклусу.

¹⁰ Пратећи податке о демографском профилу, изабране су групе од по 5 испитаника из различитих професионалних скупина са којима је кроз неколико стандардизованих питања вођен разговор.

¹¹ Док је публика концерата у организацији Центра за музику, али и она Београдске филхармоније показала отвореност за сарадњу, публика преостала три концерта је невољно прихватала упитнике и у разговору показивала дозу штурости, резервисаности, чак нетрпеливости.

¹² Читање је навело 37, 9%, бављење уметношћу 15, 2%, а слушање музике 12, 1%. Грађани Србије више су склони гледању телевизије, дружењу и шетњи.

бављење уметношћу¹³, те да они који имају јаку уметничку традицију у породици најчешће буду и сами уметнички активни, али и да није занемарљив постотак оних који се окрећу уметности а да притом нису били изложени породичним уметничким утицајима¹⁴. Како један део узорка није одговорио на питање о конкретној уметности којом се баве (28, 7%), постојеће одговоре смо повезали са онима о постојању формалног музичког образовања. Чињеница да су стекли формално музичко образовање јасно указује да се јесу бавили музиком бар у извесном периоду свога живота¹⁵. Отуд коначан број оних који су се аматерски или професионално бавили/баве музиком чини готово 32%. Како једно не искључује друго, не значи да се испитаници који се баве музиком уједно не баве и неком другом уметношћу.

Високо образована популација чини готово 70% публике, па је очекивано да преовлађује у свакој категорији. Међу испитаницима који потичу из породица са јаком уметничком традицијом готово да је изједначен проценат оних који имају и оних који немају никакво

¹³ Појам породичне уметничке традиције операционализован је кроз постојање, односно непостојање сродника у ужој и/или широј породици који су се бавили/баве уметношћу. Од испитаника је затражено да наведу све сроднике, почевши од родитеља, рођених браћа и сестара, преко очевих и мајчиних родитеља до ближих рођака (стриц, ујак, тетка), који су се бавили или се још увек баве уметношћу. Затим су, сажимањем добијених одговора, били сврстани у три категорије према постојању, односно непостојању породичне уметничке традиције. Испитаници са јаком породичном уметничком традицијом у својој ужој породици имају сродника или више њих који се баве уметношћу. Исто тако, тој групи припадају и они који имају сроднике како у ужој, тако и у широј породици (нпр: отац и очев отац). У узорку они чине 28, 7%. Категорија испитаника са слабом породичном уметничком традицијом обухвата оне који немају сроднике који се баве уметношћу у ужој породици, али имају некога искључиво у ширем породичном кругу (нпр. само очев отац или очев отац и стрец). Исту чини 24%. Трећу категорију испитаника, без породичне уметничке традиције, чине они који у свом ужем и ширем породичном окружењу немају никога ко се бавио или се још увек бави уметношћу, а у узорку броје 47%. Ваља напоменути да је бављење уметношћу обухватило све традиционално признате уметничке домене, те једнако професионалан и аматерски ангажман.

¹⁴ 60, 5% испитаника са јаком уметничком традицијом бави се уметношћу професионално или аматерски, а 30% оних без исте. Међу професионалним уметницима готово 55% је оних са јаким уметничким пореклом, 36, 4% оних без истог, док је у категорији испитаника који нису уметнички продуктивни најбројнији део популације без икакве уметничке традиције (готово 57%).

¹⁵ Формално музичко образовање има 31, 9% испитаника (завршену музичку академију 5, 3%, завршену музичку школу 15, 3%, а приватне часове похађало је 11, 3%).

формално музичко образовање¹⁶. Но, у групи испитаника без уметничке традиције тај однос иде чак три пута више у корист оних који немају никакво образовање (76, 1%). Иако није познато у којем конкретном уметничком окружењу су испитаници одрастали¹⁷, намеће се закључак да је присуство једног или више уметника у породици донекле било инспирација и подршка да се музички афинитети даље развијају и надограде у формалним оквирима, те се може говорити о постојању извесне културне репродукције.

Музика је данас доступна лакше и једноставније него икада раније. Она је део „предњег плана“, те „позадине“ свакодневног живота: као што слушају снимљену музику, људи је слушају и са радија, али и као позадину телевизијских програма и филмова. Управо то је разликује од читања и визуелних уметности, који су мање популарни (Bennett et all., 2009, стр. 76). Зато не чуди да је слушање музике једна од најприсутнијих културних пракси у свакодневном животу наших људи¹⁸, а слично је и са испитаницима свих издвојених категорија. Најрадије то чине путем радија¹⁹, што потврђује бројне предности овог културног добра, али индиректно указује на шири друштвени контекст, односно друштвене околности у којима поменути тренутно живе.

У публици *Коларчеве задужбине* нема оних који не слушају музику (готово 90% то чини свакодневно), а најбројнији су они без уметничке традиције (45, 8%). Чак 97, 7% испитаника са јаким уметничким пореклом музиком испуњава свакодневницу. Ради се претежно о младим људима, који услед повећане активности, жеље за социјалном повезаношћу, те разноликих интересовања које носи та доб имају свакодневну интензивну потребу за музиком. Не треба заборавити да готово 80% ове категорије чине жене, а управо оне музику могу доживети као релаксациони моменат у кућном окружењу. Висок је и постотак популације без уметничке традиције која то чини (84, 5%), док је међу испитаницима са слабом уметничком традицијом тај број нешто нижи (80, 6%).

Како је класна структура публике поприлично хомогена (готово 73% припада средњој класи, а свега 0, 7% вишој), није било могуће уочити убедљивије линије поделе међу њеним припадницима. Ка-

¹⁶ Готово 47% поменуте популације је завршило музичку академију, музичку школу или се приватно музички образовало, док је око 53% музику заволело слушањем на радију, телевизији и др.

¹⁷ Заправо, не знамо да ли су им преци били музичари или уметници друге оријентације.

¹⁸ У Србији 85% популације музику слуша сваки дан или неколико пута недељно.

¹⁹ Чак 97% публике поседује радио код куће, а готово 90% најрадије слуша музику захваљујући истом.

тегорије „стручњака“ (98, 2% средње класе) и „нижих руководилаца“ (преосталих 1, 8%), својом активношћу доследно преовлађују у свакој издвојеној музичкој пракси.

Из разговора са испитаницима сазнали смо да их на слушање музике подстичу искључиво разлози емотивне природе²⁰, а крећу се од оних према којима је музика средство за поправљање расположења („Музика ме је одржала, њојзи хвала”, „Музику треба често, јер се тада осећам боље”), преко идеје да је музици место у свакој прилици („Увек, и када сам сама, и када сам са пријатељима”, „Музику слушам нон-стоп”, „Музика је општеприсутна (...) може да се слуша у свакој прилици”), до става да слушање музике често има катарзи-чан ефекат на самог слушаоца, па му дозвољава да лакше изрази тренутно расположење („Музику волим да слушам кад је веселе, славље, кад излазим у град или кад сам нерасположен да ме „подигне“). Изложеност музици их испуњава и узбуђује, доживљавају је као неизбежног сапутника у различитим ситуацијама, па су јој, без изузетка, дубоко привржени. Извесно је да је у овом случају музику можемо поимати и као форму емоционалног капитала.

Увиђајући енормни значај музике у њиховим животима, не чуди сазнање да музика у знатној мери одређује и њихово најближе социјално окружење. Тако неки испитаници сматрају да су им пријатељи са којима деле музичка интересовања изузетно интересантни и важни („Инспиративни су ми људи који музици прилазе на разне начине и знају зашто нешто слушају“, „Музику сматрам делом општег образовања сваког човека, па ме сваки разговор са таквим људима подстиче”), док други мисле да склоност ка музици одређује чак и природу личности („Имам пуно пријатеља са којима доста причам о музици. Важно ми је да их имам у окружењу, јер мислим да су то ведри људи, духовити, радују се животу”). Без сумње, музика им служи и као форма социјалног капитала, јер узбуђује на много начина и тиме утиче на избор пријатеља. Пријатељским односима пружа упориште и вечиту инспирацију за осмишљавање заједничког времена, а појединима је незаобилазна карика у успостављању и грађену пријатељских контаката.

И упркос живој и разноврсној понуди београдске културне сцене, у години која је претходила истраживању чланови публике су најрадије јавно партиципирали управо у музичким догађањима. Чак 95, 3% популације првенствено је слушало концерте, те у томе нема значајних подела: сви испитаници (без изузетка) са јаким уметничким пореклом, 91, 7% оних са slabим и 94, 3% без истог. Концер-

²⁰ Услед ограниченог обима рада нисмо у могућности да овде представимо изводе обављених разговора.

тну публику су, пре свега, чинили испитаници без уметничког порекла (46, 5%), док су они са јаким били присутни у нешто слабијем проценту (35, 3%). Одатле закључујемо да би се профил публике *Коларчеве задужбине* у широј перспективи могао сагледати и као генерални профил београдске концертне публике, а услед необичног поклапања појединих особина. Старосни фактор, односно радни статус заступљеније категорије оправдање је овакве јавне партиципације, јер се подразумева да исти имају мање обавеза и више слободног времена у поређењу са млађим, радно активним делом популације, те их то чини посвећенијим концертним активностима.

Музички укус публике Коларчеве задужбине

Неоспорно је да *Коларчева задужбина* део своје неприкосновене репутације дугује квалитетном и богатом музичком програму. Жанровска дистинкција концерата углавном је неизводљива услед честог присуства различитих жанрова на сваком од њих. Но, детаљнији увид у програмске схеме пет издвојених сезона потврдио је постојање незваничног јавног става о *Коларчевој задужбини* као „институцији љубитеља класичне музике“²¹. На том трагу, инструктивно је сагледати у којој се мери преференције ове публике заиста подударају са понуђеним репертоаром, те тиме закључити понешто о разлозима њихове посете.

Испитивање музичког укуса операционализовано је питањем о омиљеним музичким жанровима у којему је испитаницима понуђен избор од 15 различитих, премда остајемо свесни чињенице да границе сваког жанра најчешће нису јасно дефинисане, те да испитаници могу под истима подразумевати различиту музику²². Најзад, многа ранија истраживања укуса била су сведена на свега неколико жанрова²³. Распон одговора кретао се у оквирима 5 модалитета: највише волим да слушам, волим да слушам, свеједно ми је, не волим да слушам и смета ми да чујем²⁴. Величина узорка и потреба за прегледно-

²¹ Услед ограниченог обима рада овде није могуће изложити петогодишње програмске листе.

²² Истина је да ми не можемо знати шта су тачно испитаници подразумевали под одређеним музичким жанром, те да немамо сазнања о њиховом схватању одређених жанрова.

²³ Ова констатација се свакако односи на Бурдијеа и његову *Дистинкцију*, где је музичка анализа фокусирана искључиво на поље класичне музике. На сличан начин, Чан и Голдторп своје истраживање пракси музичког поља базирају на анализи похађања концерата свега четири жанра: класичне музике, опере, jazz-а и rock-а.

²⁴ Ради лакшег поређења резултата, листа музичких жанрова идентична је оној коју је Цветичанин аплицирао у поменутом истраживању.

шћу података одредиле су даље сажимање одговора, па се коначни однос према жанровима посматра кроз позитивно, неутрално и негативно одређење (воле, свеједно, не воле).

Табела 1. Омиљени музички жанрови публике Коларчеве задужбине
Table 1. Favorite musical genres of the audience of Kolarčeva zadužbina

Музички жанр	Позитивно	Неутрално	Негативно	Тотал
Народна изворна	95 74,2%	23 18%	10 7,8%	128 100%
Новокомпонована	22 20,1%	16 14,7%	71 65,1%	109 100%
Турбо фолк	8 7,3%	9 8,3%	92 84,4%	109 100%
Староградска	101 80,8%	15 12,0%	9 7,2%	125 100%
Забавна/Поп	89 76,7%	19 16,4%	8 6,8%	116 100%
Класична	115 86,5%	15 11,3%	3 2,2%	133 100%
Опера/Оперета	73 67,0%	27 24,8%	9 8,2%	109 100%
Jazz/Blues	81 76,4%	19 17,9%	6 5,7%	106 100%
Rock	72 68,5%	21 20,0%	12 11,5%	105 100%
Dance/House	44 43,6%	31 30,7%	26 25,7%	101 100%
Techno	14 13,6%	25 24,3%	64 62,1%	103 100%
Punk	9 9,7%	22 23,7%	62 66,6%	93 100%
Rap/Hip - Hop	16 17,1%	28 29,7%	50 53,2%	94 100%
Hard rock/Heavy metal	17 18,3%	20 21,5%	56 60,2%	93 100%
Reggae	46 47,4%	24 24,7%	27 27,9%	97 100%

Овим је формирана група најпопуларнијих, односно најнепопуларнијих музичких жанрова. Следећи принцип популарности у групу омиљених жанрова сврстали смо оне са преко 80% позитивног става, у жанрове са изразитом популарношћу оне од 50% до 80% позитивног става, док групу популарних чине они са 30% до 50% позитивног става. Код неомиљених жанрова одбацивање је бар двоструко веће од прихватања, а неутралним припадају они са готово изједна-

ченим позитивним и негативним оценама. Позитивна категоризација је, заправо, издвојила групацију слушалаца, (изведену кроз одговоре „највише волим да чујем“ и „волим да чујем“ заједно)²⁵.

У складу са очекивањима, најбројнији део публике (86, 5%) издвојио је управо класичну музику као омиљени музички жанр и тиме свој долазак оправдао музичким афинитетом. Овакав профил знатно одудара од онога који одражава национални узорак²⁶. Процент оних који остају вредносно неопредељени (11, 3%) упућује на помисао да има посетилаца чији долазак није у аутентичној потреби, већ у мотивима немусичке природе (дружење, пратња партнеру, пословни разлози и др.). Иако незнатан, број испитаника који поседује одбојност према поменутом жанру (2, 2%) наговештава да има оних који не долазе често, а верујемо да су били привучени жанровски другачијим програмом.

Међу омиљеним жанровима налази се и староградска музика (80, 8%), жанр који у потпуности припада локалном културном миљеу. Процентуално блиска јој је изворна народна музика (74, 2%). Постојање склоности ка домаћим жанровима јесте специфичност српске публике, а показало се да је димензија домаће – страно, односно локално – глобално управо она која дели културне оријентације у нас²⁷. Овакав избор тумачи се периферним положајем српског друштва унутар глобалне констелације, чија култура „није у позицији моћи на светском идентитетском тржишту” (Fridman, Ollivier, према Спасић, 2010: 179), а „у периферним друштвима дефинисање и хијерархија културних вредности, као и борбе око њих, нужно следе сопствене механизме“ (Спасић, 2010: 179). Трећи аутохтони музички жанр, турбо фолк, избио је на прво место листе неомиљених жанрова са свега 7, 3% позитивног става, те исти представља антипод класичној музици у сваком смислу.

На листи изразито популарних жанрова процентуална разлика међу оним светским је незнатна, па се тако забавна/поп, jazz&blues и рок музика нижу у сличним процентима. Висок број љубитеља опере и оперете није изненађење након водећег рангирања класичне музике. Иако истраживања на националном узорку показују да опера и

²⁵ Са супротне стране истог континуума налазе се не-слушаоци, односно они који имају негативан став према одређеном музичком жанру (одговори „не волим да чујем“ и „смита ми да чујем“ заједно).

²⁶ У Србији, према Цветичанину (2007, стр. 218), према класичној музици у категорији слушалаца постоји амбивалентан став или, још прецизније, класичну музику не воли 43, 6% испитаника, док проценат оних који је воле износи 29, 2%.

²⁷ То је потврдило истраживање из 2007. где су се као омиљени жанрови издвојили староградска, забавна и изворна народна музика, али и истраживање Института за социолошка истраживања у Београду (омиљени жанрови: изворна народна музика, стари народњаци, староградска музика и домаћа забавна музика).

оперета улазе у групу неомиљених жанрова²⁸, исте су биле најдраже високо образованим становницима града, што допунски објашњава и потврђује овде презентоване податке.

Групу популарних жанрова чине reggae и dance/house, док се „омладински“ музички жанрови (punk, techno, hard rock/heavy metal, gar/hip-hop) готово у једнаком процентуалном износу котирају на листи неомиљених. Знајући да поменути жанрови својим музичким одликама, стилем интерпретације, те историјатом и дужином егзистирања стоје у потпуној супротности са класичном музиком, овакво позиционирање сасвим је очекивано.

Без намере да анализирамо њихов избор, али као врсту контроле и илустрације тражили смо од испитаника да наведу свог омиљеног аутора/композитора, инструменталног и вокалног извођача, групу/бенд и композицију/нумеру.

Налази су у готово потпуном складу са листом омиљених жанрова, те су омиљени аутори (71, 3%) и инструментални извођачи (55, 3%) најчешће они из света класичне музике (Моцарт, Шопен, Ј. С. Бах, Вивалди, Равел и др.). У случају омиљених вокалних извођача избор гравитира више према опери/оперети (42, 7%), но знамо да су исте заправо вокално-инструментална форма класичне музике (Павароти, Бочели, Доминго, Калас, Флеминг, Кабаље, Карерас). Листа омиљених композиција/песама је нешто дужа и разноврснија, а највише их припада класичној, односно забавној/поп музици. Чак 22% публике навело је *Adagio* Албинонија као једно од својих омиљених дела. При самом врху су још и Равелов *Болеро* (око 19%) и Вивалдијев четвороструки концерт за виолину и оркестар *Четри годишња доба* (преко 17%). У домену омиљених музичких група већи део испитаника се окреће онима из света попа и рок-а, јер су управо ти жанрови обележени и прослављени радом истих. Најчешће се помињу The Beatles, Rolling Stones, U2, ABBA, те Бијело дугме, Бајага и инструктори, ЕКВ, Неверне бебе, Легенде и др.

Пратећи везу музичког избора испитаника са њиховом уметничком традицијом нешто израженије разлике су приметне у односу на класичну, староградску и народну изворну музику. У сва три случаја број испитаника без уметничког порекла је знатно већи у односу на оне са јаким. Но, знајући да профил ове категорије публике претежно чине испитаници најстарије доби, али и пратећи резултате анализе према осталим социодемографским особинама, пре би се могло рећи да је таква расподела одраз старосне структуре испита-

²⁸ Према Цветичаниновом истраживању, оперу и оперету у Србији не воли 60, 1% популације, а воли 16, 2%. Истраживање Института за социолошка истраживања у Београду показало је да оперу не воли 63, 7%, а воли тек 17, 3% популације.

ника. Додатно, тај је однос доста равномернији, а понекад и у корист испитаника са јаким уметничким пореклом, када су у питању жанрови који се стандардно везују за млађе генерације (rock, dance, reggae, punk, rap/hip-hop, hard rock/heavy metal). Полна детерминанта показала се значајном у случају жанрова који су опште прихваћени као „агресивније“ форме истих, и то techno, punk и hard rock/heavy metal²⁹. И преференције различитих образовних група показале су предвидиве резултате, па су тако убедљиво доминанти високо образовани слушаоци класичне музике, jazz&blues, опере/оперете, староградске и народне изворне музике. Није тешко претпоставити да су испитаници са стеченим средњошколским образовањем најбројнији у групи слушалаца турбо фолка и новокомпоноване народне музике³⁰. Исти су бројнији и међу слушаоцима punk-а (44, 4%), што се радије доводи у везу са њиховом старошћу. У перспективи класног положаја, очекивано се припадници средње класе истичу у свим категоријама најпопуларнијих жанрова. Ипак, процентуално су посебно одскочили у склоности ка културно легитимним жанровима (опера/оперета, класична музика, jazz&blues)³¹, а нешто мање били заступљени међу љубитељима турбо фолка и punk-а³².

ЗАКЉУЧАК

Коларчевој задужбини привукла нас је јединствена позиција саме институције, као и веровање да њена публика, услед карактеристичне програмске понуде, поседује дистинктивност вредну анализе. Тежили смо да лоцирамо домете њених музичких пракси, не губећи из оквира анализе и особине пракси националне средине којој припада. Доказано снажан утицај фактора примарне социјализације, формалног образовања, занимања и старости испитаника на њихове културне праксе усмерио је истраживање, односно допринео коначном профилисању њихове партиципације у домену музике.

Заиста, припадници музичке публике Велике дворане аутентично су наклоњени музици, а то несумњиво демонстрирају избором и учесталашћу својих пракси. Снажна потреба за уметничком проду-

²⁹ Међу онима који воле да слушају techno 57, 1% су мушкарци. Групу слушалаца punk-а у 55, 5% чине припадници мушке популације, док 52, 9% истих преферира hard rock/heavy metal.

³⁰ Исти чине 50% групе слушалаца турбо фолка, односно 45, 4% оних који слушају новокомпоновану музику.

³¹ Припадници средње класе чине 77% групе слушалаца опере/оперете, 74% групе слушалаца класичне музике и исто толико jazz-а.

³² Међу слушаоцима турбо фолка је 60, 5% припадника средње класе, док исти чине 56, 5% групе слушалаца punk-а.

ктивношћу у слободно време потврђена је високим процентом оних који то заиста чине. Слично, једна од њихових омиљених активности, слушање музике, јесте свакодневно присутна у приватној, али и најфреквентнија културна пракса у јавној сфери. Музика им пружа снажан емотиван доживљај, а тиме бива и неизбежна спона у остваривању и одржавању социјалних контаката. Изразиту приврженост класичној музици и значајну склоност ка опери/оперети схватили смо као дистинктивну црту публике *Коларчеве задужбине*, јер је иста у директном нескладу са музичким преференцијама националног узорка. Са друге стране, високо фаворизовање староградске и народне изворне музике даје јој печат локалних оквира, те маркантно разликује од сличних музичких агрегата развијенијих социокултурних средина.

У складу са формулисаним хипотезама, постојање породичне уметничке традиције као фактора примарне социјализације показало је стимулативан утицај на уметничку креативност испитаника, а посебно ону музичку. На сличан начин је обележило и стицање формалног музичког образовања. Додатно, утицај снаге полних, генерацијских и образовних разлика још једном је показао своју детерминирајућу улогу у избору и учесталости музичких пракси, чиме је испитанике јасно поделио у њиховим активностима и преференцијама, те предвидиво допринео особеностима њихових избора. Откривене повезаности издвојених детерминанти не показују посебно одударење од оних које су шира емпиријска истраживања нашег друштва већ утврдила, те музичку публику у том смислу, а и поред извесних дистинкција, смештају у познате постојеће оквири социокултурне средине којој и припада.

Упркос чињеници да представљени резултати могу имати практичне импликације за креаторе локалне културне политике, ваља напоменути да је овај рад само корак у истраживању културних пракси и као такав тек почетак једне опсежне анализе.

ЛИТЕРАТУРА

- Bauman, Z. (1992). *Mortality, Immortality and Other Life Strategies*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Beck, U. & Beck-Gernsheim, E. (2001). *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences*. London: Sage.
- Bennett, T., Savage, M., Silva, E., Warde, A., Gayo – Cal M., & Wright, D. (2009). *Culture, Class, Distinction*. London and New York: Routledge.
- Богдановић, М. (1987). *Друштвене неједнакости*. Београд: Институт за социолошка истраживања Филозофског факултета у Београду.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. London: R&K Paul.
- Bryson, B. (1996). Anything But Heavy Metal: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes. *American Sociological Review*, 61 (5), 884–899.

- Van Eijck, K. (2001). Social differentiation in musical taste patterns. *Social Forces*, 79 (3), 1163–1184.
- Van Eijck, K., Knulst, W. (2005). No more need for snobbism: Highbrow cultural participation in a taste democracy. *European Sociological Review*, 21 (5), 513–528.
- Van Rees, K., Vermunt, J., & Verboord, M. (1999). Cultural Classification Under Discussion: Latent Class Analysis of Highbrow and Lowbrow Reading. *Poetics*, 26 (5-6), 349–365.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Жунић, Д. (1995). *Социологија уметности*. Ниш: Филозофски факултет у Нишу.
- Кант, И. (1991). *Критика моћи суђења*. Београд: БИГЗ.
- Костић, Ц. (1982). *Град и време: Основи социологије града*. Београд: Вук Караџић.
- Lahire, B. (2006). *La culture des individus: Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris: La Decouverte.
- Morone, A. (2006). *Guidelines for Measuring Cultural Participation*. Montreal: UNESCO IFS.
- Петровић, С. (1989). *Естетика и социологија*. Београд: Научна књига.
- Peterson, R.A. (1992). Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore. *Poetics*, 21 (4), 243–258.
- Peterson, R.A., & Simkus, A. (1992). *How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups*, in Lamont, M., Fournier, M. *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequalities*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Peterson, R.A., & Kern, R. (1996). Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, 61 (5), 900–907.
- Peterson, R.A., Sherkat D.E., Balfe, J.H., & Meyerson, R. (1996). *Arts and Audience Age: Effects of Age on Arts Participation in the United States: 1982–1992*. Santa Ana, California: National Endowment for the Arts, Seven Locks Press.
- Peterson, R.A. (1997). The Rise and Fall of Highbrow Snobbery as a Status Marker. *Poetics*, 25, 75–92.
- Peterson, R.A. (2005). Problems in Comparative Research: The Example of Omnivorousness. *Poetics*, 33 (5-6), 257–282.
- Спасић, И. (2010). Културни обрасци и свакодневни живот у Србији после 2000. године, у: Цвејић Слободан (ур.). *Суживот са реформама: Грађани Србије пред изазовима „транзицијског“ наслеђа*. Београд: Институт за социолошка истраживања Филозофског факултета у Београду.
- Томић, З. (2001). *Комуникологија*. Београд: Чигоја штампа.
- Chan, T.W., & Goldthorp, J.T. (2006). Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England. *Poetics*, no. 35 (2-3), 1–19.
- Coulangeon, P. (2005). *Sociologie des pratiques culturelles*. Paris: Ed, La Couverte.
- Crompton, R. (1998). *Class and Stratification: An Introduction to Current Debates*. Cambridge: Polity.
- Цветичанин, П. (2007). *Културне потребе, навике и укуси грађана Србије и Македоније*. Ниш: ОГИ.
- Цветичанин, П. (2011). *Ратови на симболичким границама – социолошка анализа културних пракси грађана Србије* (Докторска дисертација)

Додатак

Музичка делатност Коларчеве задужбине

Задужбина Илије Милосављевића Коларца (*Коларчева задужбина*) основана је према последњој жељи Илије Милосављевића Коларца (1800–1878), који је свој иметак тестаментом оставио српском народу са циљем да оснује књижевни фонд и универзитет. Књижевни фонд основан је 1861. године, а Универзитет крајем двадесетих година прошлог века. Октобра 1932. године отворена је зграда задужбине, а Велика дворана промовисана неколико месеци раније одржавањем првог концерта³³.

Музичку делатност институција интензивно развија кроз рад Центра за музику (од 1979. године), претежно извођењем програма у Великој дворани³⁴. Организација исте има неколико нивоа: концерти организовани од стране саме *Коларчеве задужбине*, они одржани по споразуму са Градским секретаријатом за културу и Министарством за културу Републике Србије³⁵, те програми који се везују за различите појединачне организаторе³⁶. Концерти у организацији Задужбине одвијају се према издвојеним целинама, тзв. циклусима чији је број варирао током година³⁷.

