

FENOMÉN NÁVŠTĚVY DIVADLA JAKO ZVLÁŠTNÍHO TYPU SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE

Jak často chodíme do divadla

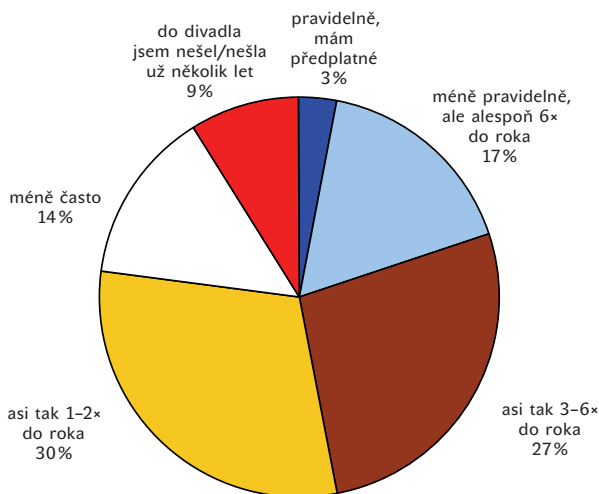
Pracovní hypotéza: **Divadlo je sice doplňková, nicméně dlouhodobě uplatňovaná a vyhledávaná forma sociální komunikace, a proto návštěva divadla nejméně jedenkrát za rok je spíše běžnou než exkluzivní záležitostí a patří k životnímu stylu sledované skupiny.**

Na počátku našeho uvažování o aktuální potřebě divadla v dnešním světě stojí logicky otázka, zda tato potřeba stále ještě reálně existuje, nebo se již dostala do sféry virtuálních domněnek a mýtů, ve které se často představy a přání rozcházejí se skutečností opravdového světa. Zdánlivě tato otázka od divadelníka zní jako rouhání, avšak – bohužel – sama autorka byla občas konfrontována s názorem, že divadlo je v současné době spíše přežitek a reliktní minulosti než všeobecně užívaný nástroj komunikace. Na straně druhé se ovšem opět sama autorka nejednou přesvědčila o tom, že řada tvrzení, která na první pohled vypadají jako správná a všeobecně přijímaná, se často zcela rozcházejí s realitou dneška. Odhlédnuto od emocí, výsledek šetření v této konkrétní oblasti všechny divadelníky opravdu potěší. Jak je patrné z grafu č. 1, divadlo jako komunikační médium plní víc než jen příležitostnou a marginální doplňkovou funkci, protože více než tři čtvrtiny respondentů šetření uvedly, že do divadla zavítají nejméně jednou za rok, a dokonce téměř čtvrtina je v podstatě pravidelnými diváky, což je mnohem více než množina těch, kteří do divadla nechodí vůbec. Možným důvodem takového procentuálního rozložení jistě může být i zaměření vybraného souboru, úroveň a orientace jejich vzdělání, a tudíž i vyšší potřeba tohoto způsobu komunikace. Výzkum jednoznačně prokázal, že ve sledovaném souboru je návštěva divadelního představení v podstatě **běžnou a vyhledávanou formou trávení volného času.** „*Vycházíme-li*

*z názorů vysokoškoláků, kteří hodnotí návštěvu divadla v Praze či v jiném větším městě, pak může mít tento jejich názor několik motivací: humanitní zaměření spolu s potřebou patřit ke kulturní elitě, divadlo podle nich má vysokou společenskou prestiž, jde také o seznamování a zájem o drama a herecké výkony často známých tváří z televize nebo filmu.*⁹¹

GRAF Č. 1 PŘEHLED ODPOVĚDÍ NA OTÁZKU: JAK ČASTO CHODÍTE DO DIVADLA? (V %)

„DO DIVADLA CHODÍM...“



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Platí tedy, že tento typ komunikace a s ním souvisejících komunikačních vzorců chování je vlastně samozřejmostí pro více než tři čtvrtiny sledovaného souboru. Velikost tohoto souboru se v podstatě nemění, pokud se naučíme navštěvovat divadelní produkce, následně pouze můžeme přecházet v rámci kategorií četnosti návštěv podle spíše osobních dispozic. Dále platí, že množství těch, kteří se rozhodli, že komunikace divadlem patří mezi takové komunikační interakce, které jim ze své podstaty nevyhovují – jedná se

