

МУЗЕЈСКО ИСКУСТВО АДОЛЕСЦЕНАТА У СРБИЈИ: СТУДИЈА СЛУЧАЈА КЛУБА МЛАДИХ ПРИЈАТЕЉА НАРОДНОГ МУЗЕЈА СРБИЈЕ У БЕОГРАДУ

Аутор: СТЕФАН ВИЛОТИЋ

Имејл: st.vilotic@gmail.com

Ментор: Проф. др Душан Ристић

Филозофски факултет Универзитета у Новом Саду

Увод: Иако музеји данашњице теже да буду место приступачно свима и добродошло за све, већ деценијама уназад, како у свету тако и у Србији, суочавају се са проблемом недовољне заступљености адолесцената у оквирима своје публике. Према истраживању Слободана Мрђе из 2011. године, свега 4,5% испитаних средњошколаца се изјаснило да посећује музеј најмање једанпут месечно, док се 42,4% изјаснило да никад не посећује музеје. Истраживање Слободана Мрђе и Маријане Миланков из 2020. године не показује промену тренда – чак 58,6% средњошколаца се изјаснило да није посетило музеј у току године. Према томе, истраживање искуства адолесцената који редовно учествују у музејским активностима замишљено је као почетна тачка у даљем проучавању дубинских узрока наведене појаве.

Циљ: Истражити музејско искуство и доживљај музеја код адолесцената који представљају редовне посетиоце музеја.

Материјал и методе: Осам структурисаних интервјуа спроведених са члановима Клуба младих пријатеља Народног музеја Србије у Београду који су одабрани као намерни узорак.

Резултати: Истраживање потврђује раније налазе који указују да у редовне посетиоце углавном спадају гимназијалци одличног успеха у школи који живе у градовима и породицама релативно високих месечних прихода. Сам музеј испитаници доживљавају као место где могу да остваре директан додир са уметношћу и где могу да уче о уметности, историји и култури, али и као место за одмор, развој вештина, дружење и размену идеја са вршњацима истих интересовања. Музеје у Србији не виде као места привлачна за њихове вршњаке јер сматрају да њихове вршњаке култура уопште узев не интересује, али музејима предлажу да пораде више на осмишљавању активности и промоцији садржаја који су тематски блиски адолесцентима.

Закључак: Иако ограничен узорак онемогућава доношење дубљих закључака, постоје индиције које потврђују да на развој навике посете музеју утиче пренос културног капитала са родитеља на децу.

Кључне речи: Музеји; адолесценти; искуство; културна партиципација.

УВОД

Музеји данашњице, упркос доминантној тежњи у светским токовима да постану место приступачно за све у ком ће се сваки посетилац осетити добродошло, суочавају се са знатним проблемима привлачења одређених група, међу којима адолесценти спадају међу најмање заступљене. Истраживања спроведена у земљама Европе и света у последњих неколико деценија показују како су адолесценти и уопште узев млади до 25 година заступљени у процентима који се крећу између 13 и 26% (више види: Mason & McCarthy, 2006). Иако поједине студије показују да

адолесценти немају нужно негативно виђење музеја, штавише, оцењују га веома позитивно посматрајући га као узбудљиво место (Drotner, Knudsen & Mortensen, 2017), ипак знатан део испитаника оцењује музеј као досадно место, намењено одраслима, „отменима“, „богатима“ и „културнима“, што показује да адолесценти и млади виде музеј као одбојно место којем они не припадају (Drotner et al., 2017; Mason & McCarthy, 2006; Xanthoudaki, 1998). Иако музеји својим иновативним програмима, едукативним политикама и променом перцепције рада са младима покушавају да привуку ову публику у своје просторије, ситуација се и даље споро мења набоље.

У Србији проценти заступљености адолесцената међу музејском публиком су занемарљиво мали. Истраживање Слободана Мрђе (2011) о културној партиципацији средњошколске популације показује да проценат средњошколаца који посећују музеј једанпут до два пута месечно износи 2,5%, а проценат оних који иду у музеј редовно, макар једанпут недељно износи 2%. Чак 42,4% испитаника изјавило је да никада не одлази у музеје. Десет година касније, истраживање које су спровели Слободан Мрђа и Маријана Миланков (2020) о културној партиципацији опште популације у Србији показује да се наведени тренд уопште није променио – 58,6% средњошколаца изјавило је да у току године није било ниједном у музеју, док око трећине њих је изјавило да су једном или двапут у току године посетили музеј или галерију.

Узевши у обзир наведене статистичке податке, наредне стране овог рада посвећене су истраживању које је замишљено као почетна тачка у проучавању дубинских узрока наведене појаве. Тема рада је истраживање музејског искуства популације адолесцената која редовно посећује музеје, а која према постојећој статистици представља својеврсни „екстрем“. Досадашња емпиријска истраживања у Србији која се у потпуности или делимично баве културном партиципацијом адолесцената, искључиво су квантитативна (Cvetičanin, 2007; Mrđa, 2011; Mrđa & Milankov, 2020), што нам не дозвољава да холистички сагледамо наведени проблем. Својим квалитативним карактером, ово истраживање жели да пружи скроман допринос дубљем разумевању читавог проблема, како би се далекосежно помогло музејским радницима у изради стратегија привлачења ове популације у музеј, али и како би се боље разумело како посета музеју и други облици културне партиципације могу обликовати живот појединца и одредити животне изборе и путање.

На почетку рада представљене су теоријске основе о појмовима културне партиципације, културног капитала и музејске публике које нуде како шире разумевање самих феномена тако и дефиниције концепата који су коришћени приликом израде методологије истраживања.

ТЕОРИЈСКИ ОКВИР

КУЛТУРНА ПАРТИЦИПАЦИЈА И КУЛТУРНИ КАПИТАЛ

Теоријски посматрано, посета музејима спада у тзв. јавну културну потрошњу, која је саставни део културне партиципације. Иако постоје различите тврдње и спорења шта је културна партиципација и шта све у њу спада (види: Morrone, 2006), у наредним редовима представимо дефиницију наведеног појма коју су у свом истраживању користили Мрђа и Миланков (2020), јер је иста дефиниција коришћена и у овом истраживању. Према наведеним ауторима, културна партиципација представља спој културне продукције и културне потрошње, које произилазе из културних потреба (навика, интересовања). У домен културне продукције спадају сви видови културног стваралаштва, производње културних добара, попут ликов-

ног, музичког, књижевног стваралаштва и других поља уметности, али и стварање мултимедијалних, дигиталних, аудио-визуелних садржаја. Са друге стране, културна потрошња, потрошња културних добара, дели се на јавну и приватну. Док у приватну културну потрошњу спадају сви видови који се одвијају у оквиру приватног простора где појединац борави (читање књига, слушање музике, гледање филмова и телевизијских серија, играње видео-игара и томе сл.), у домен јавне културне потрошње спадају они видови који се упражњавају у јавном простору, у шта махом спадају посете установама културе попут позоришта, биоскопа, библиотеке, археолошких налазишта, непокретних културних добара и, напоследку, музеја и галерија.

О утицају културне партиципације на друштво досадашња социолошка истраживања изнедрила су више различитих теорија које се, уопште узев, могу поделити на оне које постављају знак једнакости између културних образаца и друштвене стратификације и оне које ту подударност поричу (детаљније: Svetičanin, 2007, str. 12–34; Mrđa, 2016, str. 159–184). Док *Њезе о индивидуализацији* сматрају да на културне праксе осим класне припадности утичу и други фактори (попут пола, старости, етничке и верске припадности), или пак у потпуности негирају утицај социјалних подела на област културе, *Њезе о подударности*, чији је зачетник Пјер Бурдије, напротив снажно истичу везу између социјалне и културне стратификације, сматрајући културу за симболичко средство борбе за моћ. У сличном маниру *Теорија изв. културних омнибора и унибора* посматра културу као друштвено условљену, али, за разлику од теорије подударности, тврди да се култура и надмоћ елитних слојева не одражава у њеној ексклузивности већ у што широј и разноврснијој културној потрошњи (*омниворности*), насупротив ограниченој и једносмерној културној потрошњи нижих слојева (*униворности*).

Иако наведене теорије објашњавају из различитих углова сложен однос који постоји између културе, друштвених подела и индивидуалних животних стилова, поставља се питање у каквом друштвеном и културолошком контексту појединац има већу могућност да самостално бира и упражњава одређене културне обрасце. Када је реч о контексту Србије, културна партиципација је у знатној мери друштвено условљена. Према Цветичанину (2007, str. 11–12), у Србији, која се распадом југословенске државе „вратила у прединдустријско и предмодерно стање“, традиционални колективни идентитети (етнички, верски, територијални) и даље играју значајну улогу, а „тврде“ социолошке варијабле (класна припадност, формално образовање, занимање) пресудно одређују облике културне партиципације.

Стога, можемо закључити да у контексту Србије посета музејима, као саставни део културне партиципације, представља „огледало“ друштвених подела и неједнаких могућности. Но, уколико пратимо Бурдијеову теорију, она представља и саставни део културног капитала. Сматрајући да на класне поделе не утиче само економски капитал, већ и социјални и културни, Бурдије унео у друштвену теорију нове димензије у разумевању сложености друштвених подела у савременом свету. Културни капитал чине три елемента: институционализовани (академске дипломе и звања), опредмећени (уметнички предмети, књиге и други културни артефакти) и отеловљени културни капитал (систем диспозиција и вредности). Иако операционализација и дефиниција појма културног капитала и данас изазива многа спорења (детаљније: Radulović, 2019, str. 5–50; Štrangarić, 2018, str. 21–70), за наше истраживање је важно напоменути да посета музејима, као и други облици културне партиципације, представља саставни део отеловљеног културног капитала и самим тим учествује у стварању друштвених неједнакости. Истраживања која су спроведена у Србији о утицају културног капитала на школско постигнуће средњошколаца (Radulović, 2019; Štrangarić, 2018) показују како ученици са вишим нивоима културног капитала имају бољи просек оцена, више образовне аспирације и боље се

прилагођавају школском систему. Узевши наведено у обзир, можемо закључити да посета музеју, као саставни део ширих културних пракси, утиче у одређеној мери утиче на животне изборе и делање просечног адолесцента, но даље треба истражити како и у коликој мери се тај утицај одражава.

ТИПОЛОГИЈА МУЗЕЈСКЕ ПУБЛИКЕ

Да бисмо што боље разумели музејско искуство адолесцената, неопходно је посветити пажњу и теоријама које се баве психолошко-идентитетским опажањем и разумевањем музеја као културне установе. Иако постоје различите типологије публике културних установа, у зависности од угла посматрања (види: Svetičanin, 2007, str. 34–39), у нашем истраживању употребљене су типологије музејске публике које су понудили Теописи Стилијану-Ламберт (Stylianou-Lambert, 2009) и Џон Фолк (Falk, 2009).

Комбинујући социолошки и психолошки приступ, Стилијану-Ламберт (2009) скројила је типологију публике уметничких музеја и оних који музеје никада не посећују, у зависности од начина на који посматрају наведене установе. Сматрајући да сваки појединац поседује извесне „наочаре“ кроз које посматра свет и даје смисао стварности у којој живи, повезане са осећајем идентитета, ауторка је идентификовала осам тзв. музејских опажајних филтера (eng. *museum perceptual filters*):

1. *Професионални филтер* – особама овог филтера уметност је саставни део живота, у директном су контакту са уметношћу кроз рад са уметницима, студентима, историчарима уметности и музејским професионалцима, а уметничке предмете користе као инспирацију или ресурс за рад; највише воле да музеј посећују сами или у пратњи особа сличних интересовања;

2. *Филтер љубитеља уметности* – користе га особе које посећују музеј због емоционалне и естетске вредности уметничких дела које музеј чува, са којима покушавају да се емоционално повежу ради осећаја испуњености, естетског и чулног задовољства;

3. *Филтер самоистраживања* – особама овог филтера музеј представља извор информација где могу да доживе нова искуства, прошире постојећа знања, открију себе и раде на самоусавршавању;

4. *Филтер културног туризма* – за ове особе музеји су места која пружају информације о одређеној земљи, граду, регији; музеји су у том случају саставни део туристичке туре на одређеној дестинацији;

5. *Филтер социјалне йосетје* – за ове особе главни разлог посете музеју је друштвене природе јер ове особе увек иду са неким у музеј (за њих је то неодвојиво од посете); веома често је секундарни филтер;

6. *Романтични филтер* – особе овог филтера имају позитивне ставове о музејима, али их не посећују, сматрајући да им „тамо није место“ услед недостатка одговарајућег образовања или претходног искуства одласка у музеј;

7. *Одбацујући филтер* – за ове особе музеј нема никакав значај јер представљају „снобовску“ установу или зато што чувају „небитне“ ствари (поседују снажно негативне ставове према музејима);

8. *Индиферентни филтер* – ове особе су потпуно равнодушне према музејима (немају нити позитивне нити негативне ставове) и за њих музеји немају никакав значај у животу.

Са друге стране, посматрајући музеј као место које посетиоцима служи за изградњу идентитета и задовољење психичких потреба, у ком се учење одвија контекстуално (и зависи од личног, физичког и социокултурног контекста), Фолк (2009)

дели посетиоце музеја на пет група у зависности од искуства које доживљавају приликом посете. У питању су следеће групе:

1. *Исцртаживачи* – појединци посећују музеј из радозналости или жеље да више науче о одређеној теми или предмету; велики број ових посетилаца себе описује као радознале људе који уживају у учењу нових ствари;

2. *Посредници* – за ову врсту посетилаца важна је социјална компонента, при чему посећују музеј у друштву особа до којих им је стало и чије жеље и потребе желе да задовоље;

3. *Трајачи за искуством* – првенствено долазе у музеј како би доживели ново искуство (и рекли „како су били негде и радили нешто“); за њих ја такође важна друштвена компонента, али у музеј долазе мотивисани идејом да се налазе на културно важном месту;

4. *Професионалци/хобисти* – особе које се професионално или из хобија баве уметношћу, историјом и културом;

5. *„Пуњачи батерија“* – особе које музеј посматрају као место које има пружа уточиште за бег од свакодневице, место за одмор, инспирацију, емотивно и чулно задовољство.

У нашем истраживању типологије су искоришћене у међусобној комбинацији ради што бољег разумевања феномена који се истражује. Но, пре него што изложимо резултате истраживања, морамо прво изложити методологију којом смо дошли до истих резултата.

МЕТОД ИСТРАЖИВАЊА

Циљ нашег истраживања јесте истражити музејско искуство и доживљај адолесцената који представљају редовне посетиоце музеја у Србији. У те сврхе као намерни узорак одабрано је осам чланова Клуба младих пријатеља Народног музеја Србије у Београду, тинејџерског клуба чији чланови, у сарадњи са кустосом који предводи клуб, раде на осмишљавању и реализацији вођења кроз поставке, едукативних радионица и других садржаја намењених како адолесцентима тако и млађим узрастима.¹ У складу са циљем истраживања, постављени су следећи истраживачки задаци:

1. Утврдити ставове чланова Клуба о музеју као установи и коме је она намењена.

2. Утврдити колико често чланови Клуба посећују музеј, које типове музеја посећују, са ким посећују музеје, на који начин проводе време у њему и које програме посећују.

3. Утврдити факторе који утичу на посету музеју код чланова овог Клуба (новац, слободно време, интересовања, родитељи и блиско окружење, школа).

4. Утврдити какво значење чланство и припадност Клубу има за његове чланове и како се то одражава на њихов живот.

5. Испитати ставове чланова Клуба о могућностима унапређења рада музеја како би привукао што већи број адолесцената.

6. Испитати да ли чланови Клуба посећују друге установе културе и колико често.

7. Испитати активност чланова Клуба у домену свакодневне приватне културне потрошње.

Подаци су прикупљени техником структурисаног интервјуа који су спроведени у периоду јуна и септембра 2022. године. Интервју су чиниле следеће групе питања:

¹ Испитаницима је претходно саопштено да ће интервју бити анониман, стога њихова имена неће бити споменута у раду. Пунолетни испитаници су самостално дали сагласност за учешће у истраживању, док су за малолетне испитанике сагласност дали њихови родитељи.

1. *Социодемографски подаци*: пол, број година, школа коју испитаник похађа, успех у школи, место пребивалишта, приходи породице (до 50, између 50 и 100, преко 100 хиљада динара);

2. *Општи интереси о посети музеју*: Колико често посећујеш музеј? Које врсте музеја посећујеш? Са ким идеш у музеј најчешће? Ко те је први довео/ла у музеј? Које те теме у музеју највише привлаче? У којим музејским програмима учествујеш и зашто?;

3. *О тинејџерском клубу*: Зашто си одабрао/ла да учествујеш у раду Клуба? Како изгледа ваш заједнички рад у Клубу? Шта учешће у раду Клуба значи за тебе?;

4. *Музејско искуство адолесцената*: Шта посета музеју значи за тебе? Да ли видиш музеј као место намењено тинејџерима и зашто да/не? Шта би променио/ла у раду музеја да би он постао привлачнији за тинејџере?;

5. *О другим облицима културне партиципације*: Да ли посећујеш друге установе културе (биоскоп, позориште, библиотеке, галерије, непокретна културна добра) и колико често то чиниш? Да ли идеш на концерте и спортске догађаје? Колико често идеш у ноћне клубове? Како проводиш своје слободно време код куће? Да ли се бавиш спортом? Да ли се бавиш неким видом културног стваралаштва (свирање, цртање, певање, плес, фотографија, филм, дигитално стваралаштво)?

У жижи наших интересовања било је истражити музејско искуство као део свеукупног искуства културне партиципације, у чему је истраживање било инспирисано методом интерпретативне феноменолошке анализе. Интерпретативна феноменолошка анализа настоји да разуме како учесници виде и доживљавају свој свет, односно да сазна шта и како људи мисле о феномену који се истражује. Под претпоставком да појединци исти феномен могу посматрати на дијаметрално супротне начине, овај метод истражује значења које људи приписују одређеном догађају или појави који потом обликују њихово искуство и виђење истих. Иако не прихвата позитивистичко гледиште по ком спољашњи фактори директно утичу на наше виђење света, ипак признаје да на наша гледишта утичу други актери у друштву, а на само тумачење искуства утичу ставови и систем вредности самог истраживача. Међутим, истраживање искуства, упркос различитим пристрасностима, омогућава нам да дубље сагледамо одређени феномен и његову комплексност, „уносећи живот“ у податке из квантитативних истраживања (детаљније: Vilig, 2016).

С обзиром на природу истраживања и ограничени узорак, хипотезе постављене на почетку истраживања више су служиле као оријентир за тумачење добијених резултата, него као чврсте ставке које треба потврдити или одбацити. Хипотезе засноване на резултатима претходних истраживања (Mason & McCarthy, 2006; Mrđa, 2011; Stanojević, 2012; Xanthoudaki, 1998), које смо поставили су следеће:

1. Адолесценти који редовно посећују музеје у Србији у највећем проценту потичу из породица са релативно високим новчаним приходима;

2. Адолесценти који редовно посећују музеје у Србији у највећем проценту потичу из породица са релативно високим нивоом социјалног и културног капитала;

3. Посета музеју као вид јавне културне потрошње код адолесцената у Србији заступљенији је код урбане популације адолесцената у односу на руралну;

4. Музеје редовно посећују гимназијалци и ученици уметничких школа одличног успеха, иако не постоји јака корелација између типа школе и успеха и редовности посете музеја;

5. Посета музеју као вид јавне културне потрошње код адолесцената у Србији зависи од заинтересованости и количине слободног времена које адолесценти поседују;

6. Посета музеју као вид јавне културне потрошње код адолесцената у Србији је заступљенија код адолесцената који упражњавају тзв. академски образац коришћења

слободног времена (према: Stanojević, 2012), који се заснива на интензивној јавној културној потрошњи и културној продукцији;

7. Адолесценти у Србији опажају музеј као установу у којој нису добродошли и чијем животу не треба да учествују;

8. На посету музеју као виду јавне културне потрошње код адолесцената у Србији утиче неадекватна понуда садржаја које музеји имају да понуде адолесцентима;

9. Адолесценти у Србији опажају музеј као установу намењену одраслој популацији и припадницима виших образовних класа.

РЕЗУЛТАТИ

У погледу социодемографских података, у истраживању је учествовало 5 особа женског и 3 особе мушког пола, узраста између 14 и 19 година. Сви испитаници живе у урбаном подручју, у различитим деловима Београда. Сви имају породичне приходе више од 100 хиљада динара. Већина њих су гимназијалци, уз једну ученицу уметничке школе и једног ученика средње стручне школе, с тим да су двојица испитаника у тренутку испитивања завршили средње школе и уписали факултете из домена друштвено-хуманистичких наука. Сви, такође, имају одличан успех.

Када је реч о општим питањима о посети музејима, скоро сви су одговорили да у музеје иду веома често, једном недељно или чешће. Само један испитаник изјавио је да не иде често у музеје и да, осим Народног музеја, музеје посећује углавном уколико постоји нека тематска изложба која га интересује (из његових одговора се може увидети да тематика садржаја превасходно одређује да ли ће посетити одређену установу културе или не). Од типова музеја, у највећем броју случајева су заступљени уметнички музеји, било у Србији било у иностранству, на другом месту су историјски, док остале врсте музеја, попут природњачког или техничког, слабо су заступљени. У музеје иду најчешће сами или са пријатељима. Са музејем као установом испитанике су упознали родитељи, осим у једном случају где је назначено да је можда у питању школа, у виду школске посете или екскурзије. Теме су у сагласју са типовима музеја које најчешће посећују – савремена, авангардна уметност, историја и, уопште узев, друштвене науке.

На тему чланства у Клубу, сви испитаници су истакли да су за рад Клуба сазнали преко пријатеља или познаника који су им препоручили да дођу (један део њих наводи да су сазнали преко другара и познаника из Истраживачке станице у Петници), осим једне испитанице која је за рад Клуба сазнала преко објаве на друштвеној мрежи Инстаграм. Када је реч о томе шта за њих значи учешће у раду Клуба, одговори варирају – на једној страни стоји могућност директног додира са музејским артефактима и уметничким ремек-делима уметности, учење о уметности, историји и другим областима друштва, док на другој страни стоји емотивно испуњење, могућност да се ради „нешто лепо и корисно ван школе и излазака“. Осим наведеног, једна испитаница је истакла да рад у Клубу поседује терапијско дејство за њу, а већина њих је истакла као значајну ставку могућност дружења и разговора са вршњацима са којима деле иста интересовања, чиме се формира заједница за учење кроз коју могу да размењују идеје. Рад у Клубу, такође, омогућава им да уметност приближе својим вршњацима, али и да раде на себи, јер појединима музејска вођења представљају могућност превазилажења страха од јавног наступа и средство за унапређење самопоуздања.

Из одговора испитаника установљено је да рад у Клубу у суштини за њих значи исто што и посета музејима уопште узев. Већини су музеји места где могу да остваре директни контакт са уметношћу, места за учење о култури, уметности и историји,

као и места за инспирацију. Осим тога, мањи део је истакао да музеј за њих представља место за одмор, место које емотивно позитивно утиче на њих, место где се осећају лепо „као да им је друга кућа“.

Скоро сви сматрају да музеј као место намењено за адолесценте (тинејџере). Сматрају да, са једне стране, адолесценти у Србији иначе нису заинтересовани за музеј и област културе јер њих преваходно интересују само изласци, емотивне везе и томе слично, а да сами музеји не чине довољно да их привуку. Речено речима једне од испитаница: „Сматрам да музеји сада какви су нису места за тинејџере, сматрам да би требало много више људи да се инвестира у одласке у музеје, међутим, проблем је у томе што је доста тинејџера хрпа незаинтересоване масе која не жели да изађе из те зоне комфора и не жели нужно да ради више, да посматра, а музеји ипак имају како да кажем „вајд“ места које је за старије, уштогљене људе, који имам утисак седе на вишој столици. Тинејџери некако посматрају музеј као нешто што је за надмене људе, као нешто што није интересантно, нешто што је досадно и сувопарно“ (Ж, 18). Као могућа решења наведеног проблема испитаници виде прво кампању која би подразумевала бесплатне карте за тинејџере, више рекламирања на друштвеним мрежама попут Инстаграма и Тик Тока, али и осмишљавање садржаја који би адолесцентима био занимљивији тематски (поп култура, алтернативна култура, савремена уметност и историја, теме југословенске историје и националног идентитета) организационо (у погледу осмишљавања вођења, радионица и других активности намењених њима), прилагођавањем речника који је мање академски а више разумљив њима, али и другачијим начином презентовања одређене теме, што подразумева више интеракције, више дебате и могућности да они сами искажу своје мишљење. Сем наведеног, истиче се и потреба за већом сарадњом школа и музеја, као и већим обавештавањем школа о активностима у музеју.

Када је реч о другим облицима културне партиципације, највећи део испитаника посећује често друге установе културе (домен јавне културне потрошње), пре свега позориште и биоскоп, као и галерије (мање иду у библиотеке). Када су на путовањима по земљи и иностранству, посећују непокретна културна добра, попут манастира и археолошких налазишта. У кутку свог приватног простора читају књиге, гледају филмове и, што је нарочито значајно, сви се баве неким видом културног стваралаштва чији је опсег веома широк: најчешће се спомиње писање дела различитих жанрова, но, поред тога, заступљени су глума, свирање, сликање, дигитална уметност, као и прављење медијског садржаја. Важно је истаћи да су поједини испитаници чланови дебатних клубова и других удружења у оквиру својих школа, али и других формалних и неформалних организација попут, примера ради, Форума младих Европског покрета у Србији. Осим наведених, као друге активности које обављају у слободно време, односно онолико времена колико им школске обавезе дозвољавају, испитаници наводе изласке и дружење са пријатељима и породицом.

ДИСКУСИЈА И ЗАКЉУЧАК

Резултати истраживања нам показују да на редовну посету музеју, барем у случају чланова Клуба, учествују фактори који је истакао Мрђа (2011) у свом истраживању културне партиципације средњошколаца: у музеје претежно иду ученици са високим просеком (сви испитаници су одличног успеха у школи, при чему је важно истаћи да су поједини похађали курсеве Истраживачке станице у Петници намењене талентованим ученицима), град као место пребивалишта (сви живе у градским насељима), релативно висок приход новчаних прихода породице (сви имају породичне приходе изнад 100 хиљада), у музеј редовно у већем проценту иду гимназијалци (5 гимна-

зијалаца). Међутим, треба имати у виду да наведени фактори нису пресудни када је реч о томе да ли ће поједини адолесцент посећивати редовно музеј или не, те са доношењем даљих закључака треба бити опрезан.

Према резултатима истраживања, такође се може закључити да испитаници упражњавају академски модел културне партиципације (према: Stanojević, 2012), који подразумева висок удео јавне културне потрошње, што се види по честој посети позориштима, биоскопима и другим установама културе, као и по високом нивоу културног стваралаштва, што се види по опсегу активности које испитаници упражњавају из овог домена. Ако узмемо у обзир да, према истраживању Мрђе (2011), 8,7% средњошколаца упражњава одређени вид културне продукције, активности наших испитаника могу бити значајан показатељ. Исто тако Станојевић (2012) истиче да на академски модел културне партиципације утиче висок ниво социјалног и културног капитала родитеља. Иако нам истраживање родитељског културног и социјалног капитала није било у жижи истраживања, постоје одређене индиције које могу потврдити наведену хипотезу. Наиме, једна испитаница експлицитно је навела како су њени родитељи веома образовани, што је утицало на њену љубав према музејима, док другој испитаници су исту љубав развили родитељи који су по занимању уметници. Сви су навели да су им родитељи први показали музеј, што указује да родитељи често сами посећују музеје или барем сматрају да је посета музеју значајна навика. Како поједина истраживања спроведена у Хрватској (Krolo, Marčelić & Tonković, 2016; Trbojević, 2019) показују како родитељи имају пресудан утицај за развој културних навика и потреба код деце, што доводи до трансфера културног капитала са једне генерације на другу, резултати овог истраживања могу дати мали допринос потврди тог закључка, мада је за неке значајније закључке потребан већи узорак и опсежније истраживање.

У ранијим истраживањима (Mrđa, 2011) као разлог за слабу посету установама културе адолесценти наводе недостатак новца, недостатак интересовања, недостатак времена и неадекватност понуде у месту у коме живе. Занимљиво је да наши испитаници сами наводе да им проблем представља недостатак времена, али поставља се питање шта њих наводи да иду у музеј релативно често а друге не. Да ли се недостатак времена користи само као оправдање за недостатак интересовања? Шта све утиче на интересовање за посету музеју? Поред тога, иако Београд поседује највећи број културних установа у земљи и најбогатију садржину, испитаници наводе како садржај није привлачан њиховим вршњацима, што утиче на њихово интересовање, као и чињеница да садржаји најчешће нису бесплатни. Све су то питања и запажања која проблем чине сложенијим, за шта су потребна дубља и опсежнија истраживања за проналажење адекватних решења.

У комуниколошком погледу, тј. када разматрамо срж доживљаја музеја наших испитаника, највећи број упражњава филтер професионалаца, љубитеља уметности и филтер самоистраживања према Стилијану-Ламберт (2009) и хобиста и истраживача према Фолку (2009), због тога што истичу да у музеј долазе ради учења, откривања и ближег контакта са уметношћу. Мањи део спада у групу која би се према Фолку (2009) окарактерисала као „пуњачи батерија“ јер у музеје долазе ради одмора и позитивног афективног искуства. Као секундарни филтер провлачи се социјална компонента, која подразумева да долазе у музеј ради дружења са пријатељима и размене идеја са вршњацима истих интересовања. Иако ограничен узорак не дозвољава доношење далекосежнијих закључака о адекватности употребе наведених типологија, свакако се може рећи да су корисна полазна тачка за опсежнија истраживања о разлозима (не)посећивања музеја. Свакако, за спровођење таквог истраживања неопходно је узети у разматрање знатно већи и репрезентативнији узорак, пошто испитаници из нашег узорка спадају у 4,5% адолесцентске популације у Србији.

ЛИТЕРАТУРА

- Cvetičanin, P. (2007). *Kulturne potrebe, navike i ukus građana Srbije i Makedonije*. Niš: Odbor za građansku inicijativu.
- Drotner, K., Knudsen, L.V., & Mortensen, C.H. (2017). Young people's own museum views. *Museum Management and Curatorship*, 32 (5), 456–472. <http://dx.doi.org/10.1080/09647775.2017.1368032>
- Falk, J. (2009). *Identity and the museum visitor experience*. New York and London: Routledge.
- Krolo, K., Marčelić, S., i Tonković, Ž. (2016). Roditeljski kulturni kapital kao odrednica kulturnih preferencija mladih. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 25 (3), 329–351. <https://doi.org/10.5559/di.25.3.03>
- Mason, D.D.M., & McCarthy, C. (2006). 'The feeling of exclusion': Young peoples' perceptions of art galleries. *Museum Management and Curatorship*, 21 (1), 20–31. <http://dx.doi.org/10.1080/09647770600402101>
- Morrone, A. (2006). *Guidelines for measuring cultural participation*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- Mrđa, S. (2011). *Kulturni život i potrebe učenika srednjih škola u Srbiji*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Mrđa, S. (2016). *Demokratske vrednosti i kulturna participacija u Srbiji: politikološko-kulturološki pristup* (doktorska disertacija). Univerzitet u Beogradu, Fakultet političkih nauka, Beograd.
- Mrđa, S., i Milankov, M. (2020). *Kulturna participacija građana Srbije*. Beograd: Zavod za proučavanje kulturnog razvitka.
- Radulović, M. (2019). *Značaj kulturnog kapitala za obrazovni uspeh i formiranje obrazovnih aspiracija učenika u Srbiji* (doktorska disertacija). Univerzitet u Beogradu, Filozofski fakultet, Beograd.
- Stanojević, D. (2012). Slobodno vreme mladih. U S. Tomanović i sar., *Mladi - naša sadašnjost. Istraživanje socijalnih biografija mladih u Srbiji* (str. 147–166). Beograd: Institut za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu, Čigoja štampa.
- Stylianou-Lambert, T. (2009). Perceiving the art museum, *Museum Management and Curatorship*, 24 (2), 139–158. <http://dx.doi.org/10.1080/09647770902731783>.
- Štrangarić, S. (2018). *Kulturni kapital kao znanje: istraživanje obrazovnih nejednakosti na primeru učenika srednjih škola u Somboru* (doktorska disertacija). Univerzitet u Novom Sadu, Filozofski fakultet, Novi Sad.
- Trbojević, F. (2019). Kulturni kapital mladih: preferencije i transmisija popularnih glazbenih žanrova među studentima Sveučilišta u Zagrebu. *Medijska istraživanja*, 25 (2), 45–67. <https://doi.org/10.22572/mi.25.2.3>.
- Vilig, K. (2016). *Kvalitativna istraživanja u psihologiji*. Beograd: Clio.
- Xanthoudaki, M. (1998). Educational provision for young people as independent visitors to art museums and galleries: Issues of learning and training. *Museum Management and Curatorship*, 17 (2), 159–172. <http://dx.doi.org/10.1080/09647779800401702>.