Према статистичким подацима, у пет истраживањем обухваћених сезона (2005, 2006, 2007, 2008, 2009) у Великој дворани одржан је тачно 941 концерт. Од тога, Центар за музику организовао је 183, док је 426 концерата организовано по споразуму са Градским секретаријатом за културу и Министарством за културу. Организација преостала 332 концерта припала је различитим појединачним организаторима.

³³ Данас Задужбина располаже простором који обухвата: Велику дворану (883 седишта), Малу салу (200 седишта), Салу Јосиф Панчић (100 седишта), Музичку галерију (80 седишта), Салу Милан Грол (50 седишта), 16 учионица (10 до 20 седишта), ликовну галерију (са продајним делом), књижару „Александар Белић“ и библиотеку. Згради припадају још и атељеи, али и клуб-ресторан.

³⁴ Мањи део музичког програма изводи се у Музичкој галерији (183 концерта одржана у пет сезона).

³⁵ Ови концерти се одржавају за потребе Београдске филхармоније, Југоконцерта, Музичке омладине, Београдског Jazz фестивала, Ансамбла народних песама и игара Коло, Београдских музичких свечаности (БЕМУС), Београдског летњег фестивала (БЕЛЕФ), Светосимеоновске академије, Гитар арт фестивала, хуманитарних и других приредби.

³⁶ У ту групу улазе концерти музичке продукције РТБ (концерти, снимања и пробе), многобројних музичких школа, културно-уметничких друштава, Београдске филхармоније, различитих института, задужбина, појединачних извођача, хорова и ансамбала. Центар за музику организује и индивидуалну наставу виолине у оквиру Отвореног универзитета, а у сарадњи са Виолинским студијом професора Д. Михајловића.

³⁷ У пет издвојених сезона обухватао је по 10 (2005, 2006, 2007, 2009), односно 11 циклуса (2008).

Sabina Hadžibulić, Belgrade

**MUSICAL PRACTICES OF THE AUDIENCE OF
KOLARČEVA ZADUŽBINA
(ILIJA M. KOLARAC FOUNDATION)**

Summary

This paper emerged from the idea of re-shedding some light on certain problems of the sociology of cultural practices by gaining insight into the musical practices of the audience of Kolarčeva zadužbina (Ilija M. Kolarac Foundation) in Belgrade. The long existence, the quality of the programme, and high reputation of the aforementioned institution provided strong justification for such a study.

The aim of the paper was to identify and describe all aspects of the audience's musical practices (needs, habits, and taste) and to determine the nature and importance of the relationship between respondents' musical practices and their artistic family traditions, as well as other factors of social inequality. In addition, the paper pointed to the particularities of this audience's practices as compared to those of the national sample. Bourdieu's homology perspective and the fact that previous similar researches of Serbian society revealed a strong influence of primary socialization, education, profession, and age on the population's cultural practices determined the final assumptions of this research.

Indeed, members of musical audience are authentically passionate about music, which is undoubtedly demonstrated by their musical selection and the frequency of their practices. A strong need for artistic creativity is confirmed by the high percentage of those who actually practise art. One of their favourite activities, listening to music, is present in their lives on a daily basis, but it is also their most frequent cultural practice in the public sphere. Music gives them a powerful emotional experience and thus becomes an inevitable link in establishing and maintaining social contacts. Strong affinity for classical music and a deep appreciation of the opera/operetta is a distinctive trait of the audience. On the other hand, their strong favouring of traditional "starogradska" (lit. old city) music as well as traditional folk music indicates their local cultural heritage and markedly differentiates them from the similar musical aggregates of developed socio-cultural environments.

In accordance with the proposed hypotheses, family artistic tradition as a factor of primary socialization showed a stimulating effect on the artistic creativity of the respondents. In addition, the influence of gender, generational, and educational differences once again demonstrated its determining role in the choice and frequency of musical practices, thus clearly dividing the respondents according to their activities and preferences and predictably contributing to their choices. The discovered connections did not show any particular divergence from those already established in previous studies, as they placed the musical audience, despite some of its distinctions, within the existing framework of the socio-cultural environment to which it belongs.