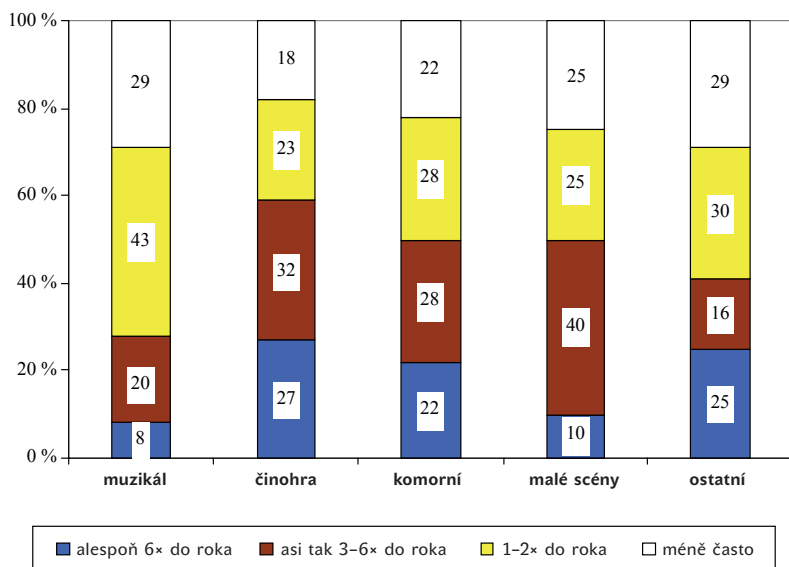
⁹¹ Hyvnar, J. Standardizovaný rozhovor. In: I. Žantovská, *Divadlo jako médium*. Disertační práce. Praha: DAMU, 2010, příloha č. 8.

zhruba o čtvrtinu sledované skupiny –, také zůstává konstantní. Divadlo je neoslovuje jako celek, z výsledků skupinové diskuse vyplývá, že v podstatě nejsou ochotni přistoupit na roli diváka vůbec, odmítají tento typ zprostředkované komunikace v rámci spoluprožívání určité situace, takže jejich odmítání souvisí s principem divadla, nikoli např. s jeho jednotlivými typy či žánry nebo s obsahem. Jediným způsobem, jak přivést tento typ obyvatelstva do divadla, je rozšířit nebo posílit ty komunikační funkce divadla, které nejsou primární, tedy funkce společenské, politické, reprezentativní atd. Proto v určitých dějinných etapách přirozeně stoupá podíl návštěvnosti divadel, nemusí to však nutně souviset s kvalitou nabídky představení. Pro tento typ diváka je dnes podstatný prvek zviditelňování divadla a jeho eventuální schopnost formovat svůj mediální obraz tak, že se divadlo jeví jako zajímavé a důležité ještě něčím jiným než jen svou divadelní podstatou. Věk ani velikost bydliště pro příslušnost k té či oné skupině nehrají významnou roli. Posledně zmíněné jevy se dle našeho názoru dají zobecnit i pro další možné segmenty divadelního publika, i když procentuálně by se patrně hranice pro množinu těch, kteří chodí do divadla pravidelně, u jiných skupin obyvatelstva spíše snížila a množství těch, kteří naopak komunikaci divadlem odmítají, zvýšila, ale celkově platí, že **i dnes převažující podíl dospělých považuje divadlo za živé médium odpovídající požadavkům doby a návštěva divadla pro ně je – a patrně vždy bude – přirozeností**, i když četnost návštěv bude kolísat a záviset na řadě osobních či společenských a ekonomických faktorů. Naopak tu **menšinu populace, která divadelní komunikaci odmítá, divadelníci na svoji stranu patrně trvale nikdy nezískají** a změna ekonomických či společenských podmínek to může změnit pouze přechodně, zatímco věk, pohlaví nebo velikost bydliště změnu pohledu na divadlo nemůže v měřitelné míře nastartovat vůbec.

V rámci výzkumného šetření se právě odpověď (zvolená z nabídnuté sudé škály odpovědí) na základní otázku: Jak často chodíte do divadla? – stala podkladem k následnému sekundárnímu třídění souboru, a proto do problematiky můžeme nahlédnout ještě hlouběji, a to nejen na základě standardních sociometrických parametrů, jako jsou pohlaví, věk a velikost bydliště, ale také podle

toho, jaký typ divadla respondenti preferují, nebo též podle toho, co respondenti od představení očekávají především. Jak můžeme vidět na grafu č. 2, nejméně pravidelnými návštěvníky divadla jsou milovníci muzikálových produkcí, kteří do divadla chodí nejvíce jednou až dvakrát do roka (můžeme zvažovat i finanční náročnost tohoto typu komerčních představení), a dále pak návštěvníci malých scén, kteří ovšem na rozdíl od muzikálových fanoušků buď chodí naopak velice často (nejméně třikrát do roka), nebo chodí velice zřídka. Tím se připodobňují těm, kteří preferují komorní činohru. Jasně vedou návštěvníci činohry, a to i v nejmenším počtu těch, kteří do divadla chodí méně často. Ti, kteří preferují jiné žánry, do divadla chodí buď velice často (diváci baletu, tanečního divadla a opery), nebo téměř vůbec (alternativní postupy), jak jsme zjistili při rozboru jednotlivých dotazníků. (Toto zjištění však nemá rozměr statisticky průkazného faktu vzhledem k malému množství diváků, kteří tento typ divadla preferují. Je však patrné, že vzhledem k ostatním údajům to relativní vypovídací hodnotu má.)

GRAF Č. 2 PŘEHLED ODPOVĚDÍ NA OTÁZKU: JAK ČASTO CHODÍTE DO DIVADLA? (V %) – PODLE TOHO, JAKÝ TYP PŘEDSTAVENÍ RESPONDENT PREFERUJE



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů