

5. Výzkumná část

5.1. Cíl výzkumu

Cílem výzkumného šetření bylo zachycení a mapování současných specifik divadelní komunikace jako zvláštního typu sociální komunikace s důrazem na divadelní publikum, tedy na diváky. Chtěli jsme prověřit, do jaké míry vůbec existuje aktuální pocit potřeby divadla a procesu divadelní komunikace u současného publika a zda se v rámci historického vývoje posledních let proměňuje vnímání divadla jako společenského aktu. Hlavním předmětem průzkumu byly konkrétní důvody potřeby divadla u jednotlivých diváků, jejich motivace a preference a také otázka proměny těchto aspektů v závislosti na vybraných faktorech, včetně možných účinků vázaných na divácký zážitek z určitého typu divadelního představení. Dílčím cílem se stalo také sledování postavení divadla a referencí o divadle v rámci ostatních médií, připravenost a poučenost diváků a též jejich ochota aktivně do procesu divadelní komunikace vstupovat. Výzkumné šetření bylo zaměřeno na přesně definovaný určitý výsek populace (vysokoškolsky vzdělaná inteligence netechnického charakteru) a smyslem bylo zachytit a popsat situaci v posledních dvou letech a dále i naznačit budoucí možný vývoj a v návaznosti na to formulovat určité cesty zvyšování efektivity i atraktivity této zcela specifické komunikační interakce mezi uměleckými tvůrci a jejich divadelním publikem.

Pro potřeby takto koncipovaného šetření byla oblast zkoumání rozdělena do čtyř relativně samostatných východiskových bloků, které byly, pro potřeby orientace a strukturování výzkumu, vymezeny takto:

- Fenomén návštěvy divadla jako zvláštního typu sociální komunikace
- Specifikace a hierarchizace důvodů návštěvy divadelního představení
- Divadelní představení jako možný hodnototvorný faktor
- Divadlo a jeho mediální obraz v kontextu ostatních médií

Na tyto jednotlivé východiskové bloky jsou navázány jednotlivé pracovní hypotézy, jejichž formulování vycházelo zejména z dosavadního studia odborné literatury, dlouhodobého pozorování situace v oblasti divadla, vlastní zkušenosti tvůrce i diváka a v neposlední řadě i z konzultací s teatrology a dalšími odborníky.

5.1.1. Stanovení pracovních hypotéz

Na základě výše uvedených východiskových bloků prováděného šetření byly formulovány základní pracovní hypotézy v podobě určitých obecných výroků, které se staly podkladem pro další směr zkoumání. Ověřování či vyvracení určité míry jejich platnosti určuje směr dalšího uvažování o sledované problematice. Jednotlivé pracovní hypotézy jsou soustředěny do pododílů na základě příslušnosti k základním východiskovým blokům šetření.

Fenomén návštěvy divadla jako zvláštního typu sociální komunikace:

1. 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.

2. Divadlo je chápáno jako součást společenské komunikace, proto většina návštěvníků nepřichází sama a společenské funkce jsou neoddělitelnou součástí divadelního zážitku.

3. Návštěvu divadla více vyhledávají a také plánují ženy, a to ve všech věkových kategoriích, proto také ženy mají častěji své oblíbené divadlo.

4. Vzhledem k celkovému kontextu doby bude v současnosti patřit k nejpreferovanějším typům představení muzikál a hudební divadlo.

5. Vzhledem k vybranému vzorku respondentů - vysokoškoláci netechnických oborů - se budou objevovat, alespoň jako druhé v pořadí preferencí, také alternativní postupy, přitažlivé zejména v mladší věkové kategorii.

Specifikace a hierarchizace důvodů návštěvy divadelního představení:

1. Divadlo je vždy spojováno se zábavnou funkcí, proto faktor zábavnosti a komediálnosti patří k dominantním důvodům návštěvy představení ve všech věkových kategoriích u mužů i u žen.

2. Diváci budou od divadla očekávat hluboký emoční prožitek, ženy spíše na půdorysu příběhů vyprávěných z osobních úhlů pohledu, muži ocení společensky či politicky dráždivá témata.

3. Vývoj dnešní doby, která upřednostňuje vizuální a spektakulární rysy komunikace a vyznačuje se značnou mírou masmediální masáže a reklamní manipulace, vyvolá u diváků spíše volbu typu divadelního představení jako efektní podívané. Mediální známost tvůrců a herců bude jedním z důležitých faktorů při výběru konkrétního představení.

4. Převažující důvody, které přivádějí do divadla diváky, kteří přicházejí pravidelně či velice často, se liší od důvodů těch, kteří přicházejí spíše nahodile. Pravidelní diváci výrazně preferují jeden typ divadla, včetně výběru oblíbeného divadla a představení, které jsou schopné je zaujmout.

5. Osobnost herce a kvalita jeho hereckého výkonu bude vzhledem k charakteru divadla jako živého interaktivního umění patřit k dominantním faktorům při výběru i hodnocení představení.

Divadelní představení jako hodnototvorný faktor:

1. Účinek divadelního představení přetrvává i po časově omezené době konání představení a tento typ zážitku se pravidelně stává komunikačním tématem rozhovorů.
2. Divadelní představení může představovat typ prožitku, který nás ovlivní v našich názorech a postojích, míra náchylnosti k ovlivnění je vyšší u žen.

Divadlo a jeho mediální obraz v kontextu ostatních médií:

1. Výsledky recenzí, hodnocení a oceňování jednotlivých představení a divadel mohou výrazně usměrňovat zájem divadelního publika.
2. Využívání internetu k informování o divadelním dění a k propagaci konkrétních divadel a představení je tím efektivnější, čím jsou diváci mladší, u žen i mužů přibližně stejně.
3. Vzhledem k propojování informací o dění na divadle v rámci ostatních masmédií, zejména v televizích (veřejnoprávní i soukromých) a vzhledem k prostoru, který divadlo v určitém typu pořadů dostává, se přístup diváků k problematice budování mediálního obrazu divadla podle velikosti místa bydliště příliš neliší, diferencuje se spíše podle věku a pohlaví.

5.2. Použitá metodika šetření

Základem tohoto výzkumného šetření bylo na jedné straně shromažďování, studium a analýza informací a poznatků, získaných na základě studia odborné literatury, výstupů, podkladů a materiálů a též na základě pozorování a dlouholeté vlastní praxe v divadelním oboru režie a na straně druhé cílený průzkum realizovaný **metodou dotazování se za použití technik písemného dotazníku a řízených rozhovorů**. Jako cílová skupina byl určen konkrétní výsek populace, a sice prezenční i kombinovaní studenti Univerzity Jana Ámose Komenského v Praze, kteří studují humanitní, pedagogické a ekonomické obory. Použité výzkumné metody se zaměřovaly na dva základní vzájemně propojené cíle - popis a posouzení stávajícího stavu a preskripce dalšího možného vývoje.

Byly použity **techniky kvalitativního průzkumu - pozorování, různé typy rozhovorů s uznávanými odborníky a skupinová diskuse**. Tyto techniky byly použity zejména při prvotním vymezení oblasti problému, při formulování jednotlivých východisek zkoumání a při stanovování pracovních hypotéz, následně pak i v rámci diskuse výsledků. Závěry skupinové diskuse také přispěly při hodnocení a při širším zkoumání výsledků kvantitativního šetření. Průběh těchto rozhovorů byl průběžně zaznamenán.

Jako **základní kvantitativní metoda** bylo použito dotazování se prostřednictvím dotazníku. Dotazník byl předkládán jednotlivým osobám ve standardizované podobě k písemnému vyplnění. V rámci ověření metodiky výzkumného projektu byl proveden předvýzkum na malém počtu účastníků, aby se ověřila srozumitelnost základních otázek a následně se upravila jejich optimální podoba. Pilotní průzkum byl realizován **metodou dotazníku a metodou standardizovaného rozhovoru**.

5.3. Harmonogram postupu

Harmonogram výzkumu zahrnuje konkrétní kroky, postupy i časové dispozice celého procesu výzkumného šetření. Posloupnost šetření byla rozdělena do tří na sebe navazujících etap, které postupně probíhaly v rozmezí let 2008 - 2010. Tomu předcházelo studium odborné literatury a konzultace s vedoucím práce, v rámci kterých se upřesňoval rozsah zkoumané problematiky.

5.3.1. Přípravná fáze

V rámci přípravné fáze byla v první řadě definována v rámci širokého pojetí divadelní komunikace jako zvláštního typu sociální interakce oblast problému, na kterou se dále soustředil **výzkumný zájem - oblast současného divadelního publika**. Výchozím bodem pro další strukturu šetření se stalo **sestavení určitého okruhu otázek**, které měly tento způsob uvažování o divadelní komunikaci otevírat a rozvíjet. Byly formulovány **základní cíle chystaného šetření** formulované tak, aby byly pokryty konkrétní důvody potřeby návštěvy divadla v současné době, konkrétní motivace diváků a divácké preference určitých typů divadelních představení a také otázka proměny těchto aspektů v závislosti na vybraných faktorech, včetně možných účinků divadelního zážitku. V návaznosti na **hloubkový rozhovor** s Prof. J. Císařem (13.4.2008) se dílčím cílem stalo také sledování postavení divadla v současném mediovaném světě a referencí o divadle v rámci ostatních médií, včetně poučenosti diváků o těchto tématech. V rámci validity výzkumu byli jako **cílová skupina populace pro šetření zvoleni jako respondenti studenti prezenčního i kombinovaného studia neuměleckých a netechnických oborů** Univerzity Jana Ámose Komenského v Praze, jejíž rektor doc. J. Chaloupka tento výzkum v rámci výuky společenských a mediálních předmětů umožnil.

V rámci strukturalizace šetření byly základní cíle výzkumu rozděleny do výše uvedených čtyř bloků - fenomén návštěvy divadla jako takový, možné důvody návštěvy konkrétního divadelního představení, možné účinky zážitku z

divadelního představení a mediální obraz divadla. Následovala **fáze pilotního výzkumu**, která měla přispět k ověřování a hledání optimální podoby výzkumu, ke **konkretizaci pracovních hypotéz** a následně tedy k **formulování otázek výzkumného dotazníku**. Kromě volných rozhovorů s odborníky na danou problematiku byla pro účel pilotního šetření zorganizována **skupinová diskuse** (metoda Focus Groups) jako základní a nejpoužívanější metoda kvalitativního výzkumu. Diskuse na půdě univerzity (22.4.2008) se zúčastnilo 7 účastníků (5 žen a 2 muži) a jako moderátor diskusi vedla autorka této práce, mgr. ing. Irena Žantovská. Účastníci reprezentovali cílovou skupinu výzkumu, protože se jednalo o studenty denního studia, kteří se diskuse účastnili dobrovolně a mimo svoji studijní povinnost. Zastupovali celkem tři studijní skupiny magisterského studia a dva studijní obory (sociální a masová komunikace a speciální pedagogika), takže ne všichni se navzájem dobře znali a větší zastoupení žen odpovídá i jejich většímu podílu v celkovém počtu studentů univerzity. Diskuse probíhala velice otevřeně, diskutující byli ochotní, dobře a srozumitelně formulovali své názory, postoje, zkušenosti a občas vstupovali do vzájemných interakcí (byl proveden záznam). Dramaturgie diskuse vycházela z jednotlivých výše stanovených bloků, přičemž prvním třem blokům (způsoby návštěvy, důvody návštěvy a účinky návštěvy divadelního představení) byl věnován obdobný časový prostor, čtvrtý blok (mediální obraz) byl výrazně kratší vzhledem k podobným jednoznačným postojům účastníků (recenze a hodnocení nečtou, publicistické pořady o divadle nesledují, všichni své informace čerpají z internetu, a to často i z webových stránek samotných divadel, ostatní poznatky získávají pouze nahodile, eventuálně z lifestyleových periodik či pořadů). Diskuse byla vedena podle předem připraveného scénáře (viz Příloha), byl však ponechán prostor pro určité odbočky (např. společenský význam premiéry v dnešní době nebo otázka divadelního předplatného jako zastaralého modelu práce s divákem) a individuální vyjádření účastníků, část rozhovoru byla věnována problematice sladování odborné terminologie z hlediska kategorizace typů divadelních představení.

Na základě dosavadních získaných poznatků byla dopracována koncepce výzkumného projektu v těchto oblastech sledované problematiky :

- **cíl výzkumu:** mapování potřeby divadla jako doplňkového specifického média v současném světě (stanoveny čtyři základní okruhy a ke každému z nich pracovní hypotézy – viz kapitola 1. a 1.1.)
- **předmět výzkumu:** divadelní publikum a jeho konkrétní potřeby, postoje a vztahy k projevům současného divadelního světa
- **cílová skupina výzkumu:** definovaný výsek populace, studenti prezenčního i kombinovaného vysokoškolského studia netechnických a neumeleckých oborů, kteří budou v rámci místa výzkumu vybráni náhodným výběrem tak, aby jejich počet byl dostatečně reprezentativní vzhledem k validitě výsledků
- **místo výzkumu:** Univerzita Jana Ámose Komenského v Praze
- **doba výzkumu:** sběr dat probíhá v rámci výuky společenských a mediálních předmětů v průběhu zimního a letního semestru, předvýzkum proběhl od prosince 2008 do března 2009, vlastní dotazníkové šetření se uskutečnilo od listopadu 2009 do března 2010
- **metody, techniky a postupy:** dotazování se metodou dotazníku a standardizovaných rozhovorů, skupinové šetření

5.3.1.1. Dramaturgie dotazníku

Jako základní nástroj kvantitativního šetření byl zvolen dotazník. Jedná se o předem připravený a standardizovaný písemný formulář pro jednotné jednorázové použití. Základem dotazníku jsou výzkumné otázky, které byly formálně sestaveny s ohledem na další statistické a elektronické zpracování. Dotazník byl určen k samostatnému vyplňování respondentem. Pořadí otázek respektovalo čtyři stanovené cílové okruhy výzkumu v pořadí, jak jsou uvedeny v cílech výzkumu. V dotazníku byly zařazeny různé typy výzkumných otázek.

Pilířem dotazníku v první části se staly uzavřené otázky s předloženou škálou odpovědí, které zjišťovaly jak často a jakým způsobem respondenti návštěvu divadla realizují. Nabízené varianty pokrývaly nejčastější možnosti, které z předchozí přípravy vyplynuly. Otázky se širší škálou výpovědí byly často zvoleny i

jako složené, tedy doplněné dichotomickými otázkami s jednoznačnými alternativami ano-ne, které zároveň často sloužily i jako otázky filtrační. Filtrované otázky byly nejčastěji koncipovány jako otázky otevřené a kromě prvotní zjišťovací, měly i kontrolní funkci, protože vlastně obloukem dotvrzovaly pravdivost předcházejících výroků (např. znalost v oblasti udílení divadelních cen). Tento princip byl dominantní i v druhé půlce dotazníku.

Největší pozornost byla věnována otázce osobního postoje k návštěvě divadla, především k samotným důvodům, které respondenty v dnešní době do divadla přivádějí, co od toho očekávají a které typy divadelních produkcí upřednostňují. Tyto meritorní otázky byly zařazeny ve druhé třetině dotazníku, protože se předpokládalo, že budou vyžadovat největší soustředěnost respondentů při rozhodování, vzhledem k tomu, že byla použita technika baterie otázek soustředěných do jednotlivých bloků. Baterie otázek od sebe byly odděleny otevřenou otázkou, která respondentovi umožňovala určitý oddech a přeladění na jiný typ vyjádření. Vzhledem k závažnosti hledaného zjištění byly motivace diváků prověřovány ze dvou, sice rozdílných, ale příbuzných hledisek (co od divadelního představení očekávám především a jaké nejdůležitější důvody zvažuji při plánování návštěvy divadla). Tím se částečně nepřímo realizovala kontrolní funkce, která signalizovala do jaké míry jsou odpovědi respondentů kompatibilní a soudržné.

Na konec dotazníku byly zařazeny obvyklé identifikační otázky typu věk, pohlaví, dosavadní směr vzdělání a dále velikost místa bydliště.

5.3.1.2. Předvýzkum

K ověření toho, zda je dotazník správně sestaven a zda jsou otázky dostatečně srozumitelné, proběhlo předběžné dotazníkové šetření v prosinci 2008 (skupina prezenčních studentů) a v březnu 2009 (skupina kombinovaných studentů) v počtu 32 respondentů. Na základě výsledků a jejich připomínek v následném rozhovoru byl dotazník upraven v parametrech týkajících se typů představení (

balet a taneční divadlo bylo odděleno od pohybového divadla, dále byly rozděleny do dvou kategorií (typy malé autorské scény a alternativní postupy, protože se ukázalo, že diváci vnímají pojem malá autorská scéna jako výrazně samostatný a spojený většinou s komediální či humoristickou tvorbou) a byl nově přiřazen pojem bulvární divadlo, který se vztahuje ke komerčním produkcím, většinou veseloherního charakteru, které disponují kvalitními hereckými výkony a lákají na známé herecké osobnosti. Kromě toho byly stylisticky upraveny některé nabídnuté odpovědi, které se vztahují k důvodům návštěvy divadla. Dotazník byl také formálně upraven podle pokynů pracovníka STEMU, aby se usnadnilo následné počítačové zpracování. Dotazník a jeho výsledná podoba předkládaná respondentům jsou součástí příloh (Příloha 1).

5.3.2. Realizační fáze

Realizační etapa byla uskutečněna na půdě Univerzity Jana Ámose Komenského (dále jen UJAK) v Praze. Dotazníky byly distribuovány, vyplňovány a shromažďovány v rámci výuky společenských či mediálních předmětů v časovém rámci od listopadu 2009 až do konce března 2010. Respondenty byli prezenční i kombinovaní studenti UJAK (jiných než uměleckých oborů) a dotazníky byly distribuovány osobně autorkou projektu nebo jí pověřenými pedagogy a stejnou cestou se i vracely. Respondenti dotazník vyplňovali osobně písemně v časech do 15 minut maximálně. Celkem bylo distribuováno 1000 dotazníků, k následnému zpracování se jich vrátilo 811. Přehled validity údajů podle jednotlivých vyplněných otázek je v příloze (Příloha 2)

5.3.3. Vyhodnocovací fáze

V této etapě se nejprve dotazníky předaly k počítačovému zpracování. Uzavřené otázky byly zpracovány ve Středisku empirických výzkumů (STEM s.r.o.) pomocí programu SPSS. Takto byly vyhodnoceny všechny údaje, které byly určeny k matematicko-statistickému zpracování získaných dat a dále byly převedeny do podoby tabulek a grafů. Velikost statistické chyby je v souboru cca 800

respondentů cca $\pm 3 - 3,5$ procentního bodu, při dělení na menší podsoubory v podrobnějších analýzách se chyba samozřejmě zvětšuje.

Ty otázky dotazníku, které byly formulovány jako otevřené, byly nadále vyhodnoceny individuálně, osobně autorkou a zaneseny do jednotlivých přehledů odpovědí. Jednalo se o tyto otázky:

- Q2A Které je mé oblíbené divadlo
- Q6 Představení, které mě v posledním roce zaujalo
- Q10A Které představení bylo nejsilnější zážitek
- Q10B Čím mě toto představení ovlivnilo
- Q 11A Které představení jsem v posledním roce navštívil vícekrát
- Q11B Čím mě toto představení zaujalo
- Q12 Jak bych se hodnotil jako divák
- Q15A Které divadelní představení získalo nějaké ocenění
- Q15B Jaké to bylo ocenění

Přehledy jednotlivých odpovědí jsou uvedeny v příloze (Příloha Č. 5)

5.4. Charakteristika respondentů

Vzhledem k tomu, aby byla validita našeho šetření pokud možno co nejvyšší, byl výzkum orientován na určitou, přesně definovanou skupinu - na skupinu prezenčních i kombinovaných studentů neumeleckých oborů UJAK. Redukce populace na tento konkrétní vzorek je sice omezením našeho šetření a nedovoluje výsledky šetření vztáhnout automaticky na celou populaci, ale n druhé straně nám zvolený rozsah šetření umožnil udělat si velice solidní přehled o postojích a názorech vybrané skupiny, která - vzhledem k zapojení kombinovaných studentů, kteří rozšiřují výrazně věkové spektrum a řada z nich již vysokoškolské vzdělání na jiných oborech s úspěchem absolvovala -

reprezentuje nemalou sociální vrstvu naší společnosti. Ostatně, vzhledem k tomu, že divadlo je doplňkovým médiem komunikace ve společnosti, právě tato vrstva vzdělaných, humanitně orientovaných mužů a žen bude jistě tvořit výraznou a kardinální složku divadelního publika, protože patrně jejich afinita k divadelní komunikaci bude vyšší než v jiných vrstvách společnosti (např. u zástupců učňovských oborů).

Vzhledem k hodnověrnosti průzkumu bylo rozhodnuto oslovit okolo 10% stávajících posluchačů (univerzita měla v roce 2008 přes osm tisíc studentů). Respondenti byli vybráni náhodným výběrem, podle toho, zda se v době distribuce a vyplňování dotazníku účastnili výuky. Samotné vyplňování dotazníku však bylo anonymní, dobrovolné (pokud se studenti z nějakých důvodů šetření zúčastnit nechtěli, buď dotazník odmítli nebo ho neodevzdali vyplněný) a ve větších skupinách (od 30 po 120 účastníků), takže žádné vnější zásahy či ovlivňování nebylo připuštěno. Tazatelé pouze v úvodu seznámili respondenty s účelem dotazníku - výzkum pro potřeby dizertační práce - a upozornili na správný způsob vyplňování baterií otázek, aby se předešlo nechtěným chybám. Celkem 6 tazatelů včetně autorky projektu (všichni vysokoškolští pedagogové působící na katedře SMK) rozdistribuovali mezi posluchače 1000 dotazníků, nazpět se vrátilo celkem 811 dotazníků, které byly postoupeny k následnému procesu vyhodnocování.

Podle vyhodnocení identifikačních otázek dotazníku můžeme charakterizovat soubor respondentů následovně:

- z hlediska věkového se průzkumu zúčastnilo nejvíce respondentů ve věku 21, 22 a 23 let, ovšem ani podíl starších účastníků šetření není zanedbatelný, více než 12 % jich bylo ve věku přes čtyřicet
- podíl žen v souboru činil tři čtvrtiny z celkového počtu respondentů, což koresponduje se zastoupením žen v celkovém počtu všech studentů UJAK
- jako nejčastější směr dosavadního vzdělání byly uváděny směry humanitní, všeobecné a ekonomické

- větší polovina respondentů je z Prahy, ostatní velikosti místa bydliště byly zastoupeny víceméně podobně

Základní soubor byl pro další zkoumání dále rozdělen podle odpovědí na identifikační otázky takto:

Tabulka č.1 Rozdělení podle věku

Věkový interval	Četnost	Valid. %
18-23	336	41,4
24-29	223	28,1
30 a více	251	30,5
Celkem	800	100,0

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Tabulka č.2 Rozdělení podle pohlaví

Pohlaví	Četnost	Valid. %
Ženy	621	76,7
Muži	189	23,3
Celkem	810	100,0

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Tabulka č.3 Rozdělení podle velikosti bydliště

Bydliště	Četnost	Valid. %
Mimo Prahu	347	42,9
Praha	462	57,1
Celkem	809	100,0

Pramen: Žantovská 4 /2010, 811 respondentů

Podle odpovědí na základní meritorní otázky byl základní soubor dále rozdělen takto:

Tabulka č.4 Rozdělení podle toho, jak často chodí do divadla

Četnost návštěv	Nejméně ročně	6x ročně	3-6x ročně	1-2x ročně	Méně často	Celkem
Četnost	165		215	242	189	811
Valid. %	20,3		26,5	29,8	23,4	100

Pramen: Žantovská 4 /2010, 811 respondentů

Poznámka:

Při vytváření tohoto souboru byly v možnosti „Nejméně 6x ročně“ spojeny nabízené možnosti „Pravidelně, mám předplatné“ a „Nepravidelně, ale aspoň 6x do roka“ a v možnosti „Méně často“ odpovědi „Méně často“ a „Do divadla jsem nešel už několik let“ z otázky č. 1 dotazníku.

Tabulka č.5 Rozdělení podle toho, jaký typ představení preferují

Preference	Četnost	Valid. %
Muzikál a hudební divadlo	223	28,1
Činohra	376	47,4
Komorní divadlo činoherního typu	60	7,6
Malé scény autorského typu	48	6,0
Ostatní	87	10,9
Celkem	794	100,0

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Poznámka:

Při vytváření tohoto souboru byly v možnosti „Ostatní“ spojeny nabízené možnosti „Operní“, „Alternativní postupy“, „Pohybové divadlo“, „Balet a taneční představení“, „Loutkové“, „Pantomima“, „Bulvární divadlo“ a „Jiný typ“ z otázky č. 5 dotazníku.

Tabulka č.6 Rozdělení podle toho, co od divadelního představení očekávají především

Očekává nejvíce	Četnost	Valid. %
Zábava, uvolnění	273	34,3
Herecké výkony	139	17,4
Prožitek, emoce	264	33,1
Jiné	121	16,2
Celkem	797	100,0

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Poznámka:

Při vytváření tohoto souboru byly v možnosti „Jiné“ spojeny nabízené možnosti „Příběh podobný tomu, co jsem zaž(a)l“, „Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje“, „Efektní podívaná“, „Nový úhel pohledu na nějaký problém“ , „Zpracování společensky aktuálního tématu“ a „politicky dráždivého tématu“ z otázky č. 7 dotazníku.

Celkový přehled údajů, které se týkají celého základního souboru je v příloze. (Příloha č. 1, 2, 3, 4, 5)

5.5. Analýza dat

V této kapitole se budeme věnovat prezentaci výsledků dotazníkového šetření za pomoci přehledových tabulek a grafů společně s analýzou výsledků ve formě krátkého slovního popisu a komentáře. Postup analýzy byl odvozen od způsobu

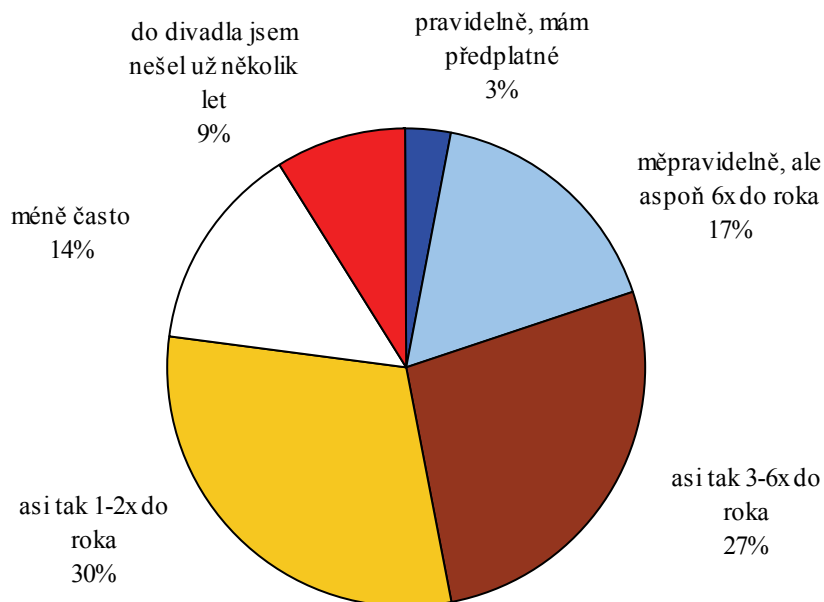
řazení otázek v dotazníku. Přehled úplných otázek a nabídnutých odpovědí je součástí přílohy (Příloha 1), taktéž číselné vyjádření zpracované pomocí tabulek (Příloha 2, 3, 4).

5.5.1. Otázka č.1: Jak často chodíte do divadla ?

Tato otázka, formulovaná jako uzavřená s nabídnutou sudou škálou odpovědí, byla zařazena jako první, protože jako základní otevírá sledovanou problematiku. Na základě zvolené odpovědi dále došlo k sekundárnímu třídění souboru, protože podchycuje zájem diváka o divadelní dění a jeho potřebu a ochotu se divadelní komunikace vůbec zúčastňovat.

Graf č.1 Přehled odpovědí na otázku č.1 v procentuelní podobě

"Do divadla chodím..."

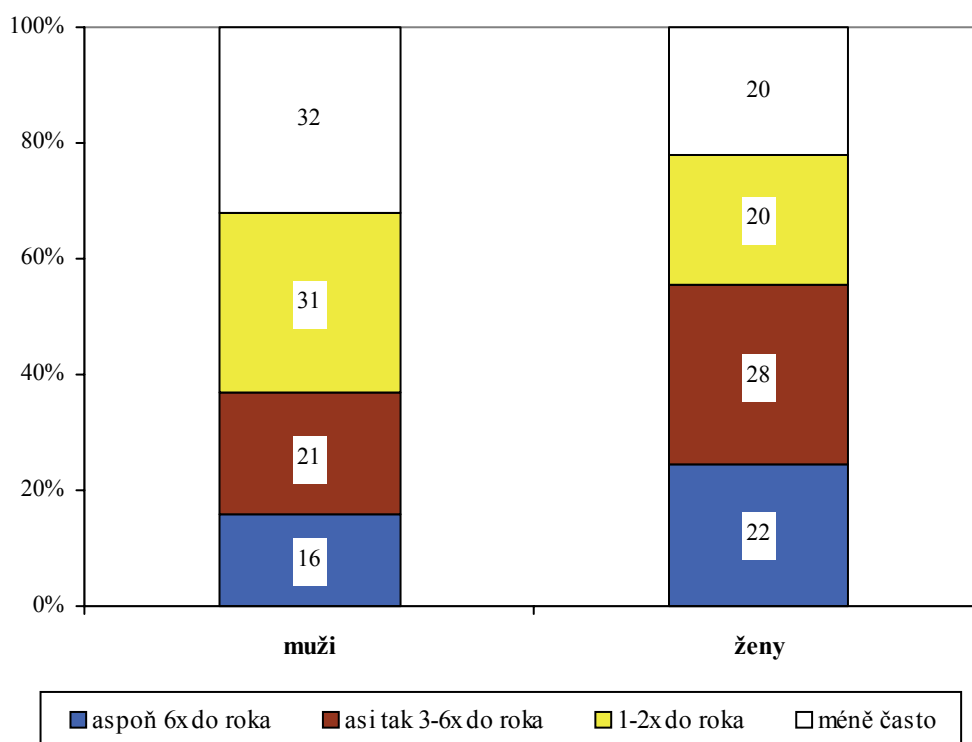


Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Z výsledků je patrné, že divadlo jako komunikační médium plní víc, než jen příležitostnou a marginální doplňkovou funkci, protože více než tři čtvrtiny respondentů do divadla zavítá 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 je zaměření vybraného souboru, úroveň a orientace jejich vzdělání a tudíž i vyšší potřeba tohoto způsobu komunikace. Nicméně fenomén předplatného se v rámci zkoumaného souboru jeví jako statisticky víceméně zanedbatelný. Pokud půjdeme v návaznosti na sekundární třídění více do hloubky, můžeme konstatovat následující zjištění:

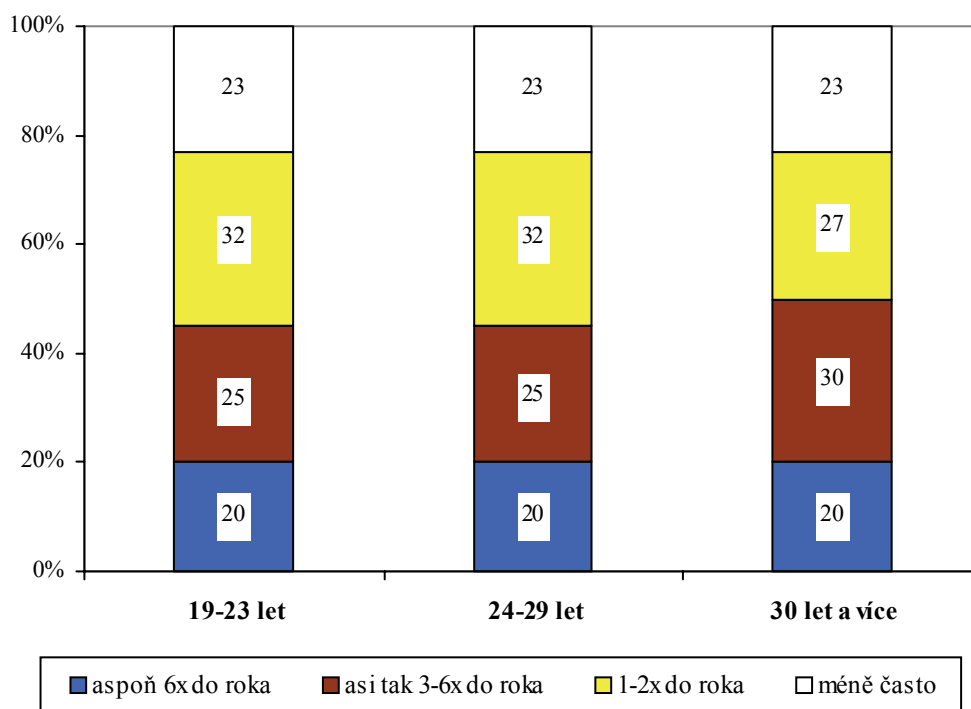
Graf č.2 Přehled odpovědí na otázku č.1 podle pohlaví



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Jak vidíme statisticky doloženo, obecně tradovaná teze, že ženy chodí do divadla více než muži platí beze zbytku. Ženy chodí výrazně častěji, dokonce přes polovinu z nich vítáme v divadle více než dvakrát do roka. Také platí - obrazně řečeno - že se třemi muži, kteří do divadla v podstatě nechodí, zůstane doma pouze jedna žena.

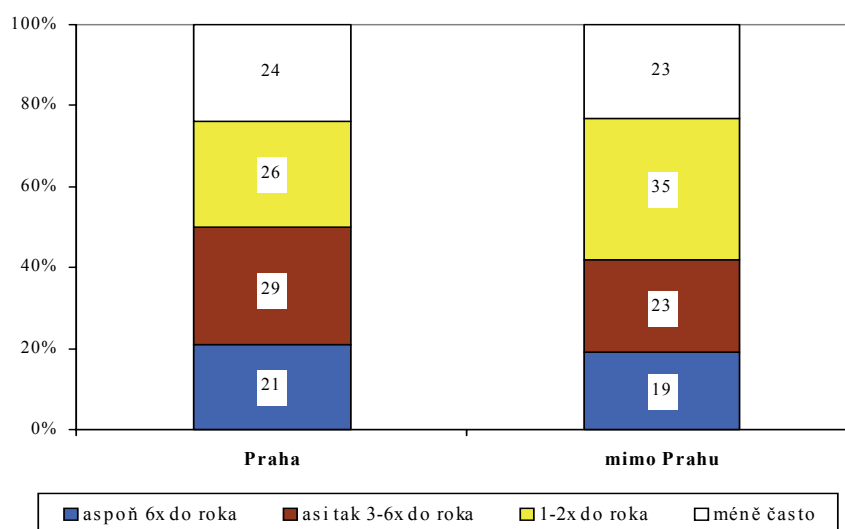
Graf č.3 Přehled odpovědí na otázku č.1 podle věku



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Ve věkové kategorii jsou všechny sledované soubory vzácně vyrovnány, zejména v tom, kdo do divadla chodí méně často. Platí tedy, že ti diváci, kteří se naučili do divadla chodit v mladém věku, zůstávají jeho příznivci průběžně, dokonce se frekvence jejich návštěv se vzrůstajícím věkem mírně zvyšuje. Naopak podíl těch, kteří do divadla nechodí zůstává konstantní.

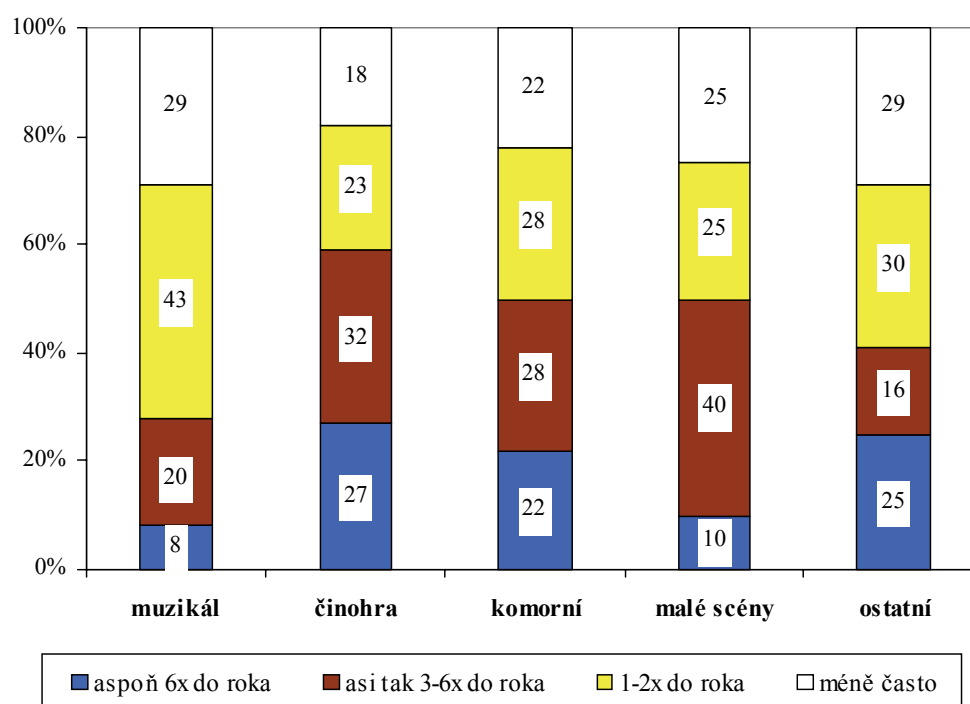
Graf č.4 Přehled odpovědí na otázku č.1 podle velikosti bydliště



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Praha svojí širokou nabídkou patrně logicky podporuje a láká ty návštěvníky, kteří chodí do divadla nejméně 3x do roka a častěji, protože mimopražští návštěvníci mohou (ale nutně nemusí) být mírně omezeni v dostupnosti různého typu divadel a v širší žánrové nabídce. Celkově se však počet respondentů do divadla příliš nechodících vyrovná, tedy platí, že v současnosti velikost bydliště pro návštěvu divadelního představení nehraje významnou roli. Počet divadla milovných návštěvníků se v Praze i mimo Prahu vyrovná, takže je patrné jednak to, že kdo chce divadlo navštívit, možnosti vždy najde a také to, že v tomto faktoru se životní styl těch, kteří žijí v Praze a těch mimopražských (v námi sledované vybrané skupině) příliš neliší.

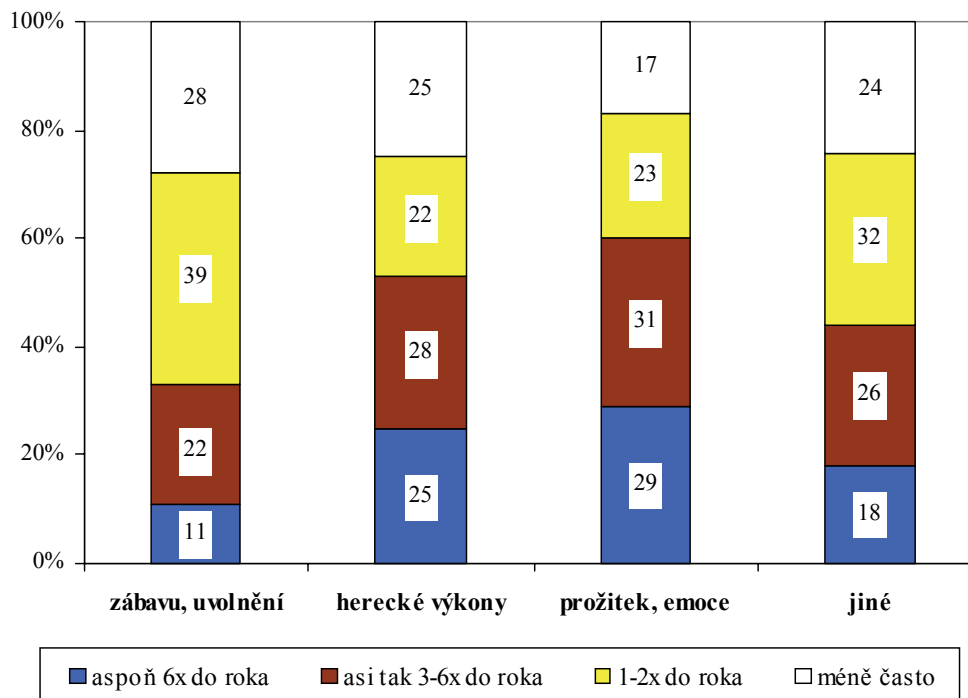
Graf č.5 Přehled odpovědí na otázku č.1 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Nejméně pravidelnými návštěvníky divadla jsou milovníci muzikálových produkcí, kteří do divadla chodí nejvíce 1 až 2x 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 3x 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.6 Přehled odpovědí na otázku č.1 podle toho, co respondent od představení očekává



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

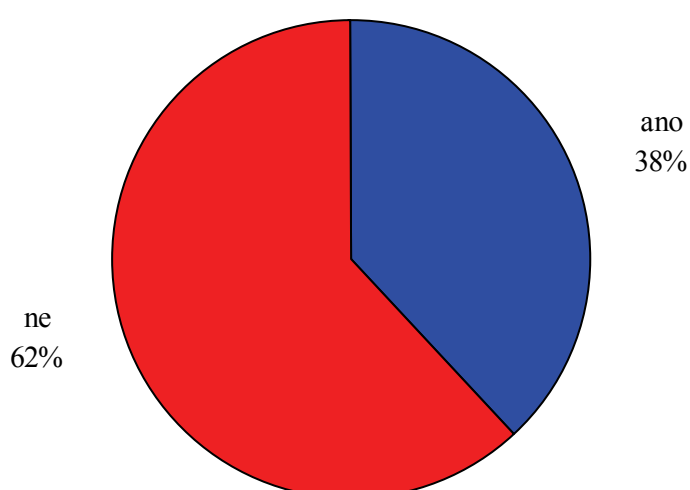
Nejpilnější diváci očekávají od divadla v první řadě prožitek a silné emoce, následně pak kvalitní herecké výkony, (které patrně náležitě ocení, protože vzhledem k četnosti návštěv jsou schopni adekvátního srovnání). Ti, kteří očekávají především zábavu a uvolnění, jsou nejméně četnými diváky ze všech nabídnutých možností.

5.5.2. Otázka č.2: Jaké máte oblíbené divadlo?

Tento blok byl složený z uzavřené otázky s nabízenou odpovědí ano/ne, která měla též filtrační funkci, protože na ni navazovala otevřená otázka, ve které měli respondenti přímo vypsát název konkrétního divadla. Odpověď ano zvolilo celkem 308 respondentů, z nich potom 306 oblíbené divadlo opravdu uvedlo.

Graf č.7 Přehled odpovědí na otázku č.2 v procentuelní podobě.

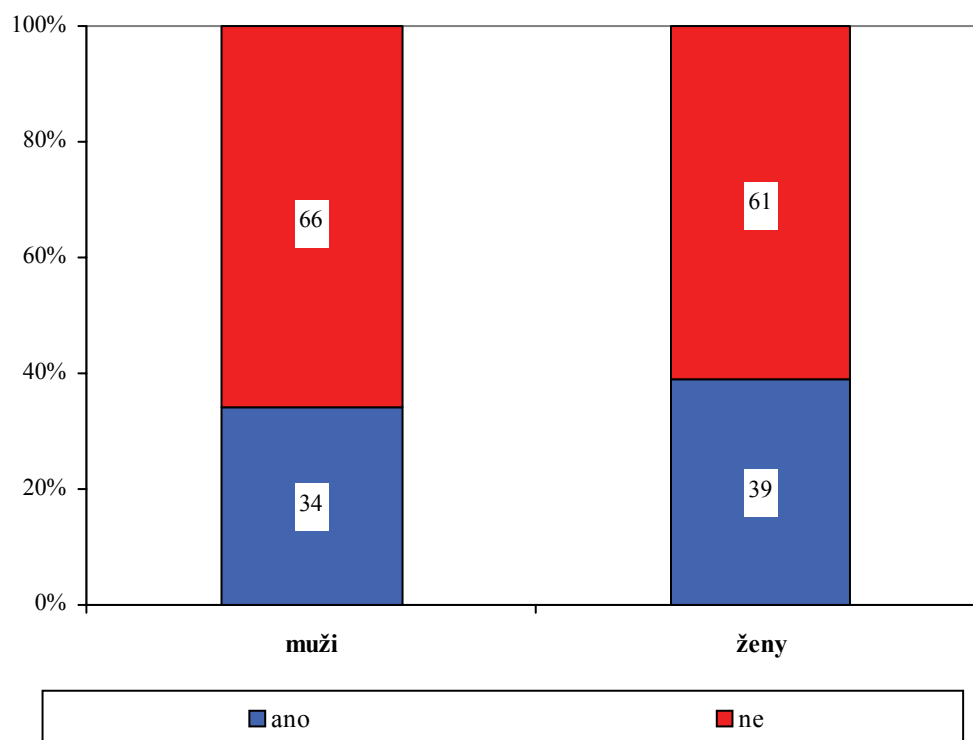
"Máte své oblíbené divadlo?"



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Z odpovědí je patrné, že nejenom ti diváci, kteří mají předplatné či chodí do divadla pravidelně, ale i velká část z těch, kteří do divadla přijdou minimálně 3x do roka má své oblíbené divadlo, více než třetina všech respondentů tedy cíleně rozlišuje mezi různými divadelními institucemi a můžeme předpokládat, že jejich činnost i dlouhodobě sleduje, což dokazuje i schopnost konkrétní divadlo jmenovat v následné otázce. Analýza dle sekundárního třídění odhalí následující:

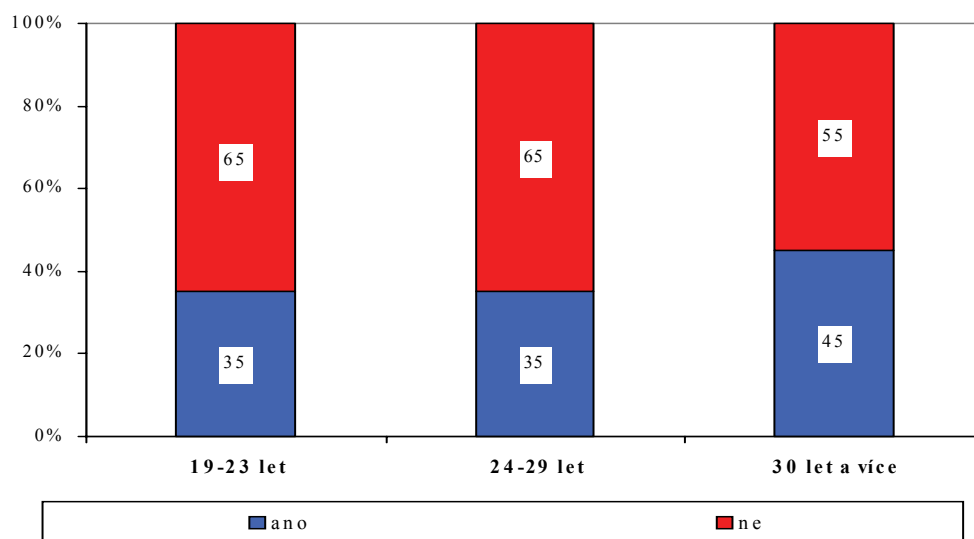
Graf č. 8 Přehled odpovědí na otázku č.2 podle pohlaví



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Přesto, že žen chodí do divadla výrazně více, jak jsme dokázali již dříve, pokud se jedná o schopnost oblíbit si určité divadlo, skupiny se vyrovnávají. Dokonce se dá říci, že muži, kteří do divadla chodí častěji (37%) si i častěji vytvoří náklonnost ke konkrétní divadelní scéně, ženy mají celkově širší rozptyl, i když procentuelně vedou.

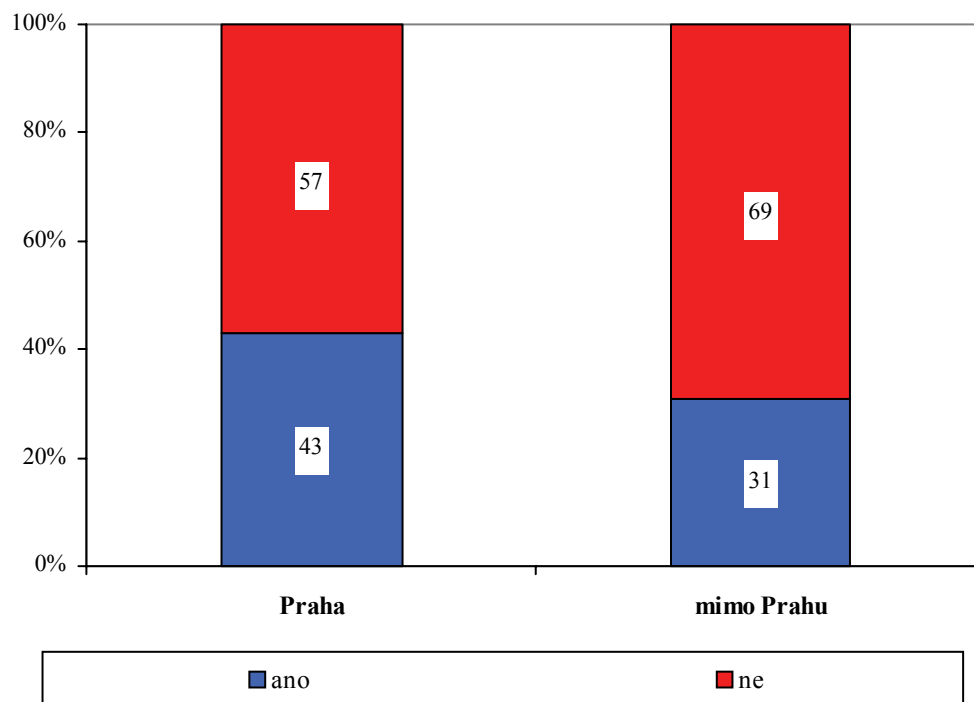
Graf č.9 Přehled odpovědí na otázku č.2 podle věku



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Výsledky plně kopírují i odpovědi v otázce číslo 1 a dotvrzují tak obloukem věrohodnost výsledků šetření. Skupiny jsou opět vzácně vyrovnané a i tady platí, že s věkem tento prvek mírně stoupá.

Graf č.10 Přehled odpovědí na otázku č.2 podle velikosti bydliště

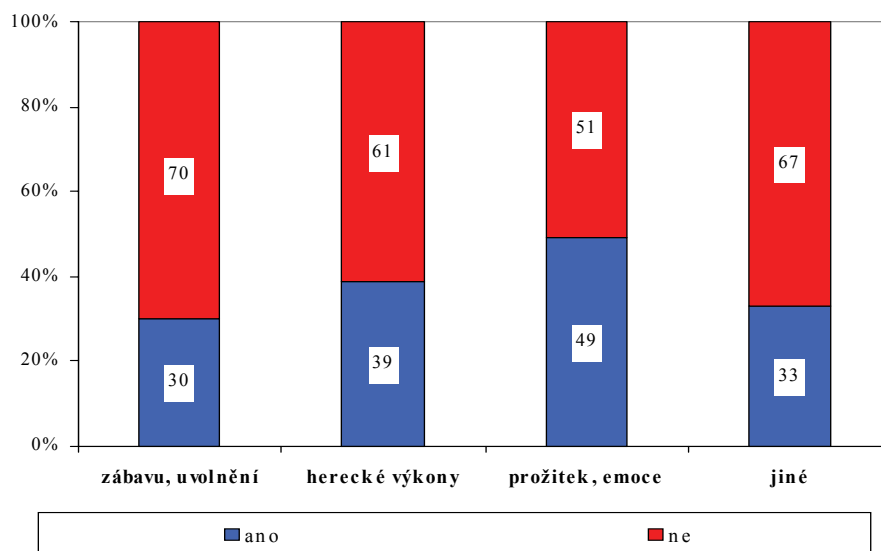


Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

I v tomto případě výsledky korespondují s výsledky z otázky č.1. Vedoucí postavení Prahy je zde ovšem silnější a může souviset i s tím, že kombinovaní mimopražští studenti, jejichž výuka na UJAK probíhá o víkendech, často využívají kulturní nabídku hlavního města, mohou se tedy stát i pravidelnými diváky pražských divadel.

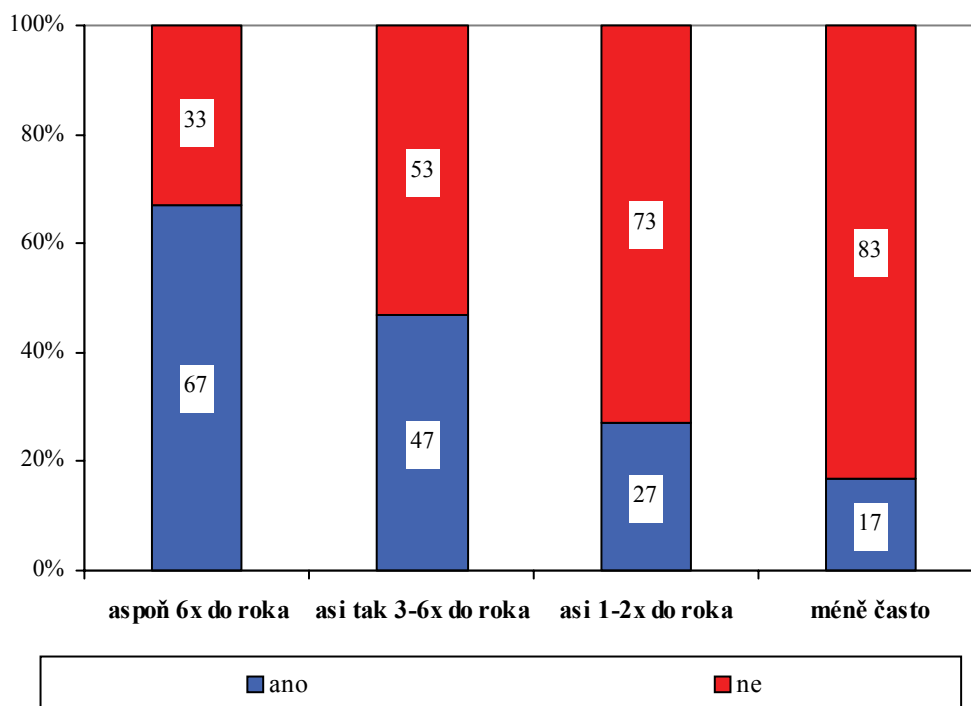
Pokud se podíváme na následující graf č. 11, zjistíme, že diváci, kteří hledají zábavu a uvolnění, jsou nejméně ochotni věnovat svou aktivitu do obliby určitého konkrétního divadla. Naopak ti, kteří preferují prožitek a patří k častým divákům, téměř z poloviny své oblíbené divadlo mají.

Graf č.11 Přehled odpovědí na otázku č.2 podle toho, co respondent od představení očekává především



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

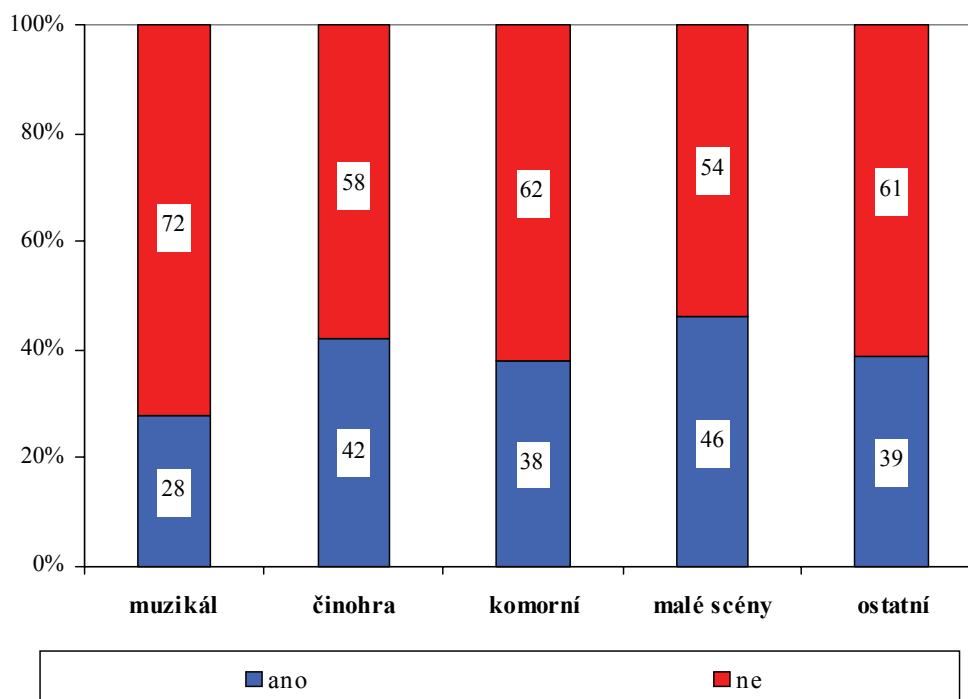
Graf č.12 Přehled odpovědí na otázku č.2 podle četnosti návštěv



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

V tomto případě se ukázala zcela prokázaná očekávaná závislost mezi tím, jak často divák do divadla chodí a mezi faktorem oblíbenosti konkrétního divadla. Pravidelní diváci mají vysokou schopnost oblíbit si určité divadlo, i když, jak se ukázalo dále, navštěvují vícero divadel současně, nejsou nutně vázáni pouze na jedno z nich. Faktor oblíbeného divadla celkově zvyšuje ochotu jít „vůbec do divadla“, nejen do toho „svého“.

Graf č.13 Přehled odpovědí na otázku č.2 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Diváci, kteří preferují malé scény, jsou zároveň nejvyhraněnější v oblasti oblíbeného divadla. V tomto případě je totiž divadlo jako instituce většinou úzce spojena s konkrétní inscenační metodou, která je opět vázána na konkrétní, často i autorské, osobnosti. Proto jsou tito diváci, i když nepatří k těm, kteří chodí do divadla nejčastěji, nejvyhraněnější ohledně volby oblíbeného divadla.

Otázka č.2A: Oblíbené divadlo

V této otevřené otázce respondenti přímo vypisovali své konkrétní oblíbené divadlo. Odpovědi byly rozličné co do typů divadel, tak do teritoria. Zajímavé bylo, že většina diváků, kteří uvedli mimopražské scény (např. Středočeské divadlo Kladno či Divadlo J.K.Tyla Plzeň), zároveň patřili mezi ty, kteří mají předplatné. Úplný přehled je součástí příloh (Příloha č. 5)

Tabulka č.7 Přehled divadel, která byla nejčastěji uváděna jako oblíbená

Název divadla	Četnost	Pohlaví		Četnost návštěv divadla/rok				Očekávání								
		Muž	Žena	6 a více	3-6	1-2	Méně	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Járy Cimrmana	17	8	9	2	4	4	7	11	6	1	0	5	0	4	0	0
Dejvické	17	6	11	8	4	4	1	91	5	0	2	0	9	1	0	
Na Zábradlí	17	2	15	10	4	3	0	41	1	1	4	4	1	1	0	
Karlín	17	4	13	1	4	11	1	85	0	0	4	0	1	1	0	
Švandovo	17	2	15	8	7	0	2	86	0	0	0	6	1	1	0	
V Dlouhé	19	5	14	7	8	2	2	73	2	2	6	2	1	0	0	
Vinohradské	35	7	28	11	15	6	3	159	0	3	5	4	1	2	0	
Národní	43	9	34	14	14	11	4	21	3	0	1	6	3	5	4	

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

legenda: A – zábava; B – herecké výkony; C – příběh někoho mně podobného; D – příběh cizince; E-podívaná; F – nový úhel pohledu; G – emoční prožitek; H – aktuální téma; I – politické téma

V tabulce vidíme jasný odstup dvou tradičních divadel, Národního a Vinohradského, které si dokázali s přehledem udržet náskok od ostatních uvedených. Pro obě tato divadla je charakteristické, že se jejich diváci často vrací a očekávají především výrazný emoční prožitek a kvalitní herecké výkony. Za hereckými výkony a prožitkem chodí diváci i do Dejvického divadla nebo Na Zábradlí, zatímco (a to je překvapení) v Divadle V dlouhé nebo ve Švandově divadle očekávají kromě prožitku i zábavu a nový úhel pohledu či dokonce efektní

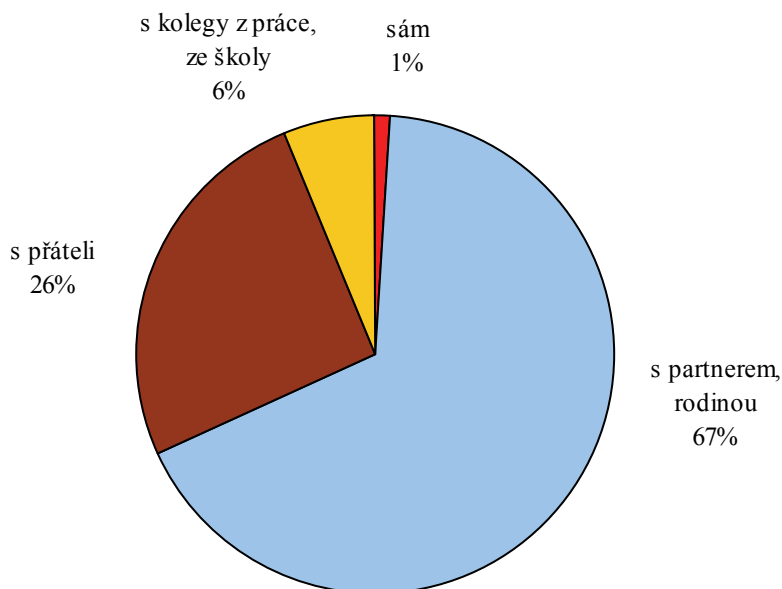
podívanou. Přehled těch nejčastěji uváděných divadel uzavírá reprezentant autorského divadla – Divadlo Jára Cimrmana a kromě očekávané zábavy lze doložit, že se jedná o divadlo oblíbené především u mužské části publika.

5.5.3. Otázka č.3: Jaký způsob návštěvy divadla volíte?

V tomto bloku byly nabídnuté odpovědi (sám(a), s partnerem, rodinou, s přáteli, s kolegy), které pokryly nejčastější způsoby návštěvy divadla. Z následujícího přehledu je patrné, že v drtivé většině navštěvujeme divadlo s partnerem či v rodinném kruhu a naopak sami v podstatě nechodíme vůbec (to opět koresponduje s faktorem návštěvy divadla jako komunikačního aktu, a to nejen ve smyslu komunikace divák tvůrci, ale ve smyslu potřebného komunikačního kontextu diváků samotných).

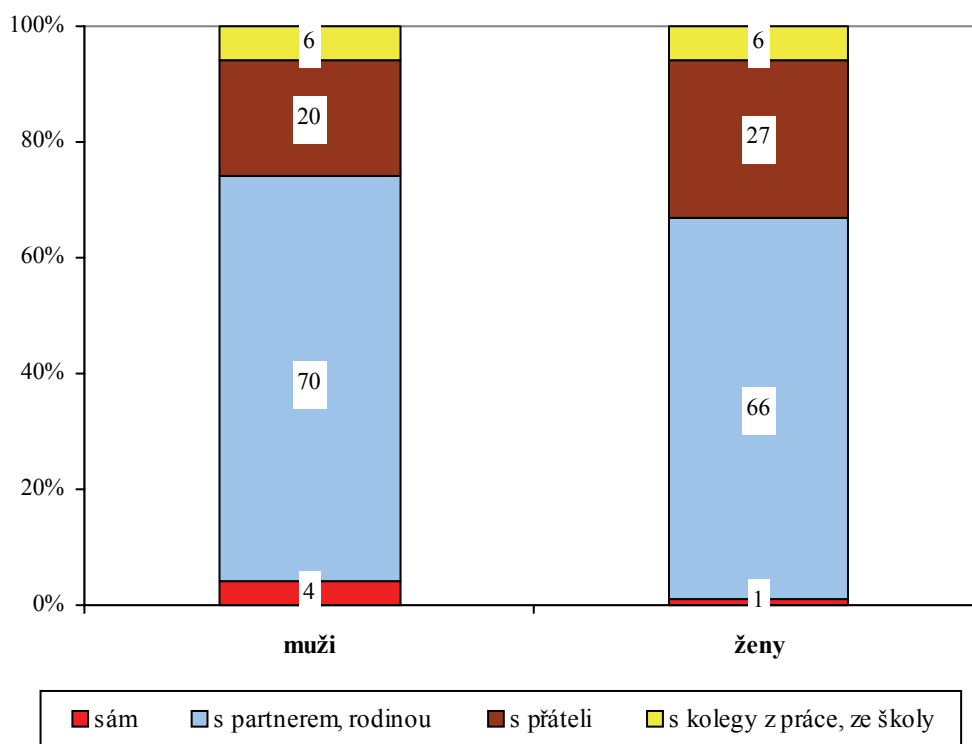
Graf č.14 Přehled odpovědí na otázku č.3 v procentuelní podobě.

"Do divadla chodím..."



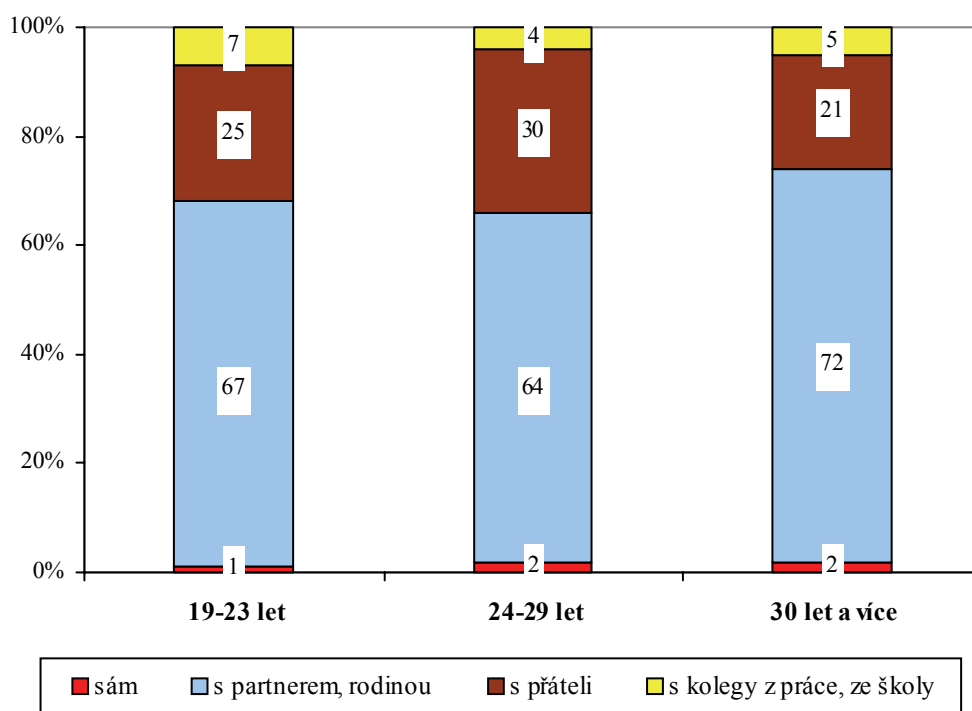
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č. 15 Přehled odpovědí na otázku č.3 podle pohlaví



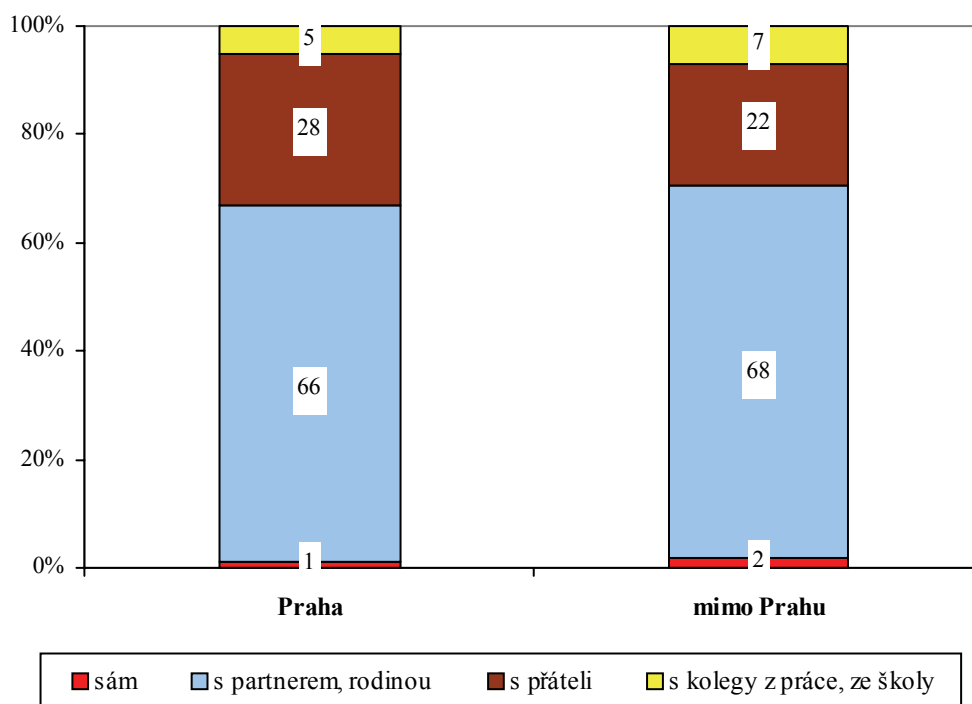
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.16 Přehled odpovědí na otázku č.3 podle věku



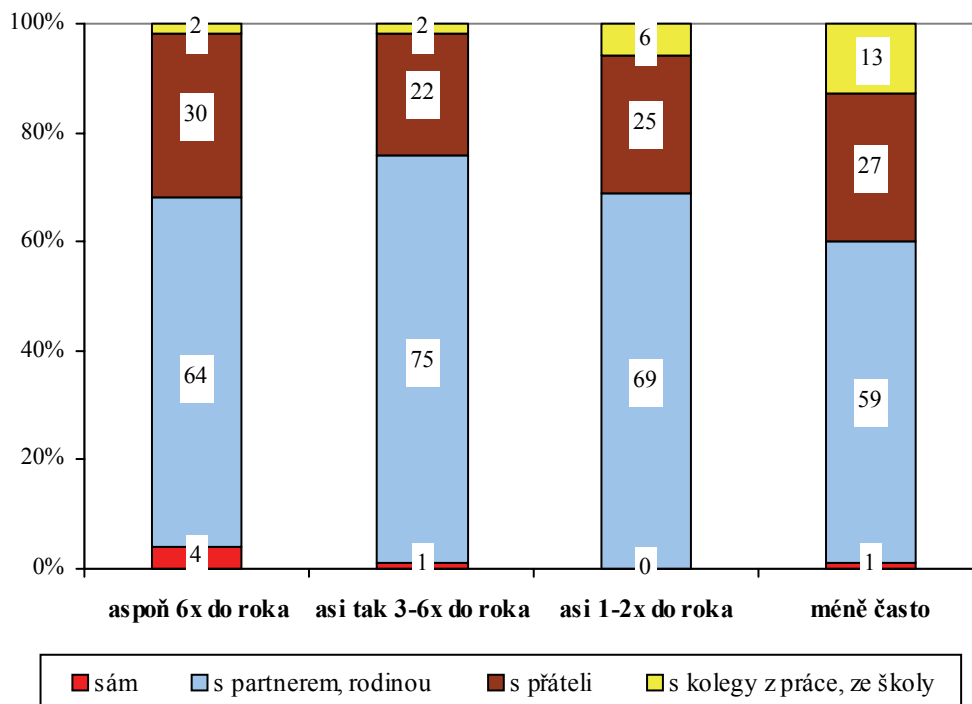
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.17 Přehled odpovědí na otázku č.3 podle velikosti bydliště



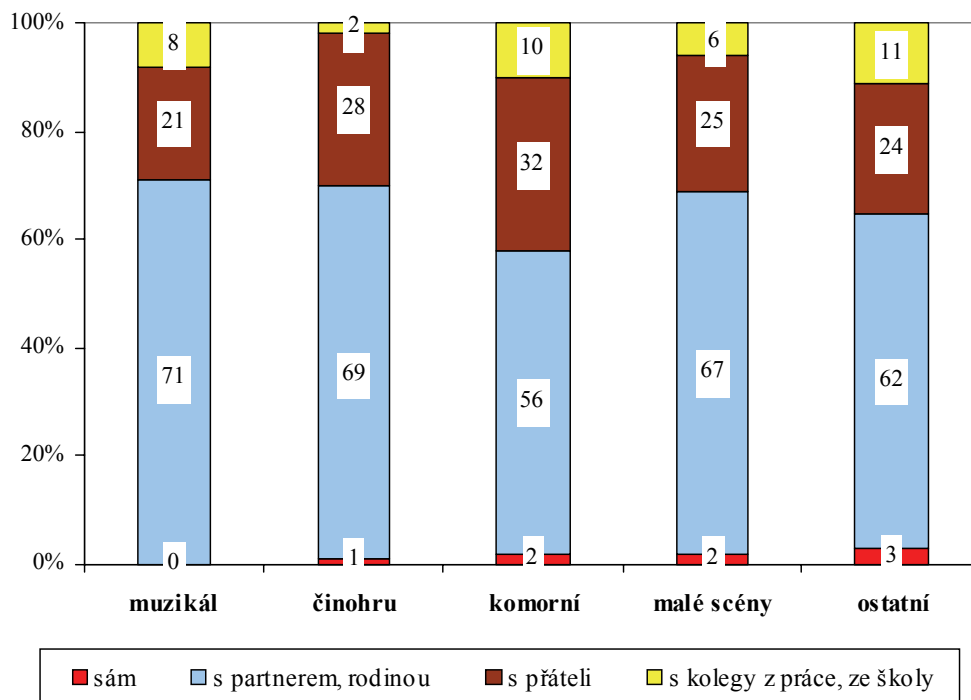
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.18 Přehled odpovědí na otázku č.3 podle četnosti návštěv



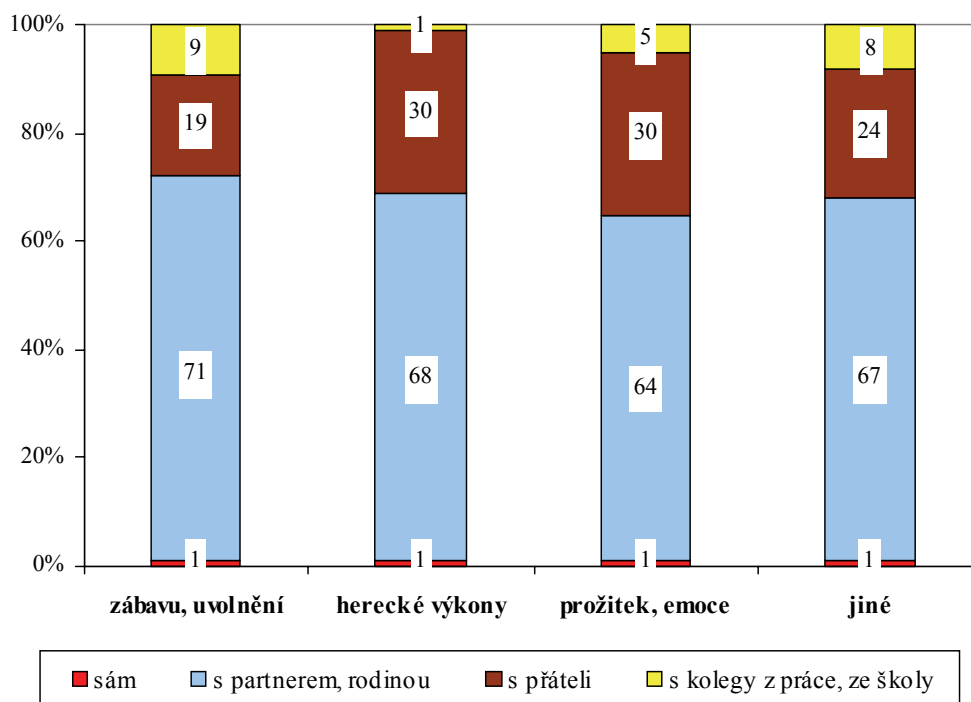
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.19 Přehled odpovědí na otázku č.3 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.20 Přehled odpovědí na otázku č.3 podle toho, co respondent od představení očekává



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

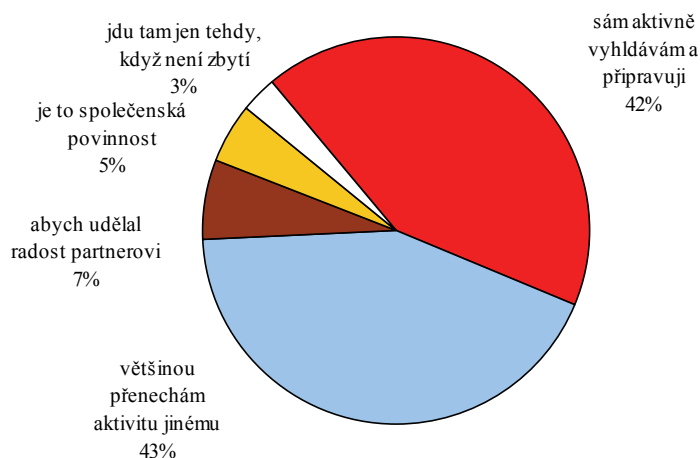
Z podrobného přehledu, rozpracovaného podle sledovaných kritérií je patrné, že uvedené skutečnosti platí bez ohledu na jakákoliv specifika. Data jsou pro všechny sledované skupiny obdobná, do divadla prostě chodíme většinou s partnerem či rodinou, jen občas s přáteli (a pak volíme nejspíš činoherní představení, někdy i komorního typu). V mnohem menší míře chápeme návštěvu divadla jako událost spojenou s pracovním či institucionálním zařazením. Pokud se v divadle přece jen někdo objeví sám, je to nejspíš muž, který chodí pravidelně, ale dochází k tomu jen velmi zřídka.

5.5.4. Otázka č.4: Jakou formu návštěvy divadla volíte?

Tato otázka mapuje naši aktivitu a náš vztah k samotnému faktoru návštěvy divadla jako takovému. Koncipována byla jako uzavřená s nabídnutou škálou 5 odpovědí (sám aktivně vyhledávám a připravuji, většinou přenechávám aktivitu jinému, jdu hlavně proto, abych udělal radost partnerovi, beru návštěvu divadla jako společenskou povinnost, do divadla chodím jen tehdy, když není zbytí). Celkově odpovědělo 806 respondentů a je příjemným zjištěním, že pouze 24 z nich jde divadla „jen tehdy, když není zbytí“. Je zajímavé, že počet těch, kteří návštěvu aktivně plánují je stejný jako počet těch, kteří se nechají pozvat jako doprovod. Následující grafy přibližují situaci nejprve jako celek, následně podrobněji podle sledovaných skupin.

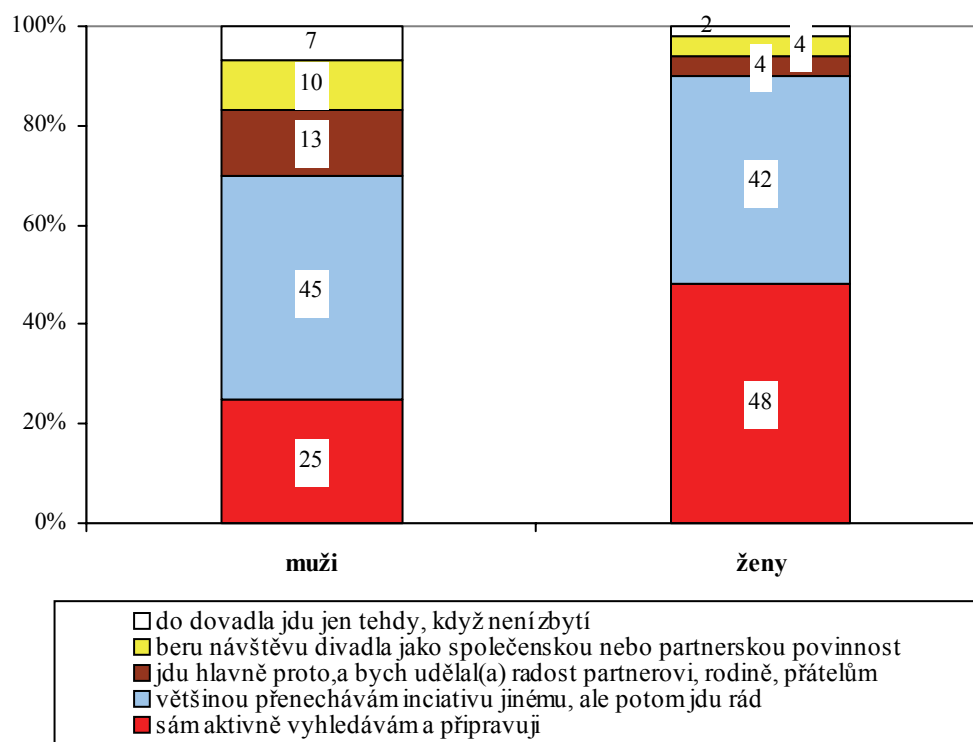
Graf č.21 Přehled odpovědí na otázku č.4 v procentuelní podobě

"Návštěvu divadla..."



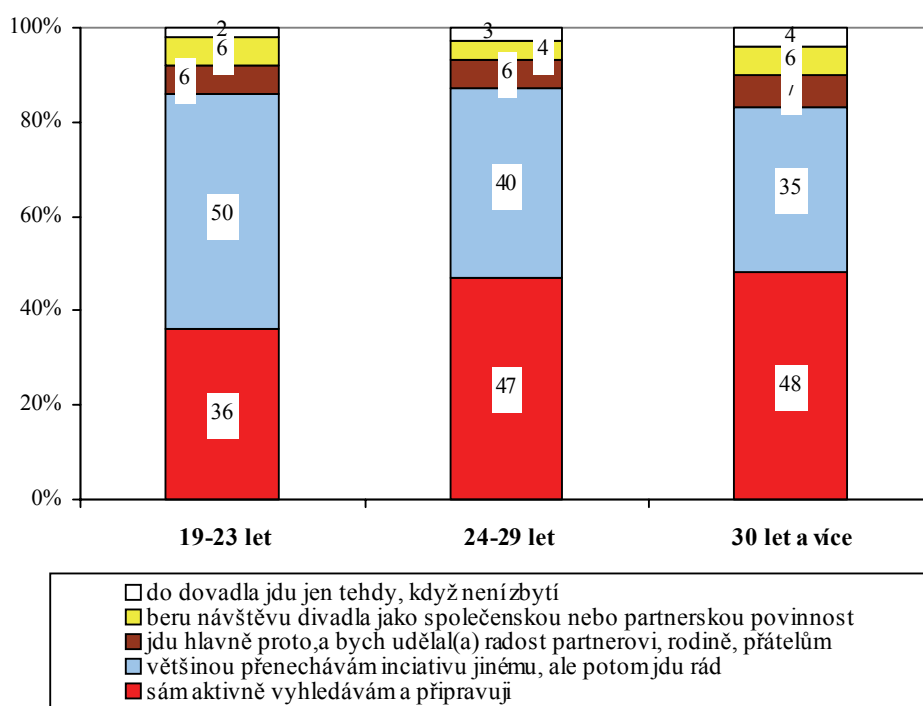
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.22 Přehled odpovědí na otázku č.4 podle pohlaví



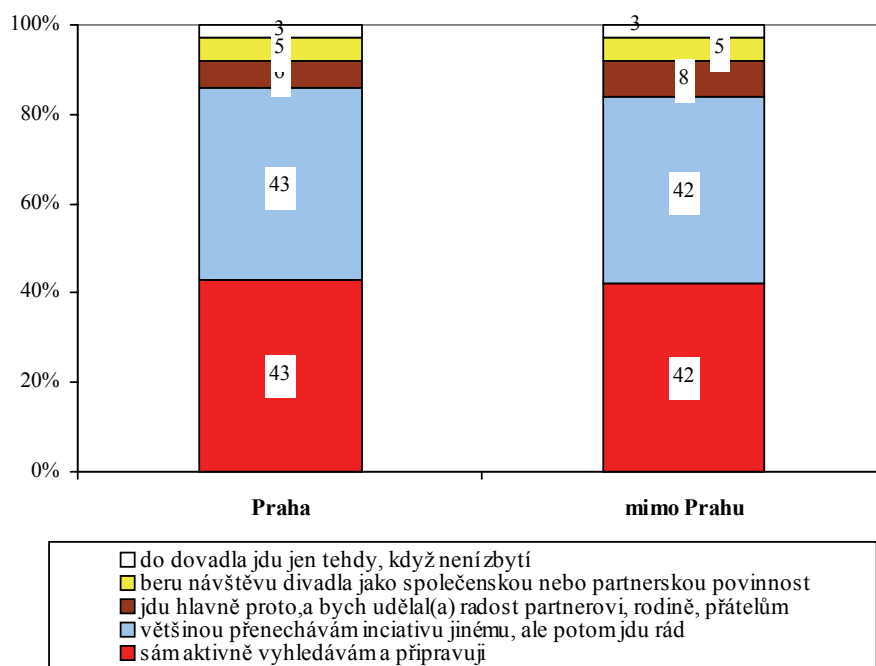
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.23 Přehled odpovědí na otázku č.4 podle věku



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

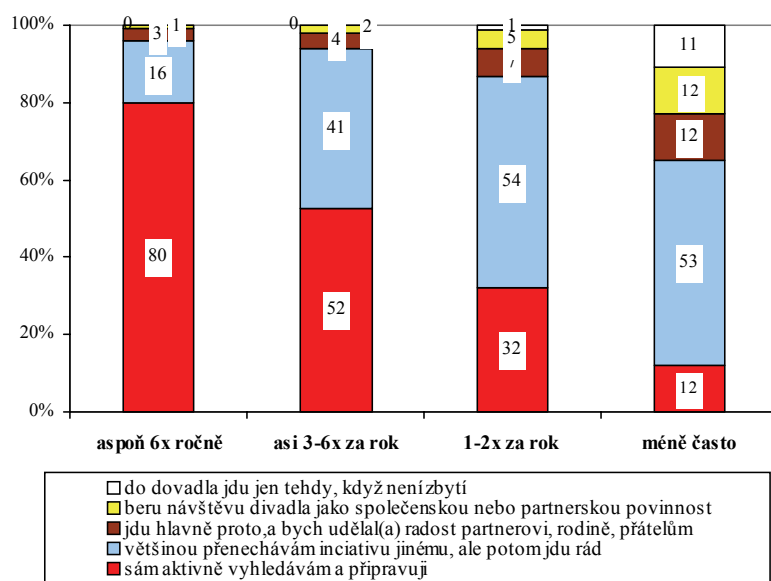
Graf č.24 Přehled odpovědí na otázku č.4 podle velikosti bydliště



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Ženy přistupují k návštěvě divadla téměř dvakrát aktivněji než muži, návštěvu aktivně vyhledávají, plánují a organizují, a platí, že tento aspekt se ještě zdůrazňuje s rostoucím věkem. Avšak i muži, kteří jsou znatelně pasivnější, chodí do divadla rádi, i když občas berou návštěvu divadla jako akt partnerské či společenské povinnosti. Velikost bydliště na tyto faktory nemá žádný vliv.

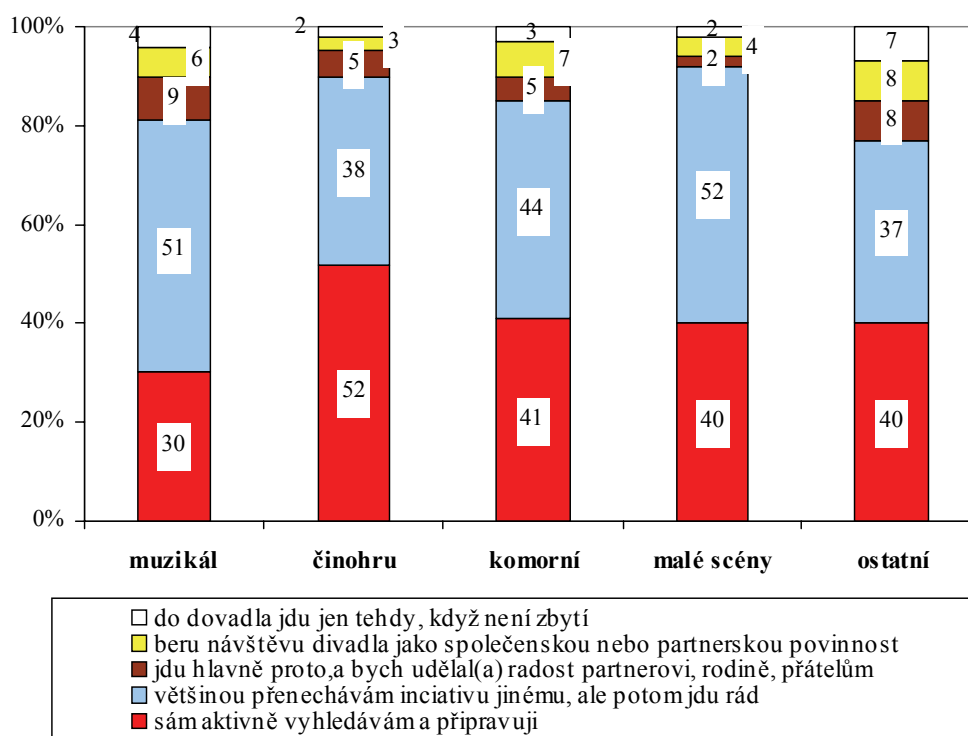
Graf č.25 Přehled odpovědí na otázku č.4 podle četnosti návštěv



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Vidíme, že lze prokázat přímou úměrnost mezi četností návštěv a aktivitou diváka. Návštěva divadla také není s pocitem povinnosti a musu spojována u těch, kteří chodí do divadla pravidelně. Méně častí diváci musejí být většinou osloveni, jejich cesta k divadelní komunikaci vede přes jiné společenské funkce.

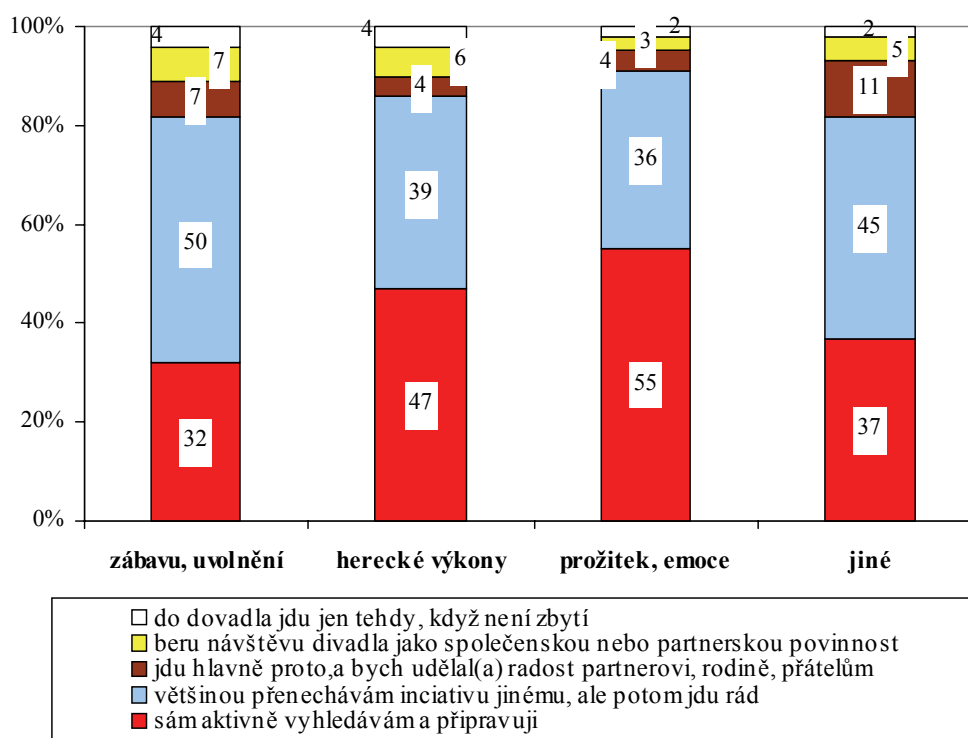
Graf č.26 Přehled odpovědí na otázku č.4 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Podle výsledků grafů č. 26 a 27 vidíme, že opět platí, že neaktivnější jsou diváci činohry, což jsou právě ti diváci, kteří od divadla očekávají především nabídku intenzivního prožitku a kvalitních hereckých výkonů. Návštěvníci muzikálů potřebují k návštěvě divadla nejvýraznější impuls, v ostatních skupinách jsou výsledky srovnatelné.

Graf č.27 Přehled odpovědí na otázku č.4 podle toho, co respondent od představení očekává



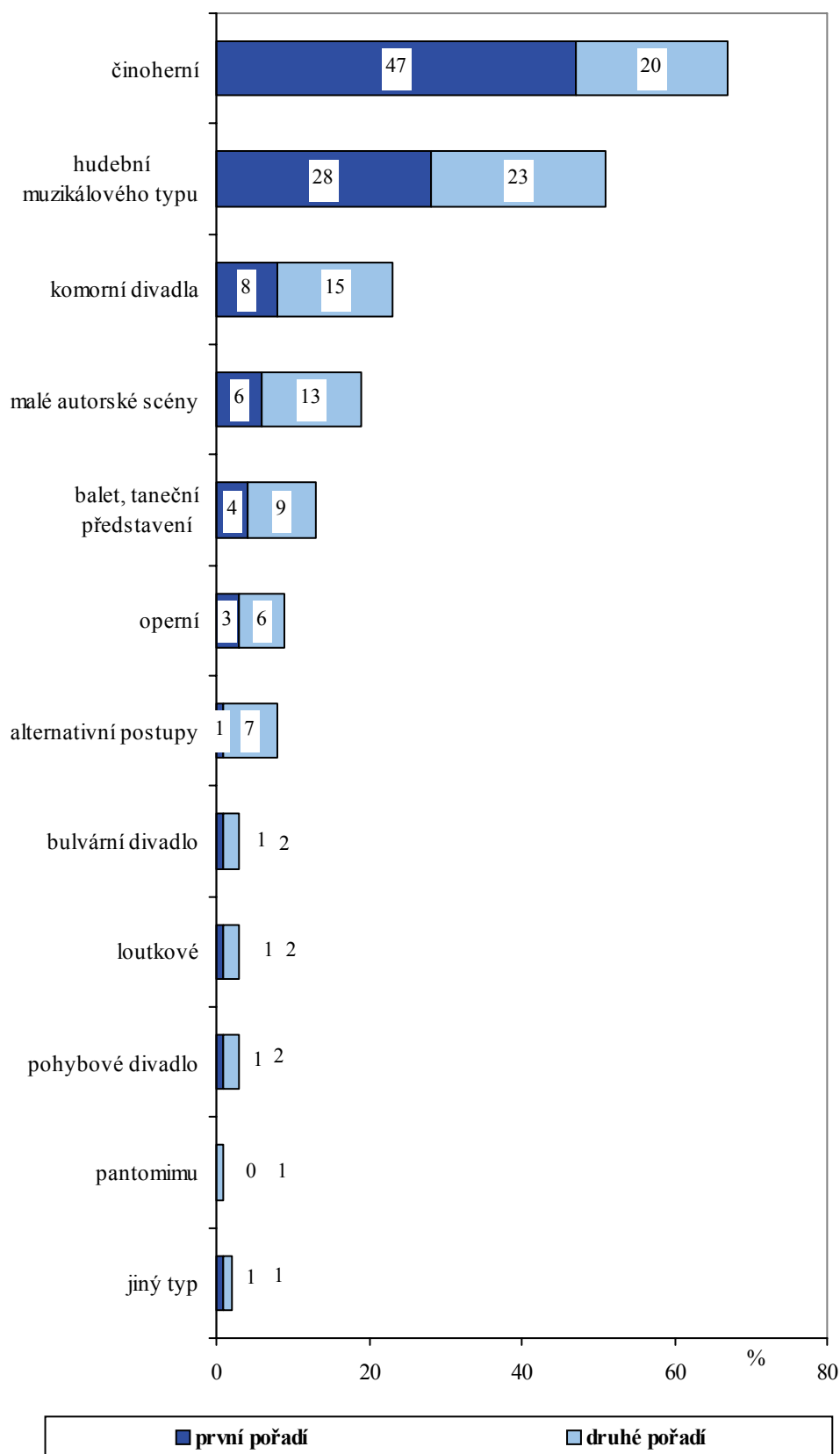
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

5.5.5. Otázka č.5: Jaký typ představení preferujete?

Tato část byla věnována průzkumu diváckého zájmu o jednotlivé typy divadelních produkcí. Blok byl uspořádán jako soubor nabídnutých odpovědí, ze kterých respondenti vybírali dva typy v pořadí. Celkem 794 respondentů určilo svůj nejpreferovanější typ divadelní produkce, 785 z nich uvedlo i pořadí druhé. Celkový přehled zachycuje vždy obě volby.

Graf č.28 Přehled odpovědí na otázku č.5 v procentuelní podobě

Preferovaný typ představení



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Co se týče nejpreferovanějšího typu divadelního představení, jasně a neoddiskutovatelně vede činohra, oproti druhému v pořadí - muzikálu - dokonce o 16%. Pokud bychom vzali v úvahu, že další v pořadí je též komorní divadlo činoherního typu, byla by tato převaha ještě masivnější. Přes polovinu všech diváků zvolilo činohru již v první volbě a dalších 35% ve druhé, to znamená, že 90% všech zúčastněných respondentů jsou příznivci činoherního typu divadla. Z výsledků je dále zajímavé například postavení baletu a tanečního divadla, které se umístilo před operou. Pro balet i operu platí, při detailnější analýze materiálů, že jejich diváci patří mezi ty, kteří chodí do divadla častěji a konzistentně volí jako oblíbené ta divadla, která se věnují těmto žánrům a představení, která jsou baletního či operního charakteru. To se o divácích činohry říci nedá. Poměrně kompaktní skupinou jsou i diváci malých autorských scén, kterých je sice mnohem méně, ale zase jsou věrní. Pokud někdo volí i alternativní postupy, pak až ve druhé volbě. Celkově naše nabídnuté odpovědi neuspokojili 8 respondentů v první a 11 respondentů ve druhé volbě a zvolili možnost „jiný typ“.

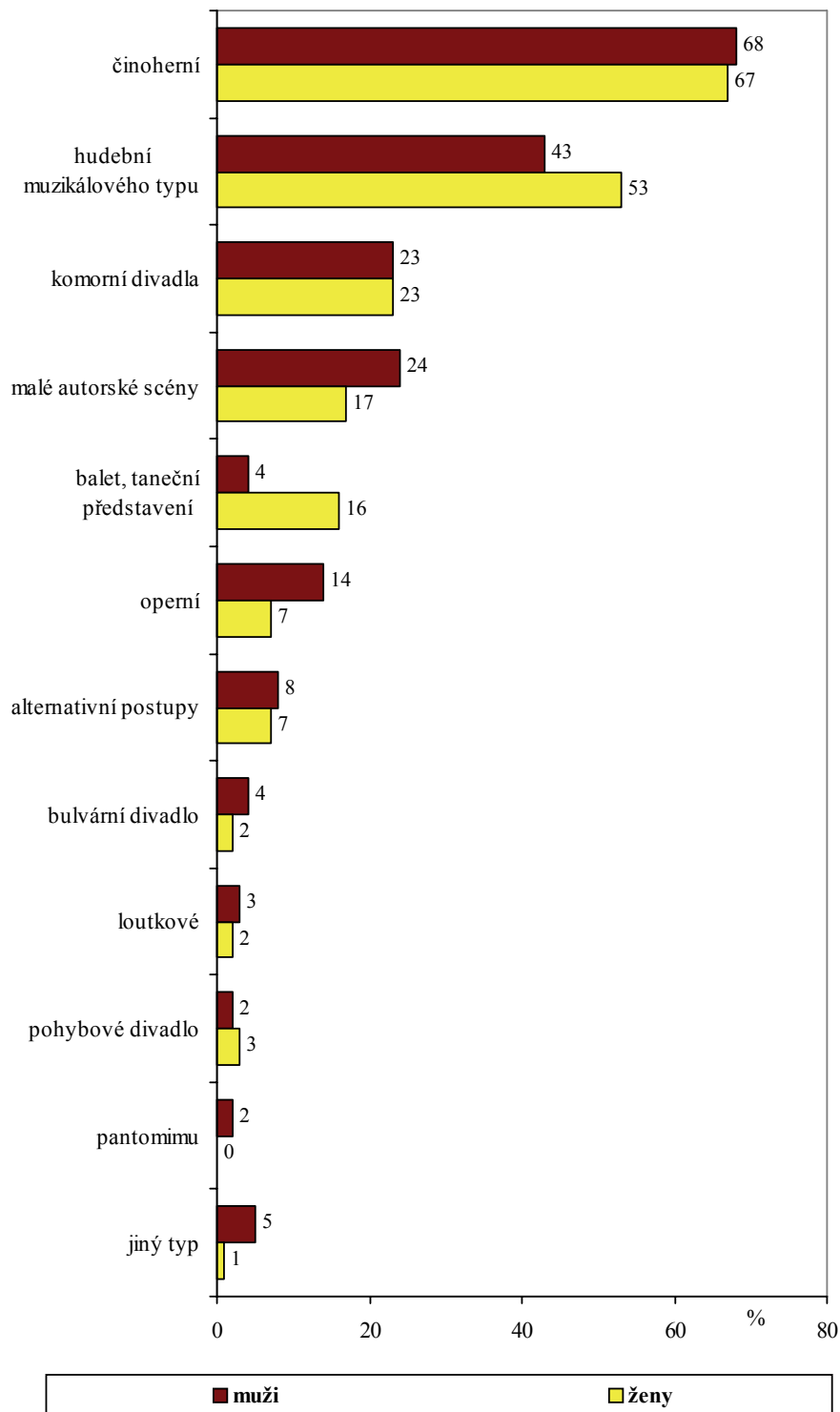
Z hlediska pohlaví (viz graf č. 29) se citelně projevuje rozdíl pouze u typu muzikálu, který výrazně favorizují ženy a naopak u malých autorských scén, které jsou větší doménou mužů. Stejně je to u baletu (více ženy) a překvapivě u opery (více muži). Ukazatele pro činoherní divadlo jsou z hlediska faktoru pohlaví rovnocenné, tak jako u komorního divadla činoherního typu.

Pokud si všímáme preference typu představení podle věku (viz graf č. 30), kontrolně se vlastně ověřuje poznatek z předcházejících otázek. S přibývajícím věkem se více chodí na činohru, malé autorské scény a operu, mladší diváky potkáme zejména na baletu, tanečním divadle a pohybovém divadle. Muzikál dokonce své fanoušky s věkem výrazně ztrácí.

Graf č.29 Přehled odpovědí na otázku č.5 v procentuelní podobě podle pohlaví

Preferovaný typ představení

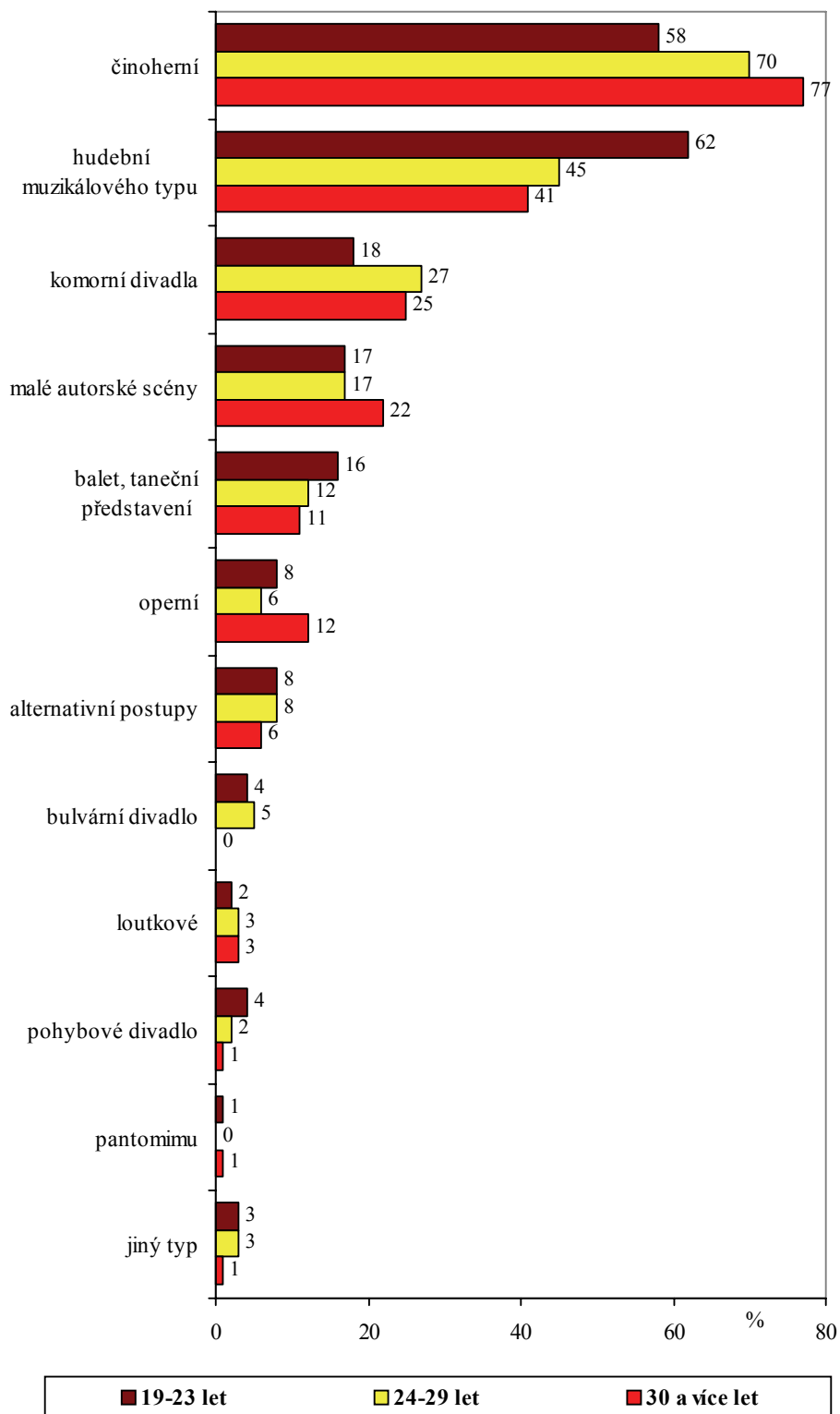
(podle pohlaví, uveden vždy součet 1. + 2. pořadí)



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.30 Přehled odpovědí na otázku č.5 v procentuelní podobě podle věku

Preferovaný typ představení
(podle věku, uveden vždy součet 1. + 2. pořadí)



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

5.5.6. Otázka č.6: Které představení Vás v posledním roce zaujalo?

Tato otevřená otázka jednak doplňuje předcházející sledování preferovaného typu divadelního představení, jednak se jako kontrolní vztahuje i k otázce oblíbeného divadla, protože ve všech těchto faktorech cítíme jisté související prvky (objevují se představení divadel označených jako – Národní a Vinohradské, dále např. Karlín, což obloukem dokládá pravdivost předcházejících odpovědí). Konkrétní představení vyplnilo celkem 559 respondentů, což je o 251 více než v otázce oblíbené divadlo, téměř 70% všech návštěvníků divadla. Tabulka zachycuje nejčastěji uváděná představení, celkový přehled je v příloze. (Příloha č. 5)

Tabulka č.8 Přehled představení, která nejvíce zaujala

Název	Četnost	Pohlaví		Četnost návštěv divadla/rok				Očekává								
		Muž	Žena	6 a víc	3 - 6	1 - 2	Méně	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Višňový sad	7	1	6	2	3	1	1	1	5	0	0	0	2	7	0	0
Hrdý Budžes	8	0	8	2	2	3	1	6	5	0	0	1	0	4	0	0
Děti ráje	9	1	8	1	2	3	3	8	2	0	0	1	1	6	0	0
Do naha	12	0	12	2	3	4	3	9	7	0	0	1	2	5	0	0
Dracula	16	2	14	2	8	4	2	5	2	0	0	1	1	7	0	0
Sluha dvou pánů	21	8	13	2	3	9	7	1	8	0	0	6	2	1	0	0
Cave-man	25	3	22	5	1	3	6	1	1	0	0	1	3	1	1	0
Carmen	31	2	29	4	1	1	1	2	1	1	0	3	1	2	1	1
					1	5		0	4					2		

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Poznámka:

A - Nezávazná zábava a uvolnění

B - Kvalitní herecké výkony

C - Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil(a)

D - Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje

E - Efektní scéna, podívaná

F - Nový úhel pohledu na nějaký problém

G - Prožitek, který mě emočně obohatí

H - Zpracování společensky aktuálního tématu

I - Zpracování politicky dráždivého tématu

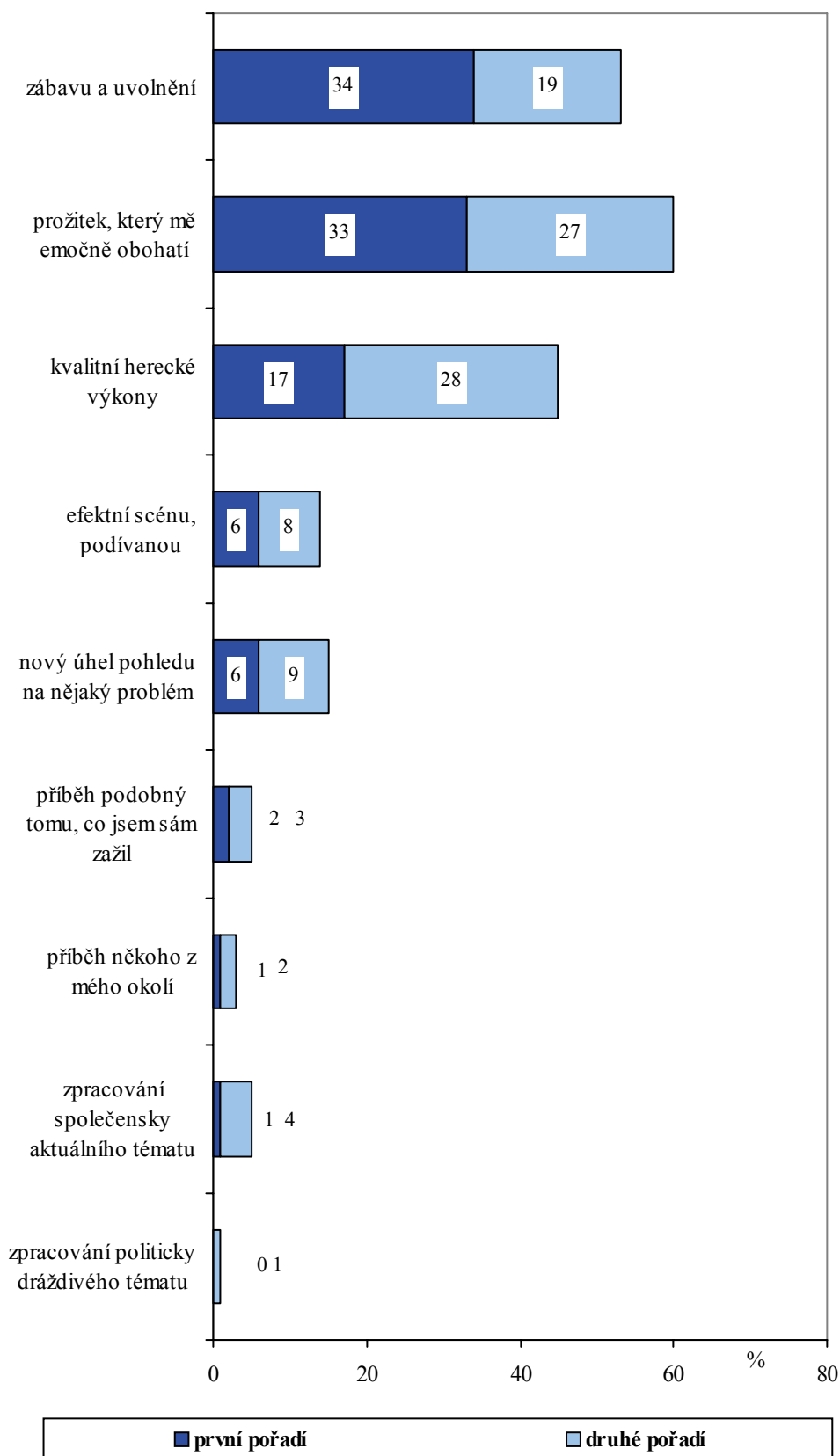
Odpovědi diváků dokazují velice široký záběr, 1x se v dotazníku objevilo 179 různých divadelních představení a 2x to bylo celkem 49 dalších. Pokud se na to podíváme z druhé strany, tedy z pozice těch, které se objevovaly nejčastěji – jedná se především o muzikálové produkce, vidíme, že např. Carmen je titul, který dokázal přitáhnout diváky, kteří do divadla nechodí tak často. Stále však platí, že důvody, pro které diváci navštěvují jak muzikálové produkce, tak divadlo jednoho herce či klasickou činohru jsou podobné – zábava, emoční prožitek a kvalitní herecké výkony. (Stejný počet hlasů jako Višňový sad získaly ještě Žebrácká opera, Vše o mužích, Kudykam, W. Shakespeare ve 120 minutách.)

5.5.7. Otázka č.7: Co od představení očekáváte především?

Tento blok také nabízel možné odpovědi, ze kterých respondenti vybírali opět dva důvody v pořadí. Vzhledem k tomu, že se jedná o základní meritorní otázku šetření, přehled zachycuje všechny shromážděné údaje, protože se v diskusi výsledků budeme věnovat i těm, které sice nejsou statisticky průkazné, ale při hodnocení v relaci s ostatními zjištěními své relativní vypovídací možnosti mají.

Graf č.31 Přehled odpovědí na otázku č.7 v procentuelní podobě

Co očekává od představení



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Celkem odpovědělo v první volbě 797 respondentů a jako nejčastější očekávání byla uvedena „nezávazná zábava a uvolnění“ (273), vzápětí sledované „prožitkem, který mě emočně obohatí“(264). Jako třetí následovaly „kvalitní herecké výkony“(139). Všechny tyto faktory - ovšem v jiném pořadí: herecké výkony, prožitek, zábava - bodovaly také ve druhé volbě, kterou vyplnilo 779 respondentů. Celkově pak nevede zábava, ale prožitek, který obohatí, což je příjemné zjištění. Velice zajímavé je i pořadí na druhém konci spektra - nejméně táhne „zpracování politicky dráždivého tématu“ a překvapivě příběhy ze současnosti. Dokonce ani efektní podívaná není tím faktorem, který by dnes mohl do divadla přitáhnout diváky v nějaké masovější míře. Dominují prvky, které odpovídají základním funkcím - zábava, emoce, herecké ztvárnění postav, to jsou tři hromosvody diváckého zájmu.

Zmiňované tři pilíře - zábava, emoce, herecké ztvárnění - zůstávají dominantní i z pohledu obou pohlaví, viz. graf č. 32. Zábavu i kvalitní herecké výkony očekávají muži i ženy jen nepatrně odlišně, prožitek, který emočně obohatí očekávají ženy výrazně častěji. Ženy také více očekávají „nový úhel pohledu na nějaký problém“, zatímco muži překvapivě dávají větší přednost příběhům a společensky aktuálním tématům, ovšem pokud patří mezi tu menšinu diváků, kteří tyto prvky u divadelního představení vůbec hledají. Politická témata jsou zcela na konci spektra, a to vzácně jednotně jak u mužů, tak u žen.

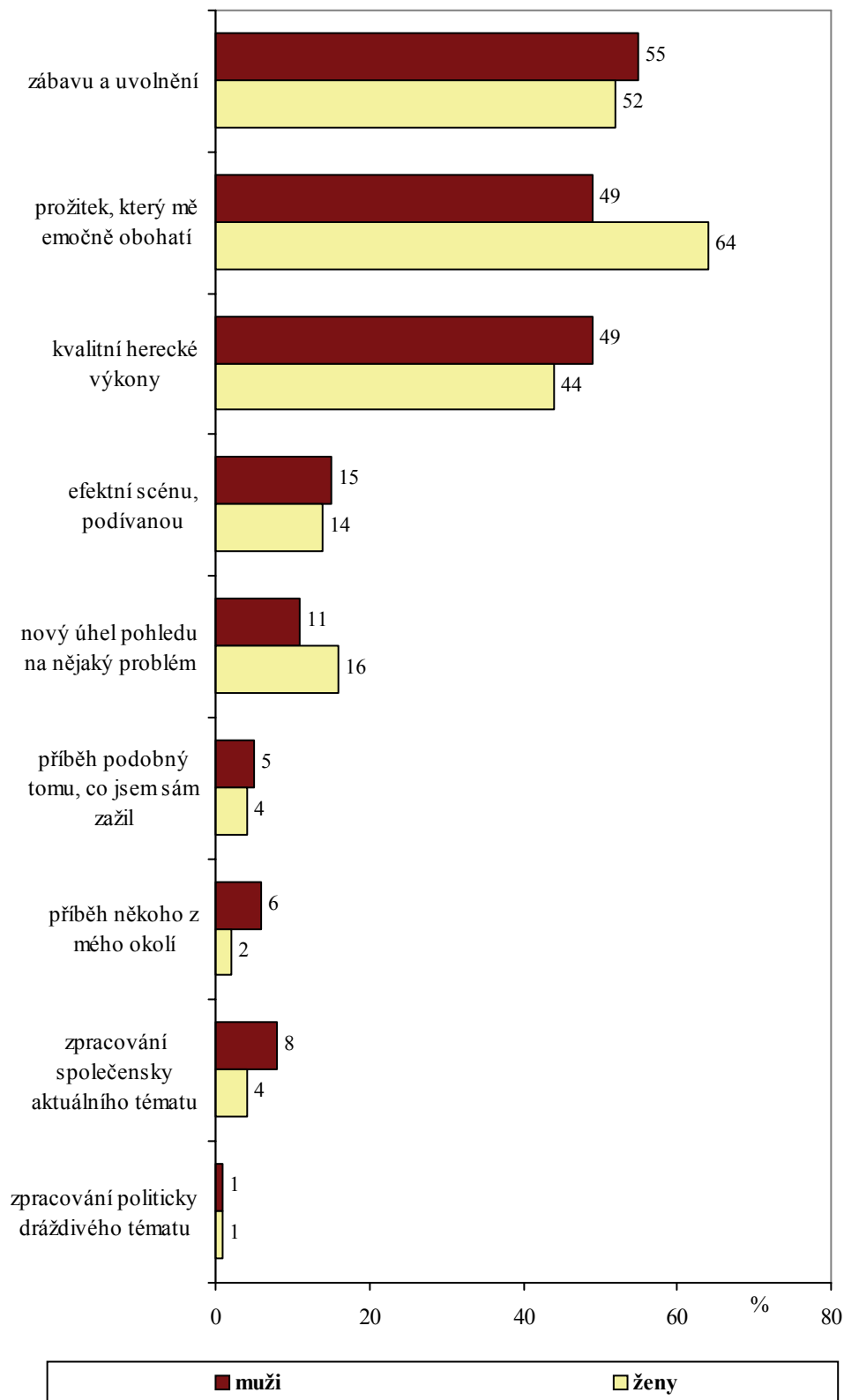
S přibývajícím věkem (viz. graf č. 33) diváci stále více ve svém očekávání preferují prožitek se schopností vzbudit výrazné emoce a kvalitní herecké výkony, které zřejmě dokáží lépe ocenit a porovnat. Naopak faktor zábavy a efektní podívaná ztrácí na své přitažlivosti. Z méně četněji zastoupených faktorů, jsou ti starší diváci patrně ochotni přijmout prvek „zpracování společensky aktuálního tématu“, ale obrací se zády k příběhům za současnosti.

Ti, kteří chodí do divadla méně často, očekávají nejvíce zábavu a uvolnění, někteří i ocení efektní scénu a podívanou (viz graf č. 34). Naopak pravidelné diváky nejvíce uspokojí emoční prožitek, eventuelně nový úhel pohledu, protože to je právě to, co od divadelního představení očekávají oni. Kvalitu hereckých výkonů ocení všichni a platí, že téměř celá polovina všech diváků přicházejících do divadla kvalitní herecké pojetí očekává a preferuje.

Graf č.32 Přehled odpovědí na otázku č.7 v procentuelní podobě podle pohlaví

Co očekává od představení

(podle pohlaví, uveden vždy součet 1. + 2. pořadí)

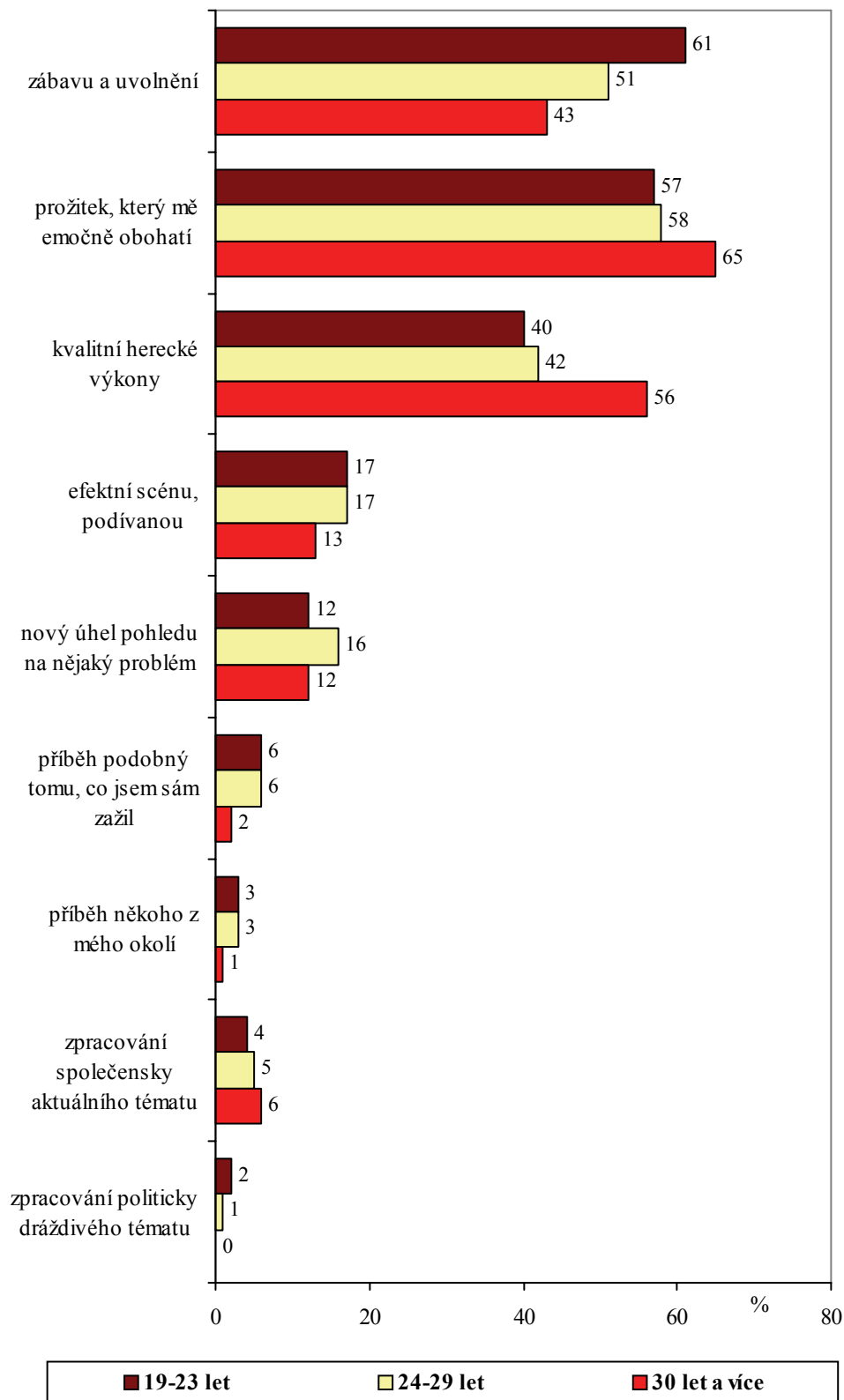


Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.33 Přehled odpovědí na otázku č.7 v procentuelní podobě podle věku

Co očekává od představení

(podle věku, uveden vždy součet 1. + 2. pořadí)

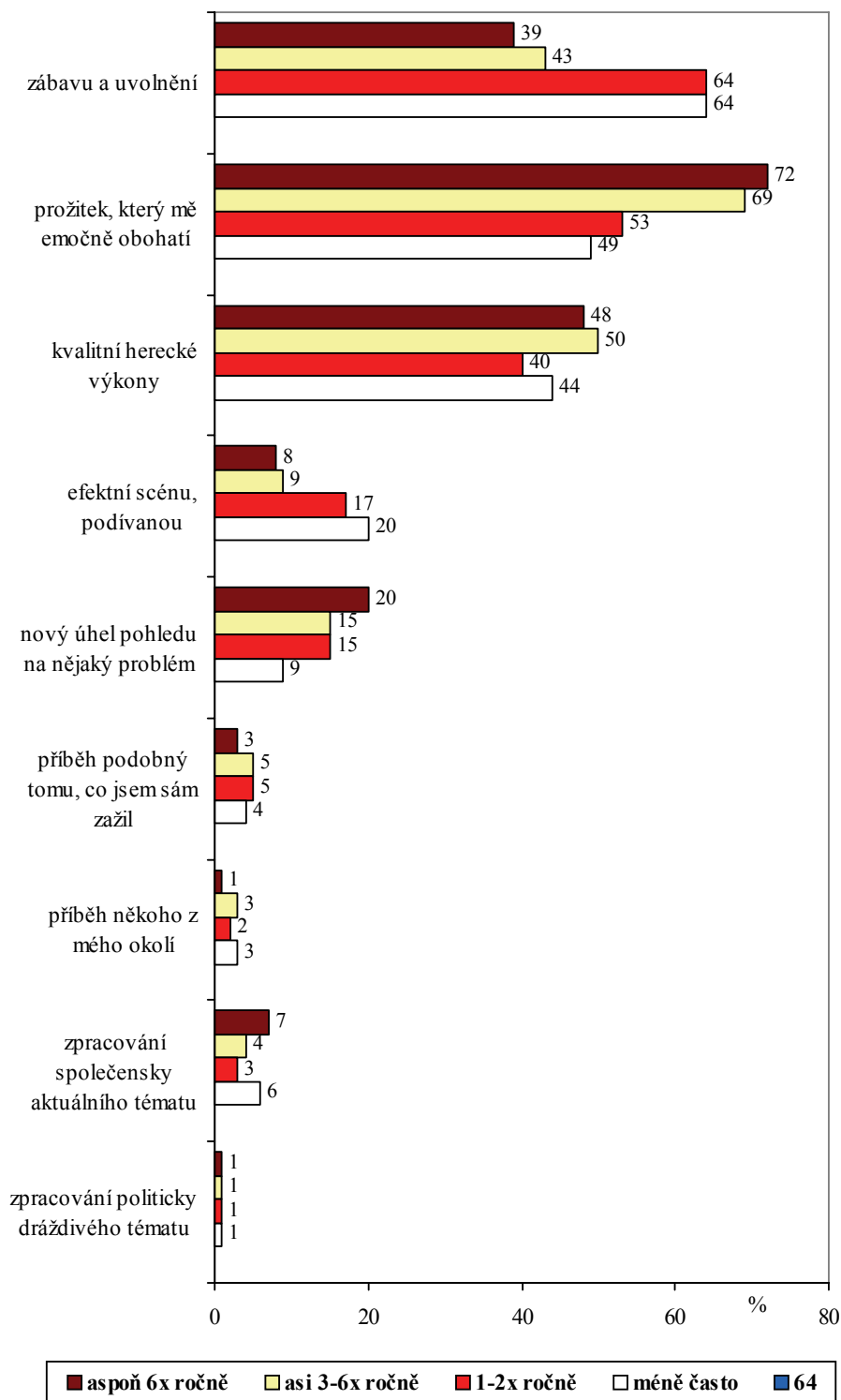


Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.34 Přehled odpovědí na otázku č.7 v procentuelní podobě podle četnosti návštěv

Co očekává od představení

(podle toho, jak často chodí na představení, uveden součet 1. + 2. pořadí)



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

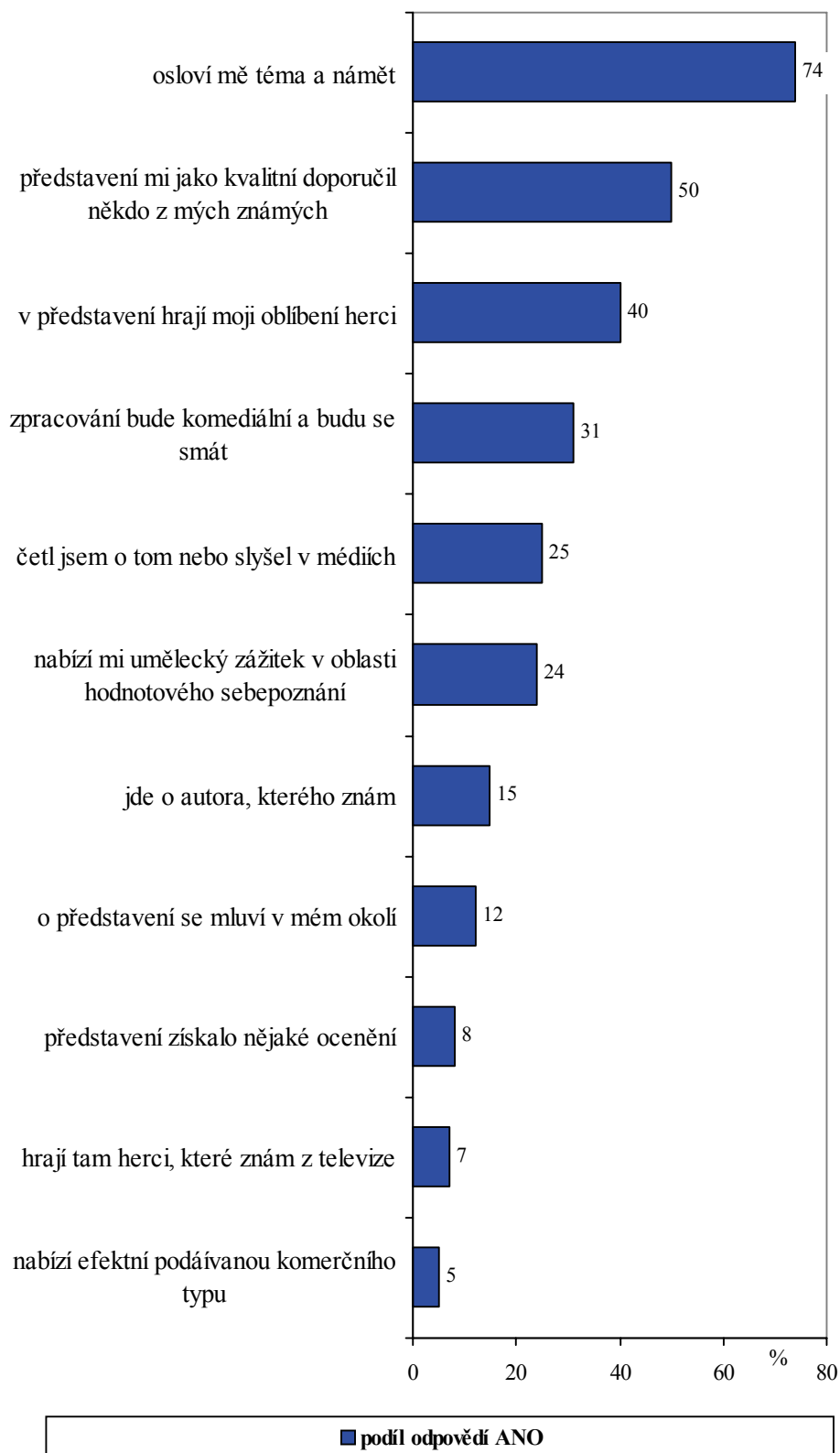
5.5.8. Otázka č.8: Jaké nejdůležitější důvody zvažujete pro návštěvu divadla?

Respondenti na základě nabídnutých odpovědí vybírali tři pro ně nejdůležitější důvody, které zvažují, když se chystají do divadla, tentokrát bez ohledu na pořadí. Jedná se o další základní meritorní otázku šetření, proto uvádíme široký přehled výsledků v grafické podobě. Na otázku odpovědělo všech 811 respondentů. Tato otázka komplementárně doplňuje předcházející otázku, která zjišťovala, co diváci od divadelního představení očekávají. Tyto dva bloky vůči sobě také plní vzájemnou nepřímou kontrolní funkci, což se ve výsledcích potvrdilo.

Platí, že nejdůležitějším důvodem, který diváky do divadla přivádí, není primárně pouze nezávazná zábava, ale témata a náměty, které divákům umožní emoční zaujetí a společné spoluprožívání. Tento faktor vybralo celkem 602 respondentů, tedy tři čtvrtiny všech příchozích, zatímco „zpracování bude komediální a budu se smát“ pouze 249, tedy zhruba dvaapůlkrát méně. Polovina z těchto diváků(194) je navíc ochotna připustit, že důležitý je prožitek normotvorného charakteru, tedy, že představení „nabízí umělecký zážitek v oblasti hodnotového sebepoznání. Dalším zajímavým zjištěním je úloha šeptandy, na doporučení známých dá při rozhodování každý druhý divák(405), na média každý čtvrtý(203) a na to, zda představení získalo nějaké ocenění(66) jen každý dvánáctý návštěvník. S faktorem herectví, který dominoval v předchozí otázce i tady shodně souvisí pomyslné třetí místo - „v představení hrají moji oblíbení herci“, které vyplnilo 324 respondentů. Ukázalo se přitom, že obliba těchto herců nepramení primárně z toho, že jejich tvář známe z televize - tento faktor ocenilo pouhých 54 respondentů, a to je opravdu velmi malé procento (6,7%), dokonce i tzv.na autora se chodí dvakrát více. Jako méně důležité se už ukázalo pouze to, zda představení „nabízí efektní podívanou komerčního typu“ (42 respondentů).

Graf č.35 Přehled odpovědí na otázku č.8 v procentuelní podobě

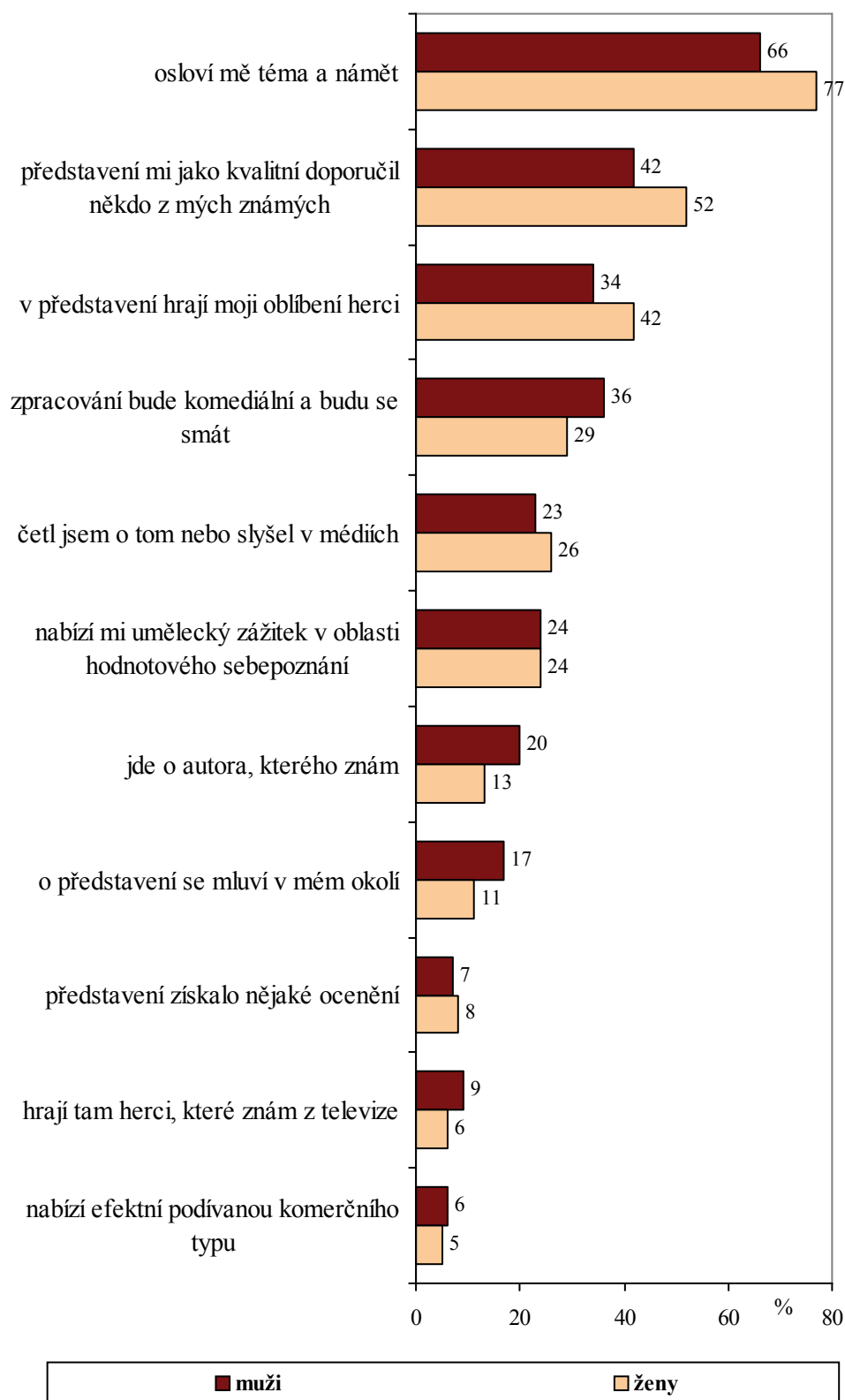
Nejdůležitější důvod, proč navštívit...



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.36 Přehled odpovědí na otázku č.8 v procentuelní podobě podle pohlaví

**Nejdůležitější důvod, proč navštívit...
(podle pohlaví, podíly kladných odpovědí)**



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

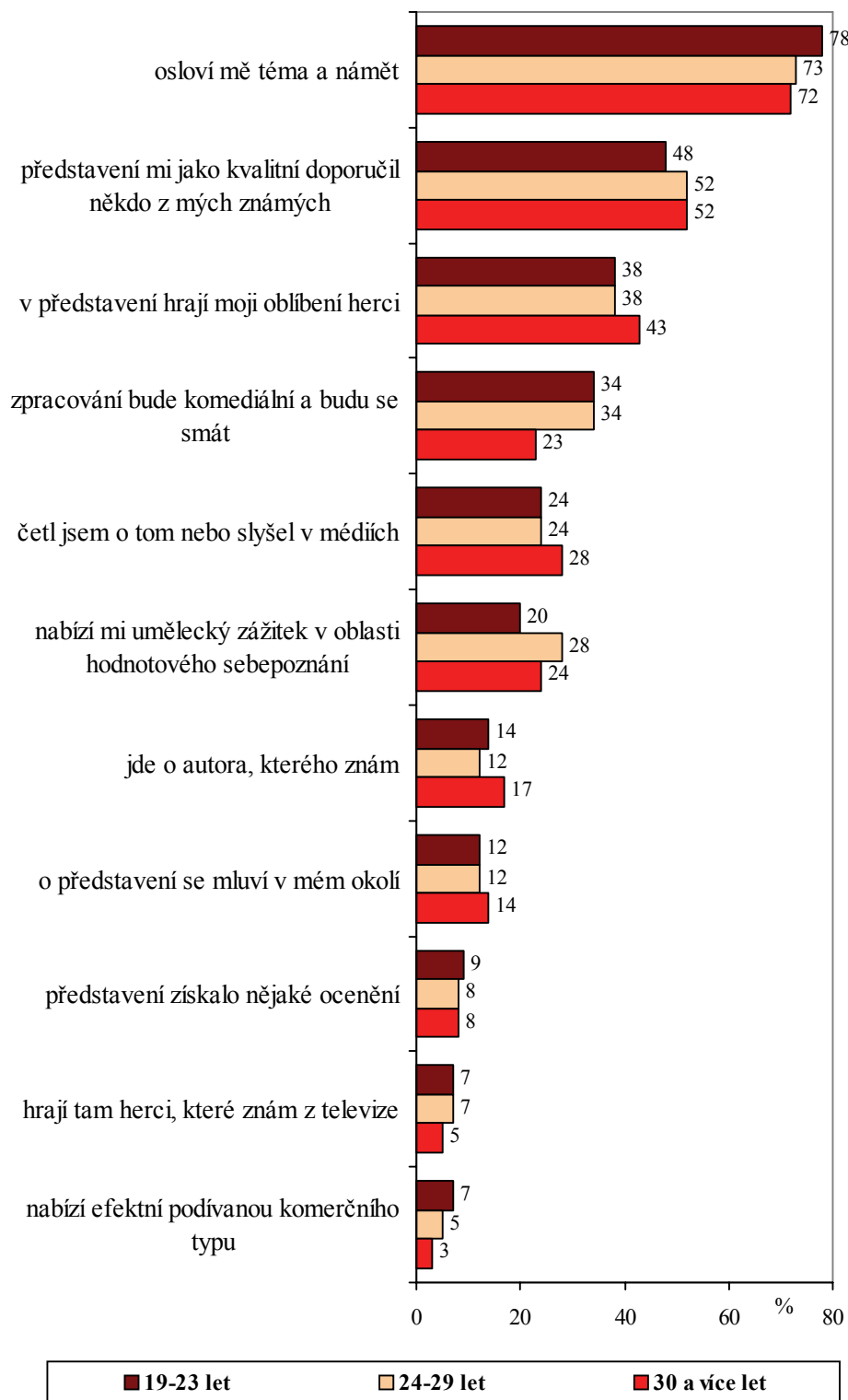
Obě pohlaví odpovídají shodně v oblasti hodnotového sebepoznání, médií, důležitosti ocenění představení a efektnosti podívané. Rozdíly se projevují u faktoru zábavy - pro muže je důležitější komediálnost zpracování než to, zda v představení hrají jejich oblíbení herci, u žen je to přesně naopak. Ženy také výrazněji preferují téma a námět a dají více na doporučení známých. Muži preferují více to, zda znají autora a překvapivě se dají více ovlivnit tím, že se o představení mluví v jejich okolí.

Prvek věku (viz graf č. 37) se při zvažování důvodů pro volbu konkrétního představení projevuje jen nepatrně, naše názory se s věkem v podstatě nemění. Trochu více dáme na doporučení známých, na doporučení z médií a na to, že se o představení mluví v našem okolí. Více si považujeme účasti našich oblíbených herců nebo nás ovlivní znalost autora, ale to všechno nemůže naši volbu nijak zásadně ovlivnit, spíše jen prohloubit. Jediné, co podle věku preferujeme opravdu méně, je komediálnost zpracování jako faktor důležitosti při zvažování návštěvy vybraného divadla.

Nejvýraznější rozdíly mezi těmi, kteří chodí do divadla méně často a mezi pravidelnými diváky (viz graf č. 38) jsou v tom, že dají mnohem méně na doporučení známých, dvakrát více vyžadují komediálnost zpracování a ocení obsazení nejen svých oblíbených herců, ale také tváří známých z televize. Skupina diváků, kteří chodí do divadla alespoň 6x do roka preferuje téma a námět, ocení hodnototvorný aspekt, více než z půlky se rozhoduje na základě doporučení známých a výrazně ovlivnit ji může herecké obsazení, zprávy z médií nebo fakt, že autora zná.

Graf č.37 Přehled odpovědí na otázku č.8 v procentuelní podobě podle věku

**Nejdůležitější důvod, proč navštívit...
(podle věku, podíly kladných odpovědí)**

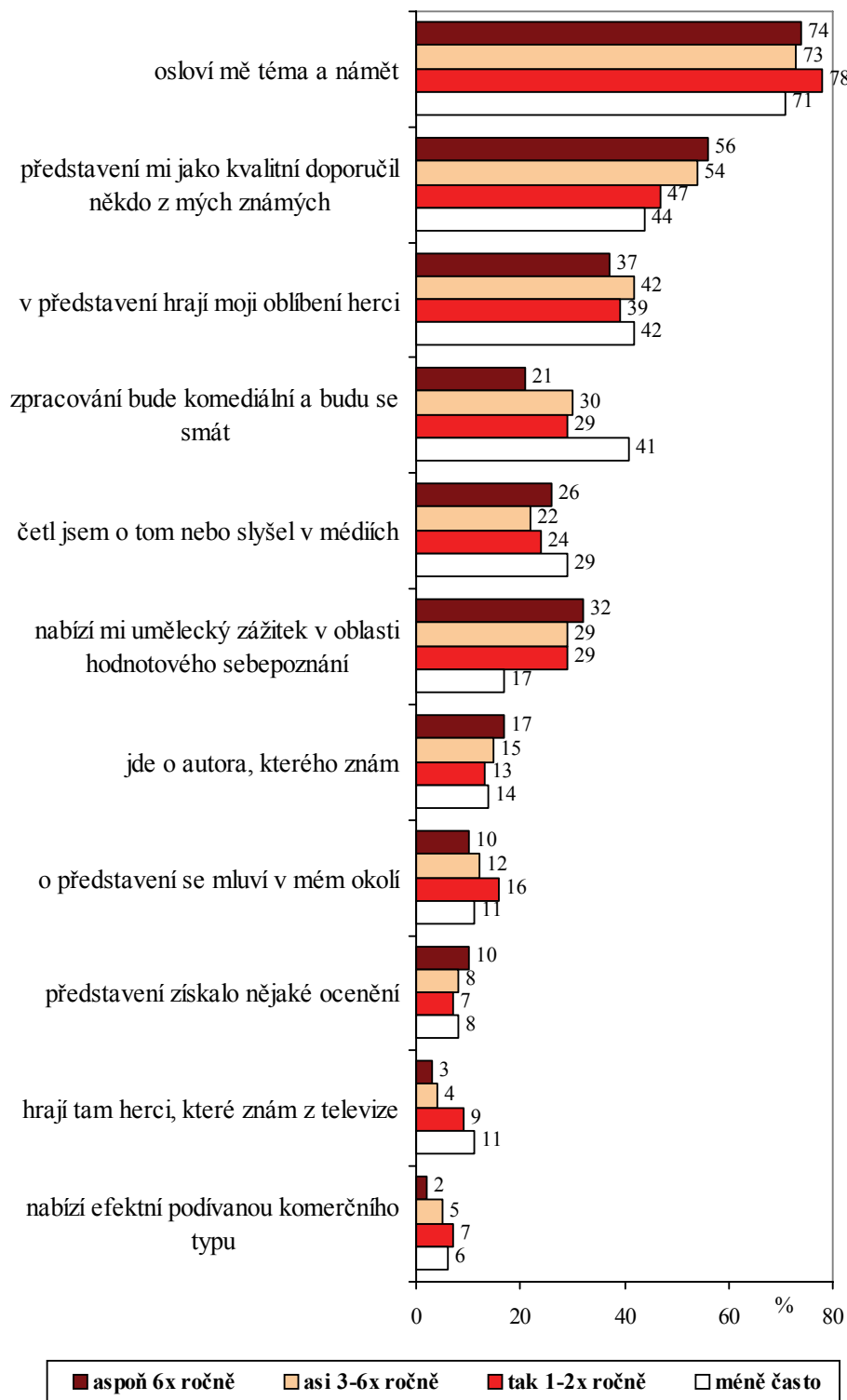


Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.38 Přehled odpovědí na otázku č.8 v procentuelní podobě podle četnosti návštěv

Nejdůležitější důvod, proč navštívit...

(podle toho, jak často chodí do divadla, podíly kladných odpovědí)



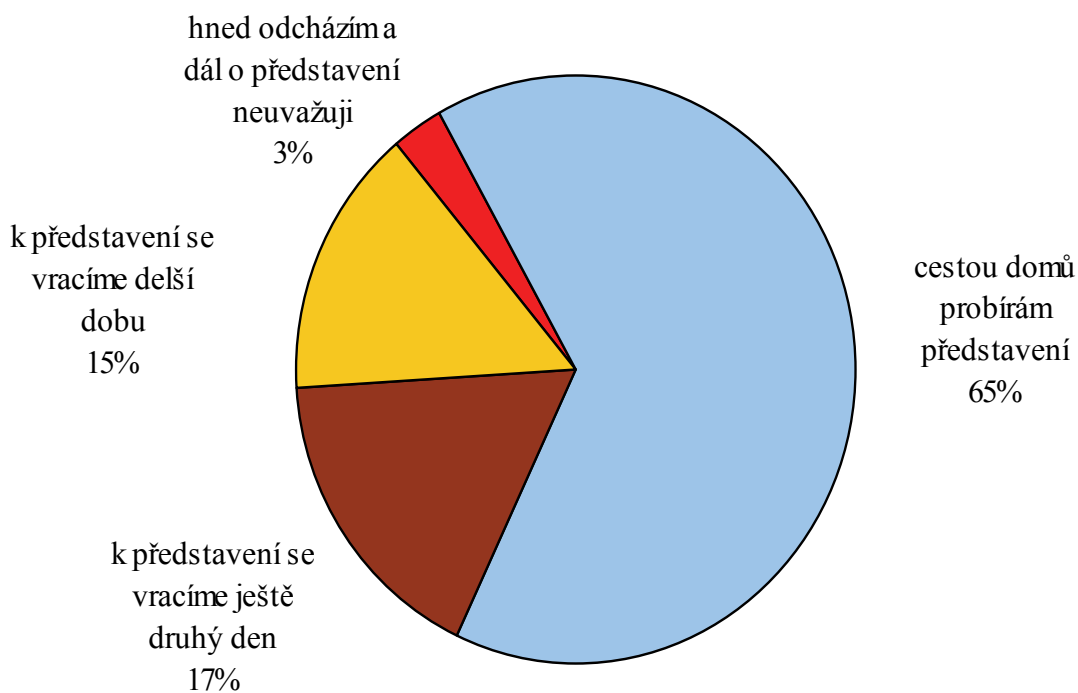
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

5.5.9. Otázka č.9: Jak dále uvažujete o představení?

Otázka je koncipovaná jako uzavřená a nabízí se škála čtyř odpovědí (neuvažuji, uvažuji na cestě domů, uvažuji ještě další den, uvažuji ještě delší dobu), které pokrývají diskutované možnosti. Z přehledného grafického ztvárnění jednak celého souboru, jednak vybraných vzorků je vzácně patrná naprostá shoda. Účinek divadelního představení přetrvává i po jeho konci a nejčastěji se k němu diváci vrací po cestě domů. Na otázku odpovědělo celkem 806 respondentů a pouze 26 z nich se přiznalo, že o představení po shlédnutí již neuvažuje, což je skoro šestkrát méně než těch, kteří se k zážitku z představení vracejí delší dobu.

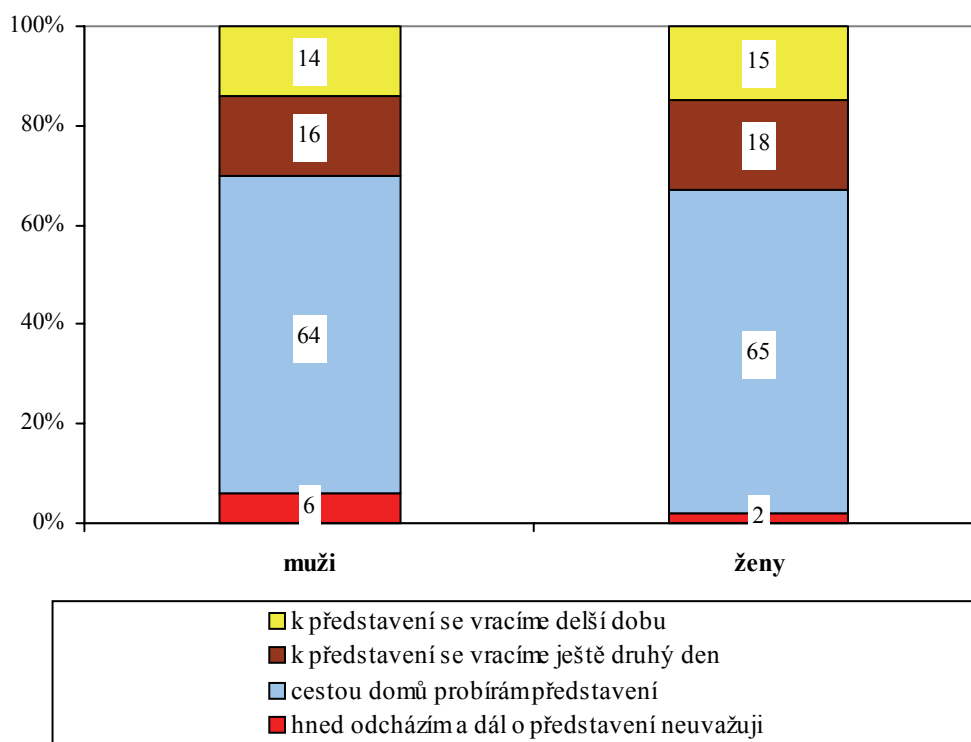
Graf č.39 Přehled odpovědí na otázku č.9 v procentuelní podobě

"Po skončení představení většinou."



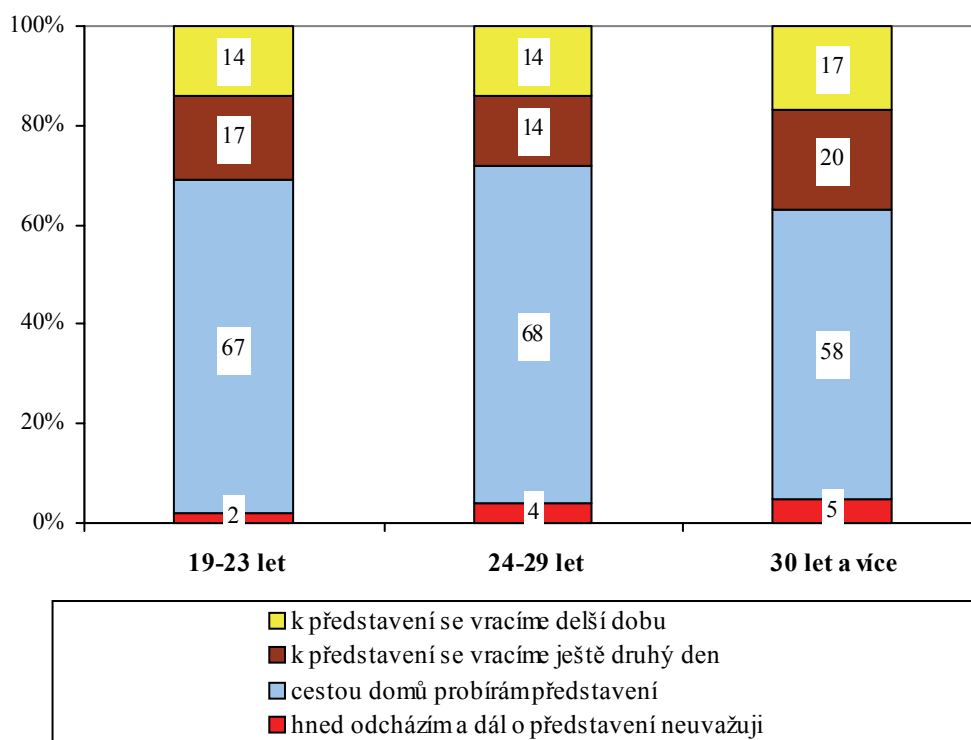
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.40 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle pohlaví



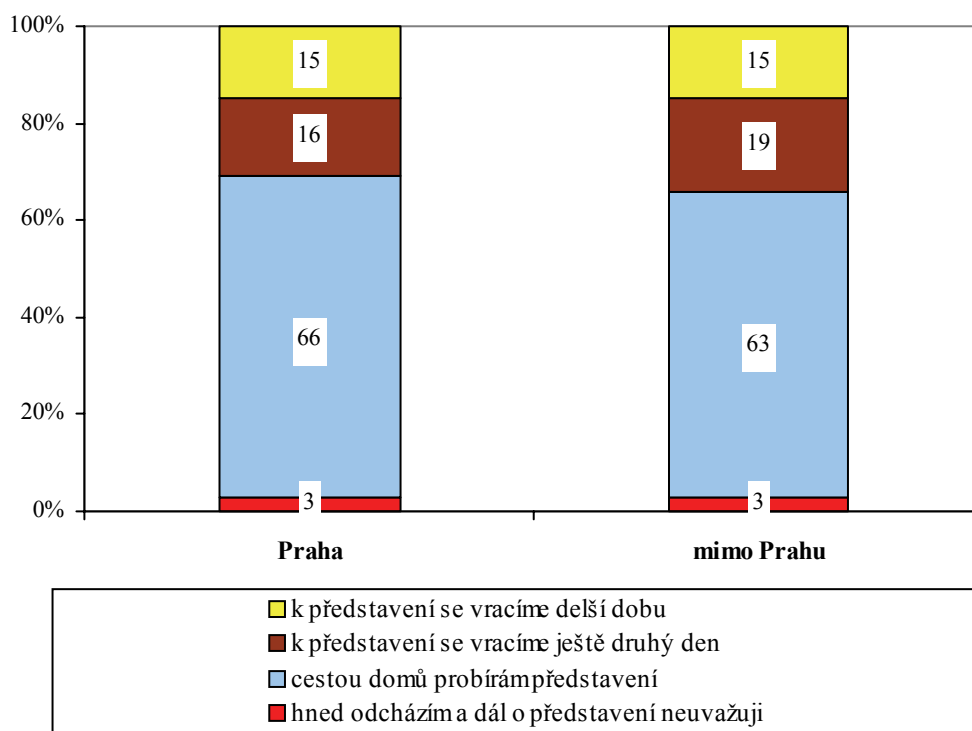
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.41 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle věku



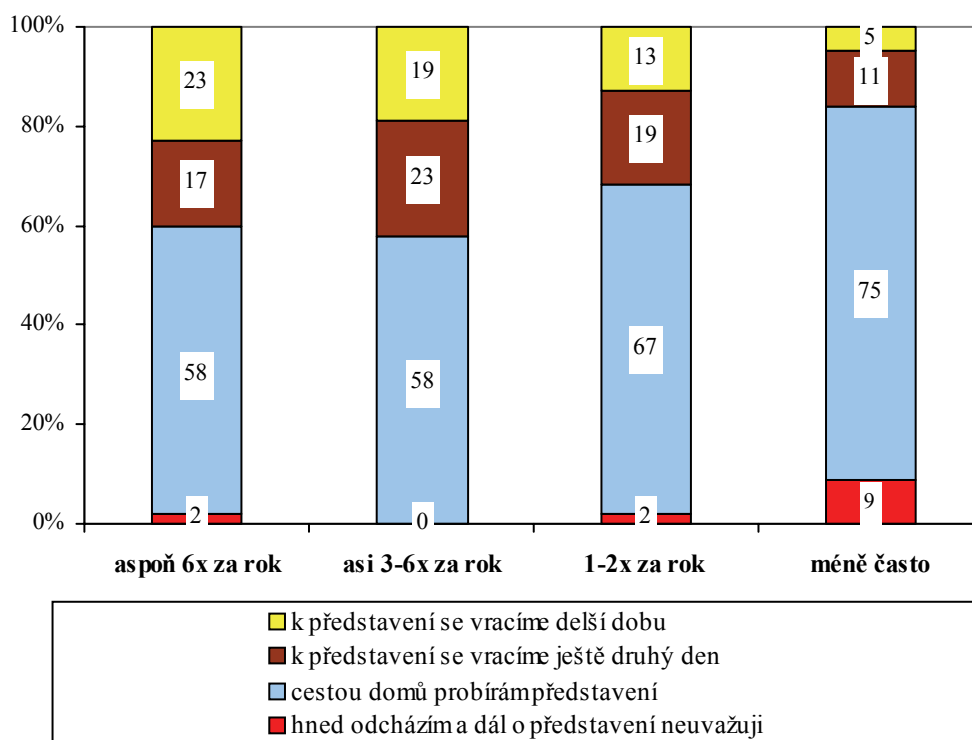
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.42 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle velikosti bydliště



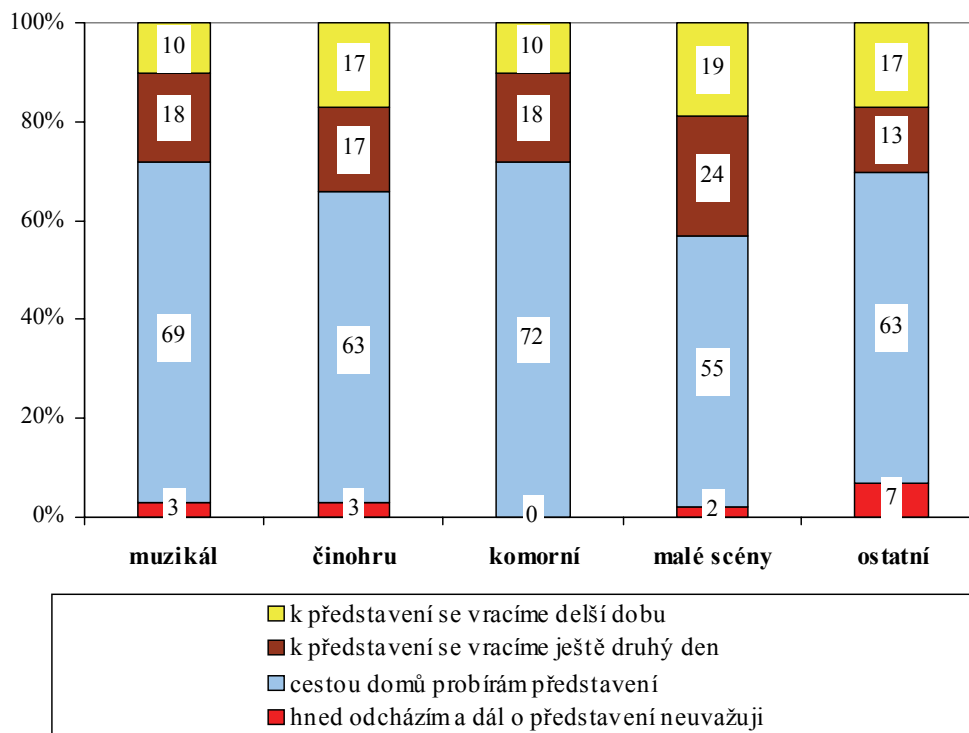
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.43 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle četnosti návštěv



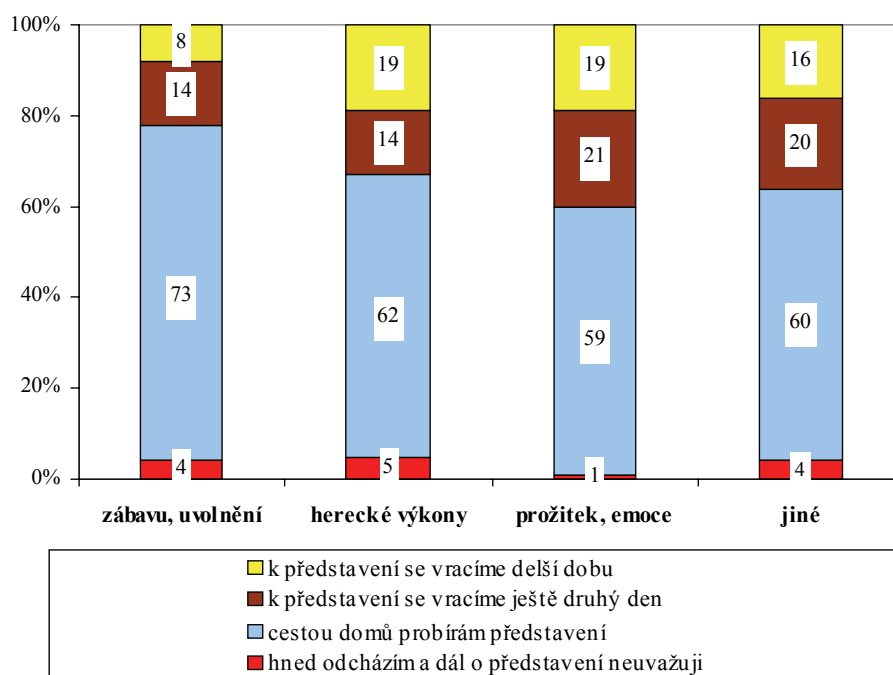
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.44 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.45 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle toho, co respondent od představení očekává



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

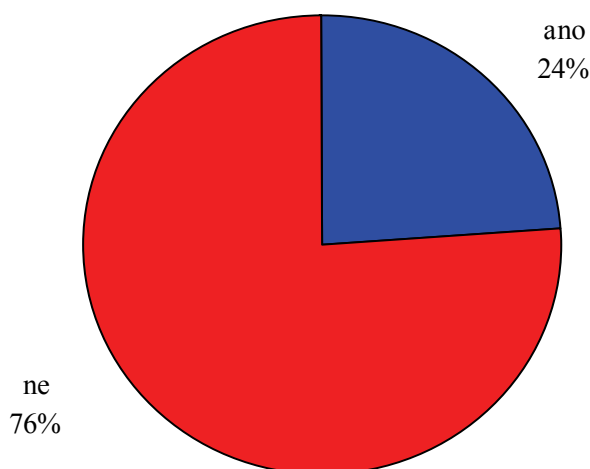
Vidíme, že v přístupu k této otázce pohlaví, věk ani velikost bydliště nehraje žádnou roli. Vracet se k představení po delší dobu jsou náchylni pravidelní diváci, ti, kteří očekávají emoce a kvalitní herecké výkony a diváci malých scén, ovšem tyto odchylky nejsou veliké, zatímco představení jako komunikační téma při cestě domů je společné úplně všem, dokonce i divákům, kteří na představení „zabloudí“ jednou za pár let

5.5.10. Otázka č.10: Jaké představení Vás v posledním roce výrazně ovlivnilo?

Tento blok je složen z uzavřené otázky, na kterou mohou respondenti odpovědět ano/ne a která zároveň slouží jako filtrační, a z návazných dvou otevřených otázek, které vyzývají ty respondenty, kteří odpověděli ano k uvedení konkrétního představení a popisu toho, čím je oslovilo a ovlivnilo. Na uzavřenou otázku celkem odpovědělo 805 respondentů, z toho pouze 190 ano. To je oproti počtu těch, které nějaké představení zaujalo(559) propad.

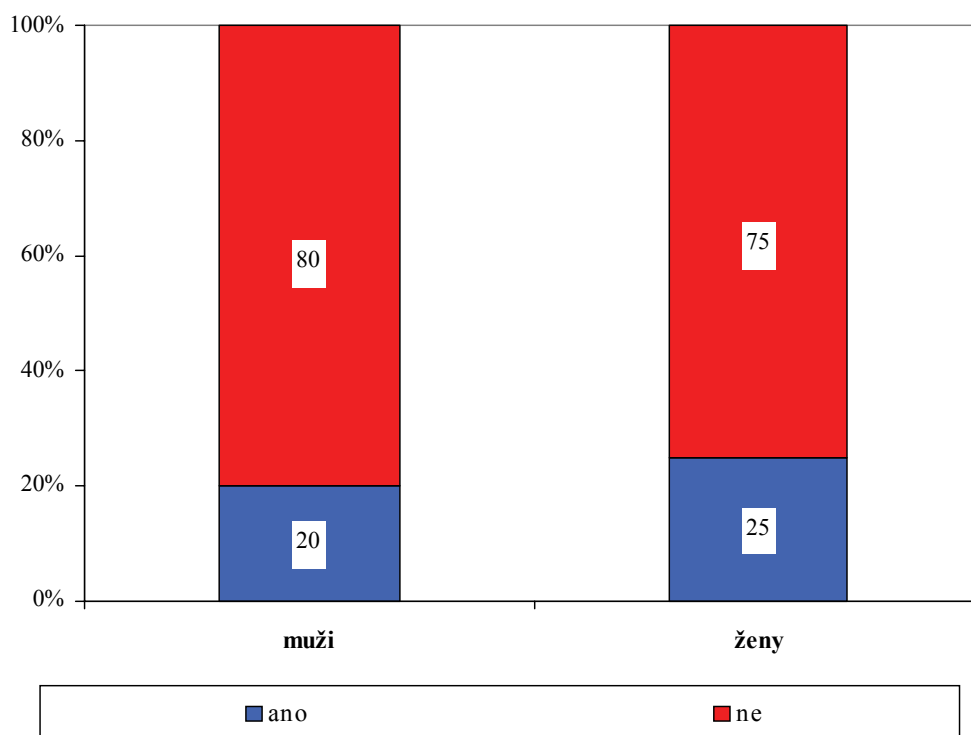
Graf č.46 Přehled odpovědí na otázku č.10 v procentuelní podobě

"Měl jste v posledním roce z představení zážitek, který vás výrazně ovlivnil?"



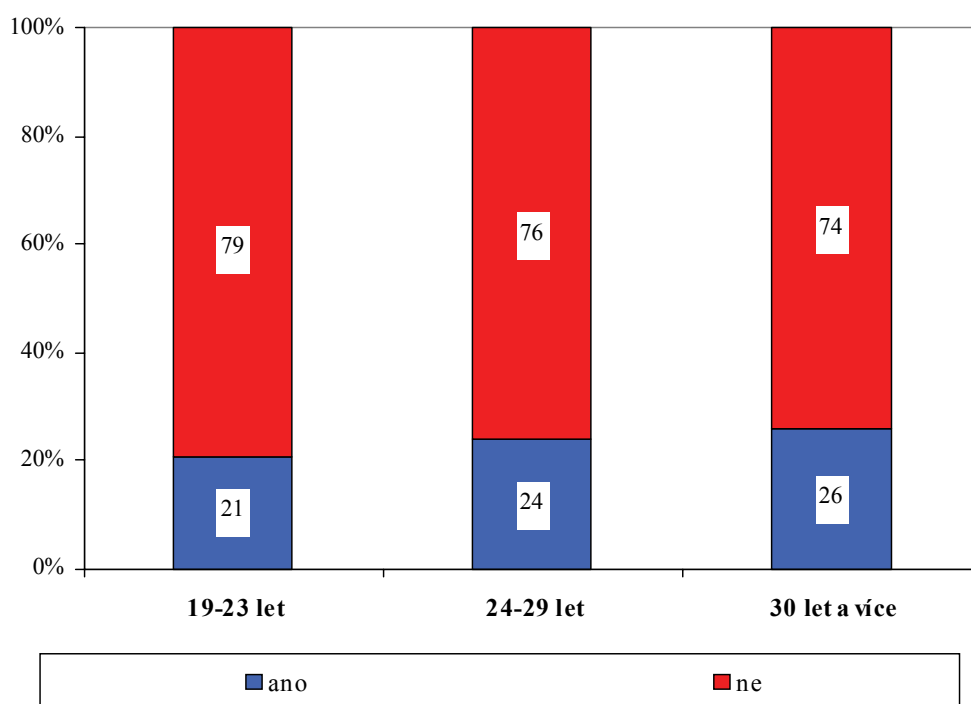
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.47 Přehled odpovědí na otázku č.10 podle pohlaví



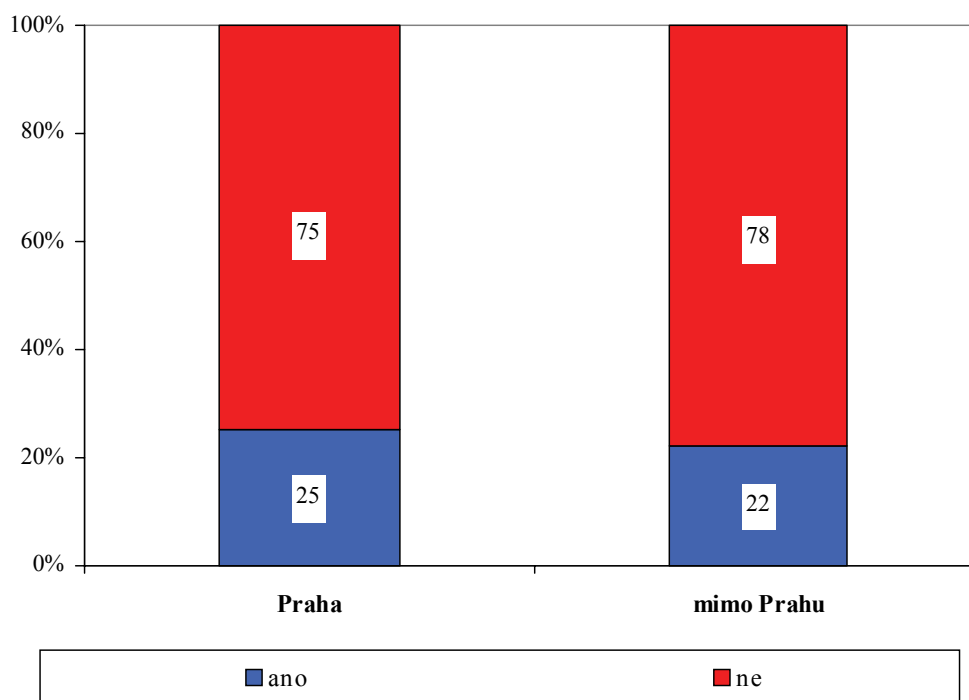
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondent

Graf č.48 Přehled odpovědí na otázku č.10 podle věku



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

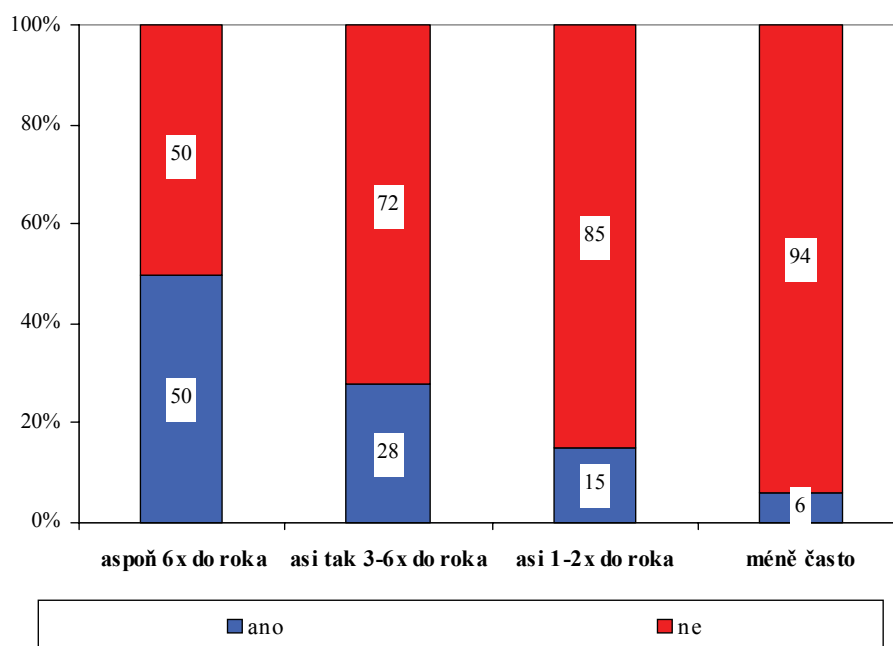
Graf č.49 Přehled odpovědí na otázku č.10 podle velikosti bydliště



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Zážitek z představení, který je v posledním roce ovlivnil, měly víc ženy než muži a platí, že s přibývajícím věkem je tento prvek zastoupen nepatrně výrazněji, zatímco na velikosti bydliště víceméně nezáleží.

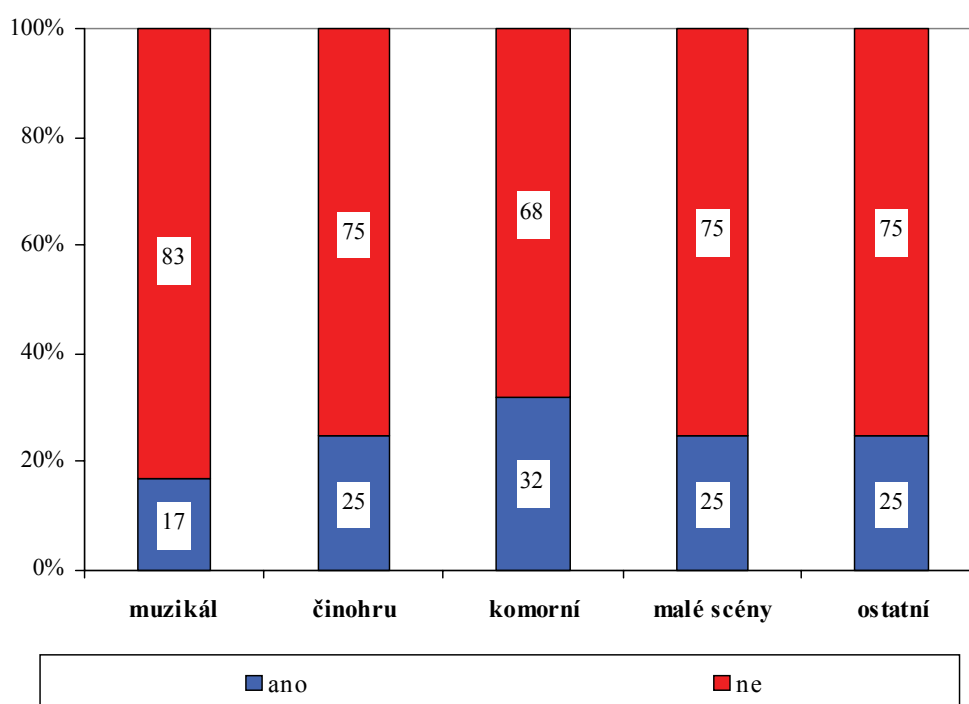
Graf č.50 Přehled odpovědí na otázku č.10 podle četnosti návštěv



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Mezi tím, zda měl divák v posledním roce zážitek, který ho výrazně ovlivnil a četností jeho divadelních návštěv je výrazná závislost, čím častěji do divadla přijde, tím častěji tento zážitek získá. Např. každého druhého pravidelného diváka ovlivní nejméně jedno z nejméně šesti shlédnutých představení. Ale ani méně častí diváci nejsou vůči ovlivnitelnosti zážitkem z divadelního představení zcela imunní, dokonce ani ti, kteří do divadla zavítají jen jednou za několik let.

Graf č.51 Přehled odpovědí na otázku č.10 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje

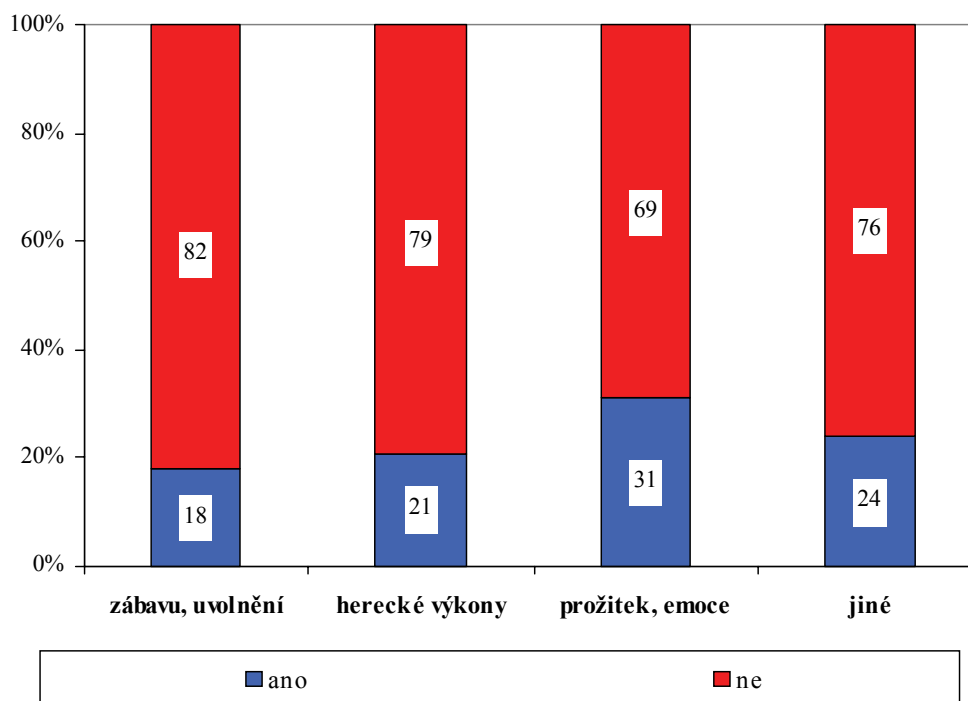


Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Mezi nejovlivnitelnější diváky patří příznivci komorní činohry, ostatní typy představení jsou vzácně vyrovnané a nejméně jsou ovlivňováni návštěvníci muzikálů, což je, vzhledem k nejčastěji nabízeným obsahům dle těchto typů představení, logické. Kromě toho komorní prostředí produkcí může napomoci k zintenzivnění pocitu interakce mezi hledištěm a jevištěm a tedy i k zefektivnění prožitku spoluprožívání, eventuálně identifikace. Podle následujícího grafu se toto zjištění ještě kontrolně upřesňuje, protože jako ti, kteří měli v posledním roce z představení zážitek, který je výrazně ovlivnil, se profilují návštěvníci, kteří od

divadla očekávají především prožitek a emoce, a my již víme, že to jsou v největší míře právě diváci činoherních typů představení.

Graf č.52 Přehled odpovědí na otázku č.10 podle toho, co respondent od představení očekává



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondent

Otázka č.10A: Které konkrétní představení představuje nejsilnější zážitek? A Otázka č.10B: Čím Vás toto představení ovlivnilo?

Celkem 179 respondentů dokázalo uvést svůj konkrétní silný divadelní zážitek a dále 173 z nich pak specifikovalo, čím je toto představení dokázalo ovlivnit. Vidíme, že se zde opakují některá představení již dříve uvedená jako ta, která zaujala. Nyní můžeme rozšířit tvrzení o to, že nejen zaujala, ale také ovlivnila a uvést čím konkrétně: představení, které je schopné ovlivnit musí přinést zajímavé téma, určité poučení, jako vhodný přídavek humor či nadhled, ale – a to mají společné všechna hodnocení – tyto inscenační kvality se musí propojit s výrazným hereckým výkonem. Celkem 46 z celkově uvedených produkcí patřilo k žánru opery a klasického baletu, jejich diváci potom většinou tyto tituly označili již v otázce představení, které zaujalo a také jako oblíbené divadlo velice často uvedli Národní divadlo, pak Divadlo J.K.Tyla Plzeň, Divadlo F.X.Šaldy Liberec a

Severočeské divadlo opery a baletu, jedná se tedy sice o malou, ale názorově velmi kompaktní a semknutou specializovanou diváckou obec. Následující tabulka přináší přehled nejčastěji uvedených představení včetně uvedených důvodů, pro které zaujaly.

Tabulka č.9 Přehled představení, která byla nejčastěji označena jako nejsilnější zážitek

Název	Četnost	Pohlaví		Očekávání											Čím představení ovlivnilo
		Muž	Žena	A	B	C	D	E	F	G	H	I			
Sluha dvou pánů	4	1	3	1	4	0	0	1	0	2	0	0	Herecké výkony, humor		
Monology Vaginy	4	0	4	0	3	0	0	0	0	4	4	0	Téma, herecké výkony, zajímavé, překvapivé		
Hrdý Budžes	4	0	4	3	2	0	0	1	0	2	0	0	Téma, nadhled, herecké výkony, pohled na normalizaci		
Carmen	5	0	5	2	4	0	0	0	1	3	0	0	Scéna, efekty, pěvecké výkony		
Shirley Valentine	5	0	5	1	5	0	0	1	0	3	0	0	Vtipné a poučné, herecký výkon, k zamyšlení		
Kudykam	6	1	5	2	3	0	0	0	1	7	0	0	Scéna, herecké výkony, emoce, sebereflexe, text		
Čtyři dohody	8	0	8	5	6	2	1	1	1	4	1	1	Téma, vtip, sebereflexe, zpracování		
Caveman	9	2	7	8	3	0	0	2	0	5	0	0	Pohled na život, obsah, smýšlení o mužích		

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Poznámka:

A - Nezávazná zábava a uvolnění

B - Kvalitní herecké výkony

C - Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil(a)

D - Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje

E - Efektní scéna, podívaná

F - Nový úhel pohledu na nějaký problém

G - Prožitek, který mě emočně obohatí

H - Zpracování společensky aktuálního tématu

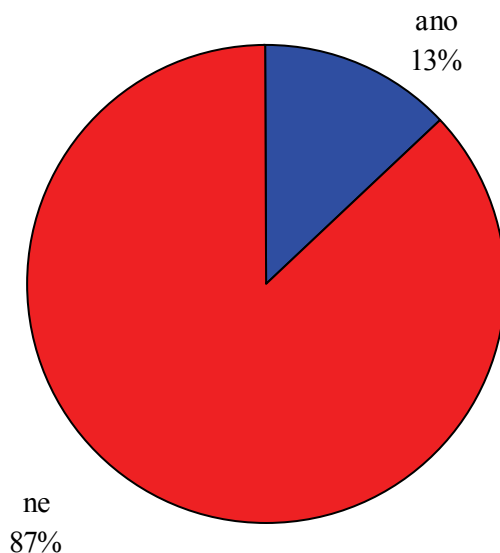
I - Zpracování politicky dráždivého tématu

5.5.11. Otázka č.11: Jaké představení jste v posledním roce navštívil vícekrát?

I tento blok obsahoval jako základní uzavřenou otázku s nabídnutou odpovědí ano/ne, která jako kontrolní rozdělovala respondenty do dvou skupin. Ti, kteří odpověděli ano, vypisovali dále název konkrétního představení a to, čím je toto představení zaujalo. Celkem 102 respondentů zaujalo v posledním roce nějaké představení tak, že jej navštívili vícekrát, 91 z nich uvedlo jeho konkrétní název a 87 dokázalo definovat, co je nejvíce na představení zaujalo.

Graf č.53 Přehled odpovědí na otázku č.11 v procentuelní podobě

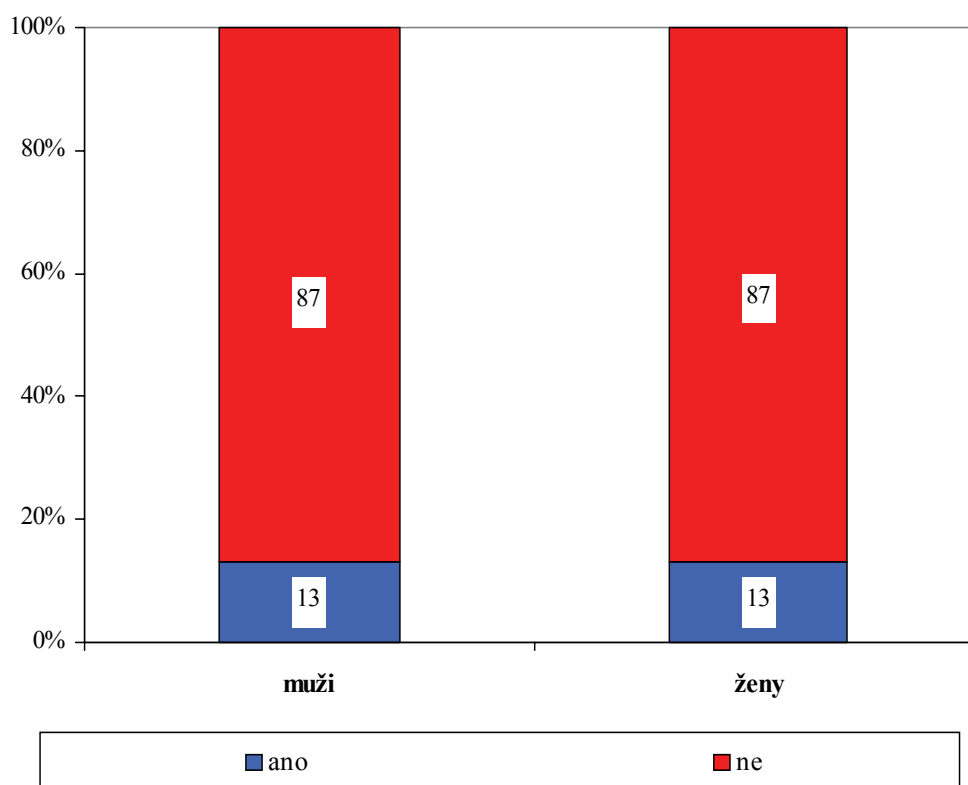
"Zaujalo vás v posledním roce nějaké představení tak, že jste jej navštívil vícekrát?"



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

To, že se z deseti diváků, nejméně jeden na představení do roka znovu vrátí, považujeme za velice solidní a dalšími upřesňujícími otázkami potvrzený výsledek. Ostatně i odtud je patrně možné hledat onu vysokou míru důvěry na doporučení známých při výběru představení, z detailnějšího šetření totiž vyplynulo, že se často na představení vracíme s někým dalším, komu ho tzv.,,chceme ukázat, podělit se o svůj zážitek, eventuelně prožít již zažité znovu či s někým konkrétním".

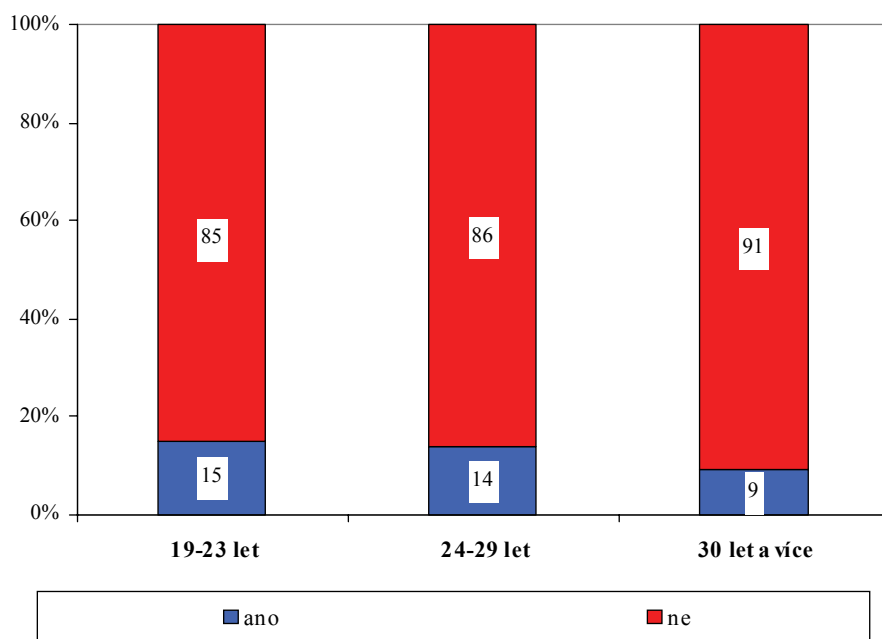
Graf č.54 Přehled odpovědí na otázku č.11 podle pohlaví



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

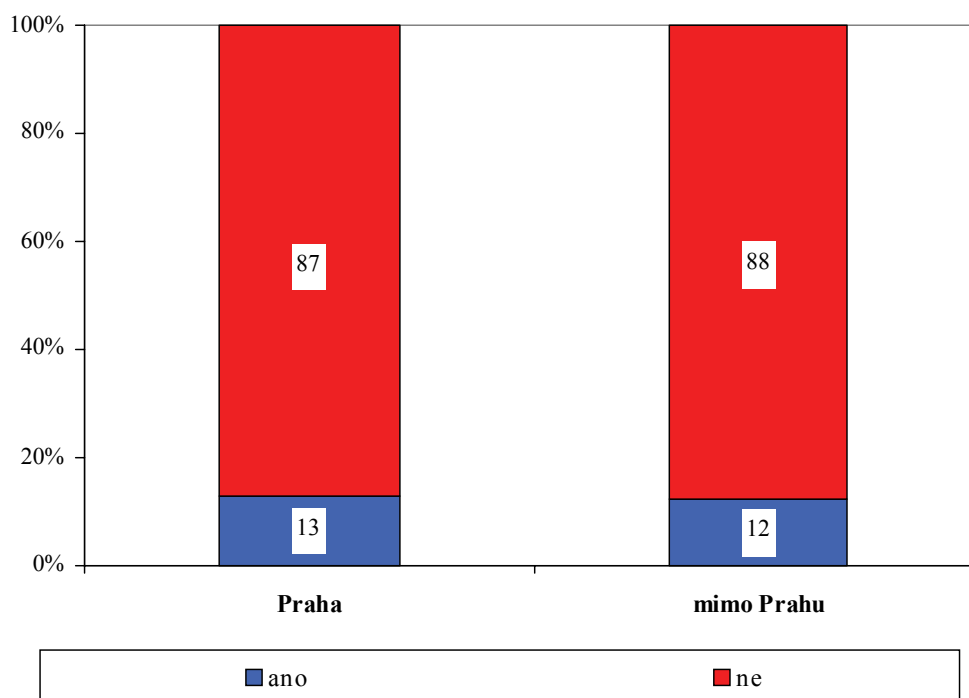
Z grafického znázornění plyne (viz graf č. 55 a 54), že pohlaví ani velikost bydliště na tento zkoumaný prvek nemají žádný vliv. Zato věk ano, čím jsou diváci starší, tím méně jsou ochotní k vícečetné návštěvě stejného představení. Nejčastěji se tedy do hlediště opakovaně vrací nejmladší diváci, kteří do divadla chodí pravidelně (na grafu č.57 vidíme přímou úměrnost mezi četností návštěv a opakovanou návštěvností jednoho představení) a preferují komorní představení činoherního typu

Graf č.55 Přehled odpovědí na otázku č.11 podle věku



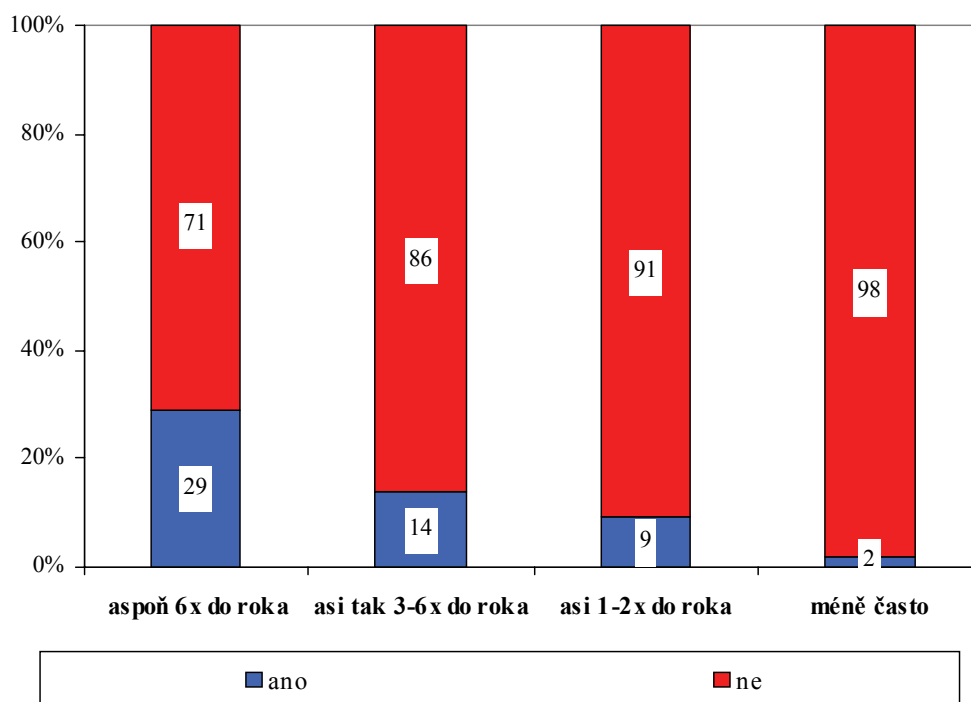
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.56 Přehled odpovědí na otázku č.11 podle velikosti bydliště



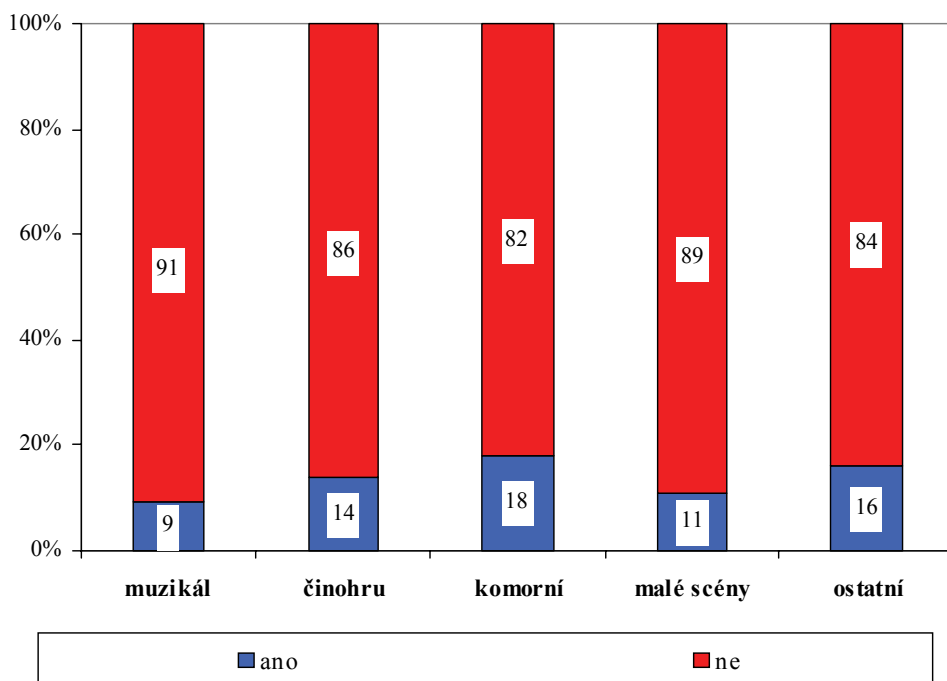
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.57 Přehled odpovědí na otázku č.11 podle četnosti návštěv



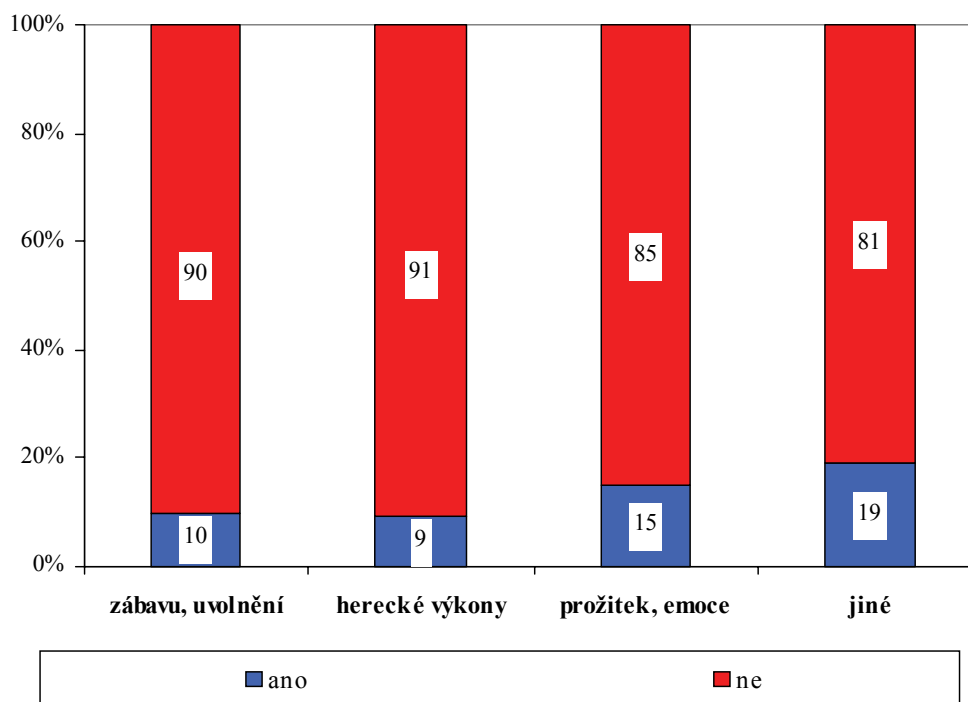
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.58 Přehled odpovědí na otázku č.4 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.59 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle toho, co respondent od představení očekává



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

V tomto bloku se poprvé dostávají ke slovu faktory, které se dříve neprojevíly natolik výrazně, aby ovlivnily citelně výsledky celého šetření. Tento bod výzkumu se ovšem dostává k poměrně detailnímu zkoumání fenoménu opakované návštěvy stejného představení, které se dotýká užší a tím pádem již specializovanější skupiny diváků a tady se projevují jako významné i faktory „efektní podívané“ či „nového úhlu pohledu na nějaký problém“ (v grafu č.59 skryté pod kolonkou jiné), které se mohou stát tím rozhodujícím prvkem, který převáží naše rozhodnutí k opakované návštěvě. Kromě diváků komorních produkcí činoherního typu se často na stejná představení vrací i diváci „ostatních“ typů, což představuje především milovníky baletu, tanečního divadla a opery (viz graf č.58).

Otázka č.11A: Které konkrétní představení to bylo?

Tato navazující podotázka, na kterou odpovědělo celkem 91 respondentů, nám dovoluje lépe udělat si obrázek o těch konkrétních inscenacích, které své diváky přitahují k opakované návštěvě. Výsledky jsou zajímavé tím, že se neopakuje podobný typ divadelní produkce, ale naopak se objevují představení velice odlišného charakteru, které však patrně pro diváky zastupují to zajímavé a podstatné právě pro určitý typ divadla – klasická činohra, divadlo jednoho herce, publicistické divadlo a muzikál. Zároveň jsou to všechno představení, která již byla označena jako ta, která zaujala, ovlivnila a nyní vidíme, že diváci jsou i ochotni si své nejsilnější zážitky znovu opakovat. Výsledky označované nejčastěji dokládá následující tabulka:

Tabulka č.10 Přehled nejčastěji uvedených představení, které jsou diváci ochotno navštívit vícekrát

Název	Četnost	Pohlaví		Četnost návštěv/roky			Bydliště		Očekávání						
		Muž	Žena	6 a víc	3 - 6	1-2	Praha	Mimo Prahu	A	B	C	D	E	F	G
Carmen	4	1	3	1	0	3	2	2	4	1	1	0	1	0	1
Vagina Monology	4	2	2	2	2	0	2	2	0	1	1	0	0	0	5
Coveman	6	0	6	2	3	1	5	1	4	2	0	0	1	0	5
Sluha dvou pánů	8	1	7	4	2	2	3	5	5	4	3	0	1	1	1

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Poznámka:

A - Nezávazná zábava a uvolnění

B - Kvalitní herecké výkony

C - Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil(a)

D - Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje

E - Efektní scéna, podívaná

F - Nový úhel pohledu na nějaký problém

G - Prožitek, který mě emočně obohatí

Otázka č.11B: Čím Vás toto představení zaujalo?

Předcházející otázka byla dále rozvinuta a upřesnit svůj důvod opakované návštěvy určitého představení bylo celkem ochotno 87 respondentů. Jejich důvody se daly celkem shrnout pod 14 oblastí, z nichž následující tabulka uvádí ty nejčastější. Z výsledků je zcela jasně patrné, že výrazně převažují herecké výkony a ocenění vtipu a humoru. Když se zpětně podíváme na představení z otázky č.11A, vidíme, že bytí typy produkcí jsou diametrálně rozdílné, opravdu je spojuje jeden prvek – všechny uvádí na scénu silného a osobitého hereckého představitele, který svým šarmem a dovedností dokáže publikum oslovit, okouzlit a přitáhnout k opakované návštěvě – Miroslava Donutila, Jana Duška, Dagmar Bláhovou a Lucii Bílou (šetření a diskuse výsledků ve skupině jasně dokládá, že řada diváků si zjišťuje obsazení a konkrétní alternaci v představení, které chce navštívit). Následující tabulka nabízí pohled na prvky, které diváky na představení, které navštívili vícekrát zaujaly nejčastěji. Přehled dalších odpovědí je v příloze.

Tabulka č.11 Přehled nejčastějších odpovědí na otázku č.11B

Čím zaujalo	Četnost
Zpracování	5
Písně, hudba	5
Celkový dojem	7
Scéna, výprava	7
Vtip, humor	23
Herecké výkony	28

Pramen: Žantovská 4 /2010, 811 respondentů

5.5.12. Otázka č.12: Jak byste se hodnotil(a) jako divák?

Tato otázka byla koncipována jako otevřená a vyzývala respondenty k aktivitě a zamyšlení. Uzavírala třetí blok dotazníku, který souvisel se zkoumáním mediovaných účinků a dávala prostor k samostatnému vyjádření. Tuto možnost využilo celkem 518 respondentů. Přehled jejich odpovědí je uveřejněn v příloze (Příloha...). V následné tabulce uvádíme ty odpovědi, které se vyskytly nejčastěji nebo se nejčastěji sobě podobají.

Tabulka č.12 Přehled nejčastějších odpovědí na otázku č. 12

Divák	Četnost	Pohlaví		Četnost návštěv divadla/rok				Bydliště	
		M už	Žena	6 a víc	3-6	1-2	méně	Praha	Mimo Prahu
Příležitostný	19	7	12	2	3	4	10	12	7
Tolerantní	20	7	13	3	5	6	6	8	12
Průměrný	23	6	17	4	10	5	4	15	8
Trpělivý	25	1	24	5	5	11	4	9	16
Vděčný	29	5	24	10	7	6	6	12	17
Se smyslem pro humor	33	15	18	4	6	8	15	21	12
Kritický	55	11	44	18	16	15	6	31	24
Vnímavý	68	9	59	21	23	19	5	43	25
Nenáročný	77	19	58	12	18	25	22	54	23
Náročný	85	23	62	29	16	21	19	44	41
pozorný	115	18	97	25	27	34	29	48	67

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

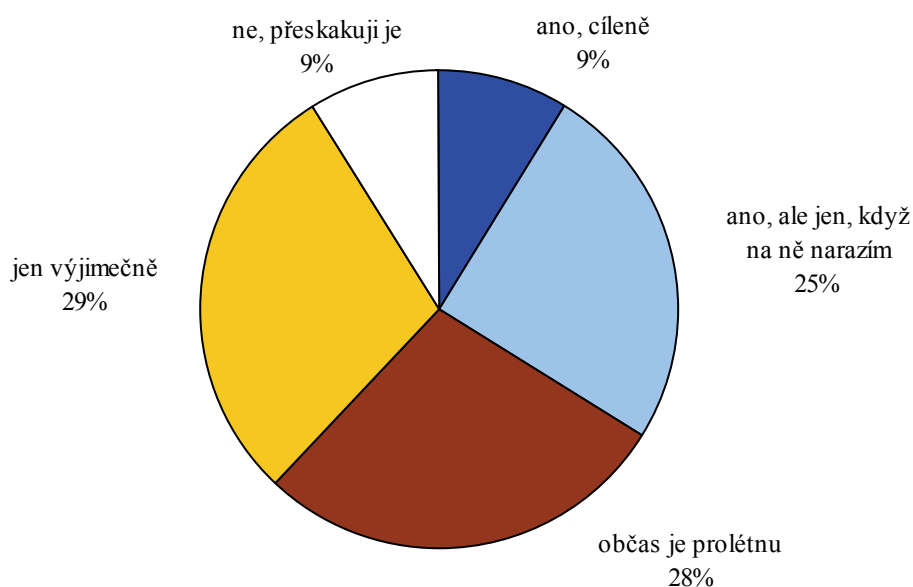
Diváci, kteří jsou v divadle často, sami sebe označují nejvíce jako vnímavé, náročné a kritické. Ti, kteří přicházejí méně často, se vidí spíše jako nenároční, se smyslem pro humor a pravdivě přiznávají – jsme příležitostní diváci. Zajímavé ovšem je, že celkový poměr označení náročný/nenáročný je přibližně stejný. A tak nás může potěšit, že to nejpodstatnější, co nám signalizuje každý pátý respondent zní – jsem pozorný divák, jsem připraven ke komunikaci, jsem empatický a velmi pozorně vás sleduji a vnímám.

5.5.13. Otázka č.13: Sledujete divadelní zprávy a recenze v médiích?

Touto otázkou se otevírá poslední blok dotazníku, který je věnovaný tomu, jak dalece proniká obraz divadla do ostatních médií a také samotné potřebě diváků reference, kritiku či hodnocení divadla přijímat. Otázka je formulována jako uzavřená, s lichou škálou nabídnutých odpovědí, takže zachycuje pozitivní, neutrální i spíše negativní přístup. Celkem odpovědělo 806 respondentů.

Graf č.60 Přehled odpovědí na otázku č.13 v procentuelní podobě

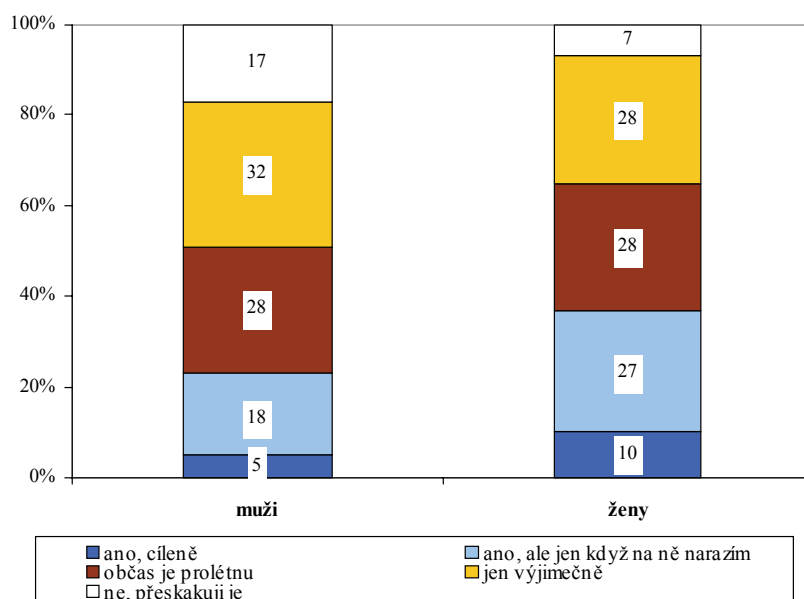
"Sledujete divadelní zprávy a recenze v médiích?"



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

V podstatě neutrální vyjádření zvolilo přes čtvrtinu respondentů (226) a rozdělilo tak zbylé pole na dvě nestejně velké poloviny, kdy ta o trochu větší má blíže spíše k negativnímu postoji (308) a ta menší k pozitivnímu (272). Je zajímavé, že extrémní postoje na obou koncích škály jsou procentuelně zastoupeny naprosto totožně.

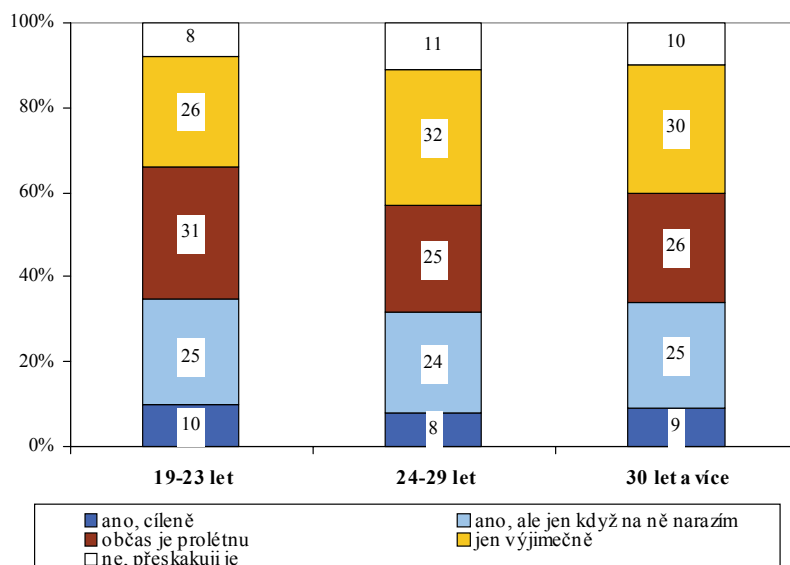
Graf č.61 Přehled odpovědí na otázku č.13 podle pohlaví



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

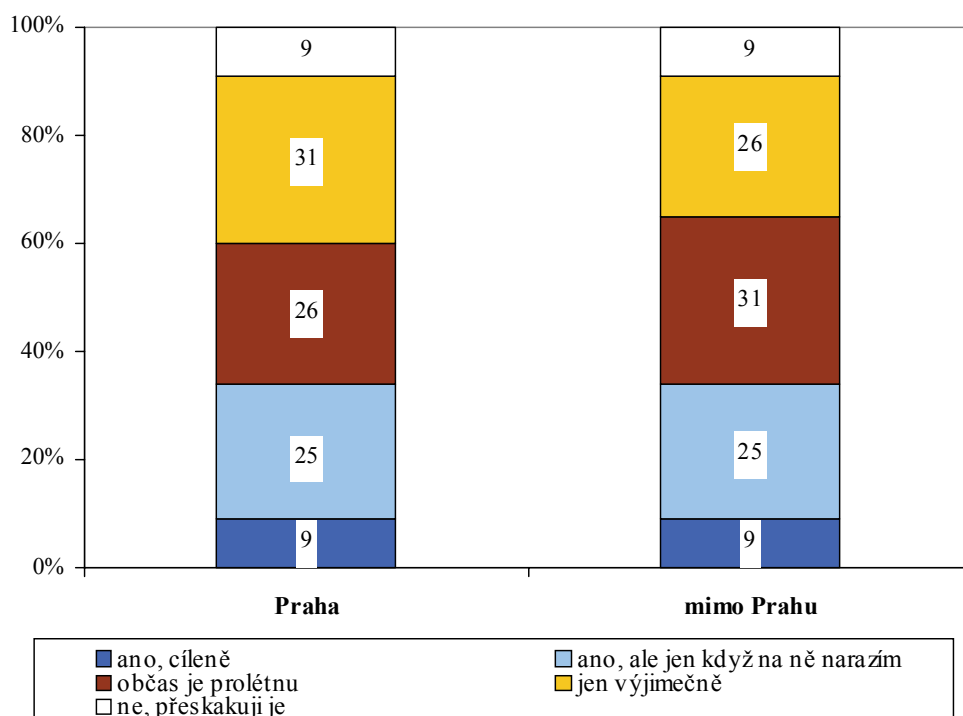
Ženy jsou mnohem pozitivnější v přístupu k této problematice (celkem o 14%), oproti celku jich více zprávy a recenze sleduje cíleně. Naopak muži jsou z celé poloviny naladění spíše negativně, dokonce vysoce převyšují v ukazateli těch, kteří odmítají, celkový výsledek (celkem o 8%). Je však pravda, že zejména některé respondentky spojují s termínem „divadelní zprávy“ i materiály z lifestyleových periodik.

Graf č.62 Přehled odpovědí na otázku č.13 podle věku



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

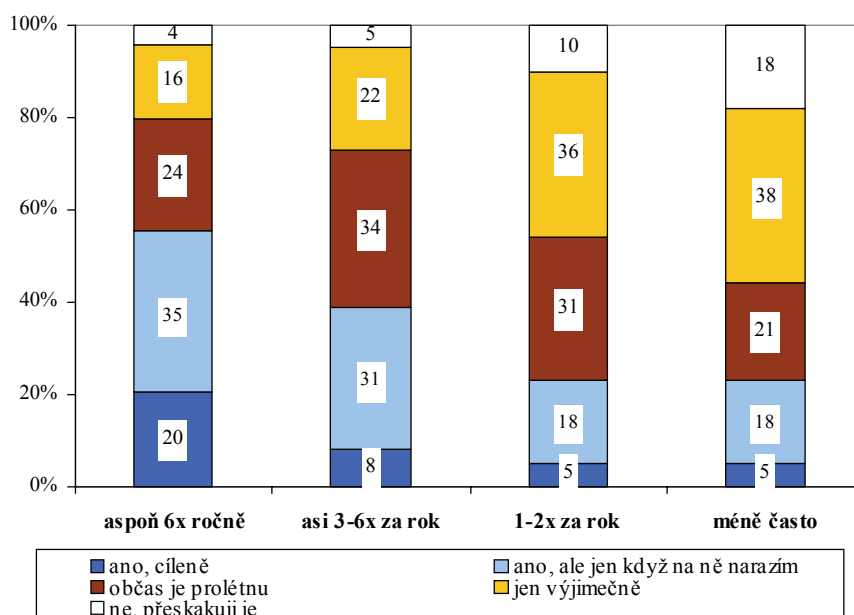
Graf č.63 Přehled odpovědí na otázku č.13 podle velikosti bydliště



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Oba předcházející grafy č.62 a 63 ukazují, že vliv věku či velikosti bydliště se u této problematice neprojevuje.

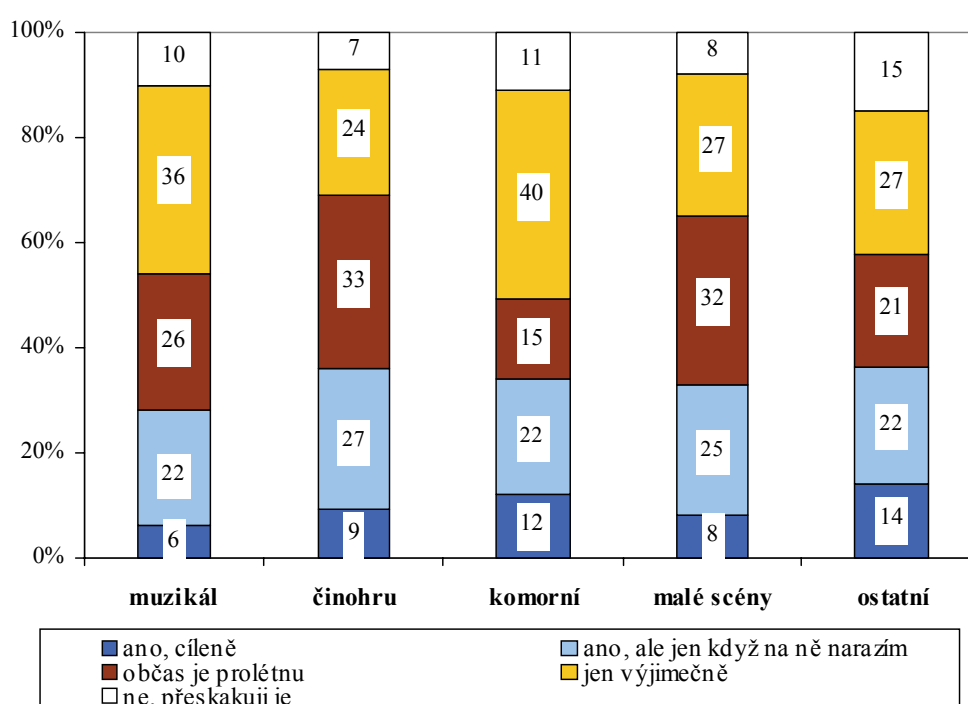
Graf č.64 Přehled odpovědí na otázku č.13 podle četnosti návštěv



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Výsledky jsou významně rozdílné pouze u skupiny pravidelných návštěvníků, tam počet těch, kteří sledují zprávy a recenze cíleně výrazně - o 11% - překračuje výsledky pro celou skupinu všech návštěvníků a celkově tito diváci mají také převažující pozitivní přístup k této problematice. Z druhé strany platí, že 18% diváků, kteří do divadla chodí méně než jednou za rok zprávy a recenze v ostatních médiích přeskakuje.

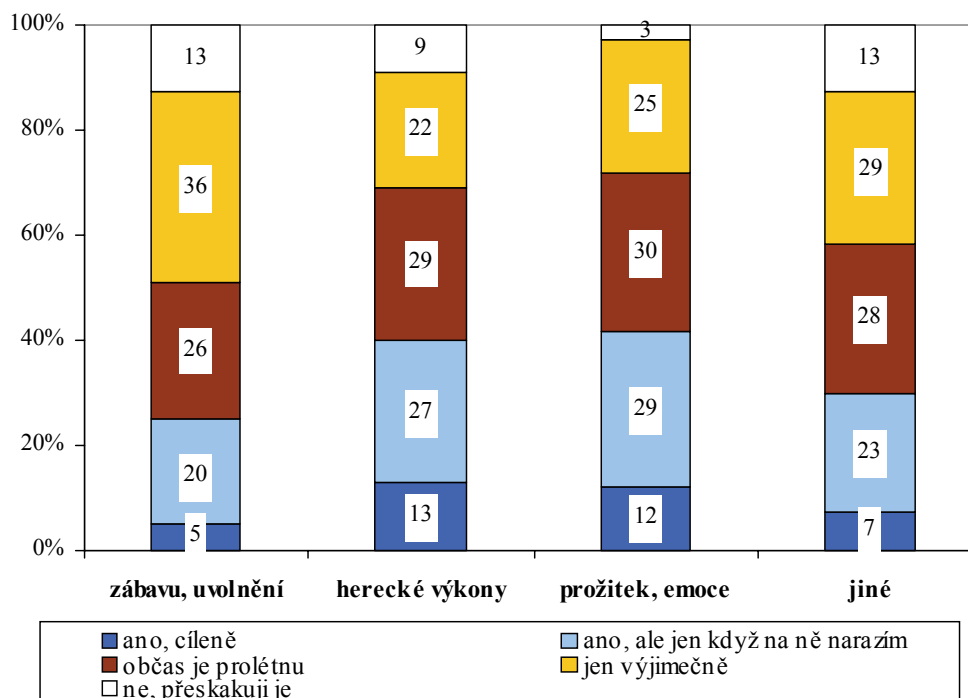
Graf č.65 Přehled odpovědí na otázku č.13 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Nejaktivněji ke sledování zpráv a recenzí přistupují diváci komorní činohry, baletu, tanečního divadla a opery (kategorie ostatní), potom také ti, kteří od divadla očekávají kvalitní herecké výkony a emoční prožitek. Diváci muzikálů a diváci hledající zábavu a uvolnění jsou spíše na opačné straně spektra (viz graf č. 66)

Graf č.66 Přehled odpovědí na otázku č.13 podle toho, co respondent od představení očekává



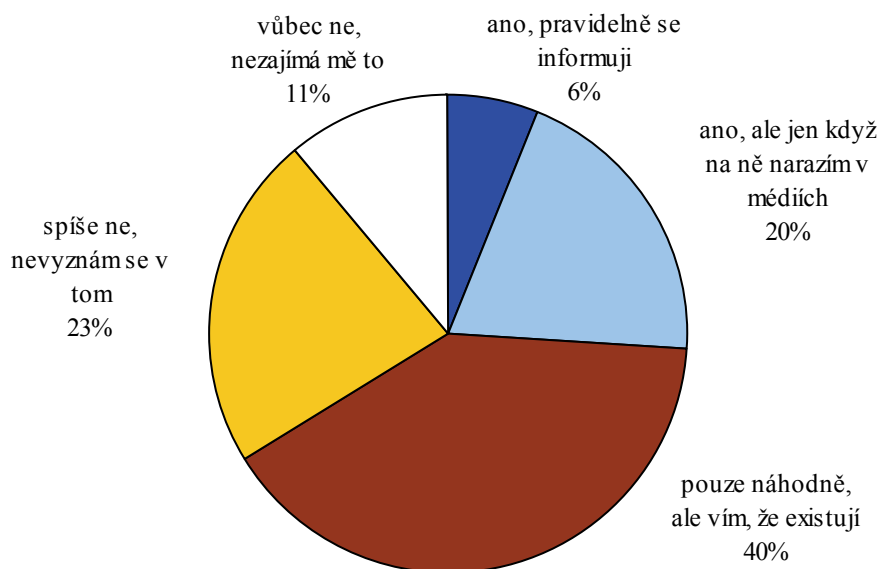
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

5.5.14. Otázka č.14: Sledujete udílení cen v oblasti divadla?

Tato otázka navazuje na tu předchozí a zkoumá, do jaké míry diváci sledují průběhy a výsledky hodnocení různých divadel, divadelních představení a práce divadelních tvůrců, zejména herců v ostatních médiích. Opět je formulována jako uzavřená s lichou škálou odpovědí, s možným neutrálním středem. Celkem odpovědělo opět 806 respondentů, ale větší počet zaujal spíše neutrální stanovisko (oproti 226 nyní 320). Zbytek je nakloněn spíše k negativní rovině, protože se o tematiku nezajímá celkem 272 respondentů oproti 214, kteří se problematice jsou ochotni věnovat. Ovšem pouze 48 z nich, tedy 6%, pravidelně. A to je poměrně málo, když uvážíme, že pravidelných diváků je dohromady téměř 25% (165).

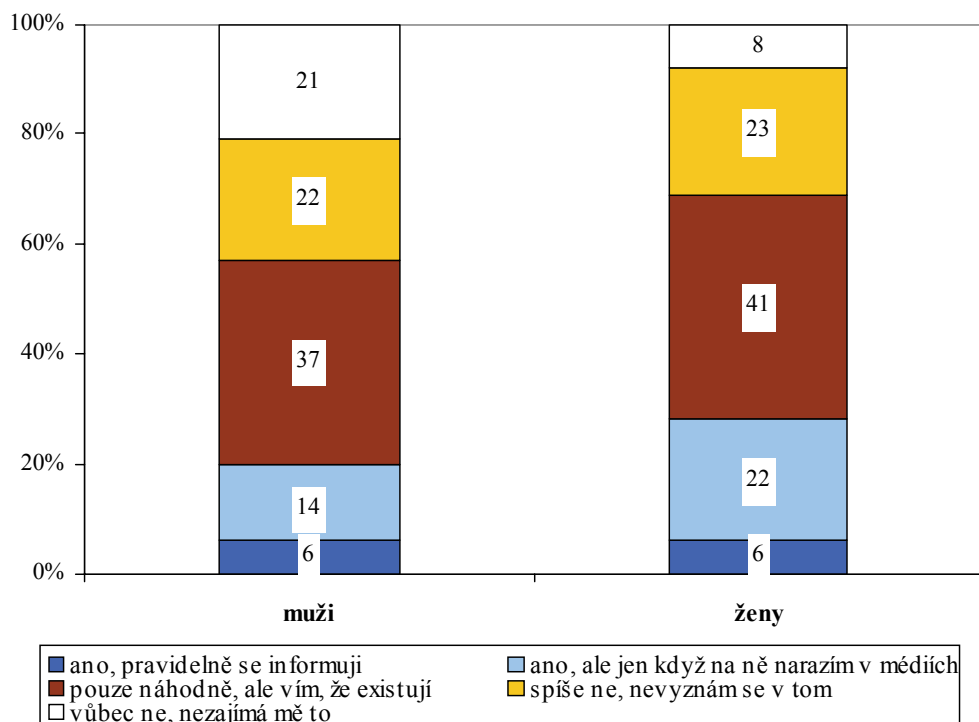
Graf č.67 Přehled odpovědí na otázku č.14 v procentuelní podobě

"Sledujete udílení cen v oblasti divadla?"



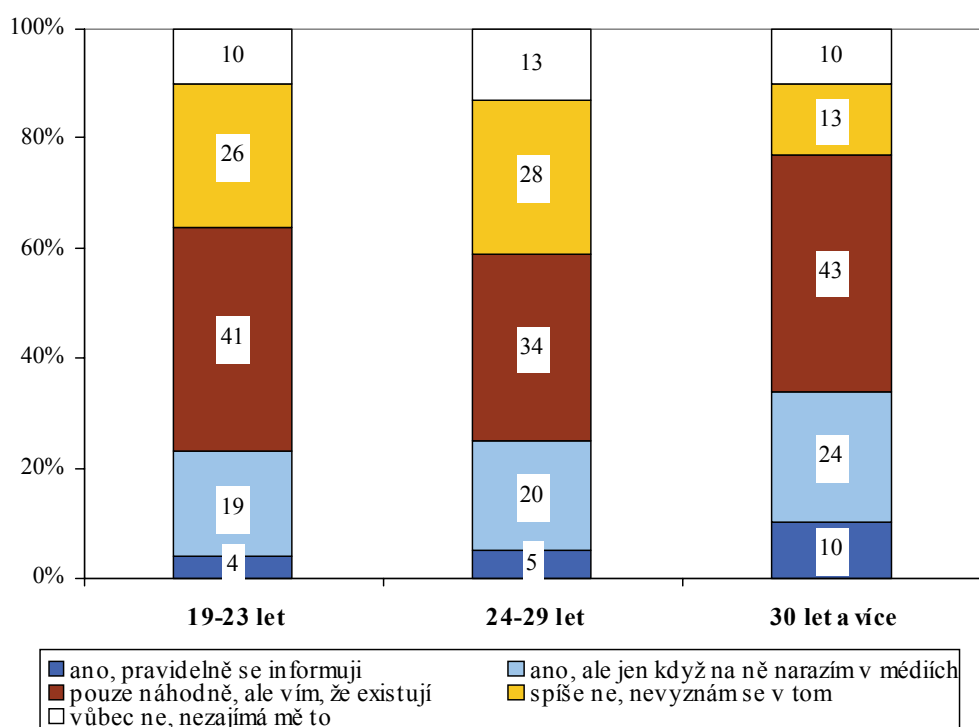
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.68 Přehled odpovědí na otázku č.14 podle pohlaví



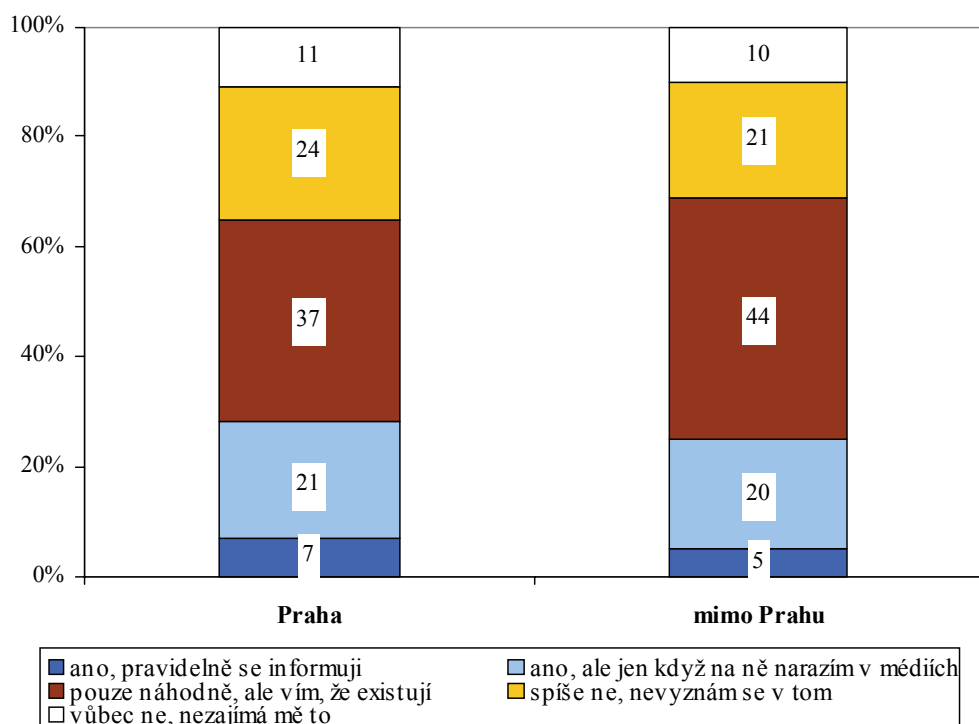
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondent

Graf č.69 Přehled odpovědí na otázku č.14 podle věku



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

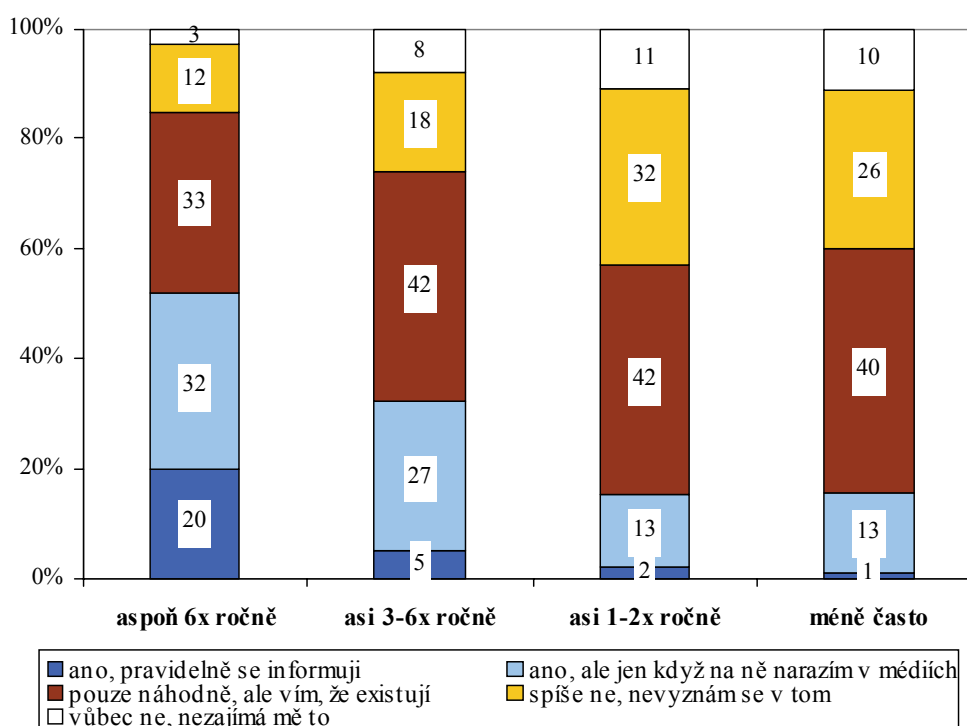
Graf č.70 Přehled odpovědí na otázku č.1 podle velikosti bydliště



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Z hlediska obvyklých sociometrických parametrů můžeme konstatovat, že muži mají výraznou tendenci přistupovat k problematice neutrálně nebo spíše negativně, faktor věku roli hraje - čím jsme starší, tím méně zaujímáme spíše negativní stanovisko a kloníme se k neutrálnímu či pozitivnímu přístupu a prvek velikosti bydliště se neprojevuje

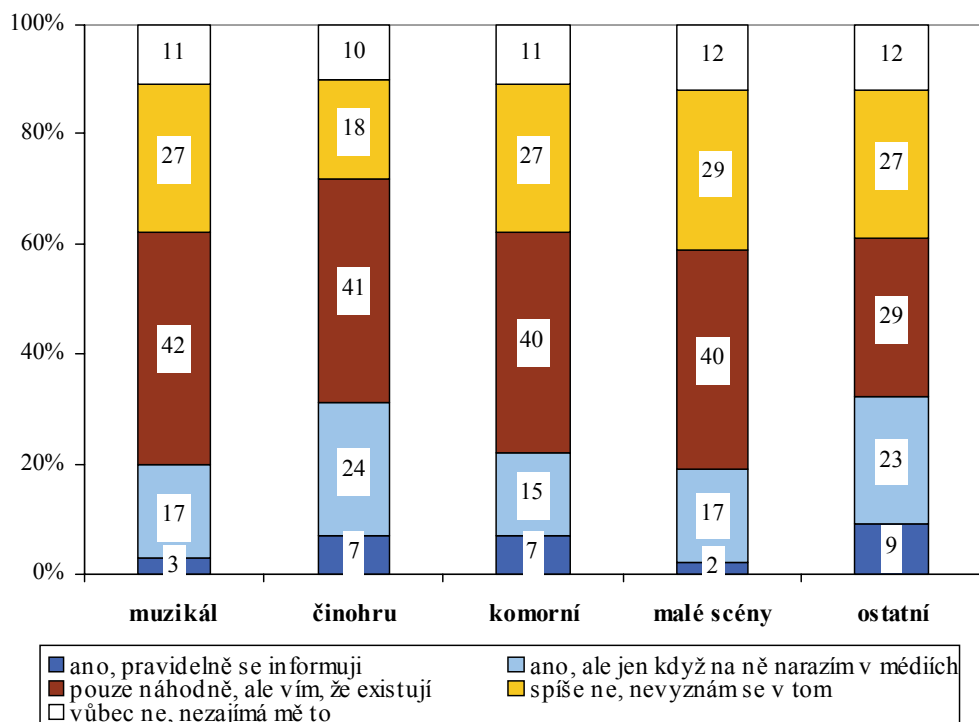
Graf č.71 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle četnosti návštěv



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

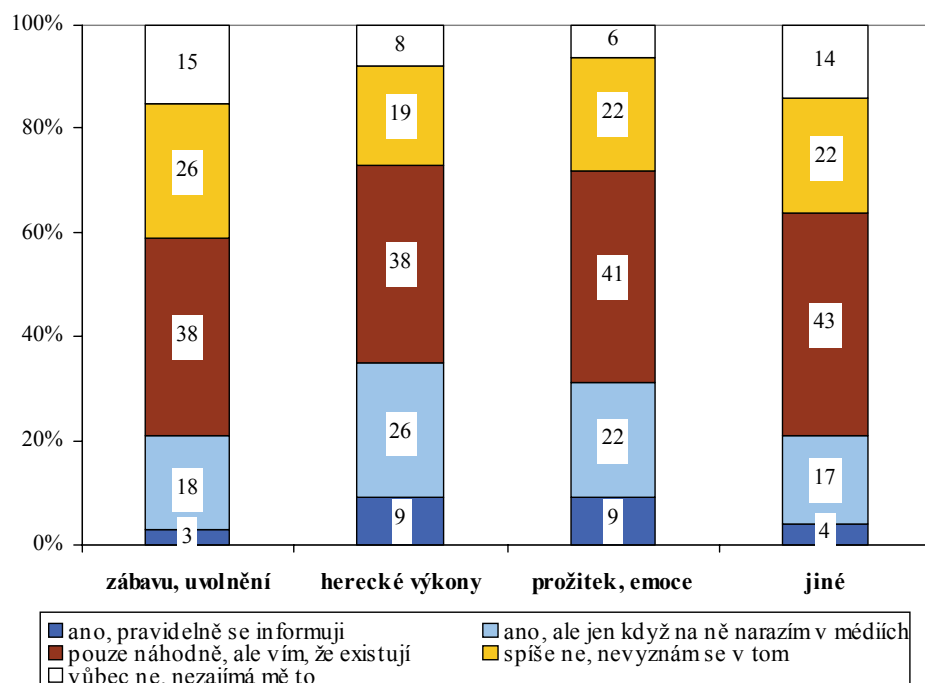
Zcela se potvrdil logický předpoklad, že největšími znalci jsou pravidelní a častí diváci zejména činohry a také baletu, tanečního divadla a opery a ti, kteří od divadla očekávají kvalitní herecké výkony (do jisté míry to kopíruje Ceny Thálie). Jinak je množství těch, které to nezajímá vzácně vyrovnané a je jich vždy více než těch, kteří se informují pravidelně.

Graf č.72 Přehled odpovědí na otázku č.4 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.73 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle toho, co respondent od představení očekává



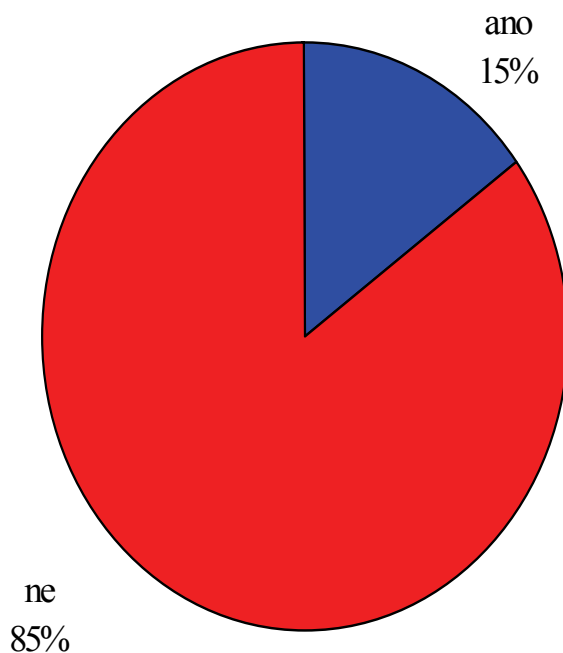
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

5.5.15. Otázka č.15: Znáte nějaké oceněné divadelní představení?

Tato otázka směřuje k poměrně detailní znalosti problematiky a vylučuje faktor hereckých cen, soustředí se pouze k prvku představení jako celku a mapuje znalosti respondentů nejdříve uzavřenou otázkou z možnostmi ano/ne a pak kontroluje odpovědi ano tím, že v podotázce 15A(vypiště konkrétní představení) a 15B(vypiště konkrétní ocenění) ověřuje pravdivost tvrzení. Kladně odpovědělo 116 respondentů, z nich 90 uvedlo konkrétní představení (ovšem pouze 31 odpovědí bylo správně) a 65 konkrétní ocenění (z nich pouze 17 odpovídalo oceněným představením).

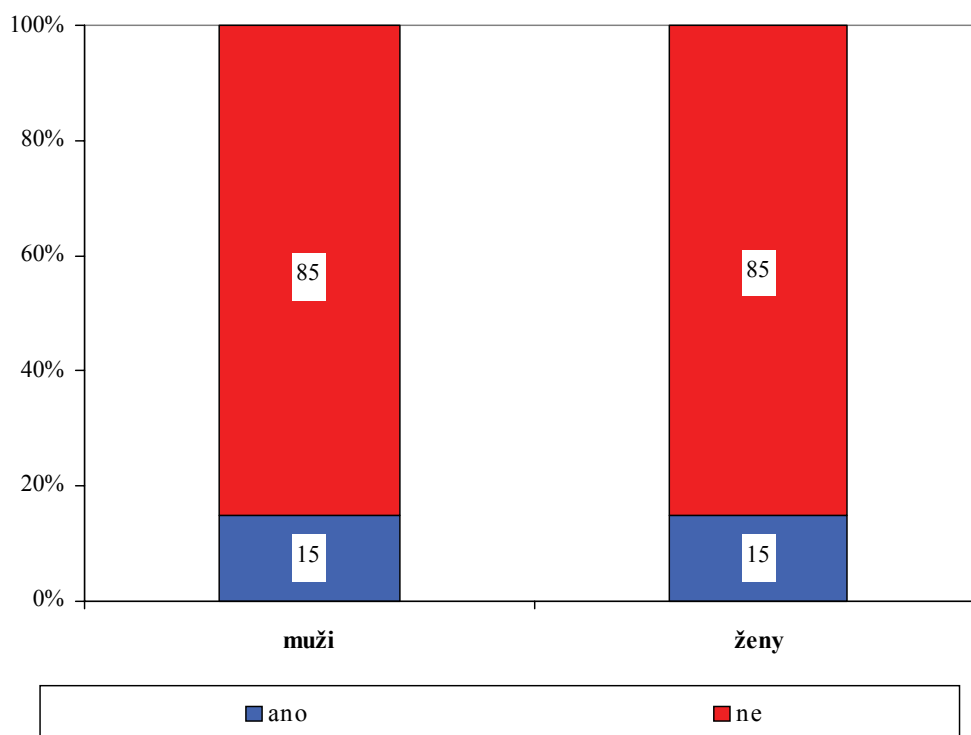
Graf č.74 Přehled odpovědí na otázku č.15 v procentuelní podobě

"Znáte nějaké divadelní představení, které získalo nějaké ocenění?"



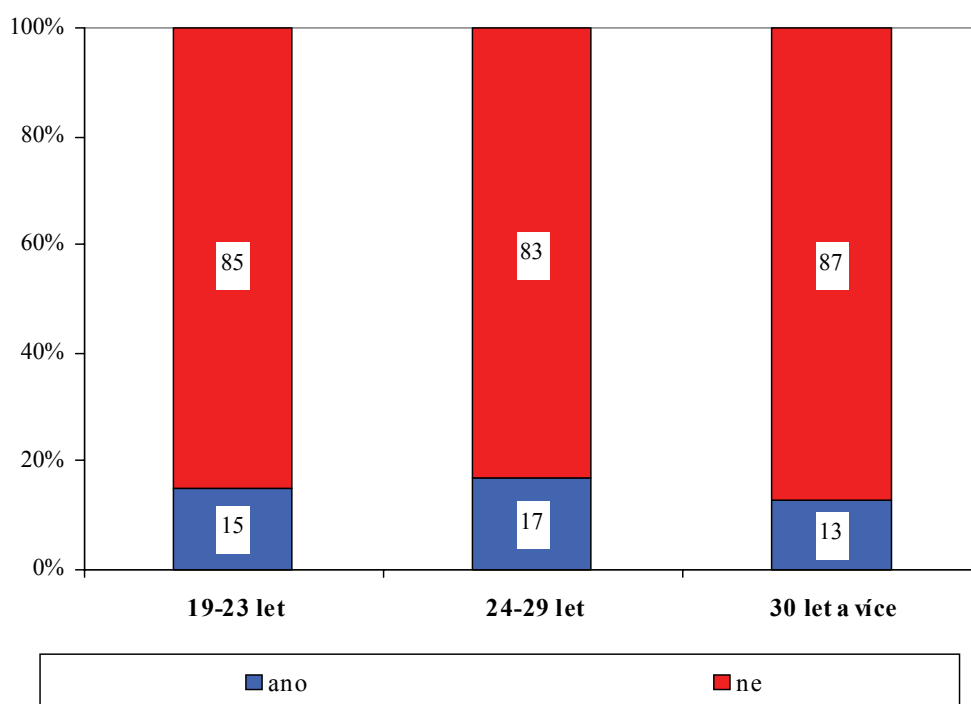
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.75 Přehled odpovědí na otázku č.15 podle pohlaví



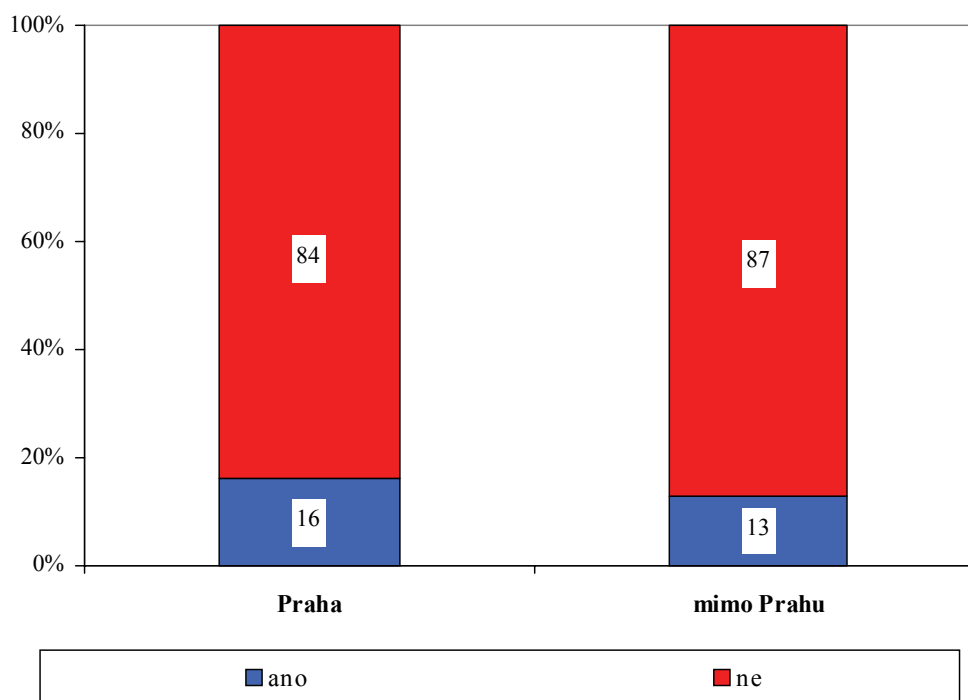
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.76 Přehled odpovědí na otázku č.15 podle věku



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

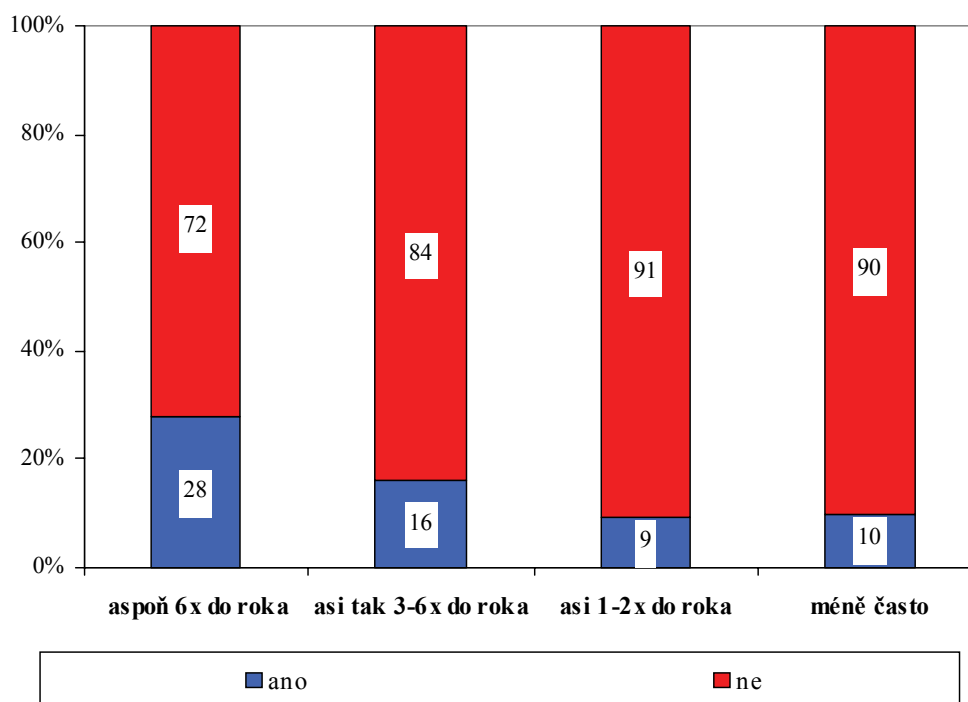
Graf č.77 Přehled odpovědí na otázku č.15 podle velikosti bydliště



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Ukázalo se, že věk, pohlaví ani velikost bydliště nepatří mezi faktory, které by mohly výrazným způsobem ovlivnit přístup respondenta k této otázce.

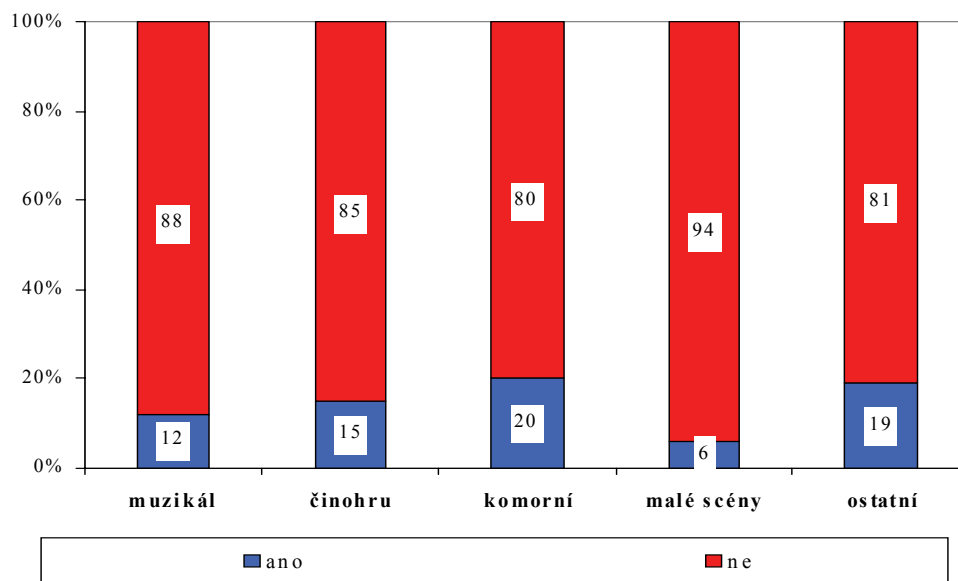
Graf č.78 Přehled odpovědí na otázku č.15 podle četnosti návštěv



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

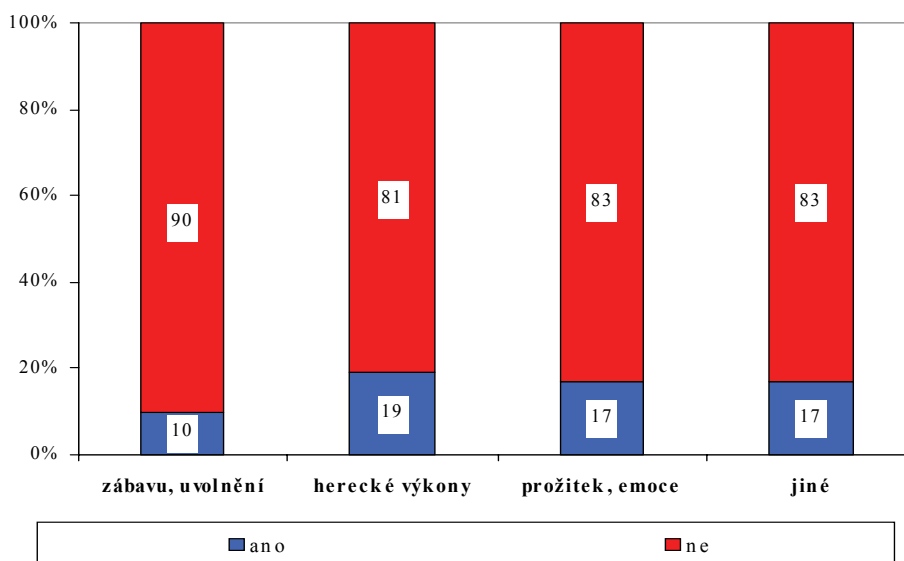
Naopak četnost návštěv takovým faktorem je, zejména ve skupině pravidelných a častých diváků, kde došlo k progresivnímu nárůstu kladných odpovědí oproti celkovým výsledkům. Nárůst negativních odpovědí jsme naproti tomu zaznamenali u diváků malých scén (graf č.79) a u těch, kteří preferují zábavu a uvolnění (graf č.80).

Graf č.79 Přehled odpovědí na otázku č.15 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.80 Přehled odpovědí na otázku č.15 podle toho, co respondent od představení očekává



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Otázka č.15A: Které to bylo představení?

Ze 116 respondentů, kteří tvrdili, že znají nějaké oceněné představení, bylo schopno toto představení konkrétně vypsát pouze 90 z nich a z těchto odpovědí bylo pouze 31 správných. Někteří diváci (33) uvedli představení, která sice nebyla oceněna jako celek, ale cenu získali představitelé některých rolí. Tyto údaje byly vesměs (až na dva) uvedeny správně. Ženy se ukázaly jako informovanější a častěji odpovídaly správně a k věci, také všechny údaje, které se týkaly hereckých ocenění byly správně, muži častěji v první části odpověděli na otázku „znáte nějaké představení, které získalo ocenění“ ano a pak vzápětí uvedli „nevím“. Všichni diváci, kteří na tuto podotázku odpověděli, chodí do divadla nejméně 1-2x do roka a v první volbě preferencí v otázce č.5 uváděli nejvíce činohru, pak balet a hudební divadlo muzikálového typu. Přehled správnosti odpovědí ukazuje následující tabulka:

Tabulka č.13 Přehled odpovědí na otázku č.15A

Kritérium	Četnost	Pohlaví	
		Muž	Žena
Počet představení uvedených dobře	31	6	25
Počet představení, ve kterých získali ocenění herci	33	6	27
Počet představení uvedených špatně	15	7	8
Odpověď neví	11	8	3

Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Otázka č.15B: Jaké to bylo ocenění?

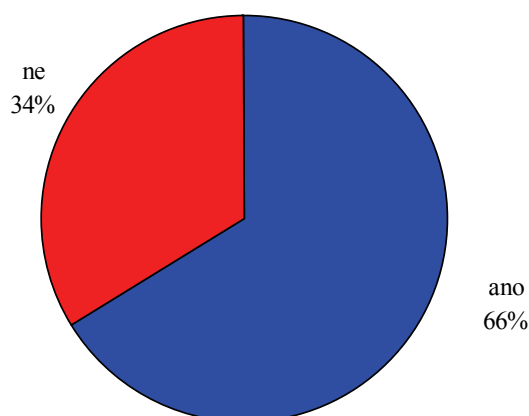
Tato další navazující podotázka prověřila detailní znalost respondentů a ověřovala pravdivost jejich základního tvrzení. Viděli jsme, že pouze o něco větší polovina z těch, kteří tvrdili, že tuto vědomost mají, je schopna to opravdu doložit na konkrétním představení, které buď ocenění získalo nebo ve kterém alespoň získal ocenění někdo z herců za herecké ztvárnění postavy. Takto bylo uvedeno celkem 64 představení (5 z nich bylo uvedeno vícekrát) a celkem 60 respondentů pokračovalo v odpovědi v otázce č.15B a uvedlo konkrétní název ceny. Celkem 16x byla uvedena Cena Thalie a všechna tato uvedení byla dobře a odpovídala vypsáním představením a hercům. Cena Alfréda Radoka se objevila správně přiřazena celkem 11x. Další ocenění jsou uvedena v příloze ...Necelá polovina odpovědí však nebyla správná, chybovali opět více muži, ale celkově je třeba konstatovat, že celková informovanost je velice nízká, obzvláště přihlédneme-li k tomu, že při propagaci těchto ocenění pomáhají i jiná média, především veřejnoprávní televize.

5.5.16. Otázka č.16: Vyhledáváte informace o divadle na internetu?

Tato uzavřená otázka nabízela odpovědi ano/ne a celkem ji vyplnilo 788 respondentů, z nichž 521 odpovědělo ano.

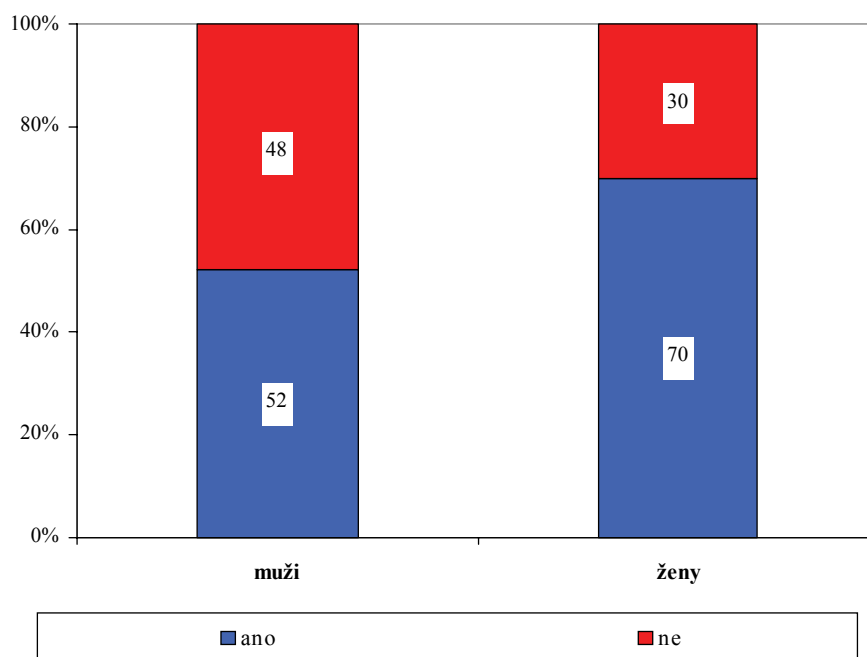
Graf č.81 Přehled odpovědí na otázku č.16 v procentuelní podobě

"Vyhledáváte informace o divadle na internetu?"



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.82 Přehled odpovědí na otázku č.16 podle pohlaví

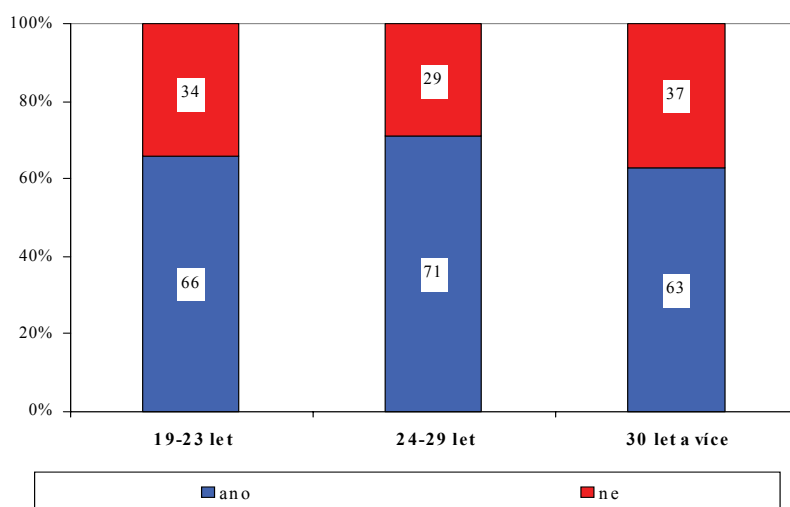


Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf ukazuje, že ženy využívají internet pro informace o divadle mnohem častěji než muži, je třeba si však uvědomit, že stejně častěji je to právě „slabší pohlaví“, kdo plánuje návštěvu divadelního představení (jak ukazují zjištění z otázky č.4), a proto je tento výsledek logickým důsledkem tohoto jevu.

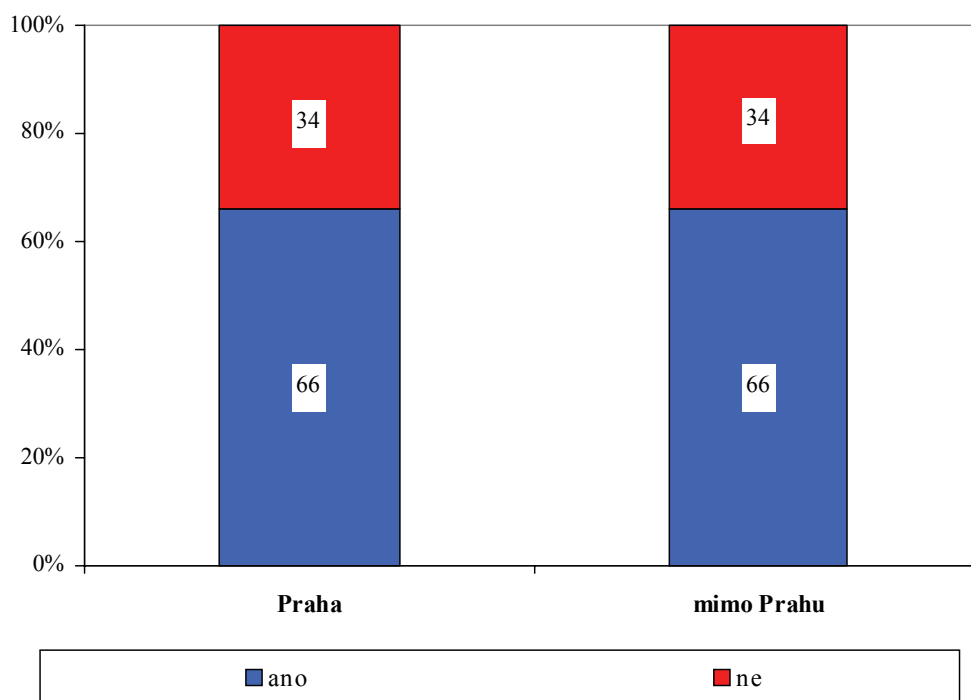
Věk zúčastněných je faktorem, který výsledek ovlivňuje jen mírně (největší množství uživatelů je v souboru 24-29 let) a velikost bydliště vůbec.

Graf č.83 Přehled odpovědí na otázku č.16 podle věku



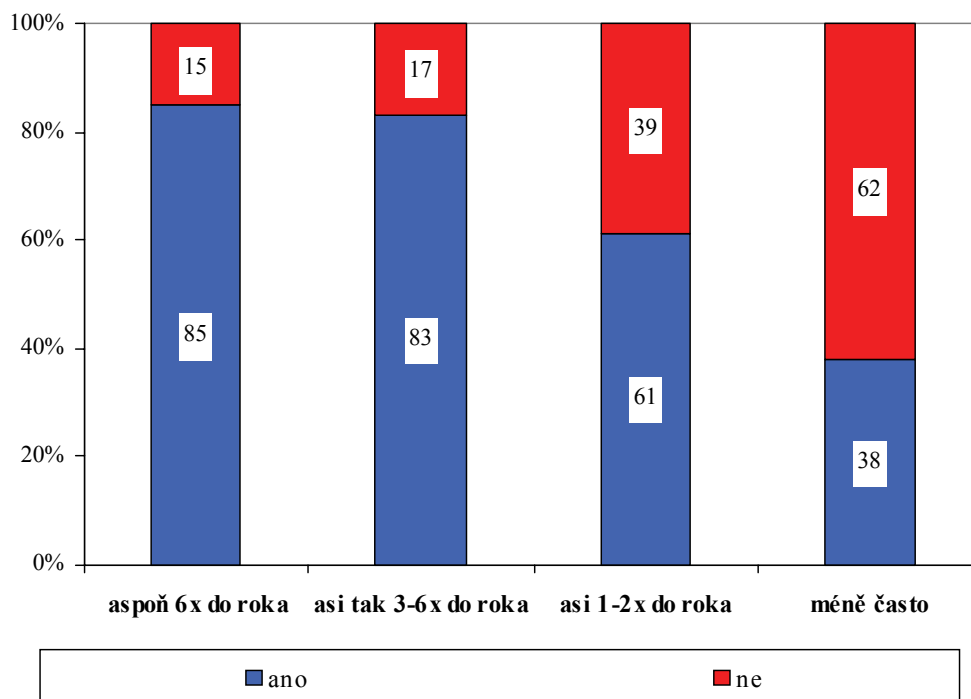
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.84 Přehled odpovědí na otázku č.16 podle velikosti bydliště



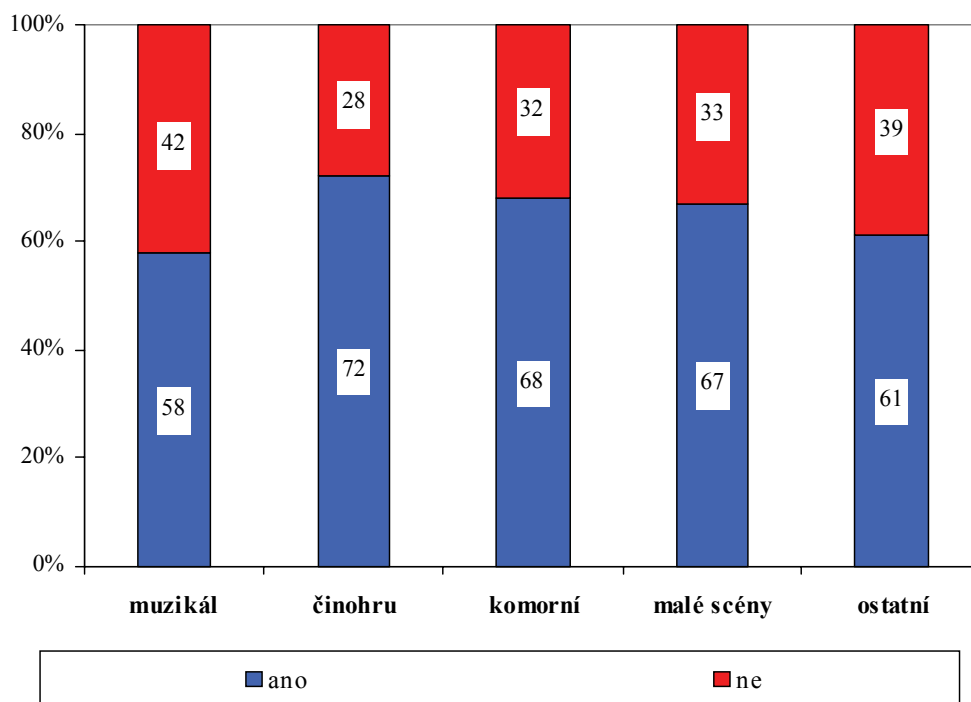
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.85 Přehled odpovědí na otázku č.16 podle četnosti návštěv



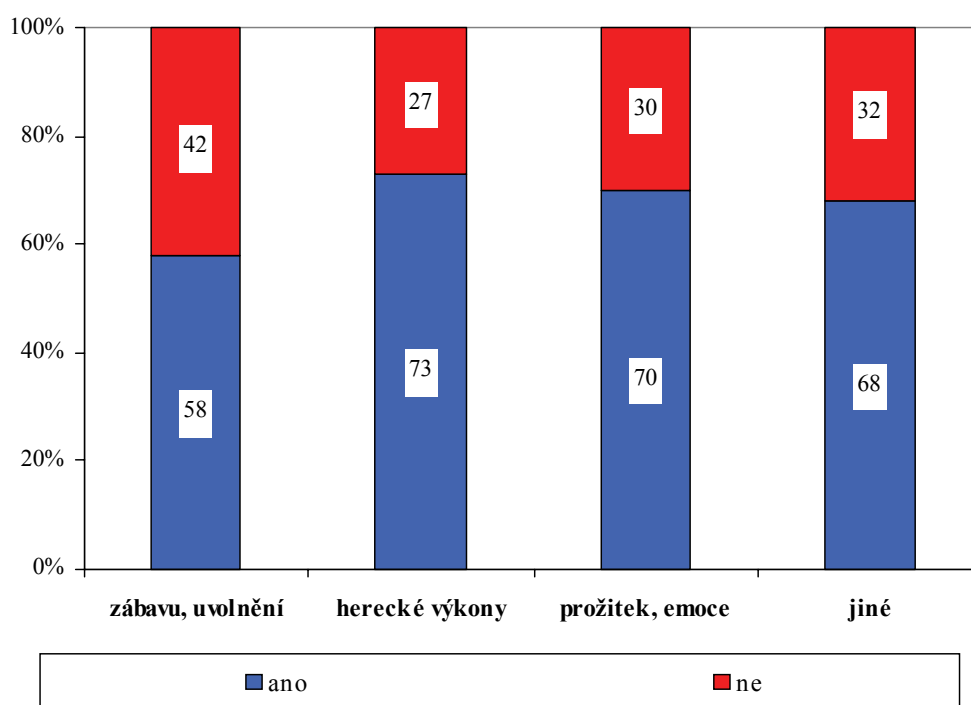
Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.86 Přehled odpovědí na otázku č.16 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Graf č.87 Přehled odpovědí na otázku č.9 podle toho, co respondent od představení očekává



Pramen: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Nejméně často si informace o divadle na internetu vyhledávají příznivci muzikálu a pak ti, kteří preferují zábavu a uvolnění. Nejčastěji si pro informace na internetu chodí milovníci činohry a kvalitních hereckých výkonů, ale dá se říct, že pole je v zásadě vyrovnané. Výrazně do popředí vystupuje pouze aspekt četnosti návštěv. Pravidelní a častí diváci jsou zároveň častými návštěvníky těch internetových stránek, které se věnují divadlu a jeho problematice.

6. Závěrečná shrnutí

V této poslední kapitole práce byly shrnuty, strukturovány a hierarchizovány veškeré výsledky, které postupně vyplynuly z výzkumného šetření, ať již v teoretické či praktické části. Celá kapitola se člení do tří na sebe navazujících oblastí, nejprve se věnuje diskusi výsledků s přihlédnutím zejména k průběhu dotazníkového šetření, následně jsou formulovány dílčí závěry, které se vztahují k potvrzení či odmítnutí pracovních hypotéz, stanovených v rámci cílů výzkumu, a v samotném závěru kapitoly jsou nastíněny série závěrečných doporučení, které vycházejí z očekávaných parametrů dalšího vývoje na poli divadelní komunikace v nejbližší době.

6.1. Diskuse výsledků výzkumného šetření

Tato kapitola výzkumné části se bude věnovat interpretaci výsledků, které byly získány v průběhu výzkumného šetření, ať již v rámci dotazníkové metody nebo doplňujících kvalitativních postupů skupinové diskuse či řízeného rozhovoru s odborníky. Členění textu kopíruje rozdělení výzkumného úkolu do bloků uvedených v podkapitole 4.1. Cíl výzkumu.

6.1.1. Fenomén návštěvy divadla jako zvláštního typu sociální komunikace

Výzkum 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 Tento typ komunikace a s ním souvisejících komunikačních vzorců chování je v podstatě 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. Množství těch, kteří se rozhodli, že komunikace divadlem patří mezi takové komunikační interakce, které jim ze své podstaty nevyhovují - jedná se 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, nikoliv 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 eventuelní schopnost formovat svůj mediální obraz tak, že se divadlo jeví jako zajímavé a důležité ještě něčím jiným, než jen svoji divadelní podstatou. Věk ani velikost bydliště pro příslušnost k té či oné skupině nehraje významnou roli.

Zdá se, že současné divadlo není vnímáno jako médium, které by nabízelo výrazné reprezentativní či společenské funkce. Např. diskutovaný **fenomén premiéry** jako nejen uměleckého, ale i společenského zážitku, se výrazně proměnil a částečně i pozbyl významu. *„Premiéra má neopakovatelnou atmosféru a to bude platit i v budoucnu. Její jedinečnou vlastnost narušují podle mne zvláště dvě věci: roste počet předpremiér už ne s cílem přípravy a dovršení inscenace, ale aby se vydělalo, a dále, premiéra by měla patřit ‚vlastním divákům‘. Proto bych z ní vyloučil, kdyby to bylo možné, i kritiky, zvláště ty naše. Ať chodí na předpremiéry nebo reprízy.*⁹²

Z výsledků šetření se jeví, že jako důležitou společenskou událost premiéru - nadneseně řečeno - vnímají již pouze sami divadelníci. *„Premiéra má dnes už*

⁹¹ Hyvnar, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 8

⁹² tamtéž

význam jen pro divadelníky samotné jako součást - a důležitá - tvůrčího procesu".⁹³ Ze skupinového šetření např. jasně vyplynulo, že téměř nikdo není ochoten za lístky na premiéru připlatit a společenský význam účastníci diskuse připouštěli jen velmi vlažně. Dokonce jedna třetina z nich uvedla, že na premiéry nechodí, protože „herci jsou nervózní, atmosféra je chladná, protože v publiku sedí kritici a odborníci, kteří se nechtějí bavit, ale soudit, představení není ještě usazené”.⁹⁴ Výjimku tvořili pouze názory příslušníků specializovaného publika opery a baletu, kteří však zdůrazňovali skutečnost, že často bývá obsazena kvalitnější alternace, než v běžných reprízách. Proto toto specializované publikum vnímá odlišnosti premiérového uvedení a je ochotno za ně připlatit.

Z výše řečeného vyplývá, že divadlo v rámci svých konkrétních institucí, by si mělo své publikum „pěstovat“. Jako tradiční nástroj se v tomto smyslu užívá např. **system diváckých abonmá**. „System předplatného nepovažuji za přežilý, ale je třeba jej hodnotit v kontextu konkrétního divadla. Současně mne překvapuje zkostnatělost některých divadel v tomto smyslu a mnohdy malá fantazie a výmluva na nedostatek dotací. Skvělý nábor má Těšínské divadlo na českých a polských školách, takže má stále plná hlediště skvělých diváků.”⁹⁵

Ostatně kultivační teorie, kterou lze aplikovat v rámci pohledu na divadlo jako na médium, zdůrazňuje schopnost média své publikum formovat a vytvářet, tedy soustřeďovat kolem sebe. „System diváckého abonmá je prokletím i záchranou každého velkého divadla. Zajišťuje pravidelný přísun platících diváků, což je ekonomická nutnost pro přežití divadla v dnešních časech. Zároveň si vynucuje ohledy zalíbit se těmto abonentům, jejichž vkus často bývá konzervativní a jejich protesty proti inscenačním ‚vylomeninám‘ hlasité, často docházející sluchu u provozovatele. Každé rozumné divadlo se snaží abonentní systém všelijak inovovat, nalákat do divadla víc mládeže, a tím si zajistit přežití.”⁹⁶ Nicméně divácké předplatné, tak jak je v řadě divadel koncipováno, je pro tuto kategorii zkoumaného publika zcela neatraktivní. Publikum se jeví jako pluralizované a bytí patří ke stejné sociální skupině, je stylově i žánrově heterogenní. Také je aktivní a preferuje určité typy produkcí, které si samo vybírá. Pokud někdo z

⁹³ Vedral, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 10

⁹⁴ *Záznam skupinové diskuze*. Příloha č. 6

⁹⁵ Hyvnar, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 8

⁹⁶ Kudláčková, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 9

respondentů zaškrtil kolonku „Mám předplatné“, většinou též uvedl jako oblíbené divadlo mimopražskou scénu, často vícesouborovou, a jako preferovaný typ divadla jmenoval operu či balet. Zdá se tedy, že předplatné zůstává efektivním nástrojem pouze v případě oslovení specializovaného publika nebo v místech do určité velikosti či omezeného počtu divadel. „*U divadel - institucí, které ještě v podstatnější podobě naplňují původní osvícenský koncept osvětového universalismu, má abonmá svůj konzervativní smysl. U divadel pracujících jako součást kulturního průmyslu, či naopak u alternativních divadel, která se deklarují zejména jako místa tvorby (a ne osvěty), je abonmá nejen zastaralé, ale i riskantní, pokud jde o solidnost dohody mezi nabízejícím a poptávajícím.*“⁹⁷ citace Vedral Ani soustředěná nabídka určitých kuponů, které lze uplatnit v jednom divadle pro výběr různých představení se v diskusi neukázala jako zvláště životná, dokonce ani, když byla spojena se slevou (tato sleva by musela dosahovat nejméně 50%, aby o ni respondenti vůbec uvažovali jako o závažném faktoru výběru). Zato zvažování okamžité internetové nabídky a objednávky lístků pomocí internetu jsou brány jako běžná záležitost.

Absolutně se potvrdil často předpokládaný fakt, že **ženy obecně chodí do divadla výrazně více**. Zároveň také platí, že jsou to právě ony, kdo výrazně více návštěvu divadla aktivně vyhledávají, plánují a organizují. Tento faktor by divadelní tvůrci měli jako neměnný brát na zřetel, protože muži (kromě velice malého množství jedinců, kteří chodí do divadla cíleně, pravidelně a dokonce i sami) se většinou od žen nechají do divadla pozvat nebo jdou proto, aby manželce či partnerce udělali radost. Pokud jsou ochotni návštěvu divadla aktivně připravovat, většinou je za tím opět žena, které chtějí vyhovět. Návštěva divadla v současné době prostě nejvíce patří k faktorům trávení volného času **v rámci partnerské komunikace**. Je to příležitost, jak obohatit vztah o nové zážitky, nová témata, komunikační situace, která mužům umožňuje dát ženám (nebo celé rodině) najevo, že akceptují jejich oblíbený způsob aktivního trávení volna. Ženy jsou prostě v současnosti hnacím motorem většiny divadelních publik a přichází do divadla buď s partnery anebo přímo s celou rodinou, ve věkové kategorii do 30 let se nezdá objevit i s přáteli, ale znovu platí, že návštěvu vyvolaly ony. Zvláštní **výjimkou jsou specializovaná publika** opery (tam dokonce mírně převažují muži) a publikum malých autorských scén (kde muži převažují výrazně, ovšem pouze u uvedeného specifického jevu Járy

⁹⁷ Vedral, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 10

Cimrmana, jak bude uvedeno následně). Obecně pak platí, že čím jsme starší, tím jsme návštěvnicky aktivnější (výzkum počítá nejvíce s publikem přibližně do čtyřiceti let). Dále byla prokázána přímá úměra mezi četností návštěv a aktivitou příprav, přičemž nejaktivnější se ukázali návštěvníci činohry. „*Myslím, že chodit do divadla aspoň třikrát do roka patří u nás k bontónu, člověk si pak nepřipadá jako barbar. Také hraje svoji roli zvědavost: jak vlastně vypadají živí herci, kteří na člověka cení zuby každodenně z obrazovky. Ale vážně: u nás ještě naštěstí žije povědomí, že divadlo je důležité pro formování národní identity, že je něčím jedinečné a vzácné.*“⁹⁸

Pokud se na fenomén návštěvy divadelního představení podíváme z hlediska toho, na jaké typy divadelních produkcí chodí naši respondenti nejčastěji, vidíme, že preference publika jsou jednoznačné, možno říci, že ve své většině i konzervativní. Diváky (přes 90% v první a druhé volbě dohromady) totiž **absolutně nejvíce zajímá činoherní divadlo** (včetně komorního divadla činoherního typu). Respondenti jasně preferují typ divadla, který pracuje s rozpracovanými a čitelnými prvky dramatické narace (jako je dramatická situace, vysledovatelná fabule, oblouk dramatické postavy) ve smyslu aristotelského chápání nápodoby a předvádění jednání. Tento typ divadla preferují obě pohlaví stejně, muži i ženy, což vytváří dobrý základ pro další partnerskou komunikaci (na rozdíl např. od muzikálu, který ženy preferují výrazně více - což se projevilo např. v uvedení „představení, které v minulém roce zaujalo“, kde se na prvních osmi místech objevily hned čtyři muzikály; nebo autorských scén, které více preferují muži). Činohru preferují i ti, kteří chodí do divadla nejčastěji, ale i ti, kteří chodí nejvíce s přáteli - prostě činoherní způsob divadla je v současnosti chápán ve většině populace, kterou reprezentuje soubor výzkumu, jako dominantní, vyhledávaný a z hlediska divadelní konvence nejvíce spjatý s představou pojmu divadlo jako takové. Tento závěr potvrzuje i přehled oblíbených divadel, kde se na prvních 8 místech objevily pouze dva zástupci jiného typu divadelních produkcí - Hudební divadlo Karlín a Divadlo Jára Cimrmana, jinak se jedná o divadla činoherního typu - Vinohradské divadlo, Divadlo v Dlouhé, Švandovo divadlo, Na zábradlí, Dejvické, (i když inscenační metody jednotlivých souborů jsou samozřejmě specifické a odlišné, spojují je jako základní metody práce s dramatickým textem a herecká práce jako

⁹⁸ Kudláčková, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 9

interpretace dramatické postavy). První místo v šetření drží Národní divadlo, což je patrně spojeno i s fenoménem první scény, který formálně v myslích lidí přetrvává, avšak z hlediska výzkumu je třeba dodat, že velká řada těch, kteří uvedli Národní divadlo jako oblíbené, se řadili mezi diváky, kteří v první volbě preferují balet a taneční divadlo a operu a jako zajímavá představení uvedli hudební baletní či operní díla; z práce činohry ND se v podstatě v celém průzkumu objevily častěji pouze starší tituly Sluha dvou pánů a Richard III.

I co se týče schopnosti oblíbit si určité divadlo se muži i ženy vyrovnávají, ženy však mají celkově širší rozptyl a častěji se u nich stávalo, že uvedly jako oblíbené divadlo činoherní scénu, jako představení, které je zaujalo, muzikál a jako představení, které je ovlivnilo, např. představení jednoho herce. Z toho ovšem plyne, že činoherní publikum je poměrně nestálé, heterogenní a má široký záběr. **Diváci činohry** chodí do divadla nejčastěji, **jsou nejaktivnější**, ale též jsou nejnáchylnější k tomu, kromě oblíbeného divadla navštěvovat i řadu jiných. Také jsou nejochotnější se kromě činohry věnovat i dalším žánrům, speciálně návštěvníci klasické činohry jsou velmi tolerantní a širokospektrální publikum, kterému ani v činoherních představeních zásadně nevadí míšení stylů a kteří bez předsudků navštěvují různé typy produkcí. (To však neznamená, že jsou vždy ochotni přistoupit na umělecký inscenační jazyk tvůrců – naopak, účastníci skupinové diskuse jasně deklarovali svoji schopnost opustit představení před koncem, pokud „...nerozumím tomu, co se mi předvádí, moc se poučuje, herci jsou trapní, celé je to vykolejené způsobem, který mě nezajímá...“⁹⁹). Toto rozhodnutí však většinou nesouvisí ani s žánrovým typem produkce, ani s velikostí divadelní instituce, respondenti jsou stejně odhodlaní v případě hlediště ND jako při produkci pouličního divadla, (v tomto případě se zdá, že společenské a formální ohledy se jako vzorec chování zcela vytratily). Mezi schopností oblíbit si určité divadlo a mezi četností návštěv se prokázala jasná souvislost, stejně jako obráceně platí, že pravidelní diváci mají vysokou schopnost si určité divadlo nejen oblíbit, ale zároveň faktor oblíbenosti konkrétního divadla celkově souvisí s ochotou jít do jakéhokoliv divadla vůbec. Diváci činohry jsou tedy potencialem publikem i všech ostatních divadelních produkcí, jde o to, nalézt způsob, jak je přiměřeně oslovit a rozšířit jejich divácké kompetence směrem k dalším typům divadla, protože to, co je primárně spojuje,

⁹⁹ *Záznam skupinové diskuze. Příloha č. 6*

je preference divadelní konvence, která se váže k aristotelskému typu rozvíjení dramatické narace. Jak je patrné z diskusního šetření, slovo divadlo v respondentech nejčastěji evokovalo asociačně slovo „hra“ - ve smyslu hra jako dramatický text nebo hra na něco či lépe na někoho (viz Příloha č. 6).

Z uvedených důvodů vidíme, že činoherní publikum je sice často spoluvytvářeno konkrétními soubory a divadelními institucemi, ale jeho vazba k těmto mediálním zástupcům je velice volná. Rozhodně se nejedná o specializované publikum, tak, jak ho můžeme chápat např. u baletu a tanečního divadla či opery. V jistém smyslu o **specializovaném publiku můžeme uvažovat i v případě studiových autorských scén**, alespoň na základě výsledků šetření, neboť se jedná o publikum poměrně stálé a věrné, z hlediska např. pohlaví (výrazná preference u mužů) mnohem více homogenní, poučené a na jedné straně připravené přijmout i netradiční divadelní konvenci, na druhé straně však v rámci následné navazující produkce konkrétního souboru či autorů tuto nastavenou konvenci vyžadující. Z hlediska konkrétních výsledků šetření je však třeba podotknout, že přesto, že se jedná o věkově omezenou, spíše mladší kategorii publika, téměř veškeré údaje vztahující se k autorskému divadlu se váží k fenoménu Jára Cimrmana, sporadicky se objevilo Divadlo Y a tvorba Jaroslava Duška, ovšem ne v uskupení Vizita, ale v představení Čtyři dohody, tedy ne v ryze autorském projektu. Zdá se, že např. tvorba autorských divadel typu Divadlo Sklep či Vpřed si širší cestu k novému publiku nenašlo, neboť se neobjevovalo ani v kategoriích představení, která ovlivnila nebo zajímala atd. Atribut autorského divadla je jako pojem svázán s tradičně starší produkcí, ta novější si své publikum patrně ještě nestihla vytvořit, protože zatím nepředložila publiku takové autorské a herecké osobnosti, které by s ním šířeji rezonovali.

S předcházející úvahou souvisí i **otázka alternativního divadla a dalších netradičních divadelních postupů** a performancí, které jsou v poslední době často předmětem úvah a analýz teatrologů a divadelních kritiků, neboť jsou chápány jako vývojově adekvátní projevy společenského a dobového kontextu. Z šetření však vyplývá, že pro jejich možný společenský vliv chybí adekvátní divácké zázemí. Jejich volba nejen v první, ale dokonce i v druhé volbě je statisticky zatím zcela neprůkazná, proto se nedá hovořit ani o specializovaném

publiku. Jako možné příčiny se z návazného skupinového šetření jeví vícero aspektů: tyto divadelní produkce nabízejí výrazné kontaktní a komunitární funkce, vybraný soubor respondentů však tyto funkce nepreferuje, protože je osobnostně vyvrážený, hodnotově usazený a své sebevyjadřovací potřeby realizuje skrze jiná média, např. internetovou komunikaci; ukázalo se, že pojem performance, není v českém kontextu asociačně spojen s pojmem divadlo, (pokud jej měli respondenti přeložit, volili termíny akce, prezentace, happening, zatímco jako možná synonyma pro divadlo uváděli již zmíněnou hru, dále zábavu a na třetím místě podívanou); alternativní postupy jako celek ztratily aureolu výjimečnosti, takže divadlo jako centrum tvorby je atraktivní pro ty, kteří se takto chtějí umělecky vyjadřovat, avšak velice obtížně srozumitelné pro ty, kteří chtějí zůstat v „roli konzumentů“.

Na závěr můžeme konstatovat, že ani v době masových médií fenomén divadelního představení neztratil svoji přitažlivost. Tvoří sice **doplňkovou, avšak velice výraznou součást životního stylu vybrané sledované skupiny a je pravidelně poptávanou formou specifické sociální komunikace dnešní doby jako určitá aktivní forma trávení volného času**, věnovaného především partnerům a rodině, eventuelně přátelům (naproti tomu jeho reprezentativní, společenská a politická role je v současnosti nevýrazná). Toto mediální publikum má podobu velice aktivního divadelního publika, návštěvníci divadel mají základní přehled o divadelní scéně, orientují se v nabídce a jsou schopni cíleně soustředit svůj zájem na konkrétní představitele - divadelní instituce. Pokud nasadíme optiku kritéria kvantitativního a standardizačního, objevují se v odpovědích i divadelní produkce, jejichž publika výrazně tendují k rysům publika masového. Specifickým rysem divadelní komunikace je, že tento typ publika se neustavuje kolem divadla jako komunikačního média obecně či výhradně kolem určitých divadelních institucí, ale je spíše specificky iniciováno určitým typem jednotlivých produkcí, z šetření konkrétně k tomuto jevu směřují např. inscenace Carmen v Karlínském divadle a překvapivě Sluha dvou pánů v Národním divadle - oba tyto projekty mají určité společné signifikantní rysy - jedná se o zpracování klasického příběhu či klasiky jako takové, jejich protagonisté začínali svoji kariéru pro specializované publikum a některé dovednostní prvky z tohoto období přetavili i do svých rolí (Lucie Bílá v rockové sféře, Miroslav Donutil v Divadle Na provázku, což bylo studiové divadlo tzv. malých forem) a celková úroveň profesionálního zpracování je obecně v

průměru vyšší než u některých jiných produkcí takovýchto typů divadla. Na půdorysu těchto a samozřejmě i dalších potencionálně masových publik vzniká segmentace publika podle cílových skupin, publikum se tak dále vnitřně diferencuje, jednotliví diváci však poměrně plynule přechází z publika do publika nebo jsou součástí vícero publik najednou, návštěvníci dříve poměrně výrazně odlišně vnímaných úrovní kultury (vysoká, střední, nízká) se promíchávají. Kritický a posuzující divák, který měl dříve v rámci ustavování elitního publika politický vliv a představoval určitou společenskou sílu, sice nezmizel ani v dnešní době, určitá nepočatná elitní publika mají tendenci spíše deklarativně se ustavovat okolo určitých divadelních institucí, spojených s určitými specifickými inscenačními postupy, avšak dosah jejich mediální moci je velmi omezený, či spíše až nulový. V době masových médií totiž může divadlo svoji mediální moc paradoxně uplatňovat nejvíce prostřednictvím jiných médií. Stále však disponuje svojí v podstatě neměnnou specifickou funkcí, která vyplývá z jeho podstaty (viz kapitola 1.), a tak je v rámci mediální scény nenahraditelné a je předpoklad, že tak tomu bude i nadále.

6.1.2. Specifikace a hierarchizace důvodů návštěvy divadelního představení

K návštěvě divadelního představení každého z nás vede řada důvodů. Některé jsou společné, jiné ryze osobní a individuální, ale mezi ty kardinální, které mají svůj nezaměnitelný vliv na rozhodování každého potencionálního diváka, zda se skutečně stane součástí konkrétního obecenstva, či ne, tedy mezi **faktory, které od divadelního zážitku očekáváme především**, patří triáda prvků:

- **touha po silném emočním zážitku**
- **potřeba zábavy**
- **potěšení z kvalitních hereckých výkonů**

Tyto prvky se v různé, ale vždy dominující intenzitě, opakují ve všech odpovědích bez ohledu na pohlaví, věk či místo bydliště, ale také u všech kategorií diváků, ať již chodí do divadla pravidelně, či tam pouze sporadicky zabloudí jako doprovod (viz podrobně v kapitole 5.5). Samozřejmě, že procentuelní míra jejich

zastoupení se v rámci podrobného sledování mírně proměňuje, pořadí se promíchává, různé divácké kategorie mají intervaly vnímání pojmu zábava jinak dimenzované a typ vyžadované emoce je kontextuálně zasazen do širšího očekávání, nicméně odstup od prvků uváděných na dalších místech je pokaždé tak výrazný, že **tuto triádu můžeme označit bez uzardění jako dominantní a vlivotvornou**, zatímco všechny **ostatní prvky** – a je jich celá řada - **pouze za fakultativní a jejich vliv je přechodného charakteru**, (když samozřejmě eliminujeme osobní kontext typu profesní důvody, rodinné či přátelské vztahy, darování lístků na konkrétní představení apod.).

Uvedená **dominantní triáda** je s podstatou divadla spjata od počátků jeho trvání a obloukem tak dokládá jeho konstantní ukotvenost v komunikační soustavě společnosti; principy divadelní komunikace a náš divácký postoj k potřebě této formy interakce jsou propojeny v podobě osobnostních konstruktů, které se budují dlouhodobě, jsou velmi rezistentní a mají tendenci k trvalým preferencím, které vznikají po dlouhý čas. Proto jsou očekávání publika ve své většině (a víceméně nezávisle na věku) do jisté míry konzervativní a setrvalá, proměny podob divadelních konvencí jsou spojeny s historickým vývojem společnosti, a aby byly úspěšně přijaty, musí v podstatě nabízet jinou – dobově kontextuálně vztaženou- podobu a formu stejné podstaty divadelní komunikace. Pohled na vývoj mediálních studií posledních let nás obloukem znovu vede na počátek, kupodivu nikoliv ke zkoumání, zda je divadlo prostředkem komunikace, ale k tvrzení, zda je divadlo prostředkem umění a umělecké komunikace. Dnes se totiž často zdá, že kdysi hamletovská metafora se stala realitou (vstoupila do fáze své autentičnosti, jak by možná řekli někteří teatrologové) a celý svět je vlastně jedno obrovské divadlo, kde my všichni jsme tvůrci i diváci zároveň. Rozšiřování chápání pojmu divadlo směrem k performanci, tedy pojmání divadelního představení především jako autentické události, která znamená pro divadelníky i diváky v první řadě specifický druh oboustranné sociální zkušenosti, překračuje dimenze vidění divadla jako v první řadě uměleckého projevu a přesouvá svůj dominantní zájem k divadlu jako společenskému projevu - „*performance je chápána jako ústřední analytický nástroj, s jehož pomocí lze zkoumat v podstatě cokoli*“¹⁰⁰. Šetření však ukazuje,

¹⁰⁰ Hlavica, M. Performanční studia. *Divadelní revue*. 2009, roč. XX., č. 3, s. 4, Praha: Institut umění – divadelní ústav. ISSN 0862-5409

že kromě reprezentativní, také kontaktní, sebevyjadřovací či performativní funkce divadla jako komunikačního média jsou poptávány spíše okrajově a na pozadí základních zábavních, hodnototvorných a estetických projevů. Neznamená to ovšem, že by o performativní produkce a postupy nebyl zájem, reprezentuje to spíše proud diváckého uvažování, které tyto performativní projevy neřadí přímo pod množinu divadla a divadelní produkce, ale šířeji pod komunikační projevy obecně a posuzuje je prizmatem dalších nespécifických volnočasových a zájmových aktivit. Co tento posun v paradigmatu chápání a definování divadla může znamenat do budoucna, není lehké odhadnout, každopádně možná představa divadla i jako „neumělecké“ aktivity by divadelní komunikaci ochudila o jednu z výrazných specifik, která je v myslích diváků dlouhodobě uložena.

Pokud se podíváme detailněji na jmenované dominantní faktory, můžeme vysledovat určité obecné zákonitosti, které se ve sledovaném souboru ukázaly jako platné. Nejdůležitějším důvodem, který diváky do divadla přivádí, je **touha po emočním zážitku**, po zprostředkování pocitů, které jsou řazeny mezi základní lidské emoce – tedy např. radost, potěšení, strach, hněv, lásku, překvapení, smutek, opovržení, stud, atd. (psychologové v rámci různých škol pracují ze škálami základních emocí v počtu 7 nebo 9 nebo 12). Diváci jsou také připraveni se citově angažovat, a to nejen smíchem či pláčem, ale i spoluprožíváním, dokonce často očekávají prudké citové zvraty, požadují citovou kolísavost a změny nálad (respondenti v následné diskusi připouštěli očekávání všech jmenovaných emocí, kromě opovržení a studu – zdá se, že tyto pocity nejsou v současné době předmětem všeobecně sdílených modelů, jejich spoluprožívání není ve společnosti výrazně kolektivně ustavené). Komedialní ladění představení a žánr veselohry tedy primárně není zárukou diváckého úspěchu. (V přehledu uváděných představení, která zaujala, ovlivnila či která byla navštívena vícekrát, byla ostatně jediná výrazná komedie, a to klasika - Sluha dvou pánů). Daleko větší zájem je o představení, která jsou tématicky i způsobem zpracování rozkročena nad tragikou i komikou, střídají atmosféry, závažnost témat a výpovědí s okamžitým zlehčením či parodickým komentováním předváděného, oscilují mezi závažnou výpovědí a úkrokem ke komediálnímu zpracování a výrazné stylizaci. (Např. Hrdý budžes, Monology vaginy, Čtyři dohody atd. jsou sjednoceny mimo jiné emocí ve formě překvapení). Právě ženy, které jsou nejpočetnější složkou divadelního publika,

vybírají představení v návaznosti na to, zda vedle uvolnění a zábavy, přinášejí ještě další škálu emocí, které přímo vyplývají ze způsobů práce s tématem, a zda se při zpracování objevuje i nový úhel pohledu. Divák je tedy postmoderní dobou připraven na v podstatě hypertextový způsob práce s předkládaným tématem a je velice aktivní při interpretaci jednotlivých tematických map. Muži, kromě oné specifické menšiny, (která chodí do divadla pravidelně, eventuelně bez doprovodu), ve své většině tak rafinovanými diváky nejsou; jsou tolerantnější k přímočarému komediálnímu zpracování a též otevřenější vůči prvkům komplementárního charakteru (např. ke zpracování společensky aktuálního tématu, včetně příběhů ze současnosti).

Faktor zábavnosti, ve smyslu uvolnění a smíchu jako hlavní divácké odezvy, sice patří do základní sestavy vlivotvorných prvků, avšak jeho váha klesá se vzrůstajícím věkem respondentů a dále pak výrazněji ovlivňuje spíše ty diváky, kteří přicházejí do divadla méně často. U pravidelných diváků se pojem zábavnosti rozšiřuje směrem k významům potěšení a zaujetí, jejich smíchová reakce je často diferencovanější, protože vyšší míra divácké zkušenosti jim otevírá širší interpretační prostor pro porozumění specifickým inscenačním jazykům tvůrců. Pojem **divácké kompetence** – i v návaznosti na pojem kulturní kompetence (jako schopnosti dešifrovat určité symboly a významy v provázanosti na specifika kulturního kontextu) – se dostává ke slovu zejména v oblasti alternativního a netradičního divadla. Drtivá většina divadelního publika je totiž zcela kompetentní spíše ve smyslu potenciálního masového publika, eventuelně publika činoherního divadla jako konvenčně usazeného typu. Proces segmentace směrem ke specializovaným publikům lze sice urychlit či iniciovat i netradičním médiem, avšak v tomto smyslu je řada divadelních institucí sama patrně komunikačně neobratná a nezralá.

Poslední z uvedených základních pilířů – **kvalita hereckého výkonu** - je vlastně s oběma předešlými úzce svázán, dokonce podmíněným způsobem. Respondenti v dotazníku i v následné skupinové diskuzi opakovaně uváděli, že pouze a jedině skrze apelativní funkci herectví (Veltruský, 1976) jsou schopni přijímat i ostatní prvky představení a vnímat produkci jako emoční celek. Diváci jistě dokáží ocenit a posoudit i jednotlivé prvky inscenace odděleně, ale kvalita komunikační

interakce herec-divák, je přímo úměrná komunikační kvalitě symbolické relace obecenstvo-představení (myšleno ve smyslu komunikačního přijetí, ne ve smyslu analyticko-odborného posouzení). Skrze herce a jeho konkrétní herecké ztvárnění (samozřejmě připravené, propracované a zakomponované do inscenačního klíče tvůrců) je mediována zprostředkovaná komunikace a její symbolické významy. Řečeno termíny komunikačních studií, herec je mediátorem divadelní komunikace. S trochou nadsázky můžeme prvek kvality hereckého výkonu označit nejen jako základní, ale též jako symbiotický, neboť umožňuje a posiluje vyznění a míru obou dalších – emočního prožitku a zábavnosti. *„Paradoxní situace: herectví má dnes v divadle největší prestiž, ale až na výjimky jeho úroveň u nás klesla a klesá. Problém je velmi složitý na krátkou odpověď, ale k těm zásadním důvodům patří rozbití triády básnicko-režisérsko-herecké, této největší zásluhy uměleckého divadla 20. století s potřebou básníka, umělecké režie a osobnostního herectví, ansámblovosti, etiky tvorby, moderní pedagogiky atd. To vše se i při velké přitažlivosti herce, na níž mnohdy parazitují i další média, z divadel vytrácí, a proto se vracíme do 19. století, kde existovalo několik hereckých hvězd, pak druhá vlna, která jim přihrávala a v pozadí početný herecký proletariát.“*¹⁰¹

Faktor hereckého obsazení a kvalitu hereckých výkonů považují za důležitý diváci všech kategorií bez výjimky, (i když u žen je to výraznější než u mužů), jeho postavení posiluje, pokud v představení hrají „moji oblíbení herci“, neposiluje však automaticky se známostí herců a už vůbec ne (což je překvapivé) s tím, zda „herce známe z televizní obrazovky“. Obliba herce nesouvisí v první řadě s jeho mediální proslulostí, ale s převažující diváckou zkušeností, (kterou ovšem můžeme získat prvotně z masového média jiného než divadelního typu, což platí především pro diváky, kteří chodí do divadla sporadicky). Kvalita konkrétního hereckého provedení tedy neovlivňuje pouze přijetí či nepřijetí jednoho představení, ale stává se formující součástí divácké zkušenosti, faktorem rozvíjení divácké kompetence a „návnadou“ pro příležitostného diváka, aby se z něho stal divák stálý. Je smutným faktem, že právě kvalitě herectví a herecké přípravy je v současnosti věnována velmi malá pozornost odborné veřejnosti, respektive pouze výběrová pozornost, která nereflektuje problém v celé jeho šíři a všech aspektech. *„Herectví odkázané pouze samo na sebe je schopné jen*

¹⁰¹ Hyvnar, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 8

sebeředvádění. Nejúspěšnější inscenací v historii činohry ND je Sluha dvou pánů se sebeředvádějícím Donutilem. Herecké mistrovství bez obsahu je divadlem do stejné míry jako je samohana aktem lásky. Skutečného herectví je na jevištích, kterých je čím dál více, čím dál méně. Reflexe tohoto stavu je naprosto nedostatečná a zmatení hodnot je hluboké. A zdá se, že záměrné".¹⁰²

Vedle zásadních prvků, které v rámci divadelní komunikace vždy očekáváme, se objevují i **faktory fakultativní, které mají přechodný charakter i přechodnou sílu**. Z těch, které respondenti dostali k výběru v rámci šetření, vzniklo následné pořadí (uspořádané podle míry možného vlivu sestupně):

- **nový úhel pohledu**
- **efektní scéna a podívaná**
- **příběh podobný tomu, co jsem sám zažil**
- **zpracování společensky aktuálního tématu**
- **příběh někoho z mého okolí**
- **zpracování politicky dráždivého tématu**

Na základě detailní analýzy (viz kapitola 5.) můžeme konstatovat, že **prvek nového úhlu pohledu** je z hlediska publika nejdůležitější pro pravidelné diváky a ženy, **efektnost podívané** naopak pro diváky příležitostné (zajímavé je, že pokud jsme se v dotazníku ptali na spojení efektní podívaná komerčního typu, bylo toto označení chápáno s pejorativním nádechem a přiznalo se k němu jako k vlivotvornému faktoru minimum respondentů, pokud následně bylo spojeno s termínem efektní scéna, podívaná – tedy bez přívlastku komerční – počet respondentů stoupl). Další překvapení se týká **faktorů „příběhů“**, protože obě nabídnuté varianty (příběh podobný tomu, co jsem sám zažil a příběh někoho z mého okolí) jako výběrový prvek, který je očekáván v divadelní produkci, shodně označili více muži než ženy. V následné diskusi pak zaznělo, že ženy *„nepovažují divadlo za médium primárně určené pro příběhy ze současnosti, tento typ sdělení hledají spíše na plátně či na obrazovce“*.¹⁰³ Divadlo se svojí vysokou mírou abstrakce je pro ženy atraktivnější, pokud příběh není konkrétně

¹⁰² Vedral, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 10

¹⁰³ *Záznam skupinové diskuze*. Příloha č. 6

a zcela reálně dobově a historicky zařazen; zaznívaly i názory, že představa příběhu ze současnosti je na divadle spojena s postavami, které se pohybují spíše v jiných vrstvách a na okraji společnosti, a tento typ hrdiny není předmětem emoční identifikace či faktoru hlubšího spoluprožívání, nanejvýš pozorování a hodnocení, oslabuje se tak faktor sdílení a převažuje proces sdělování, který však není tak určující pro kvalitu přijímání divadelní komunikace.

Muži – a zejména ti starší – jsou také ochotnější věnovat svoji pozornost **společensky aktuálnímu tématu**, zejména pokud patří k těm divákům, kteří chodí do divadla nejméně 6x do roka. Obecně tito pravidelní diváci mají ještě další specifika, a sice výrazně preferují při výběru představení téma a námět, ocení hodnototvorný aspekt, podstatně je ovlivní doporučení známých, konkrétní herecké obsazení, zprávy z médií nebo fakt, zda znají či neznají autora. **Zpracování politicky dráždivého tématu** se však objevilo až ve druhé volbě, a jen u naprostého minima respondentů. Do jisté míry to svědčí o stabilitě a demokratickém uspořádání společnosti, která politické funkce řeší v rámci jiných mediálních prostředků. (Představení tohoto typu se prakticky neobjevila ani při uvádění konkrétních diváckých zážitků, viz Příloha č. 5). A svědčí to také o tom, že eventuelní politická síla elitního publika nemůže být v současné době budována na principu divadelní komunikace, ale výhradně na základě jiného druhu média.

Pokud se vrátíme přímo k výsledkům dotazníkového šetření, můžeme **důvody, které respondenti zvažují, pokud se rozhodují pro návštěvu konkrétního představení**, rozdělit do tří na sebe navazujících oblastí, a to opět podle sestupné míry vlivu. (Znovu neuvažujeme faktory, které jsou ryze osobního charakteru, a tudíž výrazně subjektivní a obecně nevysledovatelné tímto typem provedeného šetření).

Aspekty iniciační – tedy takové, které podstatnou měrou probouzejí naši potřebu konkrétní divadelní produkci vidět a startují proces plánování a návštěvy divadelního představení.

Aspekty podpůrné – tedy takové, které prohlubují míru naší motivace a podporují naši ochotu vstoupit aktivně na pole konkrétní divadelní komunikační interakce v roli diváka.

Aspekty orientační – tedy takové, které v případě určité nerozhodnosti mohou fungovat jako důvody, které nasměrují naše rozhodnutí směrem k uskutečnění, či naopak ke konečnému zavržení návštěvy konkrétní divadelní inscenace.

Jako **nejvýraznější iniciační aspekt** se prosadil prvek toho, zda „mě osloví **téma a námět**“. To je tedy ten první a základní prvek, který spouští celý další proces rozhodování, důvod ve smyslu možného uskutečnění návštěvy vpravdě existenční. Tento fakt by měla divadla jako instituce zajišťující konkrétní divadelní produkce zvažovat a zohlednit nejen v etapě přípravy jevištní podoby inscenace, ale také v průběhu komunikace inscenace (tedy i v oblastech propagace a zviditelňování a v následné řízené metakomunikaci o účincích jednotlivých představení) tak, aby celý proces komunikace inscenace byl tematizován.

Dalším v pořadí je kupodivu to, zda „mi představení jako kvalitní doporučil někdo z mých známých“. Taková **výrazná úloha „šeptandy“** v době informační společnosti, masmédií a rozšířené propagace a reklamní komunikace je překvapením a může naznačovat vysokou míru naší rezistence na reklamní dopady řízené propagace a odpovídá výsledkům těch mediálních teorií, které zlehčují možné účinky mediálních prostředků na společnost a konkrétní jedince. Vidíme, že divák obecně přistupuje ke své účasti na divadelní komunikaci velmi aktivně a zároveň obezřetně, a to platí pro všechny sledované divácké kategorie – muže i ženy, starší (tam váha tohoto faktoru ještě vzrůstá) i mladší, pravidelné diváky i ty nejméně časté. Formulace a pořadí iniciačních aspektů návštěvy představení, ke kterým se jako třetí v pořadí řadí ještě prvek, zda „v představení hrají moji oblíbení herci, zpěváci“, je v rámci výsledků celého šetření neměnné, a proto můžeme konstatovat, že když zvažujeme návštěvu divadla, jako **nejdůležitější iniciační důvody** se jeví – **atraktivita tématu, úloha šeptandy a podoba hereckého obsazení**.

Pokud se budeme věnovat **oblasti podpůrných prvků**, tato kompaktnost mizí. Přiřazení jednotlivých sledovaných prvků do skupiny podpůrné aspekty je sice víceméně též jednotné, avšak jejich pořadí se pro různě sledované kategorie publika liší. Skupina podpůrných důvodů se navíc **rozpadá do dvou podmnožin**, jejichž míra vlivu se výrazně liší. Do **první – vlivově silnější**

skupiny – můžeme zařadit **aspekt komediálního zpracování, ohlasu v médiích a umělecký zážitek hodnototvorného typu**, do **druhé skupiny se zařadily aspekty znalost autora a známost představení v mém bezprostředním okolí**.

Aspekt komediálního zpracování se např. projevuje výrazně pozitivně u mužů, kteří přicházejí do divadla nejméně často, zato u kategorie publika „pravidelní diváci“ se jeho vliv propadá až na třetí místo za prvky „o představení jsem slyšel či četl v jiných médiích“ a „představení mi nabízí umělecký zážitek v oblasti hodnotového sebepoznání“. Prvek toho, zda „zpracování bude komediální a budu se smát“, není na prvním místě ani u kategorie publika, sledované z hlediska věku – starší publikum též preferuje více důvody, které se váží k mediálnímu ohlasu, oblasti hodnot a jako vlivový faktor může nastoupit i otázka znalosti autora. Jinak je hodnototvorný aspekt důležitý zejména pro diváky ve věku mezi 23-30 lety, kteří navštěvují divadlo pravidelně či častěji. Pokud se týče ženské části publika, výsledky se liší zejména v tom, že ženy méně preferují komediálnost zpracování, znalost autora a to, zda „se o představení mluví v mém okolí“. Naopak více u nich boduje možný ohlas v médiích.

Celkově však tyto **podpůrné aspekty – komediální prvky, ohlas v médiích, hodnototvorný zážitek, znalost autora, diskutovanost představení v bezprostředním okolí** – nemají obecně (kromě zvláštních případů, které se však vztahují k dobově kontextuálním faktorům) takovou sílu jako aspekty iniciační, avšak mohou je vhodnou kombinací doplnit a podpořit, aby byl komponent divadelní komunikace přítomností diváka opravdu završen a nezůstal pouze u představy prvotní iniciace.

Poslední skupinu sledovaných prvků, která má v otázce zvažování návštěvy divadla nejmenší váhu, představují **prvky orientačního charakteru**. V rámci celého procesu komunikace divadlem je však není radno podceňovat, protože jejich úloha je sice malá, ale v určitém nastavení reálného kontextu může být zvrtná ve smyslu uskutečnění či neuskutečnění plánovaného rozhodnutí. Navíc jejich vzdálenost od druhé podmnožiny aspektů podpůrných není velká a ještě se v některých diváckých souborech pružně proměňuje a přibližuje. Mezi **orientační aspekty** patří to, zda „**představení získalo nějaké ocenění**“, dále zda v představení „**hrají herci, které znám z televize, filmu**“ a kupodivu na posledním místě to, zda „**nabízí efektní podívanou, komerčního typu**“. Obecně platí, že mladší kategorie publika a také muži, jsou ochotnější vzít tyto

orientační prvky více v úvahu. Ženy a starší publikum je mnohem rezistentnější a více se rozhoduje tzv. „po svém“. Aspekt oceněného představení může sehrát svoji úlohu pro diváka, který chodí do divadla často (tam se jeho procentuelní zisky přiblížily až k intervalu aspektů podpůrných). Přítomnost herců známých z televize a filmu může takto zapůsobit na publikum, které naopak divadlo navštěvuje méně často. Celkově však tyto faktory ani ve svém komplexu – alespoň pro sledovaný typ respondentů – nemohou sehrát výraznější roli v celkovém procesu rozhodování. Zdá se tedy, že mediálně se váha těchto uvažovaných prvků často přeceňuje a nadhodnocuje. (Ovšem je třeba opět připomenout, že soubor validně reprezentuje pouze kategorii publika – vysokoškolská inteligence netechnického směru, tedy jen určitý výřez potenciálního divadelního publika jako celku).

Celkově můžeme tuto podkapitolu uzavřít zjištěním, že na jedné straně je fenomén návštěvy divadelního představení spojen s řadou očekávání, na straně druhé jeho realizaci předchází někdy i dlouhodobý proces zvažování řady důvodů, které na sebe kaskádovitě navazují a vzájemně se podmiňují. Základní očekávání je propojeno s triádou dominantních prvků (emoční zážitek, zábavnost, herecká složka), většina diváků, která nepřichází do divadla z nějakých zvláštních důvodů (např. profesních), naplnění svých očekávání a hodnocení míry diváckého zážitku i svoji spokojenost či nespokojenost odvíjí od této základny, přičemž v následných rovinách přistupují samozřejmě prvky další, fakultativní – často řízeně propojené s dobovým kontextem (např. mediální obliba autora, atraktivita tématu živená v určitém čase celou mediální scénou atd.). Stejným způsobem můžeme hierarchizovat i důvody, které zvažujeme při plánování návštěvy divadla a můžeme je seskupit do tří vzájemně na sebe navazujících a podporujících se oblastí aspektů iniciačních, podpůrných a orientačních. Konkrétní podoba mapy těchto oblastí je u každého diváka sice subjektivní a neustále se proměňující, nicméně určité obrysy, hranice a disproporce mají tendenci v podobných vztazích a úměrách setrvávat dlouhodobě, proto k jejich eventuelní radikální změně je třeba časově trvalejší působení patrně nejen divadla jako média komunikace, ale celé mediální scény v komplexu.

6.1.3. Divadelní představení jako hodnototvorný faktor

Celkové výsledky šetření nás opravňují k tomu, abychom **divadlo označili jako místo hodnotové inspirace**. Ukázalo se, že hodnototvorná funkce divadelní komunikace nepopíratelně patří mezi ty základní a její síla se může uplatnit i v dnešní době. Mediální účinky představení nekončí tím, že se pomyslně zavře opona, utichne potlesk a vyčerpaní diváci (i divadelníci) se rozcházejí do svých domovů. Drtivá většina našich respondentů přiznala, že o představení uvažuje ještě po jeho skončení; pouhá 3% odpověděla jinak, to se však rovná velikosti statistické chyby v takto velkém souboru, proto můžeme tvrdit, že divadelní komunikace, prostřednictvím působení svého základního projevu divadelního představení, má tedy **ověřitelně přímé a zprostředkované účinky** (je doložitelně předmětem metakomunikace) na své mediální publikum. Tyto účinky jsou často plánované, neboť vycházejí z inscenačního záměru tvůrců, z hlediska časového rozložení spíše krátkodobé, i když nemalá část diváků se k představení vrací též dlouhodobě, a mají různou silovou intenzitu. Z hlediska typu představení má nejmenší dlouhodobý účinek produkce muzikálového typu, naopak nejdéle se k představení vrací diváci malých scén a komorního divadla činoherního typu.

Označit divadelní komunikaci za zdroj hodnot by bylo odvážné, a kromě toho, by to zcela neodpovídalo pravdě, avšak vidět divadlo jako místo hodnotové inspirace je podle výsledků šetření zcela relevantní. Divadelní komunikace ve svých projevech tuto dimenzi nabízí a divák s určitou připraveností a v odpovídajícím psychologickém rozpoložení tuto inspiraci vstřebává a nadále s ní pracuje jako se specifickou osobní zkušeností, která **zanechává stopy při formování jeho představ a názorů**. Schopnost a dokonce i pouhá ochota tuto inspiraci přijímat není samozřejmostí, souvisí s procesem recepce, reflexe - a provázaně s těmito jevy také interpretace - konkrétního divadelního zážitku (tak, jak bylo pospáno v kapitole čtvrté). Když se podíváme na linii toho, zda je představení schopné nás zaujmout, (což je první krok k tomu, abychom se inspiraci otevřeli), vidíme, že tento typ zážitku v minulém roce okusilo 70% (tedy v podstatě většina) našich respondentů. Pouhých 24% (tedy jen pouhá čtvrtina) však přiznává, že je tento zážitek ovlivnil. Platí, že ne každé publikum je ovlivnitelné stejnou měrou.

Např. z hlediska pohlaví jsou náchylnější ženy, což jistě souvisí i s vyšší mírou jejich očekávání emočního prožitku, protože obecně ti, kteří častěji uvedli do odpovědi na otázku č. 7 (co očekáváte od divadelního představení především) „prožitek, který mě emočně obohatí“, měli v posledním roce z nějakého konkrétního představení zážitek, který je „výrazně ovlivnil“. Také každý druhý pravidelný divák přiznal, že měl v minulém roce tento typ divadelního zážitku, a to bez ohledu na to, zda se jednalo o muže či ženy. Z hlediska typu preferované divadelní produkce jsou k ovlivnění nejpozitivněji naladěni příslušníci publika komorních divadel činoherního typu. A co publikum ovlivňuje především? Nadhled, pohled na život, poučení, sebereflexe.

Z hlediska uplatnění pohledu na divadlo jako na interakci ovšem tvoří jednotlivá obecnstva a jejich diváci jen jednu stranu komunikační výměny, na druhé straně stojí tvůrci, kterým diváci v rámci reflexe svých zážitků napovídají, jaké **rysy** by představení, od kterého očekáváme možný vliv na publikum, mělo mít:

- **Zajímavé téma**
- **Zformovaný názor**
- **Zpracování s prvky humoru či nadhledu**
- **Výrazné herecké výkony**

K dlouhodobějšímu upevnění určitého názoru či postoje, neřku-li k možnému převzetí určitého názoru či postoje, však jednorázový zážitek nestačí (snad jen opravdu výjimečně). Ovšem **aktivní postoj k upevnění opakované divadelní zkušenosti** - v rámci opakované návštěvy stejné inscenace - projevilo pouze 13% respondentů. Zda je cca desetina diváků, kteří zamíří na stejnou inscenaci vícekrát, hodně či málo, je věc úhlu pohledu. Co se jeví jako jednoznačně pozitivní, je fakt, že tito navracející se diváci s sebou většinou přivádějí diváky nové. Muži i ženy mají tendenci navracet se stejně často; s věkem tato ochota klesá, mladší diváci se vrací častěji. Z hlediska různých kategorií publika jsou v tomto ohledu nejpilnější pravidelní diváci, návštěvníci komorní činohry a příslušníci specializovaného publika opery, baletu a tanečního

divadla. Také tito diváci jsou náchylní k tomu, slyšet na určité inscenační prvky, které je vábí znovu do hlediště. Tentokrát se s převahou jedná o vtip a humor a herecké výkony. Zdá se tedy, že optika dnešní doby si nadhled a humor i pro přijetí vážných a celospolečenských témat vyžaduje jako nástroj usnadňující symbolickou interakci mezi tvůrci a diváky.

Z hlediska **navození možného procesu hodnototvorné inspirace** se jako důležitý faktor jeví schopnost inscenačního jazyka vyvolat v obecnstvu příslušné fyziologické stavy a s nimi spojené emoce. Fyziologické reakce se pojí s určitými typy mediálních obsahů – např. strach a jeho projevy s napětím v příběhu, smích a jeho projevy s komediálním zpracováním atd., ale mohou souviset i s citovými účinky, s určitým souzněním diváka s postavami předkládaných příběhů a s jejich jednáním v předváděných situacích. **Citová odezva** je pouze prvním krokem k možnému mediálnímu vlivu na úrovni postojů. Na druhé straně je však pravdou, že oproti podobným zážitkům v jiných životních situacích, je průběh citové odezvy velice zesilován a modelován společným působením obecnstva jako celku, proto podnět, v jiných situacích opomíjený, může mít náhle opravdu iniciační účinek. Podle odborné literatury se má za prokázané, že největší efektivita mediálního působení je v oblasti posilování již existujících názorů (tedy i předsudků), postojů a způsobů chování. Proto segmentizace publika představuje pro možné působení mediálního obsahu lepší přijetí, neboť vytváří prostor pro kódování a následné dekódování diváky, kteří mají obdobné komunikační zkušenosti a jsou na srovnatelné rovině komunikační kompetence. Podle teorie vzorů a imitace může linie fyziologické reakce a citové odezvy vést i ke změně postoje a s ním spojené změně vzorců chování, většinou však takováto proměna není nesena jediným zážitkem a jediným médiem, ale působí jednak v souladu se specifickými osobnostními charakteristikami konkrétního diváka, jednak ve výjimečně vyhraněném reálném kontextu, kde působí vícero médií s podobnými obsahy a se stejným výsledným zacílením.

Z dějin divadla známe období, kdy se na jevišti formovaly názory a postoje velkých skupin společnosti a v jejich důsledku pak i celé společnosti (např. měšťanské divadlo), protože se nabízely podněty a modely, které spouštěly kognitivní procesy a to záměrně. Ovšem i nezáměrné kognitivní působení je

podle teorie kultivace zdrojem ovlivnění diváků. **Potřeba nápodoby jednání prezentovaných v médiích** je předmětem řady odborných diskusí. Divadlu jako komplementárnímu médiu v současné době zcela jistě nepřísluší role, která by měla výrazný dopad na chování společnosti jako celku, jeho úloha v oblasti potvrzování a posilování stávajících hodnot a názorů pouze příležitostně doplňuje jiná dominantní média (zejména televizi). Avšak v oblasti tabuizovaných témat a tam, kde se jedná o vytváření či změnu názorů a postoje, je možná iniciační eventualita divadelní komunikace nasnadě. Zejména v onom malém výseku podmnožiny toho typu publika, které je ochotno se psychologickému působení médií (podle teorie Freuda) opakovaně vystavit. Protikladně k působení citových účinků, které působí v intencích záměru tvůrců, však může jako odezva vzniknout i proces odmítání – tzv. znečitlivění – tedy reakce přesně opačná. Proto účinky médií rozhodně nemůžeme hodnotit jako jednosměrné a vždy musíme vzít v úvahu, že působí spolu s celou řadou dalších faktorů, které je často i přebíjejí.

Ke zvýšení efektivity symbolické interakce, tedy k tzv. porozumění mezi jevištěm a hledištěm, k usnadnění divácké interpretace nabízených obsahů a k usměrnění procesu dekódování vede řada cest, které by tvůrci měli zohlednit. Jedním z prvků je cílená organizace přípravy diváků a vytváření určité atmosféry divadelní komunikace, tzv. **recepčního naladění**, které do jisté míry sjednotí a vyladí nejen obecnostvo konkrétního představení, ale i publika jako celku. Proces divácké recepce se totiž připravuje dlouhodobě. Samozřejmě, že samotná recepce je spojena s průběhem představení, ale její podoba závisí i na tom, co jsme již předtím o inscenaci slyšeli, četli nebo tím, co sami očekáváme. Kvalita recepčního naladění je tedy faktor, který se připravuje spolu se záměry inscenace, není to jen otázka okamžitých dispozic a do jisté (i když někdy malé) míry je programovatelná. Výzkumné šetření jasně ukázalo dvě věci: **průběh a podoba divadelního zážitku je tématem na cestě domů u téměř dvou třetin diváků** a mezi nejdůležitější důvody, které zvažujeme při plánování návštěvy divadla patří to, zda představení doporučil někdo ze známých (šetření ukázalo, že na známé dáme víc než na média). Divácké diskuze po představení a zejména na cestě domů jsou pro následnou konečnou interpretaci a divácké hodnocení představení velmi významné a tvoří základ toho, co budou diváci dále o představení „vyprávět“. Jsou ustavujícím zdrojem následné metakomunikace,

kteřá je součástí přijetí a celkového vyznění uměleckého díla. Současná doba – vzhledem ke zkoumanému vzorku publika – preferuje zkoumání na poli intimní, partnerské a osobní komunikace, postavení muže a ženy a jejich vzájemného vztahu, oblast sebereflexe. To se dá doložit i na příkladu inscenací, které se nejčastěji objevovaly jako opakovaně navštěvované – Caveman a Monology vagíny řeší tuto problematiku přímo, ale i Carmen a Sluha dvou pánů pracují na bázi příběhu, který je založen na partnerských nedorozuměních.

Když porovnáme odpovědi u otázek zkoumajících, která představení zaujala – ovlivnila – byla navštívena opakovaně – vidíme, že se v nich opakují pouze některé tituly a typy. Patrný je např. posun v oblasti muzikálových produkcí: v představeních, která zaujala je poměr mezi muzikály a ostatními uvedenými tituly 1:1, v následujících kategoriích se počet muzikálových inscenací prudce snižuje. Naopak prvkem, který je přítomen vždy a směrem k opakované návštěvě výrazně posiluje, je **herecký faktor**. Divácká afinita k některým hereckým představitelům prokazatelně posiluje možný aspekt následné nápodoby, a to nejen u nejmladších sledovaných diváků. Naše vnímání „jevištní pravdy“ je propojeno s naší schopností citového prožitku, jestliže něčemu uvěříme, pak se citově angažujeme a opačně. Osobnost herce a kvalita jeho hereckého výkonu je často spojovacím můstkem mezi racionálním hodnocením předváděného a emotivním zapojením se do komunikačního procesu; přijetí či nepřijetí jeho herecké postavy souvisí s tím, zda se z role nezúčastněného pozorovatele přesuneme do pozice pozorovatele zúčastněného nebo dokonce aktivního účastníka komunikační výměny. Všechna představení, která byli diváci ochotni navštívit vícekrát, spojuje právě přítomnost takového hereckého představitele, který tu kterou diváckou obec oslovil. Herecký prvek se tak ukázal silnější než vlastní typ produkce nebo samotné téma. Herec a jeho herecká práce se jeví jako nejvýraznější a nejsilnější nástroj zprostředkování významů divadelní komunikace. Herec prezentuje nejenom konkrétní jevištní postavu, ale sebe prezentuje také sama sebe (přichází na jeviště vybaven svou pověstí, svým již dříve pěstovaným a očekávaným image) a současně reprezentuje i celý kolektiv tvůrců a jejich hodnotový systém, který je do inscenačního jazyka jako návodný klíč začleněn. Řada diváků spojuje své úvahy o představení primárně právě s úvahami o důvěryhodnosti či nedůvěryhodnosti jednotlivých hereckých představitelů. *„My žijeme v období velikého scénování, všechno se předvádí.*

*Realita sama o sobě, kromě toho, když ji sama prožijete na vlastní kůži, ta vlastně neexistuje. Všechno něco zprostředkovává. Takže otázka zní: Co je na tom divadle v této chvíli tak zajímavé? Já si myslím, že nejvíce do popředí vystupuje ani ne tak situace, ta samozřejmě trvá, ale vystupuje moment té reprezentace a prezentace herce.*¹⁰⁴

Pokud bychom se tedy na závěr této podkapitoly opět vrátili k Watsonově modifikaci Lasswellovy poučky (co je ovlivňováno – v kom – jak – do jaké míry – v jakém časovém rozpětí), můžeme konstatovat, že:

- To, co může být ovlivňováno především, jsou **emoce a následně postoje** a z nich vyplývající způsob chování.
- Z hlediska míry jsou nejvíce ovlivnitelné **mladší ženy**, publikum složené z **pravidelných diváků a návštěvníci činoherních představení komorního typu**.
- Metody a postupy ovlivňování jsou propojeny skrze **téma, humor a nadhled** a zprostředkovávány přes individuální **sebereflexi postav**.
- Míra ovlivnitelnosti souvisí **s otázkou hereckého obsazení a s kvalitou hereckého provedení**.
- Z časového hlediska působí účinek divadelního představení nejčastěji **krátkodobě**, proto je vhodné o něm hovořit nikoliv jako o zdroji vlivu, ale spíše o **komponentu s inspirativní rolí**.

Prostor pro hodnototvornou inspiraci se ovšem neotvírá pouze pro návštěvníky divadelní komunikace. Z hlediska etnografického úhlu pohledu je třeba připomenout i inspirativní úlohu diváků směrem k divadelním tvůrcům. Formulování představ, názorů a postojů je totiž v rámci komunikační výměny obousměrné, a tak stejně jako tvůrci působí na svého diváka, divák a jeho interpretační odezva působí zpětně na inscenačního tvůrce. Divadelní divák sám sebe nejvíce vidí jako pozorného (viz otázka č.12, Příloha č. 5), signalizuje tak svoji aktivitu a ochotu podílet se na vzájemné komunikační interakci (a to i v případech typů divadelních produkcí, které nepreferuje), většinou je tedy na

¹⁰⁴ Císař, J. *Záznam rozhovoru*. Příloha č. 7

tvůrcích, zda dokáží tuto aktivitu přijmout a vhodně usměrnit, nebo zda ustrnou na principu do sebe zahleděné samomluvy.

6.1.4. Divadlo a jeho mediální obraz v kontextu ostatních médií

Tohoto podtématu se zaměření celého šetření dotýká pouze okrajově, proto následující diskuze výsledků zůstane spíše v rovině deskriptivní analýzy s naznačením z ní vyplývajících tendencí. Dotazníkové šetření se věnovalo pouze třem odděleným aspektům tohoto problému – otázce internetové komunikace, oblasti divadelních recenzí a kritiky a diváckému ohlasu na fenomén divadelních cen.

Dnešní doba je dobou medializace, jen události, jevy a prvky, které prošly procesem mediálního zviditelňování, se následně mohou dostat do oběhu celospolečenské komunikace. Z toho následně plyne, že divadlo jako komplementární médium si samo na budování svého mediálního obrazu nestačí, musí se **aktivně zapojit do procesu zviditelňování skrze ostatní média**. V tomto procesu šetření ukázalo na naprosto **dominantní úlohu internetu a internetové komunikace**, protože rovnoměrně zasahuje všechny složky a typy potencionálních divadelních publik. Internet je zdrojem informací, prostorem pro předávání zpráv a zážitků, polem pro sebevyjádření a hodnocení našich zkušeností. Kromě diváků, kteří chodí do divadla nejméně často, vždy a ve všech ostatních sledovaných podsouborech převažovaly odpovědi typu ano, používáme internet. Řada divadel si tuto dnešní možnost přímé komunikace s divákem dobře uvědomuje a internetovou podobu komunikace s potencionálními návštěvníky pěstuje a rozšiřuje. Příkladem může být aktivita Národního divadla a podoba jejich webových stránek (včetně projektu Mini site pro jednotlivé inscenace) nebo prezentace ND např. na Facebooku (kde měla činohra ND k 28.1.2010 celkem 693 fanoušků). Zdá se, že dnes je internetová komunikace pro proces zviditelňování nejen dominantní, ale i prvotní, a může dobře suplovat řadu dříve zcela interpersonálních postupů.

Efektivita dalších sledovaných nástrojů, které divadlo jako celek používá k oslovení nebo k eventuelnímu ovlivnění publika, je mnohem více diskutabilní. Například váha tradičního nástroje – **divadelní kritiky a recenze** – je velmi kolísavá a v podstatě se ukázalo, že má svoji roli definovanou pouze vůči malému spektru specializovaných a pravidelných diváků. Většina respondentů na odborná doporučení příliš nedá nebo je dokonce vnímá jako negativní prvek. „Zde budu souhlasit s respondenty v tom, že k návštěvě je motivují názory ‚známých‘ a přidal bych k tomu ještě různé informace v televizi, rozhlase nebo v novinách o chystané inscenaci. Propagační funkci naopak více méně ztratila naše – a nejen naše – divadelní kritika. Svůj smysl neumí vydefinovat, chybí zde osobnosti, kritéria, různé atraktivní žánry atd. V novinách se objevuje setrvačně, a to nikoliv pro diváky, nýbrž pro herce samé, kteří ovšem alibisticky prohlašují, že kritiky nečtou.“¹⁰⁵

Budování ohlasu určité inscenace a proces metakomunikace se tedy spíše rozdvouje a odborná veřejnost se často vydává jinou cestou než divadelní publikum. Tato otázka patrně souvisí nejen s redefinováním úlohy kritiky, ale i s poučeností diváků a s nastavením jejich komunikačních kompetencí, které jsou v první řadě formovány jinými masovými médii, nicméně divadlu jako celku tato dvojkolejnost škodí, protože snižuje jeho autoritu a manévrovací prostor v rámci ostatních médií komunikace. Přitom primárně nejde o to, přizpůsobit názory kritiků názorům publika, ale o schopnost recenzentů respektovat diváky jako součást hodnocení účinků uměleckého záměru a věnovat soustavnou pozornost tomu, jak vhodně diváckou reflexi modelovat. Z následné diskuze vyplynulo přesvědčení, že úloha kritiky v neoborných periodikách či jiných médiích, by měla být spíše facilitační než mentorská. „Úloha kritiky směrem k divákovi je u nás tradičně dost malá. Většina řadových diváků kritiky nečte, a pokud si je náhodou přečte, tak jim nerozumí nebo nevěří. Tato skepse bývá někdy záchranou divadla, neboť vkus kritiky podléhá módním vlnám. Úloha kritiky je podstatná nebo by spíš měla být pro tvorbu samotnou – jako reflexe, svědectví a doklad uměleckého snažení divadla“¹⁰⁶

Ostatní média se samozřejmě divadlu věnují na základě naplňování svých vlastních komunikačních funkcí a společenských poslání na bázi komunikačních

¹⁰⁵ Hyvnar, J. *Standardizovaný rozhovor*. Příloha č. 8

¹⁰⁶ Kudláčková, J. *Záznam standardizovaného rozhovoru*. Příloha č. 9

forem, které jsou blízké jim samým. Divadlo je předmětem, o kterém se informuje, referuje, v ohnisku zájmu se objevují jak některé divadelní produkce, tak vybraní tvůrci či interpreti a herečtí představitelé. Pokud se nejedná vyloženě o reklamní komunikaci, stojí divadlo na pozici toho, kdo oslovuje, nabízí, snaží se zaujmout další média. Výsledky a konečné podoby způsobu komunikování o divadle v jiných médiích jsou ovšem výhradně v gesci těch, kteří se primárně věnují těmto mediálním prostředkům komunikace. Tak jako doba postupně spěje ke konvergenci médií – nejen funkční, ale i obsahové – tak se pod širší chápání pojmu divadelní komunikace patrně začnou stále častěji zahrnovat i procesy komunikace s divákem, které budou jednak předcházet návštěvě představení a jednak následovat po konkrétním divadelním zážitku. Rozšíří se tím proces práce a tvorby na inscenaci a také složení tvůrčího týmu. Některé prvky tohoto procesu jsou již v chování některých divadelních institucí přítomny, zatím se však nedá hovořit o jednotném, plánovaném a ustaveném postupu na poli divadelní komunikace jako celku.

Oblastí, která sice kooperuje s ostatními mediálními prostředky, avšak zůstává v přímém řízení divadelníků, je **způsob oceňování jednotlivých divadelních institucí, inscenací, tvůrců a hereckých představitelů**. Oceňování těchto uvedených kategorií se provádí ve spolupráci s prostředky masových médií a skrze masmédiá, ale podstata zůstává v rukách určité divadelní komunity (ne však forma zviditelnění, ta je v režii masmédií). Z výsledků šetření se však zdá, že dnešní způsob a podoba hodnocení, včetně jejich procesu medializace, neplní svoji roli vzhledem k očekávání publika. „*Divadelní ceny se u nás netěší takové vážnosti jako v jiných zemích. Mají smysl tak pro potvrzení profesionální prestiže jednotlivých tvůrců, posílení jejich šancí na pracovním trhu. Možná v menších městech bývají vítaným zčeřením poklidné hladiny společenského života a přinášejí nositelům popularitu. V Praze rychle zapadnou ve víru atraktivnějších událostí.*“¹⁰⁷ Z hlediska možné role určité pobídky vzhledem k divácké obci, zůstávají **divadelní ceny** na úrovni orientačních prvků, jejich síla - vztaženo k publiku - je v podstatě zanedbatelná. Pokud je nespécializovaní diváci vůbec zaregistrovali, pak nanejvýš cenu Thalie. Otázkou zůstává jejich skutečná váha směrem dovnitř divadelní komunity a vůči příslušníkům specializovaného publika. Zdá se tedy, že divadelní ceny v současné podobě neplní funkci efektivního

¹⁰⁷ Kudláčková, J. *Záznam standardizovaného rozhovoru*. Příloha č. 9

nástroje k ovlivňování a usměrňování publika, nejsou názorným prostředkem pro rozšiřování divácké kompetence, protože nepožívají potřebné autority a pokud by tyto cíle měli plnit v budoucnu, je třeba jejich podobu přeprogramovat. *„Divadelní ceny jsou dnes hodně zprofanované a pro diváky mají malou hodnotu. Platí to nejen pro divadlo, ale i jiná umění, vědu, sport, žurnalistiku atd. Na první pohled snaha zastavit ‚tekoucí realitu života‘, ve skutečnosti příležitost, aby si vyznamenání zapsali čárku do svého curriculum vitae.“*¹⁰⁸

Oblast budování mediálního obrazu divadelní komunikace je velice široká a v současnosti dynamicky se vyvíjející. Toto výzkumné šetření se zaměřilo pouze na ty vybrané aspekty, které souvisí s výzkumem publika, ale i tak poukázalo na problematický a nevyrovnaný stav v této oblasti. Modelace určitého recepčního i interpretačního vyladění publika za součinnosti jiných médií než je divadlo samo, se jeví jako výzva současné doby, která zasáhne i způsob práce jednotlivých inscenačních týmů a jistě si v důsledku vyžádá i nové kompetence nejen na straně diváků, ale i na straně tvůrců. Potřeba diskuse nad funkcemi a podobou kritiky či divadelních cen je jen jedním ze signálů proměny doby, která představuje přechod od masových k síťovým médiím a též směrem k výrazně interaktivnímu publiku.

6.2. Dílčí závěry

V rámci výzkumného šetření byly stanoveny pracovní hypotézy, které nastavily určitou interdisciplinární optiku mapování současného prostředí divadelní komunikace a divadelního představení jako základního komunikačního nástroje, který vstupuje na pole ostatních komunikačních médií. Na základě celého výzkumného šetření je tato podkapitola věnována výsledkům ověření, eventuálně redefinování těchto stanovisek.

Z teoretického hlediska vycházelo výzkumné šetření z následujících premis, které odpovídaly na otázky, položené vždy na počátku jednotlivých teoretických kapitol

¹⁰⁸ Hyvnar, J. *Záznam standardizovaného rozhovoru*. Příloha č. 8

a které považujeme v rámci uvedeného vymezení za doložené. **Hlavní teze charakterizující specifičnost představení** můžeme formulovat takto:

- Divadlo je komunikačním médiem a tvoří v systému masových komunikačních médií sice doplňkovou, ale nepostradatelnou součást mediálního prostoru. Vzhledem k jeho charakteru můžeme divadlo označit na komplementární médium komunikace, které má funkci intervenujícího doplňku.
- Divadlo ze své podstaty není masovým médiem, ale určité typy divadelní komunikace mohou nabírat znaky masové komunikace. Divadelní publikum tendující k charakteru masového publika je iniciováno určitým typem jednotlivých divadelních produkcí.
- Divadelní komunikace má jisté specifické rysy, které jsou vlastní pouze jí samé, a proto je nezastupitelná a nelze ji nahradit jinými druhy komunikace v plném rozsahu. Proto je komunikace divadlem trvalým jevem, i když formy, typy a postupy divadelních představení mají podobu přechodnou, kontextuálně propojenou s historickým vývojem.
- Principy mediální práce v jednotlivých typech médií se navzájem ovlivňují a některé prvky z divadelního způsobu komunikace prostupují do světa masmédií a opačně. Základní komunikační funkce a charakter jednotlivých médií se tím však ani nemění, ani nedochází k pohlcování ani k zástupnosti médií mezi sebou, přestože se vzájemně podporují.
- Divadlo kopíruje vývoj společnosti a výrazně se diversifikuje ve stále širším procesu modelování specifických žánrových tvarů, nicméně pro většinu potencionálního publika podstatou narativní struktury divadla zůstává prezentace situace ve specifickém časoprostoru.
- Neodmyslitelnou a neoddělitelnou součástí divadelní komunikace je přenos postojů a hodnotových systémů divadelních tvůrců na publikum, proto by společnost měla věnovat pozornost divadelnímu vývoji jak v komerčním, tak i ve veřejném sektoru.

- Divadelní publikum současnosti je silně pluralizované a segmentizované, vedle publik, které svým zaměřením tendují k charakteristikám masového publika, se prosazují jednotlivá specializovaná publika. Ačkoliv v rámci celku se jednotlivá publika chovají odděleně, průniky jednotlivých diváků z publika do publika jsou časté. Řada diváků je souběžně členy několika publik zároveň.

V rámci stanovení základních cílů výzkumu byly formulovány **pracovní hypotézy** (viz kapitola 4.1.1.). Následně uvádíme, které z nich se podařilo potvrdit a které je naopak třeba redefinovat, protože získané výsledky je buď vyvrátily anebo nebyly natolik průkazné, aby je dokázaly stvrdit.

Fenomén návštěvy divadla jako zvláštního typu sociální komunikace:

- **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.** Tato hypotéza se potvrdila v celém rozsahu, dokonce četnost návštěv je početně vyšší u více než tří čtvrtin sledovaného souboru.
- **Divadlo je chápáno jako součást společenské komunikace, proto většina návštěvníků nepřichází sama a společenské funkce jsou neoddělitelnou součástí divadelního zážitku.** Také tato hypotéza se potvrdila, počet diváků, kteří uvedli, že chodí do divadla nejvíce sami, je v mezích statistické chyby souboru (3,5%). Dále platí, že návštěva divadla má své společenské konotace, ale jsou spíše charakteru osobního a mají podobu interpersonální komunikace (nanejvýš skupinové v rámci malé skupiny s výrazně osobními vazbami), celospolečenský charakter nebo rysy veřejné komunikace jsou spíše ojedinělé.
- **Návštěvu divadla více vyhledávají a také plánují ženy, a to ve všech věkových kategoriích, proto také ženy mají častěji své oblíbené divadlo.** Potvrdila se pouze první část této hypotézy, muži prokázali jen o velice málo nižší schopnost oblíbit si určité divadlo, dokonce z hlediska určitých typů divadelních produkcí (malé scény) se

ukázalo, že mají oblíbené divadlo častěji. **Redefinice hypotézy zní: Návštěvu divadla více vyhledávají a také plánují ženy, a to ve všech věkových kategoriích, přesto schopnost oblíbit si určité divadlo je u mužů i žen téměř obdobná.**

- **Vzhledem k celkovému kontextu doby bude v současnosti patřit k nejpreferovanějším typům představení muzikál a hudební divadlo.** Tato hypotéza se ukázala jako mylná. Kategorie muzikál a hudební divadlo byla označena jako nejpreferovanější typ pouze v jediném souboru respondentů (ve věkové kategorii 19-23let), ve všech ostatních sledovaných souborech se na prvním místě objevila až ve druhé volbě a také při celkovém součtu první a druhé volby skončila na druhém místě za činohrou, a to s výrazným odstupem. **Redefinice hypotézy zní: V kontextu dnešní doby se jako nejpreferovanější ukázala představení činohry, která má jasně dominantní postavení u drtivé většiny všech sledovaných respondentů.**
- **Vzhledem k vybranému vzorku respondentů - vysokoškoláci netechnických oborů - se budou objevovat, alespoň jako druhé v pořadí preferencí, také alternativní postupy, přitažlivé zejména v mladší věkové kategorii.** Tato hypotéza se v podstatě potvrdila, alternativní postupy se průkazně objevily až ve druhé volbě (v první byly pod hranicí statistické chyby), a to nejvíce ve věkových kategoriích do 30 let. Je však třeba podotknout, že objevování se bylo spíše sporadické (nejvyšší hodnota dosáhla 8%), tyto věkové kategorie preferují tedy i ve druhé volbě většinou představení jiného typu.

Specifikace a hierarchizace důvodů návštěvy divadelního představení:

- **Divadlo je vždy spojováno se zábavní funkcí, proto faktor zábavnosti a komediálnosti patří k dominantním důvodům návštěvy představení ve všech věkových kategoriích u mužů i u žen.** Tato hypotéza se potvrdila z určitého úhlu pohledu. Faktor zábavnosti a komediálnosti k dominantním důvodům návštěvy skutečně patří, dokonce při posuzování první volby se umístil na prvním místě, celkově však při součtu první a druhé volby se posunul na místo druhé a ve věkové kategorii nad třicet let spadl dokonce na místo třetí. Proto lze konstatovat,

že jako nejdůležitější se prvek zábavnosti a komediálnosti jeví pro skupinu mladých mužů. Dále je třeba připomenout, že pojem zábavnosti může být chápán dosti široce (viz kapitola 1.4.2.); pokud zdůrazňujeme komediální způsob zpracování, posouvá se tento aspekt až na čtvrté místo z hlediska důležitosti důvodů, které zvažujeme, když chystáme návštěvu konkrétního představení. **Redefinice hypotézy zní: Faktor zábavnosti a komediálnosti patří do množiny dominantních prvků, které diváky vedou k návštěvě divadla, ve skupině mladých mužů je to dokonce prvek nejdůležitější.**

- **Diváci od divadla očekávají hluboký emoční prožitek, ženy spíše na půdorysu příběhů vyprávěných z osobních úhlů pohledu, muži ocení společensky či politicky dráždivá témata.** Na základě šetření můžeme konstatovat, že se plně potvrdil první předpoklad hypotéza, avšak druhý předpoklad se ukázal jako mylný. Emoční prožitek (spolu s tématem, které osloví) je faktor, který se v souboru očekávání umístil celkově na prvním místě při součtu první a druhé volby, samostatně byl sice uváděn na místě druhém, ale v rozmezí statistické chyby v poměru k místu prvnímu. Aspekty příběhů a společensky dráždivých témat se jako dominantní neprokázaly ani u mužů ani u žen, i když muži je volili o poznání více. Poptávání politicky dráždivého tématu se ukázalo jako zcela marginální, a to jak u mužů, tak u žen, kde zůstalo dokonce pod statistickou chybou. **Redefinice hypotézy zní: Diváci od divadla nejčastěji očekávají hluboký emoční prožitek spolu s tématem, které je schopné je oslovit. Zpracování politicky dráždivého tématu v tuto chvíli nemá potenciální divácké zázemí.**
- **Vývoj dnešní doby, která upřednostňuje vizuální a spektakulární rysy komunikace a vyznačuje se značnou mírou masmediální masáže a reklamní manipulace, vyvolá u diváků spíše volbu typu divadelního představení jako efektní podívané s tvůrci, které znají z masmédií, např. z televize, jako jeden z důležitých faktorů při výběru konkrétního představení.** Tato hypotéza se nepotvrdila, jmenované faktory se do množiny dominantních prvků nedostaly. **Redefinice hypotézy zní: I v dnešní době má při výběru představení veliký vliv osobní doporučení od známých (tedy šeptanda).**

- **Převažující důvody, které přivádějí do divadla diváky, kteří přicházejí pravidelně či velice často, se liší od důvodů těch, kteří přicházejí spíše nahodile. Pravidelní diváci výrazně preferují jeden typ divadla, včetně výběru oblíbeného divadla a představení, která jsou schopná je zaujmout.** Tato hypotéza se potvrdila z určitého úhlu pohledu. Množina prvků, které dominantně přivádějí diváky do divadla, je pro všechny typy publika jednotná, avšak pořadí důležitosti se u pravidelných diváků a nahodilých diváků opravdu liší.
- **Osobnost herce a kvalita jeho hereckého výkonu bude vzhledem k charakteru divadla jako živého interaktivního umění patřit k dominantním faktorům při výběru i hodnocení představení.** Tato hypotéza se plně potvrdila pro všechny typy publika a u všech sledovaných souborů.

Divadelní představení jako hodnototvorný faktor:

- **Účinek divadelního představení přetrvává i po časově omezené době konání představení a tento typ zážitku se pravidelně stává komunikačním tématem rozhovorů.** Tato hypotéza se plně potvrdila. Divadlo se prokázalo jako místo hodnotové inspirace, přetrvávání divadelního zážitku je nejčastěji krátkodobé (řádově do několika dnů) a tématem konverzace se zážitek z divadelního představení stane nejpravděpodobněji již na cestě z divadla domů.
- **Divadelní představení může představovat typ prožitku, který nás ovlivní v našich názorech a postojích, míra náchylnosti k ovlivnění je vyšší u žen.** Tato hypotéza se potvrdila; můžeme dodat, že ovlivnitelnost přiznává celkem čtvrtina diváků a ženy jsou mírně náchylnější k tomu, nechat se divadelním představením ovlivnit. Tato náchylnost s přibývajícím věkem dokonce nepatrně stoupá (těsně nad hranicí statistické chyby).

Divadlo a jeho mediální obraz v kontextu ostatních médií:

- **Recenze, hodnocení a oceňování jednotlivých představení a divadel může výrazně usměrňovat zájem divadelního publika.** Tato hypotéza platí pouze pro pravidelné diváky a specializovaná publika; v jejich rámci pak více pro diváky ženského pohlaví. Pro jiný typ diváků tato hypotéza neplatí. **Dodatek k hypotéze zní: Tato hypotéza platí pouze za podmínky omezené platnosti pro přesně definovaný typ diváka (divák pravidelný nebo specializovaný).**
- **Využívání internetu k informování o divadelním dění a k propagaci konkrétních divadel a představení je tím efektivnější, čím jsou diváci mladší, u žen i mužů přibližně stejně.** Tato hypotéza platí jen částečně. Ukázalo se, že internet ve vztahu k divadelní komunikaci využívají dvě třetiny všech diváků, ženy výrazně více než muži, z hlediska četnosti návštěv jsou to pravidelní diváci a z hlediska věku je nejvyšší frekvence užívání internetu ve věkovém intervalu 24-29 let, rozdíl však oproti ostatním věkovým kategoriím není příliš výrazný. Velikost bydliště nehraje v tomto případě žádnou roli. **Redefinice hypotézy zní: O dění na divadelní scéně se většina diváků, kteří chodí do divadla alespoň jednou do roka, dozvídá cíleně z internetu, ženy jsou v tomto výrazně aktivnější než muži.**
- **Vzhledem k propojování informací o dění na divadle v rámci ostatních masmédií, zejména v televizích (veřejnoprávní i soukromých), a vzhledem k prostoru, který divadlo v určitém typu pořadů dostává, se přístup diváků k problematice budování mediálního obrazu divadla podle velikosti místa bydliště příliš neliší, diferencuje se spíše podle věku a pohlaví.** Tato hypotéza se v podstatě potvrdila. Pokud se souhrnně podíváme na všechny odpovědi na otázky, které se věnovaly této problematice, vidíme, že v žádné z nich se neprokázal vliv velikosti bydliště, vliv věku se objevil pouze v otázce sledování udílení cen, avšak je nevýrazný; jako významné faktory se projevíly pouze aspekty pohlaví a četnosti návštěv (ženy a pravidelní návštěvníci se těmito otázkám věnují výrazně více). **Redefinice druhé části hypotézy zní: Přístup diváků k problematice budování mediálního obrazu divadla se podle velikosti místa bydliště neliší, diferencuje se spíše podle pohlaví a četnosti návštěv.**

6.3. Závěrečná doporučení

Předcházející podkapitoly se věnovaly deskripci, analýze a interpretaci současného stavu divadelní komunikace ve smyslu zkoumání nastavení vztahu divadlo a diváci na základě výsledků výzkumného šetření. Tato podkapitola má charakter spíše preskripční. Soustřeďuje se na možné trendy blízkého vývoje a nabízí určitý soubor doporučení, která pracují s očekávanými kontextuálními proměnami současného kulturního prostoru.

1. Divadelní komunikace, se svým základním projevem návštěvy divadelního představení, je **trvale zakořeněna ve společenských konvencích a vzorcích chování jako společensky ceněný způsob trávení volného času**, a tak tomu bude patrně i do budoucna. Nejpočetnější zastoupení má potencionální publikum divadla činoherního typu, které se jeví jako poměrně konstantní ve svých očekáváních a konzervativní z hlediska přístupu k alternativním postupům a žádné signály nenaznačily, že tento poměr by se mohl v blízké době dramaticky měnit. Proto by měli tvůrci, odborná veřejnost i kritika věnovat divadelním proudům, které pracují ve svých inscenačních postupech na bázi činoherní konvence, odpovídající pozornost. Zde se totiž formují a budou formovat zdroje a podoby základní mediální gramotnosti diváka ve vztahu k divadlu jako médiu komunikace.
2. Divadlo se jako takové o svoji existenci obávat nemusí, protože se zdá, že ve společnosti je vždy přítomna určitá konstantní množina potenciálních diváků, kteří specifickou podobu divadelní komunikace vnímají téměř jako fyziologickou potřebu, a ti do divadla chodí a budou chodit vždy (platí pro ekonomicky, společensky a politicky konsolidovanou společnost), i když se samozřejmě v závislosti na různých faktorech proměňují jejich preference ohledně typu a žánru divadelní produkce. Na druhé straně je zde však i poměrně stálá množina těch, kteří z principu nejsou ochotni přijmout roli diváka. Potenciál divadelního publika je tedy v určité míře limitně omezen, není možné očekávat, že se bude zvyšovat přímo úměrně s kvalitou divadelní produkce. Kromě zintenzivnění tvůrčí a umělecké práce **vedou ke zvýšení návštěvnosti dvě cesty – jedna míří přes zvýšení četnosti návštěv** a tedy k rozšiřování počtu pravidelných diváků, (kteří se rekrutují z řad potencionálních diváků) - a ta **druhá spočívá ve schopnosti vyvolat v těch, kteří nemají přirozenou potřebu divadla pocit**, že návštěva představení je důležitá a zajímavá ještě něčím dalším,

něčím jiným, co přímo nepracuje s podstatou divadelní komunikace, tedy, **že divadlo reprezentuje ještě něco jiného než pouze divadlo samo.** Tady se otevírá prostor za pomoci mediální a veřejné komunikace vytvořit a pěstovat kontext, ve kterém původně fakultativní prvky (jako je např. známost hereckých interpretů, vážnost tématu, společenská prestiž autora atd.) přerostou v iniciační aspekty návštěvy divadla.

3. Současná doba je však charakteristická ústupem reprezentativní funkce divadla, protože divadelní publikum elitního charakteru se vyskytuje spíše v oblasti představ divadelníků než v realitě a žádný typ současného divadelního publika nedisponuje prokazatelným společenským, natož pak politickým vlivem. V tom se projevuje určitý paradox: divadlo sice disponuje svojí specifickou a nezaměnitelnou funkcí, ale jeho váha se uplatňuje skrze jiná média. Divadlo se již naučilo zdůrazňovat svá specifika, ale mělo by do budoucna více **připomínat i svoji mediální podstatu a příbuznost s rodinou ostatních komunikačních médií.** V rámci interdisciplinárního zkoumání divadla by se měl jako jeden z možných úhlů pohledu posílit i proud, který na divadlo pohlíží jako na místo specifické komunikační interakce, jako na komplementární médium, které má funkci intervenujícího doplňku a modelovat tak místo divadla v systému zkoumání médií v rámci mediálních studií.
4. Dnešní doba je dobou medializace, takže proces zviditelňování se uskutečňuje téměř výhradně skrze média. Jestliže se obrazně mluví o tom, že divadlo nastavuje obraz společnosti, pak ostatní média nastavují obraz divadlu. Tak, jako je obraz společnosti deformovaný divadelními postupy, je i mediální obraz divadla formovaný optikou, která vychází z principů práce příslušného referujícího média, nikoliv divadla samotného. Doba tenduje – a do budoucna bude tento trend sílit – k posilování konvergence médií ve všech směrech. Již dnes je pro divadelní instituce životně nutné informovat, referovat, propagovat se skrze masmediální prostředky, např. z šetření jasně vyplývá výrazná úloha internetu. Faktor pěstování a zvyšování mediální gramotnosti se tedy netýká pouze diváků, ale přímo i divadelních institucí a tvůrců samotných. Do zásad jejich vzdělávání by měly více proniknout prvky komunikačních technik a dovedností, které je naučí **skrze zejména masmédia lépe artikulovat potřeby, postavení a sílu divadla.**

5. Dnešní doba bezesporu přináší **zlomové prvky právně v oblasti redefinování technik práce s divákem**, a to i s potencionálním divákem, tedy s takovým, který návštěvu divadla teprve plánuje. I do budoucna budou sílit komunikační postupy věnované problematice modelování a řízení metakomunikace a oblasti faktorů kvality recepčního vyladění diváka. Divadelní komunikace sama o sobě je do jisté míry zároveň formou metakomunikace a zároveň i předmětem metakomunikačního procesu, který dotváří podstatnou měrou přijetí i vyznění určité divadelní inscenace. Mediální ohlas představení se rodí z mnoha zdrojů – z vyprávění těch, kteří představení opravdu viděli, z tzv. „šeptandy“, která zpracovává podněty i od těch, kteří o něm pouze slyšeli (je signifikantní, že o mediálně známých produkcích často mluví zasvěceně víc lidí, než kolik je opravdu vidělo), z oficiálních mediálních produktů jiných médií. Dnešní podoba tzv. „šeptandy“ nemá jen formu interpersonální komunikace, ale skrze interaktivní média se pole jejího působení rozšiřuje i proměňuje. V rámci především internetové komunikace mohou její vstupy výrazně formovat i tvůrci sami; nechat diváky nahlížet do procesu tvorby a vzniku inscenace, připravovat půdu po řízené asociace a doladovat výklad užitých symbolů a postupů, atd. Cesta současného diváka k dekódování významů konkrétního divadelního zážitku začíná tedy mnohem dřív, než se stane součástí určitého obecnstva. Tento aspekt byl latentně přítomen vždy, ale doba masových a síťových médií ho posílila a posunula do polohy neopomenutelného faktoru. Podobu přímé propagace a reklamy má pouze na té nejnižší úrovni, sofistikované formy pracují nejen na prezentaci inscenací, ale také na reprezentaci tvůrců a divadelních institucí; zakládají se webové stránky, vizuální podoby prezentace, diskuzní chaty, divácké kluby atd. Dnešní doba je dobou individualizace a personalizace na straně tvůrců i příjemců uměleckého sdělení. Efektivita této interakce souvisí se schopností inscenátorů nejenom vytvořit ojedinělý, svébytný a zvláštní umělecký jazyk inscenace, ale také nabídnout divákovi klíče k jeho dešifrování, poskytnout instrukce k preferovanému čtení možných interpretací, a to již před návštěvou představení. Řečeno obrazně – zviditelnit základní teze a představit poznámkový aparát, který je pro diváka nástrojem k asociačním mapám tvůrců a k nastavení orientace v hypertextových odkazech, které jsou tak příznačné pro postmoderní tvorbu. Proto se součástí inscenační

práce stávají i mechanismy této řízené a aranžované komunikace s teprve budoucími diváky a definovaným prvkem tvůrčích týmů pracovník, který tuto pozici zastává (může to být kumulovaná funkce v rámci jiného postu). Tím se obloukem opět dostáváme k **potřebě mediálního vzdělávání tvůrců**, neboť proces personalizace na straně tvůrců je provázen procesem segmentace na straně publika a každý typ publika vyžaduje trochu odlišné komunikační postupy a techniky. Pojem realizace divadelního díla dnes nezahrnuje pouze to, co se odehrává na jevišti, ale zahrnuje i komponování situací v hledišti. Proto by měl být proces zviditelňování tematizován stejně jako produkce, k jejíž propagaci přispívá.

6. S procesem řízeného zviditelňování inscenační práce souvisí i zmíněný faktor určitého recepčního vyladění publika na základě recepčního naladění jednotlivých diváků, a to opět nejen v rámci průběhu představení, ale již dopředu. Jedním z kroků tímto směrem je vnímání fragmentarizace publika a **formování specializovaných publik, sdružujících se kolem uměleckých osobností, inscenačních postupů, divadelních institucí**, tedy specializovaných publik formovaných nikoliv jen žánrem a typem (jako je operní či baletní publikum). Při segmentizaci publika podle cílových skupin se efektivita mediální práce výrazně zvyšuje, protože se rozšiřuje prostor pro kódování a dekódování významů vzhledem k obdobné divácké zkušenosti publika a též k srovnatelné divácké kompetenci. I do budoucna je třeba počítat s tím, že nejvýraznějším a nejpočetnějším segmentem divadelní divácké obce bude ženské publikum.
7. Z hlediska celospolečenské poptávky se jako důležitá do budoucna jeví možná hodnototvorná funkce divadelní komunikace. **Divadlo jako místo hodnotové inspirace** nabírá na významu s procesem globalizace a v rámci sjednocování Evropy. Při formování kulturního hybridu evropské identity může symbolická komunikace divadlem hodně přispět v hledání optimálního nastavení společného kulturního filtru, který se stává rámcem modelování evropské mentality a rozšířených vzorců chování. Pro určitý, i když poměrně malý segment obtížně mediálně manipulovatelného publika, se divadlo může stát tím přijatelným médiem, které spojuje nabízené normativní předobrazy s citovým obsahem. *„Každá komunikace totiž v sobě již explicitně obsahuje zárodky manipulace, téměř každá informace*

*bývá, často I nevědomě, zároveň instruktáží. Umělecká komunikace má tu výhodu, že jsme obecně náchylnější manipulační prvky tolerovat a dokonce nám mohou svým způsobem rozšiřovat proctor pro kreativitu s tvůrčí svobodu řízených asociací a paradoxního myšlení vně hodnotícího filtru.*¹⁰⁹ Ostatně s uznáním potřeby a vlivu hodnototvorné funkce divadla souvisí i uznání potřeby podpory ze strany veřejných rozpočtů.

8. Výsledky šetření odkázaly k obrovské a ničím nezastupitelné úloze hereckých představitelů jako bezprostředních zástupců celého kolektivu tvůrců. Z hlediska komunikačního úhlu pohledu je herec zároveň součástí komunikačního sdělení jako celku a zároveň mediátorem komunikace, který působí jako prostředník směrem k adresátovi – obecenstvu. Herec je ten, kdo prezentuje nejen sebe sama v roli, ale též reprezentuje inscenační tým a kvalita jeho práce je tím faktorem, který výrazně ovlivňuje efektivitu diváckého zážitku ve smyslu: přišel – viděl – porozuměl – přijal se souzněním. Ukázalo se, že diváci všech typů publik si toho jsou vědomi a kvalitě hereckého ztvárnění přikládají velikou důležitost; prožitek ze sledování hereckých výkonů se zařadil mezi základní motivy návštěvy divadelního představení vůbec. Proto by měla kritická a odborná obec **věnovat větší pozornost otázkám vzdělávání herců, osobního vývoje výrazných hereckých osobností**, a to ve všech typech divadelních produkcí, způsobům hodnocení a oceňování herecké práce, jak v rámci jednotlivých inscenací, tak z hlediska mapování jejich osobnostních kariér a profesního růstu. Stejně velká pozornost by se měla věnovat i metodice práce s hercem v rámci přípravy ostatních divadelních profesí.
9. Společně s procesem diverzifikace společnosti a návazné segmentace publika, dochází také k diverzifikaci typů divadelní komunikace, a tak jako vedle sebe koexistují různá publika, koexistují vedle sebe i rozrůzněné podoby, formy a typy divadelních produkcí. Na rozdíl od dřívějšího pohledu, který upřednostňoval kritickou komunikaci skrze hodnotící kriteria (a např. dělil kulturu na tzv. vyšší a nižší atd.), postmoderní přístup nezdůrazňuje příslušnost k určitému typu kulturní úrovně jako hodnotu samu o sobě. Jednotlivé alternativy – různé typy mediálních

¹⁰⁹ Žantovská, I. Umění jako komunikační jazyk. In Hradská, V. *Umění jako komunikační jazyk*. 1.vyd. Praha: Votobia. 2005. s. 45. ISBN 80-7220-220-0.

produkcí – obývají společný mediální prostor a mají tendenci se nabízet jako rovnocenné varianty; často též vyrůstají jedna z druhé, komunikačně se odkazují jedna k druhé vzájemně a občas se i tvůrčně a personálně prostupují, jejich podoby a formy jsou v pohybu, nelze je přesně kodifikovat, protože se mění dřív než se ustaví a z hlediska hodnocení začínají být kritériem samy sobě. Tento proces patrně ještě zesílí, různé roviny kultury se budou nadále formovat jako komplementární a horizontálně vazebně uspořádané a budou potencionálně užívané stejnou pospolitostí konzumentů. Převažující charakter publika je a bude difuzní, jednotliví diváci se přelévají z publika do publika nebo jsou dokonce členy vícero publik zároveň. **Odbornou pozornost a péči je třeba věnovat všem typům publik,** neboť pravidelný divák jednoho z nich se do budoucna stává potencionálním divákem mnoha dalších, ale divák, který byl jednou od divadla odrazen se hned tak nevrátí. Kritika by měla směřem k laickému publiku nikoliv stavět bariéry, ale usnadňovat přechody v rámci jednotlivých, i specializovaných, publik. Dnešní doba vyžaduje pro snadnější orientaci v mediálním prostoru určitý stupeň mediální gramotnosti, už od základních škol se do výuky začleňuje předmět mediální výchova. V rámci jeho osnov by se o svůj prostor mělo jako médium hlásit i divadlo a nastolit otázku výchovy k divácké gramotnosti a ke **zvyšování divácké kompetence** již od školního věku.

- 10.Z hlediska zkoumání divácké obce se obnažuje ještě jeden paradox: prudký vývoj interaktivity a specializace zachvátil (a zachvátí) jen určitou část publika, základ zůstává poměrně konzervativní a požaduje jako společné znaky divadelních produkcí optiku konvencí nastavenou již v dobách prvopočátků divadla. Ukázalo se, že pojem divadla je v myslích diváků spojen především s pojmem hra jako předvádění příběhu skrze nápodobu lidského jednání, jiné alternativy se s označením divadlo zatím asociují spíše volně. Zde se opět otevírá **prostor pro novou úlohu kritiky,** protože pojem divadlo v sobě nese určitou autoritu divácké zkušenosti a tím i reprezentační hodnotu pro publikum jako celek. Právě otázka toho, co ještě označíme jako divadlo a co už divadlo není, bude možná jednou z oblastí, na kterou se soustředí pozornost příštích let, protože bude doprovázet diskuzi o potřebě divadla pro společnost vůbec a spolu s tím též o způsobech financování z veřejných zdrojů.

Závěr

Tato práce se věnovala mapování reálné potřeby divadla jako prostředku komunikace a postavení divadla jako média v rámci ostatních mediálních prostředků v současném kontextu českého kulturního prostředí. Výzkumné šetření bylo zaměřeno jednak na vymezení teoretických východisek, která se vztahují k divadlu jako ke zcela specifickému médiu, jednak na empirické šetření, které se obracelo na přesně definovaný výsek populace – prezenční i kombinované studenty netechnických oborů Univerzity Jana Ámose Komenského v Praze. Vzhledem k rozsahu průzkumu je možné výsledky vzhledem k vybranému souboru považovat za validní a přisoudit jim poměrně vysokou vypovídací hodnotu, i když samozřejmě určitá míra zkreslení je obsažena již v tom, že se jednalo o izolované šetření s omezenou kapacitou dotazníku, limitované časově i kapacitně. Nicméně autorka práce a také všichni ostatní účastníci šetření se snažili, aby toto nutné zkreslení bylo co možná nejnižší a aby celé šetření probíhalo korektně - bylo technicky, metodicky i profesionálně zvládnuté tak, aby zjištěné výsledky byly kvalitní, věrohodné a spolehlivé. Získané poznatky reprezentují současný stav názorů, potřeb, postojů, očekávání, preferencí a znalostí té části divadelního publika, které se rekrutuje z řad vysokoškolsky vzdělaných studentů a absolventů netechnických oborů ve věkovém spektru od devatenácti let až do středního věku kolem čtyřiceti let.

Výzkumný zájem práce se soustředil na oblast současného publika, a to na podkladě širokého teoretického ukotvení (viz formulace teoretických závěrů v kapitole 3), které akcentuje zkoumání divadelního představení jako specifického komunikačního aktu mezi jevištěm a hledištěm a roli diváka vidí nejenom v pozici prostého konzumenta, ale v aktivním přístupu spolutvůrce významů. Kvantitativní výzkum, realizovaný metodou dotazování se pomocí dotazníku, byl systematicky doplněn kvalitativními postupy, které využívaly techniky skupinového šetření a řízených či standardizovaných rozhovorů. Proto, po více než dvouletém trvání samotného průzkumu, může práce s poměrně velkou přesností odpovědět na okruh otázek, které si v úvodu výzkumu položila. Tou základní otázkou byla právě míra aktuální potřeby divadla v době převažující masmediální komunikace. Máme za prokázané, že komunikace divadlem je typ

komunikačního procesu, který je ve společnosti běžný, očekávaný, poptávaný a určitou sledovanou částí publika dokonce velmi často vyhledávaný. Divadelní komunikace v rámci ostatních médií neztrácí na síle, naopak je neopomenutelným komplementárním médiem, s intervenující rolí komponentu hodnotové inspirace, protože návštěva divadelního představení má charakter specifické sociální interakce, která ve zkoumané společenské skupině patří k běžnému životnímu stylu, a je předpoklad, že tomu bude tak i nadále. Divadlo nejen jako místo zábavy nebo tvorby, ale též jako místo hodnotové inspirace se posouvá z oblasti osobní komunikace a jiných volnočasových aktivit do roviny celospolečenského zájmu. Takto vydefinovaná podoba divadelní komunikace na straně jedné reprezentuje a obhajuje, při vědomí své neopomenutelnosti a komplementárnosti, potřebu stálé a souvislé podpory z veřejných zdrojů, na straně druhé deklaruje také svoji odpovědnost, plynoucí z možného mediálního vlivu.

Výše formulovaná teze, která reflektuje meritorní otázku výzkumu, otevřela prostor pro celou řadu podotázek a problémů, které vyvěrají z celkového současného procesu diverzifikace, fragmentace a interaktivity jak na poli divadla, tak i publika, jako dvou součástí pulzujícího a difuzně se prostupujícího celku. Proto byla sledovaná oblast rozdělena do čtyř okruhů - fenomén návštěvy divadla jako zvláštního typu sociální komunikace, specifikace a hierarchizace důvodů návštěvy divadelního představení, divadelní představení jako hodnototvorný faktor, divadlo a jeho mediální obraz v kontextu ostatních médií, které byly popsány, analyzovány a zhodnoceny nejprve jednotlivě a následně byly tyto výsledky zahrnuty do série závěrečných doporučení, která tendují k možnému zobecnění dalšího očekávaného vývoje divadla jako komunikačního média.

Akcentovány byly především otázky spojené s očekáváními dnešních diváků vzhledem k divadelnímu zážitku a k důvodům, které v současnosti dominantně přispívají k vyvolání potřeby návštěvy divadla. Na základě výsledků šetření se podařilo doložit, hierarchizovat a seskupit zkoumané prvky spojené s diváckým očekáváním do triády základních prvků (touha po silném emočním zážitku, potřeba zábavy, potěšení z kvalitních hereckých výkonů), které jsou dominantní, a do souboru prvků fakultativních, které jako záměrně modelované a řízené mohou přispívat ke zvýšení efektivity diváckého zážitku. Podněty pro inscenační

práci přinášejí i výsledky zkoumání, které souvisí s problémem, jak dnes co nejeфекtivněji vyvolat diváckou potřebu návštěvy divadelní produkce. Interpretace výsledků dotazníkového šetření nás opravňuje důvody, které respondenti zvažují, pokud se rozhodují pro návštěvu konkrétního představení, rozdělit do tří na sebe navazujících oblastí, a to opět podle sestupné míry vlivu, na aspekty iniciační (ty, které podstatnou měrou probouzí naši potřebu konkrétní divadelní produkci vidět a startují proces plánování a návštěvy divadelního představení), aspekty podpůrné (ty, které prohlubují míru naší motivace a podporují naši ochotu vstoupit aktivně na pole konkrétní divadelní komunikační interakce v roli diváka) a na aspekty orientační (ty, které v případě určité nerozhodnosti mohou fungovat jako důvody, které nasměrují naše rozhodnutí směrem k uskutečnění, či naopak ke konečnému zavržení návštěvy konkrétní divadelní inscenace). Tyto závěry práce, včetně hypotéz definovaných v kapitole šesté, představují konkrétní přínos pro divadelní praxi, protože vymezují souvislosti, ke kterým je do budoucna třeba upřít pozornost a se kterými je možné se naučit cíleně pracovat, a to při vědomí reálné míry jejich vlivu, eventuálně se učit intencionálně tento vliv posilovat či omezovat.

Veškeré získané poznatky a data se staly východiskem pro formulování závěrečného shrnutí a závěrečných doporučení, která byla vztažena již k celé zkoumané oblasti současného stavu divadelní komunikace (viz kapitola 6.), a tak byly naplněny základní cíle této dizertační práce. Autorka práce se domnívá, že těžiště modelace budoucích změn, které by měly přispět ke zvyšování efektivity komunikačních výměn mezi jevištěm a hledištěm v rámci divadelního představení jako základního projevu divadelní komunikace, spočívá zejména na těchto principech:

- formulovat zdroje a podoby základní mediální gramotnosti diváka ve vztahu k divadlu jako médiu komunikace
- za pomoci mediální a veřejné komunikace pěstovat kontext, ve kterém původně fakultativní prvky přerostou v iniciační aspekty návštěvy divadla
- připomínat i mediální podstatu divadla a jeho příbuznost s rodinou ostatních komunikačních médií

- naučit se skrze zejména masmédiá lépe artikulovat potřeby, postavení a sílu divadla, řízeně ovlivňovat proces zviditelňování divadelní komunikace v celém jejím průběhu
- věnovat maximální pozornost oblasti redefinování technik práce s divákem
- nastolit požadavek systematického mediálního vzdělávání tvůrců
- podílet se aktivně na formování specializovaných publik, a to i takových, která se sdružují kolem uměleckých osobností, inscenačních postupů, divadelních institucí atd.
- upozorňovat na divadlo mimo jiné i jako na místo hodnotové inspirace a požadovat v rámci veřejné sféry odpovídající podporu a přijmout též odpovídající odpovědnost
- věnovat větší pozornost otázkám vzdělávání herců, osobního vývoje výrazných hereckých osobností, metodice herecké práce, a to ve všech typech divadelních produkcí
- odbornou pozornost a péči věnovat systematicky a cíleně všem typům publik
- přispívat ke zvyšování divácké kompetence v rámci prostoru pro novou úlohu kritiky

Z hlediska konkrétních praktických přínosů této práce v oblasti divadla se nabízejí následující možnosti zhodnocení získaných výsledků, poznatků a sebraných dat: Pro další možné teoretické zkoumání přináší tato interdisciplinární práce podněty z oblasti sociologie divadla, která v českém odborném prostředí zatím není rozvíjena příliš systematicky. Zveřejněné výsledky dovolují dalším zájemcům na ně navázat, šetření opakovat či rozšířit, a přispět tak k ucelenému a soustavnému sledování a poznání v oblasti výzkumu divadelního publika. Pro divadelní tvůrce představují shromážděná data významný podklad pro zcela konkrétní reflexi jejich práce, protože se opírají o přehledy diváckých ohlasů na jednotlivá představení, divadelní instituce či interprety (viz Příloha 5). A možný přínos pro samotné diváky spočívá v tom, že práce se snaží nasměřovat pozornost odborníků mimo jiné i směrem ke zvyšování divácké mediální

gramotnosti a kompetence a připomíná požadavek jejich aktivního zapojení do diskuze a přípravy při formování osnov a postupů mediální výchovy v rámci vzdělávací soustavy.

Autorka práce proto doufá, že výsledky tohoto výzkumného šetření budou alespoň drobným příspěvkem ke zkoumání povahy specificky divadelního představení jako komunikačního aktu a upozorní na některé souvislosti a důsledky, které s sebou přináší dnešní podoba divadelní komunikace, rozvíjející se na pozadí celkového vývoje dnešního medializovaného světa.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMENŮ

Adorno, T. *Estetická teorie*. 1.vyd. Praha: Panglos, 1997. ISBN 80-85430-21-3

Aristoteles. *Poetika*. 2.vyd. Praha: Petr Rezek, 1999. ISBN 80-86027-14-7

Bauman, Z. *Tekuté časy*. 1.vyd. Praha: Academia, 2008. ISBN 978-80-200-1656-0

Brockett, O. G. *Dějiny divadla*. 1.vyd. Praha: NLN a Divadelní ústav, 1999. ISBN 80-7106-364-9 (NLN), ISBN 80-7008-096-5 (DÚ)

Burton, T. – Jiráček, J. *Úvod do studia médií*. 1.vyd. Brno: Bannister&Principal, 2001. ISBN 80-85947-67-6

Bystřický, J., aj. *Média, komunikace a kultura*. 1.vyd., Plzeň: Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-117-5

Čísař, J. *Člověk v situaci*. 1.vyd. Praha: ISV, 2000. ISBN 80-85866-67-6

Čísař, J. *Proměny divadelního jazyka*. 1.vyd. Praha: Melantrich, 1985.

Černý, F. *Měnivá tvář divadla*. 1.vyd. Praha: Mladá fronta, 1978. ISBN 23-109-78

Dvořák, J. *Kreativní management pro divadlo aneb O divadle jinak*. 1.vyd. Praha: Pražská scéna, 2004. ISBN 80-7258-001-9

Eco, U. *Meze interpretace*. 1.vyd. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0740-9

Eco, U. *Skeptikové a těšitelé*. 1.vyd. Praha: Argo, 2006. ISBN 80-7203-706-4

Erbe, B. *Performing Conventions: A Study in the Relationship Between Stage and Audience*. In *Das Theater und sein Publikum*, ed. Kindermann, M. 1.vyd. Vídeň: Akademie der Wissenschaften, 1977. str. 69-80. ISBN 3-7001-0238-0

Foll, J. RES PUBLICA předvolební. *Lidové noviny*, 31.5.1990, s. 12

Habermas, J. *Strukturální přeměna veřejnosti*. Praha: Filosofia, 2000.

Hlavica, M. Performační studia. *Divadelní revue*, 2009, roč. XX., č. 3, str. 3-12, ISSN 0862-5409.

Hořínek, Z. *Divadlo a divák*. 1.vyd. Praha: ÚKDŽ, 1984. ISBN 59-251-83

Hořínek, Z. *Dráma, divadlo a divák*. 1.vyd., Bratislava: Tatran, 1985. ISBN: 61-729-85

Huk, J. *Mediální publikum a výzkum veřejného mínění*. 1.vyd., Praha: Vysoká škola J. A. Komenského s.r.o., 2007. ISBN: 978-80-86723-24-2

Hyvnar, J., Perkner, S. *Řeč dramatu*. 1.vyd. Praha: Horizont, 1987.

Jiráček, J., Köpplová, B. *Masová média*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-466-3

Jobertová, D. Tajemná solitérka francouzské divadelní scény. *SAD*, 2008, roč. 19, č.3, s. 85-91, ISSN: 0862-7258

Klíma, M. aj. *Divadlo a interakce*. 1.vyd. Praha: Pražská scéna, 2006. ISBN 80-86102-51-3

Kunczik, M. *Základy masové komunikace*. 1.vyd. Praha: Karolinum, 1995. ISBN 80-76587-13-1

Kulka, J. *Psychologie umění*. 1.vyd. Praha: SPN, 1991. ISBN 80-04-23694-4

Liessmann, K. P. *Filozofie moderního umění*. 1.vyd. Olomouc: Votobia, 2000.
ISBN 80-7198-444-2

Lipovetsky, G. *Éra prázdnoty*. 4.vyd. Praha: Prostor, 2008. ISBN 978-80-7260-190-5

Lipovetsky, G. *Paradoxní štěstí*. 1.vyd. Praha: Prostor, 2007. ISBN 978-80-7260-184-4

Major, L. *Myšlení o divadle I*. 1.vyd. Praha: Herrmann a synové, 1993.

Mišovič, J. et al. *Od A do Z ve výzkumech veřejného mínění*. 1.vyd.

Praha: Orego, 2010. ISBN 978-80-86741-94-9.

McLuhan, M. *Jak rozumět médiím*. 1.vyd. Praha: Odeon, 1991.

McLuhan, M. *Člověk, média a elektronická kultura*. 1.vyd. Brno: Jota, 2000.

ISBN 80-7217-128-6

McQuail, D. *Úvod do teorie masové komunikace*. 2.vyd., Praha: Portál, 2002.

ISBN 80-7178-714-0

Mikuláščík, M. *Komunikační dovednosti v praxi*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. ISBN 80 – 247 – 0650 – 4,

Piscator, E. *Politické divadlo*. 1.vyd. Bratislava: SVKL, 1962. s.36. ISBN 61-083-62

Postman, N. *Ubavit se k smrti*. 2.vyd. Praha: Mladá fronta, 2010. ISBN 978-80-204-2206-4

Prokop, D. *Boj o média*. 1.vyd. Praha: Karolinum, 2005. ISBN 80-246-0618-6

Reifová, I. aj. *Slovník mediální komunikace*. 1.vyd. Praha: Portál, 2004. ISBN 80-7178-926-7

Sturken, M., Cartwright, L. *Studia vizuální kultury*. 1.vyd. Praha: Portál, 2009. ISBN 978-80-7367-556-1

Swiontek, S. Perspektivy a meze teatrologie. *Divadelní revue*, 2001, roč. XII, č. 4, ISSN 0862-5409

Thompson, J., B. *Média a modernita*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0652-6

Turner, V. Hraní rolí v každodenním životě a každodenní život v hraní role. *SAD*, 2007, roč. XVIII, č. 5, s. 8. ISSN 0862-7258

Veltruský, J. *Příspěvky k teorii divadla*. 1.vyd. Praha: Divadelní ústav, 1994. ISBN 80-7008-046-9

Vojtěchovský, M. – Vostrý, J. *Obraz a příběh*. 1.vyd. Praha: Kant (pro AMU), edice DISK, svazek 8, 2008.

Wachocka, E. Strategie politického diskurzu v současném polském divadle. *SAD*, 2006, roč. XVII, č. 3, s. 33. ISSN 0862-7258

Welsch, W. *Naše postmoderní moderna*. 1.vyd. Praha: Zvon, 1994. ISBN 80-7188-342-0

Žantovská, I. *Rétorika – teorie a praxe*. 1. vyd., Praha: UJAK, 2008. s. 15 ISBN 978-80-86723-57-0

Žantovská, I. *Umění jako komunikační jazyk*. In *Umění jako komunikační jazyk*, ed. Hradská, V. 1.vyd., Praha: Votobia 2004. s. 45-50. ISBN 80-7220-220-0

Internetové prameny:

<http://www.facebook.com/novascena>

<http://www.novascena.cz/blog/1>

<http://www.narodni-divadlo.cz>

Seznam tabulek

Tab. 1 Rozdělení podle věku	96
Tab. 2 Rozdělení podle pohlaví	96
Tab. 3 Rozdělení podle velikosti bydliště	97
Tab. 4 Rozdělení podle toho, jak často chodí do divadla	97
Tab. 5 Rozdělení podle toho, jaký typ představení preferují	98
Tab. 6 Rozdělení podle toho, co od divadelního představení očekávají především.....	99
Tab. 7 Přehled divadel, která byla nejčastěji uváděna jako oblíbená.....	111
Tab. 8 Přehled, představení, která nejvíce zaujala.....	125
Tab. 9 Přehled představení, která byla nejčastěji označena jako nejsilnější zážitek.....	147
Tab. 10 Přehled nejčastěji uvedených představení, která jsou diváci ochotni navštívit vícekrát.....	154
Tab. 11 Přehled nejčastějších odpovědí na otázku č. 11B.....	156
Tab. 12 Přehled nejčastějších odpovědí na otázku č. 12.....	157
Tab. 13 Přehled odpovědí na otázku č. 15A.....	171

Seznam grafů

Graf č. 1	Přehled odpovědí na otázku č. 1 v procentuelní podobě.....	100
Graf č. 2	Přehled odpovědí na otázku č. 1 podle pohlaví.....	101
Graf č. 3	Přehled odpovědí na otázku č. 1 podle věku.....	102
Graf č. 4	Přehled odpovědí na otázku č. 1 podle velikosti bydliště.....	102
Graf č. 5	Přehled odpovědí na otázku č. 1 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	103
Graf č. 6	Přehled odpovědí na otázku č. 1 podle toho, co respondent od představení očekává.....	104
Graf č. 7	Přehled odpovědí na otázku č. 2 v procentuelní podobě.....	105
Graf č. 8	Přehled odpovědí na otázku č. 2 podle pohlaví.....	106
Graf č. 9	Přehled odpovědí na otázku č. 2 podle věku.....	107
Graf č. 10	Přehled odpovědí na otázku č. 2 podle velikosti bydliště.....	107
Graf č. 11	Přehled odpovědí na otázku č. 2 podle toho, co respondent od představení očekává.....	108
Graf č. 12	Přehled odpovědí na otázku č. 2 podle četnosti návštěv.....	109
Graf č. 13	Přehled odpovědí na otázku č. 2 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	110
Graf č. 14	Přehled odpovědí na otázku č. 3 v procentuelní podobě.....	112
Graf č. 15	Přehled odpovědí na otázku č. 3 podle pohlaví.....	113
Graf č. 16	Přehled odpovědí na otázku č. 3 podle věku.....	113
Graf č. 17	Přehled odpovědí na otázku č. 3 podle velikosti bydliště.....	114
Graf č. 18	Přehled odpovědí na otázku č. 3 podle četnosti návštěv.....	114

Graf č. 19 Přehled odpovědí na otázku č. 3 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	115
Graf č. 20 Přehled odpovědí na otázku č. 3 podle toho, co respondent od představení očekává.....	115
Graf č. 21 Přehled odpovědí na otázku č. 4 v procentuelní podobě.....	116
Graf č. 22 Přehled odpovědí na otázku č. 4 podle pohlaví.....	117
Graf č. 23 Přehled odpovědí na otázku č. 4 podle věku.....	117
Graf č. 24 Přehled odpovědí na otázku č. 4 podle velikosti bydliště.....	118
Graf č. 25 Přehled odpovědí na otázku č. 4 podle četnosti návštěv.....	118
Graf č. 26 Přehled odpovědí na otázku č. 4 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	119
Graf č. 27 Přehled odpovědí na otázku č. 4 podle toho, co respondent od představení očekává.....	120
Graf č. 28 Přehled odpovědí na otázku č. 5 v procentuelní podobě.....	121
Graf č. 29 Přehled odpovědí na otázku č. 5 v procentuelní podobě podle pohlaví.....	123
Graf č. 30 Přehled odpovědí na otázku č. 5 v procentuelní podobě podle věku.....	124
Graf č. 31 Přehled odpovědí na otázku č. 7 v procentuelní podobě.....	127
Graf č. 32 Přehled odpovědí na otázku č. 7 v procentuelní podobě podle pohlaví.....	129
Graf č. 33 Přehled odpovědí na otázku č. 7 v procentuelní podobě podle věku.....	130

Graf č. 34 Přehled odpovědí na otázku č. 7 v procentuelní podobě podle četnosti návštěv.....	131
Graf č. 35 Přehled odpovědí na otázku č. 8 v procentuelní podobě.....	133
Graf č. 36 Přehled odpovědí na otázku č. 8 v procentuelní podobě podle pohlaví.....	134
Graf č. 37 Přehled odpovědí na otázku č. 8 v procentuelní podobě podle věku.....	136
Graf č. 38 Přehled odpovědí na otázku č. 8 v procentuelní podobě podle četnosti návštěv	137
Graf č. 39 Přehled odpovědí na otázku č. 9 v procentuelní podobě.....	138
Graf č. 40 Přehled odpovědí na otázku č. 9 podle pohlaví.....	139
Graf č. 41 Přehled odpovědí na otázku č. 9 podle věku.....	139
Graf č. 42 Přehled odpovědí na otázku č. 9 podle velikosti bydliště.....	140
Graf č. 43 Přehled odpovědí na otázku č. 9 podle četnosti návštěv.....	140
Graf č. 44 Přehled odpovědí na otázku č. 9 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	141
Graf č. 45 Přehled odpovědí na otázku č. 9 podle toho, co respondent od představení očekává.....	141
Graf č. 46 Přehled odpovědí na otázku č. 10 v procentuelní podobě.....	142
Graf č. 47 Přehled odpovědí na otázku č. 10 podle pohlaví.....	143
Graf č. 48 Přehled odpovědí na otázku č. 10 podle věku.....	143
Graf č. 49 Přehled odpovědí na otázku č. 10 podle velikosti bydliště.....	144
Graf č. 50 Přehled odpovědí na otázku č. 10 podle četnosti návštěv.....	144

Graf č. 51 Přehled odpovědí na otázku č. 10 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	145
Graf č. 52 Přehled odpovědí na otázku č. 10 podle toho, co respondent od představení očekává.....	146
Graf č. 53 Přehled odpovědí na otázku č. 11 v procentuelní podobě.....	149
Graf č. 54 Přehled odpovědí na otázku č. 11 podle pohlaví.....	150
Graf č. 55 Přehled odpovědí na otázku č. 11 podle věku.....	151
Graf č. 56 Přehled odpovědí na otázku č. 11 podle velikosti bydliště.....	151
Graf č. 57 Přehled odpovědí na otázku č. 11 podle četnosti návštěv.....	152
Graf č. 58 Přehled odpovědí na otázku č. 11 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	152
Graf č. 59 Přehled odpovědí na otázku č. 11 podle toho, co respondent od představení očekává.....	153
Graf č. 60 Přehled odpovědí na otázku č. 13 v procentuelní podobě.....	158
Graf č. 61 Přehled odpovědí na otázku č. 13 podle pohlaví.....	159
Graf č. 62 Přehled odpovědí na otázku č. 13 podle věku.....	159
Graf č. 63 Přehled odpovědí na otázku č. 13 podle velikosti bydliště.....	160
Graf č. 64 Přehled odpovědí na otázku č. 13 podle četnosti návštěv.....	160
Graf č. 65 Přehled odpovědí na otázku č. 13 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	161
Graf č. 66 Přehled odpovědí na otázku č. 13 podle toho, co respondent od představení očekává.....	162
Graf č. 67 Přehled odpovědí na otázku č. 14 v procentuelní podobě.....	163

Graf č. 68	Přehled odpovědí na otázku č. 14 podle pohlaví	164
Graf č. 69	Přehled odpovědí na otázku č. 14 podle věku.....	164
Graf č. 70	Přehled odpovědí na otázku č. 14 podle velikosti bydliště.....	164
Graf č. 71	Přehled odpovědí na otázku č. 14 podle četnosti návštěv.....	165
Graf č. 72	Přehled odpovědí na otázku č. 14 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	166
Graf č. 73	Přehled odpovědí na otázku č. 14 podle toho, co respondent od představení očekává.....	166
Graf č. 74	Přehled odpovědí na otázku č. 15 v procentuelní podobě.....	167
Graf č. 75	Přehled odpovědí na otázku č. 15 podle pohlaví.....	168
Graf č. 76	Přehled odpovědí na otázku č. 15 podle věku.....	168
Graf č. 77	Přehled odpovědí na otázku č. 15 podle velikosti bydliště.....	169
Graf č. 78	Přehled odpovědí na otázku č. 15 podle četnosti návštěv.....	169
Graf č. 79	Přehled odpovědí na otázku č. 15 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	170
Graf č. 80	Přehled odpovědí na otázku č. 15 podle toho, co respondent od představení očekává.....	170
Graf č. 81	Přehled odpovědí na otázku č. 16 v procentuelní podobě.....	172
Graf č. 82	Přehled odpovědí na otázku č. 16 podle pohlaví.....	173
Graf č. 83	Přehled odpovědí na otázku č. 16 podle věku.....	173
Graf č. 84	Přehled odpovědí na otázku č. 16 podle velikosti bydliště.....	174
Graf č. 85	Přehled odpovědí na otázku č. 16 podle četnosti návštěv.....	174
Graf č. 86	Přehled odpovědí na otázku č. 16 podle toho, jaký typ představení respondent preferuje.....	175

Graf č. 87 Přehled odpovědí na otázku č. 16 podle toho,
co respondent od představení očekává.....175

PŘÍLOHA Č.1 – Dotazník

Chtěli bychom se Vás zeptat na Vaše názory na divadlo a dění kolem nich. Výzkum je přísně důvěrný. Výsledky budou použity pro potřeby doktorské práce. Děkujeme za váš čas!

Pokyn: U uzavřených otázek čtete pozorně varianty odpovědí!

Není-li uvedeno jinak, označte vždy jen jednu variantu odpovědí!

1. Do divadla chodím:

Pravidelně, mám předplatné	1
Nepravidelně, ale aspoň 6x do roka	2
Asi tak 3-6x do roka	3
Asi tak 1-2x za rok	4
Méně často	5
Do divadla jsem nešel už několik let	6

2. Máte své oblíbené divadlo?

Ano	1
Ne	2

2A. Pokud ano, uveďte které:

Vypište:.....

--	--

3. Do divadla chodím obvykle:

Sám(a)	1
S partnerem, rodinou	2
S přáteli	3
S kolegy z práce, ze školy apod.	4

4. Návštěvu divadla:

Sám(a) aktivně vyhledávám a připravuji	1
Většinou přenechám aktivitu jinému, ale potom jdu rád(a)	2
Jdu hlavně proto, abych udělal(a) radost partnerovi, rodině, přátelům	3
Beru návštěvu divadla jako společenskou či partnerskou povinnost	4
Do divadla chodím opravdu jen tehdy, když není zbylí	5

PŘÍLOHA Č.1 – Dotazník

5. Preferuji typ představení:

Pokyn: Uveďte dva typy v pořadí!

	1.	2.
A. Operní	1	2
B. Hudební muzikálového typu	1	2
C. Činoherní	1	2
D. Komorní divadlo činoherního typu	1	2
E. Malé autorské scény	1	2
F. Alternativní postupy	1	2
G. Pohybové divadlo	1	2
H. Balet, taneční představení	1	2
I. Loutkové	1	2
J. Pantomimu	1	2
K. Bulvární divadlo	1	2
L. Jiný typ		

6. Z toho, co jsem v posledním cca roce viděl(a), mě zaujalo představení:

Vypište:.....

--	--

7. Od divadelního představení očekávám především:

Pokyn: Uveďte dva důvody v pořadí!

	1.	2.
A. Nezávaznou zábavu a uvolnění	1	2
B. Kvalitní herecké výkony	1	2
C. Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil(a)	1	2
D. Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje	1	2
E. Efektní scénu, podívanou	1	2
F. Nový úhel pohledu na nějaký problém	1	2
G. Prožitek, který mě emočně obohatí	1	2
H. Zpracování společensky aktuálního tématu	1	2
I. Zpracování politicky dráždivého tématu	1	2

PŘÍLOHA Č.1 – Dotazník

8. Když zvažuji návštěvu divadla, je pro mě nejdůležitější, zda:

Pokyn: Uveďte tři nejdůležitější důvody bez ohledu na pořadí!

	1.	2.	3.
A. mě osloví téma a námět	1	2	3
B. bude zpracování komediální a budu se smát	1	2	3
C. v představení hrají moji oblíbení herci, zpěváci	1	2	3
D. v tom hrají herci, které znám z televize, filmu	1	2	3
E. mi představení jako kvalitní doporučil někdo z mých známých	1	2	3
F. jsem četl či slyšel v jiných médiích	1	2	3
G. představení získalo nějaké ocenění	1	2	3
H. mi nabízí umělecký zážitek v oblasti hodnotového sebepoznání	1	2	3
I. mi nabízí efektní podívanou, komerčního typu	1	2	3
J. jestli se o představení mluví v mém okolí	1	2	3
K. jde o autora, kterého znám	1	2	3

9. Po skončení představení většinou:

Hned odcházím a dál o představení neuvažuji	1
Cestou domů probírám představení s přáteli, partnerem	2
K představení se vracíme ještě druhý den	3
K představení se vracíme ještě delší dobu	4

10. Měl jste v posledním roce z nějakého představení, zážitek, který vás výrazně ovlivnil?

Ano	1
Ne	2

10A. Pokud ano, uveďte, které to bylo představení (vyberte nejsilnější zážitek):

Vypište:.....

--	--

10B. A čím vás toto představení ovlivnilo?

Vypište:.....

--	--

PŘÍLOHA Č.1 – Dotazník

11. Zaujalo vás v posledním roce nějaké představení tak, že jste jej navštívil(a) vícekrát?

Ano	1
Ne	2

11A. Pokud ano, uveďte, které to bylo představení:

Vypište:.....

--	--

11B. A čím vás toto představení zaujalo?

Vypište:.....

--	--

12. Jak byste se hodnotil(a) jako divák?

.....
.....
.....

13. Sledujete divadelní zprávy a recenze i v jiných médiích?

Ano, cíleně	1
Ano, ale jen když na ně narazím	2
Občas je prolétnu	3
Jen výjimečně	4
Ne, přeskakuji je	5

14. Sledujete udílení cen v oblasti divadla?

Ano, pravidelně se informuji	1
Ano, ale jen když na ně narazím v médiích	2
Pouze náhodně, ale vím, že existují	3
Spíše ne, nevyznám se v tom	4
Vůbec ne, nezajímá mě to	5

15. Znáte nějaké divadelní představení, které získalo nějaké ocenění?

Ano	1
Ne	2

15A. Pokud ano, uveďte, které to bylo představení:

Vypište:.....

--	--

PŘÍLOHA Č.1 – Dotazník

15B. A jaké to bylo ocenění?

Vypište:.....

--	--

16. Znáte nějakého divadelníka, který získal nějaké ocenění?

Ano	1
Ne	2

16A. Pokud ano, uveďte, kdo to byl:

Vypište:.....

--	--

16B. A jaké to bylo ocenění?

Vypište:.....

--	--

Zcela nakonec ještě několik údajů, které slouží ke statistickému zpracování.

VEK. Kolik je Vám let?

Pokyn: Vypište do rámečků!

--	--

POH. Pohlaví dotázaného:

Muž	1
Žena	2

VZD. Dosavadní vzdělání – směr:

Humanitní	1
Technické	2
Ekonomické	3
Pedagogické	4
Všeobecné	5

VEL. Velikost místa bydliště:

Obec do 4999 obyvatel	1
Město s 5 000 – 49 999 obyvatel	2
Město s 50 000 – 500 000 obyvateli	3
Praha	4

PŘÍLOHA Č.1 – Dotazník

Q1 Do divadla chodím

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pravidelně, mám předplatné	28	3,5	3,5	3,5
	2 Nepravidelně, ale aspoň 6x do roka	137	16,9	16,9	20,3
	3 Asi tak 3-6x do roka	215	26,5	26,5	46,9
	4 Asi tak 1-2x za rok	242	29,8	29,8	76,7
	5 Méně často	116	14,3	14,3	91,0
	6 Do divadla jsem nešel už několik let	73	9,0	9,0	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q2 Máte své oblíbené divadlo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Ano	308	38,0	38,1	38,1
	2 Ne	501	61,8	61,9	100,0
	Total	809	99,8	100,0	
Missing	System	2	,2		
Total		811	100,0		

Q2A Které

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	306	37,7	100,0	100,0
Missing	System	505	62,3		
Total		811	100,0		

Q3 Do divadla obvykle chodím

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Sám	10	1,2	1,2	1,2
	2 S partnerem, rodinou	540	66,6	67,3	68,6
	3 S přáteli	205	25,3	25,6	94,1
	4 S kolegy z práce, ze školy	47	5,8	5,9	100,0
	Total	802	98,9	100,0	
Missing	System	9	1,1		
Total		811	100,0		

Q4 Návštěvu divadla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Sám aktivně vyhledávám a připravuji	344	42,4	42,7	42,7
	2 Většinou přenechám aktivitu jinému	344	42,4	42,7	85,4
	3 Jdu hlavně proto, abych udělal radost partnerovi	53	6,5	6,6	91,9
	4 Beru návštěvu divadla jako společenskou povinnost	41	5,1	5,1	97,0
	5 Do divadla chodím jen tehdy, když není zbytí	24	3,0	3,0	100,0
	Total	806	99,4	100,0	
Missing	System	5	,6		
Total		811	100,0		

Q5.1 Preferuje 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Operní	21	2,6	2,6	2,6
	2,00 Hudební muzikálového typu	223	27,5	28,1	30,7
	3,00 Činoherní	376	46,4	47,4	78,1
	4,00 Komorní divadla	60	7,4	7,6	85,6
	5,00 Malé autorské scény	48	5,9	6,0	91,7
	6,00 Alternativní postupy	9	1,1	1,1	92,8
	7,00 Pohybové divadlo	6	,7	,8	93,6
	8,00 Balet, taneční představení	31	3,8	3,9	97,5
	9,00 Loutkové	6	,7	,8	98,2
	10,00 Pantomimu	1	,1	,1	98,4
	11,00 Bulvární divadlo	5	,6	,6	99,0
	12,00 Jiný typ	8	1,0	1,0	100,0
	Total	794	97,9	100,0	
Missing	System	17	2,1		
Total		811	100,0		

Q5.2 Preferuje 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Operní	47	5,8	6,0	6,0
	2,00 Hudební muzikálového typu	179	22,1	22,8	28,8
	3,00 Činoherní	154	19,0	19,6	48,4
	4,00 Komorní divadla	118	14,5	15,0	63,4
	5,00 Malé autorské scény	99	12,2	12,6	76,1
	6,00 Alternativní postupy	51	6,3	6,5	82,5
	7,00 Pohybové divadlo	15	1,8	1,9	84,5
	8,00 Balet, taneční představení	73	9,0	9,3	93,8
	9,00 Loutkové	15	1,8	1,9	95,7
	10,00 Pantomimu	4	,5	,5	96,2
	11,00 Bulvární divadlo	19	2,3	2,4	98,6
	12,00 Jiný typ	11	1,4	1,4	100,0
	Total	785	96,8	100,0	
Missing	System	26	3,2		
Total		811	100,0		

Q6 Zaujalo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	559	68,9	100,0	100,0
Missing	System	252	31,1		
Total		811	100,0		

Q7.1 Od představení očekává 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Nezávaznou zábavu a uvolnění	273	33,7	34,3	34,3
	2,00 Kvalitní herecké výkony	139	17,1	17,4	51,7
	3,00 Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil	18	2,2	2,3	54,0
	4,00 Příběh někoho, kdo se v mém okolí vyskytuje	6	,7	,8	54,7
	5,00 Efektní scénu, podívanou	46	5,7	5,8	60,5
	6,00 Nový úhel pohledu na nějaký problém	45	5,5	5,6	66,1
	7,00 Prožitok, který mě emočně obohatí	264	32,6	33,1	99,2
	8,00 Zpracování společensky aktuálního tématu	5	,6	,6	99,9
	9,00 Zpracování politicky dráždivého tématu	1	,1	,1	100,0
	Total	797	98,3	100,0	
Missing	System	14	1,7		
Total		811	100,0		

Q7.2 Od představení očekává 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Nezávaznou zábavu a uvolnění	145	17,9	18,6	18,6
	2,00 Kvalitní herecké výkony	218	26,9	28,0	46,6
	3,00 Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil	20	2,5	2,6	49,2
	4,00 Příběh někoho, kdo se v mém okolí vyskytuje	12	1,5	1,5	50,7
	5,00 Efektní scénu, podívanou	64	7,9	8,2	58,9
	6,00 Nový úhel pohledu na nějaký problém	70	8,6	9,0	67,9
	7,00 Prožitok, který mě emočně obohatí	211	26,0	27,1	95,0
	8,00 Zpracování společensky aktuálního tématu	33	4,1	4,2	99,2
	9,00 Zpracování politicky dráždivého tématu	6	,7	,8	100,0
	Total	779	96,1	100,0	
Missing	System	32	3,9		
Total		811	100,0		

Q8A Nejdůležitější, zda mě osloví téma a námět

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	602	74,2	74,2	74,2
	2,00 Ne	209	25,8	25,8	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8B Nejdůležitější, zda bude zpracování komediální a budu se smát

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	249	30,7	30,7	30,7
	2,00 Ne	562	69,3	69,3	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8C Nejdůležitější, zda v představení hrají moji oblíbení herci

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	324	40,0	40,0	40,0
	2,00 Ne	487	60,0	60,0	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8D Nejdůležitější, zda v tom hrají herci, které znám z televize

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	54	6,7	6,7	6,7
	2,00 Ne	757	93,3	93,3	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8E Nejdůležitější, zda mi představení jako kvalitní doporučil někdo zmých známých

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	405	49,9	49,9	49,9
	2,00 Ne	406	50,1	50,1	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8F Nejdůležitější, zda jsem o tom četl či slyšel v jiných médiích

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	203	25,0	25,0	25,0
	2,00 Ne	608	75,0	75,0	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8G Nejdůležitější, zda představení získalo nějaké ocenění

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	66	8,1	8,1	8,1
	2,00 Ne	745	91,9	91,9	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8H Nejdůležitější, zda mi nabízí umělecký zážitek v oblasti hodnotového sebepoznání

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	194	23,9	23,9	23,9
	2,00 Ne	617	76,1	76,1	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8I Nejdůležitější, zda mi nabízí efektivní podívanou, komerčního typu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	42	5,2	5,2	5,2
	2,00 Ne	769	94,8	94,8	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8J Nejdůležitější, zda se o představení mluví v mém okolí

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	100	12,3	12,3	12,3
	2,00 Ne	711	87,7	87,7	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q8K Nejdůležitější, zda jde o autora, kterého znám

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00 Ano	119	14,7	14,7	14,7
	2,00 Ne	692	85,3	85,3	100,0
	Total	811	100,0	100,0	

Q9 Po skončení představení většinou

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Hned odcházím a dál o představení neuvažuji	26	3,2	3,2	3,2
	2 Cestou domů probírám představení	521	64,2	64,6	67,9
	3 K představení se vracíme ještě druhý den	139	17,1	17,2	85,1
	4 K představení se vracíme delší dobu	120	14,8	14,9	100,0
	Total	806	99,4	100,0	
Missing	System	5	,6		
Total		811	100,0		

Q10 Měl jste v posledním roce z představení zážitek, který vás výrazně ovlivnil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Ano	190	23,4	23,6	23,6
	2 Ne	615	75,8	76,4	100,0
	Total	805	99,3	100,0	
Missing	System	6	,7		
Total		811	100,0		

Q10A

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	179	22,1	100,0	100,0
Missing	System	632	77,9		
Total		811	100,0		

Q10B

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	173	21,3	100,0	100,0
Missing	System	638	78,7		
Total		811	100,0		

Q11 Zaujalo vás v posledním roce nějaké představení tak, že jste jej navštívil vícekrát

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Ano	102	12,6	12,9	12,9
	2 Ne	691	85,2	87,1	100,0
	Total	793	97,8	100,0	
Missing	System	18	2,2		
Total		811	100,0		

Q11A

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	91	11,2	100,0	100,0
Missing	System	720	88,8		
Total		811	100,0		

Q11B

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	87	10,7	100,0	100,0
Missing	System	724	89,3		
Total		811	100,0		

Q12 Jak by se hodnotil jako dovák

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	518	63,9	100,0	100,0
Missing	System	293	36,1		
Total		811	100,0		

Q13 Sleduje divadelní zprávy a recenze v médiích

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Ano, cíleně	72	8,9	8,9	8,9
	2 Ano, ale jen když na ně narazím	200	24,7	24,8	33,7
	3 Občas je prolétnu	226	27,9	28,0	61,8
	4 Jen výjimečně	233	28,7	28,9	90,7
	5 Ne, přeskakují je	75	9,2	9,3	100,0
	Total	806	99,4	100,0	
Missing	System	5	,6		
Total		811	100,0		

Q14 Sleduje udílení cen v oblasti divadla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Ano, pravidelně se informuji	48	5,9	6,0	6,0
	2 Ano, ale jen když na ně narazím v médiích	166	20,5	20,6	26,6
	3 Pouze náhodně, ale vím že existují	320	39,5	39,7	66,3
	4 Spíše ne, nevyznám se v tom	185	22,8	23,0	89,2
	5 Vůbec ne, nezajímá mě to	87	10,7	10,8	100,0
	Total	806	99,4	100,0	
Missing	System	5	,6		
Total		811	100,0		

Q15 Znáte nějaké divadelní představení, které získalo nějaké ocenění

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Ano	116	14,3	14,9	14,9
	2 Ne	660	81,4	85,1	100,0
	Total	776	95,7	100,0	
Missing	System	35	4,3		
Total		811	100,0		

Q15A

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	90	11,1	100,0	100,0
Missing	System	721	88,9		
Total		811	100,0		

Q15B

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	65	8,0	100,0	100,0
Missing	System	746	92,0		
Total		811	100,0		

Q16 Vyhledáváte informace o divadle na internetu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Ano	521	64,2	66,1	66,1
	2 Ne	267	32,9	33,9	100,0
	Total	788	97,2	100,0	
Missing	System	23	2,8		
Total		811	100,0		

VEK Věk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	19	2,3	2,4	2,4
	20	67	8,3	8,4	10,8
	21	91	11,2	11,4	22,1
	22	81	10,0	10,1	32,3
	23	78	9,6	9,8	42,0
	24	56	6,9	7,0	49,0
	25	48	5,9	6,0	55,0
	26	32	3,9	4,0	59,0
	27	23	2,8	2,9	61,9
	28	33	4,1	4,1	66,0
	29	21	2,6	2,6	68,6
	30	28	3,5	3,5	72,1
	31	15	1,8	1,9	74,0
	32	23	2,8	2,9	76,9
	33	23	2,8	2,9	79,8
	34	14	1,7	1,8	81,5
	35	14	1,7	1,8	83,3
	36	19	2,3	2,4	85,6
	37	9	1,1	1,1	86,8
	38	16	2,0	2,0	88,8
	39	4	,5	,5	89,3
	40	18	2,2	2,3	91,5
	41	7	,9	,9	92,4
	42	10	1,2	1,3	93,6
	43	7	,9	,9	94,5
	44	4	,5	,5	95,0
	45	6	,7	,8	95,8
	46	10	1,2	1,3	97,0
	47	6	,7	,8	97,8
	48	1	,1	,1	97,9
49	5	,6	,6	98,5	
50	5	,6	,6	99,1	
51	2	,2	,3	99,4	
52	1	,1	,1	99,5	
53	1	,1	,1	99,6	
55	1	,1	,1	99,8	
58	1	,1	,1	99,9	
70	1	,1	,1	100,0	
	Total	800	98,6	100,0	
Missing	System	11	1,4		
Total		811	100,0		

POH Pohlaví

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Muž	189	23,3	23,3	23,3
	2 žena	621	76,6	76,7	100,0
	Total	810	99,9	100,0	
Missing	System	1	,1		
Total		811	100,0		

VZD Vzdělání

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Humanitní	334	41,2	41,9	41,9
	2 Technické	67	8,3	8,4	50,3
	3 Ekonomické	155	19,1	19,4	69,7
	4 Pedagogické	56	6,9	7,0	76,7
	5 Všeobecné	186	22,9	23,3	100,0
	Total	798	98,4	100,0	
Missing	System	13	1,6		
Total		811	100,0		

VEL Velikost místa bydliště

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Do 4 999	112	13,8	13,8	13,8
	2 5 000 - 49 999	143	17,6	17,7	31,5
	3 50 000 - 500 000	92	11,3	11,4	42,9
	4 Praha	462	57,0	57,1	100,0
	Total	809	99,8	100,0	
Missing	System	2	,2		
Total		811	100,0		

PŘÍLOHA 3 - výsledky šetření podle třídění do skupin dle pohlaví, věku, velikosti bydliště a četnosti návštěv	Do divadla chodím	Pohlaví				Jak často chodí do divadla				Věk			Místo bydliště	
		Muž	žena	Alaspoň 6x ročně	Asi tak 3-6x ročně	Asi tak 1-2x ročně	Méně často	19-23	24-29	30 a více	Praha	Mimo Prahu		
	Pravidelně, mám předplacené	3,5%	4,2%	3,2%	17,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	2,8%	3,2%	2,8%	4,3%
	Nepřavidelně, ale aspoň 6x do roka	16,9%	12,2%	18,4%	83,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	15,5%	17,4%	17,1%	18,6%	14,7%
	Asi tak 3-6x do roka	26,5%	21,2%	28,2%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	25,4%	30,3%	29,0%	23,3%
	Asi tak 1-2x za rok	29,8%	30,7%	29,6%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	32,1%	31,5%	26,7%	26,0%	35,2%
	Méně často	14,3%	20,1%	12,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	61,4%	14,3%	14,1%	13,5%	14,9%	13,0%
	Do divadla jsem nešel už několik let	9,0%	11,6%	8,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	38,6%	8,9%	8,9%	9,2%	8,7%	9,5%
Celkem	Počet	811	189	621	165	215	242	189	336	213	251	462	347	
Máte své oblíbené divadlo	Ano	38,1%	34,0%	39,2%	66,5%	47,2%	27,3%	16,9%	35,1%	34,9%	45,2%	43,2%	30,9%	
	Ne	61,9%	66,0%	60,8%	33,5%	52,8%	72,7%	83,1%	64,9%	65,1%	54,8%	56,8%	69,1%	
Celkem	Počet	809	188	620	164	214	242	189	336	212	250	461	346	
Do divadla obvykle chodím	Sám	1,2%	3,7%	0,5%	3,7%	0,4%	0,4%	1,1%	0,9%	1,4%	1,6%	0,7%	2,0%	
	S partnerem, rodinou	67,3%	70,6%	66,4%	64,2%	74,9%	69,0%	59,4%	67,2%	64,0%	71,8%	66,6%	68,4%	
	S přáteli	25,6%	19,8%	27,4%	30,2%	22,3%	24,4%	26,7%	25,0%	30,3%	21,4%	27,9%	22,5%	
	S kolegy z práce, ze školy	5,9%	5,9%	5,7%	1,9%	2,4%	6,2%	12,8%	6,9%	4,3%	5,2%	4,8%	7,0%	
Celkem	Počet	802	187	614	162	211	242	187	332	211	248	458	342	
Návštěvu divadla	Sám aktivně vyhledávám a připravuji	42,7%	25,5%	48,0%	80,5%	52,3%	32,2%	11,8%	36,0%	47,2%	48,2%	43,4%	41,9%	
	Většinou přenechám aktivitě jinému	42,7%	45,2%	42,0%	15,9%	41,1%	54,1%	53,2%	50,0%	40,1%	35,2%	43,0%	42,2%	
	Abych udělal radost partnerovi	6,6%	12,8%	4,5%	3,0%	4,2%	7,0%	11,8%	6,3%	5,7%	6,9%	5,7%	7,5%	
	Návštěva divadla společenská povinnost	5,1%	9,6%	3,7%	0,6%	2,3%	5,4%	11,8%	5,4%	3,8%	6,1%	5,0%	5,2%	
	Do divadla jen tehdy, když není zbyť	3,0%	6,9%	1,8%	0,0%	0,0%	1,2%	11,3%	2,4%	3,3%	3,6%	2,8%	3,2%	
Celkem	Počet	806	188	617	164	214	242	186	336	212	247	458	346	
Preferuje 1	Operní	2,6%	5,4%	1,8%	3,8%	2,3%	2,5%	2,2%	2,4%	2,4%	2,8%	1,8%	3,8%	
	Hudební muzikálového typu	28,1%	22,8%	29,6%	12,0%	20,7%	39,7%	35,3%	38,9%	23,9%	17,4%	24,2%	33,0%	
	Činoherní	47,4%	45,7%	47,9%	64,6%	55,4%	36,4%	37,5%	39,8%	45,9%	58,7%	50,7%	43,0%	
	Komorní divadla	7,6%	7,1%	7,7%	8,2%	8,0%	7,1%	7,1%	6,7%	9,1%	7,7%	8,0%	7,0%	
	Malé autorské scény	6,0%	8,7%	5,3%	3,2%	8,9%	5,0%	6,5%	3,0%	8,1%	8,1%	6,7%	5,3%	
	Alternativní postupy	1,1%	1,1%	1,1%	2,5%	0,9%	0,8%	0,5%	1,8%	1,4%	0,0%	1,6%	0,6%	
	Pohybové divadlo	0,8%	1,1%	0,7%	0,0%	0,0%	1,3%	1,6%	1,2%	0,5%	0,4%	0,4%	1,2%	
	Balet, taneční představení	3,9%	1,1%	4,8%	4,4%	2,3%	5,4%	3,3%	3,6%	3,8%	4,0%	4,0%	3,8%	
	Loutkové	0,8%	2,2%	0,3%	0,6%	0,0%	0,8%	1,6%	0,6%	1,4%	0,4%	0,4%	1,2%	
	Pantomimu	0,1%	0,5%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,3%	
	Bulvární divadlo	0,6%	1,1%	0,5%	0,0%	0,9%	0,4%	1,1%	0,9%	1,0%	0,0%	0,9%	0,3%	
	Jiný typ	1,0%	3,3%	0,3%	0,0%	0,5%	0,4%	3,3%	0,9%	1,9%	0,4%	1,3%	0,6%	
Celkem	Počet	794	184	609	158	213	239	184	329	209	247	450	342	

PŘÍLOHA 3 - výsledky šetření podle třídění do skupin dle pohlaví, věku, velikosti bydliště a četnosti návštěv

Preferuje 2

	Pohlaví		Jak často chodí do divadla				Věk			Místo bydliště	
	Muž	žena	Alespoň 6x ročně	Asi tak 3-6x ročně	Asi tak 1-2x ročně	Méně často	19-23	24-29	30 a více	Praha	Mimo Prahu
Operní	6,0%	8,3%	8,9%	5,2%	5,9%	4,5%	5,2%	3,4%	9,1%	7,0%	4,7%
Hudební muzikálového typu	22,8%	20,0%	19,1%	29,2%	21,1%	20,7%	22,9%	21,3%	24,0%	21,1%	25,1%
Činoherní	19,6%	21,7%	14,0%	15,6%	27,4%	19,0%	18,3%	23,7%	18,2%	17,9%	21,9%
Komorní divadla	15,0%	15,6%	14,9%	20,8%	9,3%	11,7%	11,6%	18,4%	16,9%	15,7%	14,2%
Malé autorské scény	12,6%	15,6%	11,7%	10,4%	13,5%	12,8%	14,0%	9,2%	14,0%	12,6%	12,4%
Alternativní postupy	6,5%	7,2%	6,3%	7,5%	5,5%	5,6%	6,1%	6,8%	6,2%	9,0%	3,3%
Pohybové divadlo	1,9%	1,1%	2,1%	2,4%	1,7%	2,2%	2,7%	1,9%	0,4%	2,2%	1,5%
Balet, taneční představení	9,3%	3,3%	11,1%	6,6%	8,4%	11,2%	11,9%	8,2%	7,0%	9,6%	8,9%
Loutkové	1,9%	1,1%	2,1%	0,6%	1,3%	5,0%	1,8%	1,4%	2,5%	1,6%	2,4%
Pantomimu	0,5%	1,1%	0,3%	0,6%	0,8%	0,6%	0,9%	0,0%	0,4%	0,4%	0,6%
Bulvární divadlo	2,4%	3,3%	2,1%	0,6%	3,8%	3,9%	2,7%	4,3%	0,4%	2,0%	3,0%
Jiný typ	1,4%	1,7%	1,3%	0,5%	1,3%	2,8%	1,8%	1,4%	0,8%	0,9%	2,1%
Celkem	785	180	605	212	237	179	328	207	242	446	338
Od představení očekává 1											
Nezávaznou zábavu a uvolnění	34,3%	43,8%	31,4%	19,5%	44,2%	41,3%	39,1%	36,7%	25,8%	33,7%	35,2%
Kvalitní herecké výkony	17,4%	16,8%	17,5%	18,2%	12,9%	19,0%	16,7%	13,8%	21,4%	17,1%	17,4%
Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil	2,3%	3,8%	1,8%	2,5%	0,9%	3,3%	2,7%	3,8%	0,4%	1,8%	2,9%
Příběh někoho, kdo se v mém okolí vyskytuje	0,8%	1,1%	0,7%	1,9%	0,4%	0,5%	0,9%	1,0%	0,4%	0,4%	1,2%
Efektní scénu, podívanou	5,8%	5,4%	5,9%	4,2%	8,8%	7,1%	7,3%	6,2%	3,2%	6,7%	4,7%
Nový úhel pohledu na nějaký problém	5,6%	5,4%	5,7%	6,3%	7,9%	3,8%	4,5%	5,2%	7,7%	6,2%	4,9%
Prožitek, který mě emočně obohatí	33,1%	23,8%	36,0%	47,8%	25,8%	24,5%	28,2%	32,9%	39,9%	33,5%	32,8%
Zpracování společensky aktuálního tématu	0,6%	0,0%	0,8%	0,6%	0,8%	0,0%	0,6%	0,5%	0,8%	0,4%	0,9%
Zpracování politicky dráždivého tématu	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,4%	0,2%	0,0%
Celkem	797	185	611	159	240	184	330	210	248	451	344
Od představení očekává 2											
Nezávaznou zábavu a uvolnění	18,6%	11,7%	20,7%	14,7%	18,9%	22,4%	22,1%	13,8%	17,2%	18,5%	18,9%
Kvalitní herecké výkony	28,0%	32,4%	26,7%	26,9%	27,3%	24,7%	23,3%	28,1%	35,1%	28,9%	26,8%
Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil	2,6%	1,7%	2,8%	0,6%	2,9%	1,1%	3,0%	2,5%	2,1%	2,5%	2,7%
Příběh někoho, kdo se v mém okolí vyskytuje	1,5%	4,5%	0,7%	0,6%	1,7%	2,3%	1,8%	2,0%	0,8%	1,1%	2,1%
Efektní scénu, podívanou	8,2%	9,5%	7,8%	6,4%	8,4%	13,2%	9,4%	11,3%	4,2%	8,0%	8,6%
Nový úhel pohledu na nějaký problém	9,0%	6,1%	9,8%	14,1%	10,1%	5,2%	7,0%	11,3%	10,0%	9,3%	8,6%
Prožitek, který mě emočně obohatí	27,1%	25,7%	27,5%	30,8%	27,3%	24,7%	28,8%	25,6%	25,5%	26,4%	27,7%
Zpracování společensky aktuálního tématu	4,2%	7,8%	3,2%	6,4%	3,3%	6,3%	3,0%	4,9%	5,0%	4,6%	3,8%
Zpracování politicky dráždivého tématu	0,8%	0,6%	0,8%	1,3%	0,5%	0,0%	1,5%	0,5%	0,0%	0,7%	0,9%
Celkem	779	179	600	156	238	174	330	203	239	439	339
Nejdůležitější, zda mě osloví téma a námět											
Ano	74,2%	66,1%	76,7%	73,9%	72,6%	71,4%	77,7%	72,8%	72,1%	73,6%	75,2%
Ne	25,8%	33,9%	23,3%	26,1%	27,4%	28,6%	22,3%	27,2%	27,9%	26,4%	24,8%
Celkem	811	189	621	165	242	189	336	213	251	462	347
Nejdůležitější, zda bude zpracování komediální a budu se smát											
Ano	30,7%	36,0%	29,0%	21,2%	29,3%	41,3%	34,2%	34,3%	23,1%	29,7%	32,0%
Ne	69,3%	64,0%	71,0%	78,8%	70,7%	58,7%	65,8%	65,7%	76,9%	70,3%	68,0%
Celkem	811	189	621	165	242	189	336	213	251	462	347
Nejdůležitější, zda v představení hrají moji oblíbení herci											
Ano	40,0%	34,4%	41,7%	37,0%	38,8%	41,8%	38,4%	37,6%	43,4%	37,7%	43,2%
Ne	60,0%	65,6%	58,3%	63,0%	61,2%	58,2%	61,6%	62,4%	56,6%	62,3%	56,8%
Celkem	811	189	621	165	242	189	336	213	251	462	347

PŘÍLOHA 3 - výsledky šetření podle třídění do skupin dle pohlaví, věku, velikosti bydliště a četnosti návštěv		Pohlaví		Jak často chodí do divadla				Věk			Místo bydliště			
		Muž	žena	Alespoň 6x ročně	Asi tak 3-6x ročně	Asi tak 1-2x ročně	Méně často	19-23	24-29	30 a více	Praha	Mimo Prahu		
													6,7%	9,5%
Nejdůležitější, zda v tom hrají herci, které znám z televize	Ano	93,3%	94,4%	97,0%	96,3%	91,3%	89,4%	92,6%	93,0%	95,2%	94,6%	91,9%		
	Ne	811	189	621	165	215	189	242	336	251	462	347		
Celkem	Počet													
Nejdůležitější, zda mi představení jako kvalitní doporučil někdo z mých známých	Ano	49,9%	52,3%	56,4%	53,5%	46,7%	44,4%	53,3%	47,6%	51,8%	52,2%	47,3%		
	Ne	50,1%	47,7%	43,6%	46,5%	53,3%	55,6%	47,7%	52,4%	48,2%	47,8%	52,7%		
Celkem	Počet	811	189	621	165	215	189	242	336	251	462	347		
Nejdůležitější, zda jsem o tom četl či slyšel v jiných médiích	Ano	25,0%	23,3%	25,6%	22,4%	24,2%	22,8%	29,3%	24,4%	23,5%	24,7%	25,6%		
	Ne	75,0%	76,7%	74,4%	77,6%	75,8%	77,2%	70,7%	75,6%	76,5%	75,3%	74,4%		
Celkem	Počet	811	189	621	165	215	189	242	336	251	462	347		
Nejdůležitější, zda představení získalo nějaké ocenění	Ano	8,1%	6,9%	8,5%	9,7%	7,9%	7,9%	7,4%	8,6%	8,5%	9,1%	6,9%		
	Ne	91,9%	93,1%	91,5%	90,3%	92,1%	92,1%	92,6%	91,4%	91,5%	90,9%	93,1%		
Celkem	Počet	811	189	621	165	215	189	242	336	251	462	347		
Nejdůležitější, zda mi nabízí umělecký zážitek v oblasti hodnotového sebepoznání	Ano	23,9%	23,8%	24,0%	31,5%	29,3%	19,4%	19,4%	16,9%	20,2%	27,7%	24,3%		
	Ne	76,1%	76,2%	76,0%	68,5%	70,7%	80,6%	80,6%	83,1%	79,8%	72,3%	75,7%		
Celkem	Počet	811	189	621	165	215	189	242	189	336	251	347		
Nejdůležitější, zda mi nabízí efektivní podivnou, komerčního typu	Ano	5,2%	5,8%	5,0%	2,4%	4,7%	7,0%	7,0%	5,8%	7,1%	4,7%	5,2%		
	Ne	94,8%	94,2%	95,0%	97,6%	95,3%	93,0%	93,0%	94,2%	92,9%	95,3%	94,8%		
Celkem	Počet	811	189	621	165	215	189	242	189	336	251	347		
Nejdůležitější, zda se o představení mluvím v mém okolí	Ano	12,3%	17,5%	10,8%	10,3%	11,6%	15,7%	15,7%	10,6%	12,2%	11,7%	12,1%		
	Ne	87,7%	82,5%	89,2%	89,7%	88,4%	84,3%	84,3%	89,4%	87,8%	88,3%	87,9%		
Celkem	Počet	811	189	621	165	215	189	242	189	336	251	347		
Nejdůležitější, zda jde o autora, kterého znám	Ano	14,7%	19,6%	13,2%	17,0%	14,9%	13,2%	14,3%	14,3%	14,3%	11,7%	12,7%		
	Ne	85,3%	80,4%	86,8%	83,0%	85,1%	86,8%	85,7%	85,7%	85,7%	88,3%	87,3%		
Celkem	Počet	811	189	621	165	215	189	242	189	336	251	347		
Po skončení představení většinou	Hned odcházím a dál o představení neuvažuji	3,2%	5,9%	2,4%	1,8%	0,5%	2,1%	2,1%	9,0%	1,8%	3,8%	3,2%		
	Cestou domů probírám představení	64,6%	64,2%	64,7%	58,3%	57,9%	66,8%	66,8%	75,0%	67,1%	67,9%	62,9%		
	K představení se vracíme ještě druhý den	17,2%	15,5%	17,8%	16,6%	22,9%	17,8%	17,8%	10,6%	17,1%	14,6%	18,8%		
	K představení se vracíme delší dobu	14,9%	14,4%	15,0%	23,3%	18,7%	13,3%	13,3%	5,3%	14,1%	13,7%	15,1%		
Celkem	Počet	806	187	618	163	214	241	241	188	334	212	345		
Měl jste v posledním roce z představení zážitek, který vás výrazně ovlivnil	Ano	23,6%	20,2%	24,7%	49,7%	28,2%	15,3%	15,3%	6,4%	20,9%	24,4%	21,7%		
	Ne	76,4%	79,8%	75,3%	50,3%	71,8%	84,7%	84,7%	93,6%	79,1%	75,6%	78,3%		
Celkem	Počet	805	188	616	163	213	242	242	187	335	213	346		
Zaujalo vás v posledním roce nějaké představení tak, že jste jej navštívil vícekrát	Ano	12,9%	13,4%	12,7%	29,2%	14,3%	8,8%	8,8%	2,2%	15,1%	14,3%	12,4%		
	Ne	87,1%	86,6%	87,3%	70,8%	85,7%	91,2%	91,2%	97,8%	84,9%	85,7%	87,6%		
Celkem	Počet	793	186	607	161	210	239	239	183	331	210	340		

PŘÍLOHA 3 - výsledky šetření podle třídění do skupin dle pohlaví, věku, velikosti bydliště a četnosti návštěv		Pohlaví		Jak často chodí do divadla				Věk			Místo bydliště	
		Muž	žena	Alespoň 6x ročně	Asi tak 3-6x ročně	Asi tak 1-2x ročně	Méně často	19-23	24-29	30 a více	Praha	Mimo Prahu
Sleduje divadelní zprávy a recenze v médiích	Ano, cíleně	8,9%	10,0%	20,1%	8,4%	5,0%	4,8%	10,2%	7,5%	8,8%	8,7%	9,2%
	Ano, ale jen když na ně narazím	24,8%	26,9%	35,4%	30,8%	17,8%	17,6%	24,6%	24,4%	24,9%	25,1%	24,5%
	Občas je prolétnu	28,0%	28,0%	24,4%	33,6%	30,7%	21,4%	31,1%	25,4%	26,1%	26,0%	30,8%
	Jen výjimečně	31,7%	28,0%	15,9%	22,4%	36,5%	38,0%	25,7%	31,9%	30,5%	30,8%	26,2%
	Ne, přeskakuji je	9,3%	7,0%	4,3%	4,7%	10,0%	18,2%	8,4%	10,8%	9,6%	9,4%	9,2%
Celkem	806	617	164	214	241	187	334	213	249	458	347	
Sleduje udílení cen v oblasti divadla	Ano, pravidelně se informuji	6,0%	6,0%	19,5%	4,7%	2,1%	0,5%	3,6%	5,2%	9,6%	6,8%	4,9%
	Ano, ale jen když na ně narazím v médiích	20,6%	22,5%	32,3%	26,6%	12,9%	13,4%	18,6%	19,7%	24,5%	21,0%	20,2%
	Pouze náhodně, ale vím že existují	39,7%	40,7%	32,9%	42,1%	41,9%	40,1%	41,0%	34,3%	43,0%	36,7%	43,8%
	Spíše ne, nevznám se v tom	23,0%	23,2%	12,2%	18,2%	32,4%	25,7%	26,3%	28,2%	13,3%	24,2%	21,0%
	Vůbec ne, nezajímá mě to	10,8%	7,6%	3,0%	8,4%	10,8%	20,3%	10,5%	12,7%	9,6%	11,4%	10,1%
Celkem	806	617	164	214	241	187	334	213	249	458	347	
Znáte nějaké divadelní představení, které získalo nějaké ocenění	Ano	14,9%	15,0%	27,6%	16,2%	9,4%	9,8%	15,2%	17,1%	12,8%	16,2%	13,3%
	Ne	85,1%	85,0%	72,4%	83,8%	90,6%	90,2%	84,8%	82,9%	87,2%	83,8%	86,7%
	Počet	776	587	156	204	233	183	322	210	234	444	331
Vyhledáváte informace o divadle na internetu	Ano	66,1%	70,4%	85,1%	83,3%	60,6%	38,0%	66,2%	70,6%	62,5%	66,4%	65,8%
	Ne	33,9%	29,6%	14,9%	16,7%	39,4%	62,0%	33,8%	29,4%	37,5%	33,6%	34,2%
	Počet	788	602	161	204	236	187	328	211	240	447	339

PŘÍLOHA 4 - výsledky šetření podle třídění do skupin dle toho, jaký typ představení preferují a co od návštěvy divadla očekávají

Od představení očekává 1	34,3%	Preferuje						Očekává					
		Muzikál	Činohra	Komorní	Malé scény	Ostatní	Zábava, uvolnění	Herecké výkony	Prožitek, emoce	Jiné			
Nezávaznou zábavu a uvolnění	34,3%	43,7%	29,5%	33,3%	41,7%	27,5%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
Kvalitní herecké výkony	17,4%	14,9%	21,0%	15,0%	8,3%	15,4%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%			
Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil	2,3%	1,8%	2,1%	6,7%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	14,9%			
Příběh někoho, kdo se v mém okolí vyskytuje	0,8%	0,5%	0,5%	1,7%	0,0%	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%			
Efektní scénu, podívanou	5,8%	10,8%	1,9%	5,0%	4,2%	11,0%	0,0%	0,0%	0,0%	38,0%			
Nový úhel pohledu na nějaký problém	5,6%	3,2%	5,3%	10,0%	16,7%	4,4%	0,0%	0,0%	0,0%	37,2%			
Prožitek, který mě emočně obohatí	33,1%	24,3%	39,4%	26,7%	27,1%	36,3%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%			
Zpracování společensky aktuálního tématu	0,6%	0,9%	0,3%	1,7%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%			
Zpracování politicky dráždivého tématu	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%			
Počet	797	222	376	60	48	91	273	139	264	121			
Od představení očekává 2	18,6%	21,9%	18,6%	12,3%	14,6%	16,9%	0,0%	27,1%	33,0%	19,3%			
Kvalitní herecké výkony	28,0%	21,0%	31,1%	31,6%	27,1%	30,3%	33,8%	0,0%	40,6%	18,5%			
Příběh, který je podobný tomu, co jsem zažil	2,6%	2,3%	2,5%	3,5%	0,0%	4,5%	2,3%	3,8%	1,9%	3,4%			
Příběh někoho, kdo se v mém okolí vyskytuje	1,5%	2,3%	1,4%	1,8%	0,0%	1,1%	1,1%	0,0%	1,5%	4,2%			
Efektní scénu, podívanou	8,2%	13,2%	5,7%	3,5%	6,3%	10,1%	14,7%	5,3%	6,5%	0,8%			
Nový úhel pohledu na nějaký problém	9,0%	5,0%	10,9%	12,3%	8,3%	9,0%	6,0%	11,3%	10,3%	10,1%			
Prožitek, který mě emočně obohatí	27,1%	30,1%	25,1%	28,1%	37,5%	21,3%	38,3%	47,4%	0,0%	38,7%			
Zpracování společensky aktuálního tématu	4,2%	2,3%	4,4%	5,3%	6,3%	6,7%	2,6%	4,5%	5,7%	4,2%			
Zpracování politicky dráždivého tématu	0,8%	1,8%	0,3%	1,8%	0,0%	0,0%	1,1%	0,8%	0,4%	0,8%			
Počet	779	219	366	57	48	89	266	133	261	119			
Nejdůležitější, zda mě osloví téma a námět	74,2%	78,0%	74,2%	75,0%	68,8%	68,3%	71,1%	74,1%	79,5%	70,4%			
Ne	25,8%	22,0%	25,8%	25,0%	31,3%	31,7%	28,9%	25,9%	20,5%	29,6%			
Počet	811	223	376	60	48	104	273	139	264	135			
Nejdůležitější, zda bude zpracování komediální a budu se smát	30,7%	38,1%	27,7%	31,7%	39,6%	21,2%	52,0%	23,7%	17,4%	20,7%			
Ne	69,3%	61,9%	72,3%	68,3%	60,4%	78,8%	48,0%	76,3%	82,6%	79,3%			
Počet	811	223	376	60	48	104	273	139	264	135			
Nejdůležitější, zda v představení hrají moji oblíbení herci	40,0%	45,7%	39,1%	43,3%	35,4%	30,8%	41,8%	53,2%	36,4%	29,6%			
Ne	60,0%	54,3%	60,9%	56,7%	64,6%	69,2%	58,2%	46,8%	63,6%	70,4%			
Počet	811	223	376	60	48	104	273	139	264	135			
Nejdůležitější, zda v tom hrají herci, které znám z televize	6,7%	10,3%	4,8%	3,3%	8,3%	6,7%	9,5%	4,3%	4,5%	7,4%			
Ne	93,3%	89,7%	95,2%	96,7%	91,7%	93,3%	90,5%	95,7%	95,5%	92,6%			
Počet	811	223	376	60	48	104	273	139	264	135			
Nejdůležitější, zda mi představení jako kvalitní doporučil někdo ze známých	49,9%	40,4%	57,2%	51,7%	60,4%	38,5%	45,4%	51,1%	55,3%	47,4%			
Ne	50,1%	59,6%	42,8%	48,3%	39,6%	61,5%	54,6%	48,9%	44,7%	52,6%			
Počet	811	223	376	60	48	104	273	139	264	135			
Nejdůležitější, zda jsem o tom četl či slyšel v jiných médiích	25,0%	24,2%	26,3%	26,7%	22,9%	22,1%	25,3%	23,7%	26,9%	22,2%			
Ne	75,0%	75,8%	73,7%	73,3%	77,1%	77,9%	74,7%	76,3%	73,1%	77,8%			
Počet	811	223	376	60	48	104	273	139	264	135			
Nejdůležitější, zda představení získalo nějaké ocenění	8,1%	8,5%	8,0%	6,7%	8,3%	8,7%	7,3%	7,9%	7,6%	11,1%			
Ne	91,9%	91,5%	92,0%	93,3%	91,7%	91,3%	92,7%	92,1%	92,4%	88,9%			
Počet	811	223	376	60	48	104	273	139	264	135			
Nejdůležitější, zda mi nabízí umělecký zážitek v oblasti hodnotového sebezpoznání	23,9%	16,6%	26,6%	21,7%	18,8%	33,7%	10,6%	21,6%	34,5%	32,6%			
Ne	76,1%	83,4%	73,4%	78,3%	81,3%	66,3%	89,4%	78,4%	65,5%	67,4%			
Počet	811	223	376	60	48	104	273	139	264	135			

Příloha č. 5

Přehled odpovědí na otevřené otázky dotazníku

Přehled odpovědí Q2A: Oblíbené divadlo

- Celkem třiatřicetkrát se objevilo různé divadlo pouze jedenkrát.
- Dvakrát se ve výsledcích respondentů opakovala tato divadla: U Hasičů,
- V Řeznické, Ta Fantastika, Theater Café Černá Labuť, Městské divadlo Brno, Rubín, Divadlo J. Duška, Turecké Divadlo.
- Třikrát se opakovala tato divadla: Disk, Viola, Divadlo R. Brzobohatého, Na Prádle, Středočeské divadlo Kladno, Archa, Divadlo J.K.Tyla Plzeň.

Následující tabulka uvádí podrobný přehled výsledků u divadel, která se objevila čtyřikrát a více;

• Přehled odpovědí na otázku Q2A – Oblíbené divadlo

Název	Četnost	Pohlaví		Četnost návštěv/rok				Bydliště		Očekává								
		Muž	Žena	6 a víc	3-6x	1-2x	méně	Praha	Mimo Prahu	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Rokoko	4	2	2	3	0	1	0	4	0	2	1	0	0	1	0	2	0	0
Hybernia	4	0	4	1	0	3	0	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Státní opera	5	0	5	2	0	3	0	5	0	3	3	0	0	1	1	2	0	0
Palace	5	1	4	2	3	0	0	2	3	3	3	0	0	0	0	4	0	0
V Celetné	5	0	5	3	1	0	1	3	2	2	3	0	0	0	1	4	0	0
Ypsilon	6	1	5	5	1	0	0	5	1	2	4	0	0	0	3	3	0	0
Ungelt	7	0	7	5	2	0	0	5	2	0	3	0	0	0	2	8	1	0
Klicperovo	8	1	7	2	6	0	0	0	8	2	4	0	0	1	1	8	0	0
Na Jezerce	9	1	8	4	5	0	0	8	1	4	3	1	1	1	3	9	1	1
Palmovka	11	5	6	4	6	0	1	8	3	2	9	0	0	2	0	9	0	0
Kalich	12	4	8	3	2	6	1	8	4	8	5	0	0	4	2	4	0	0
Činoher. Klub	12	2	10	7	3	2	0	10	2	2	8	0	0	0	1	9	0	0
Fidlovačka	12	0	12	3	6	1	2	7	5	3	7	0	1	1	2	9	2	1
Bez Zábradlí	13	0	13	4	5	3	1	7	6	5	4	2	0	0	3	9	2	0
Divadlo komedie	13	2	11	6	4	2	1	10	3	4	5	1	1	2	4	8	1	1
ABC	16	3	13	7	6	2	1	11	5	8	7	1	1	2	3	1	1	1
J.Cimrmana	17	8	9	2	4	4	7	11	6	1	6	1	0	5	0	1	0	0
Dejvické	17	6	11	8	4	4	1	15	2	9	1	5	0	2	0	9	1	0
Na Zábradlí	17	2	15	10	4	3	0	11	6	4	1	1	1	4	4	1	1	0
Karlín	17	4	13	1	4	11	2	13	4	8	5	0	0	4	0	1	1	0
Švandovo	17	2	15	8	7	0	2	15	2	8	6	0	0	0	6	1	1	0
V Dlouhé	19	5	14	7	8	2	2	9	10	7	3	2	2	6	2	1	0	0
Vino Hradské	35	7	28	11	15	6	3	25	10	1	1	0	3	5	4	1	2	0
Národní	43	9	34	14	14	11	4	25	18	2	2	3	0	1	6	3	5	4

zdroj: Žantovská 4/2010, 811 respondentů
Pozn.: Názvy divadel jsou převzaty z odpovědí respondentů.

legenda:

A - Nezávazná zábava a uvolnění

B - Kvalitné herecké výkony

C - Příběh podobný tomu, co jsem zažil(a)

D - Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje

E - Efektní scéna, podívaná

F - Nový úhel pohledu na nějaký problém

G - Prožitek, který mě emočně obohatí

H - Zpracování společensky aktuálního tématu

I - Zpracování politicky dráždivého tématu

Přehled odpovědí na otázku Q 6: které představení vás v posledním roce zaujalo

• Přehled odpovědí na otázku Q 6:

Název	Četnost	Pohlaví		Četnost návštěv/rok				Bydliště		Očekávání								
		Muž	Žena	6 a více	3-6	1-2	méně	Praha	mimo Prahu	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Drobečky z perníku	4	1	3	0	2	0	2	1	3	0	4	2	0	0	1	1	0	0
Zdravý, nemocný	4	2	2	1	2	1	0	2	2	2	3	0	0	0	0	3	0	0
Divadlo z Bugraku	4	1	3	0	3	1	0	3	1	3	2	0	0	1	1	1	0	0
Blbec k večeři	4	0	4	0	2	2	0	3	1	2	3	0	0	0	0	3	0	0
Obraz Doriany Greye	4	0	4	0	0	3	1	2	2	1	2	0	0	1	0	4	0	0
České nebe	4	1	3	0	3	0	1	3	1	4	0	0	0	3	0	1	0	0
Čtyři dohody	5	0	5	1	0	4	0	5	0	4	2	0	0	0	2	2	0	0
La putyka	5	0	5	3	2	0	0	4	1	1	3	0	0	0	1	5	1	0
Producenti	5	0	5	0	1	3	1	5	0	5	1	0	0	0	1	2	1	0
Vagina Monology	5	1	4	2	2	1	0	2	3	1	2	1	0	0	1	5	0	0
Příběh ulice	5	0	5	1	1	3	0	3	2	3	2	1	0	2	0	1	1	0
Kleopatra	5	2	3	0	1	3	1	1	4	4	2	0	0	1	0	3	0	0
Revizor	6	0	6	1	4	0	1	2	4	5	1	0	0	1	0	4	1	0
Touha	6	2	4	2	1	3	0	5	1	3	1	0	0	3	2	3	0	0
Tři Muškětýři	6	2	4	0	1	3	2	1	5	3	3	0	0	4	0	2	0	0
Odcházení	6	2	4	3	1	1	1	3	3	2	1	0	0	2	1	5	1	0
Richard III.	6	1	5	1	0	5	0	4	2	1	4	0	0	4	0	3	0	0
Žebrácká opera	7	2	5	1	5	1	0	6	1	4	4	0	0	0	1	5	0	0
Kudykam	7	2	5	3	1	3	0	4	3	2	2	0	0	0	1	7	2	0
W. Shakespeare ve 120 min	7	1	6	4	1	2	0	4	3	5	5	0	0	0	1	4	0	0
Vše o mužích	7	1	6	1	5	1	0	4	3	4	1	1	0	0	1	6	1	0
Višňový sad	7	1	6	2	3	1	1	3	4	1	5	0	0	0	2	7	0	0
Hrdý Budžes	8	0	8	2	2	3	1	5	3	6	5	0	0	1	0	4	0	0
Děti Ráje	9	1	8	1	2	3	3	4	5	8	2	0	0	1	1	6	0	0
Do naha	12	0	12	2	3	4	3	8	4	9	7	0	0	1	2	5	0	0
Dracula	16	2	14	2	8	4	2	11	5	5	2	0	0	1	1	7	0	0
Sluha dvou pánů	21	8	13	2	3	9	7	8	13	1	8	0	0	6	2	1	0	0
Caveman	25	3	22	5	1	3	6	0	25	7	4	0	0	1	3	1	1	0
Carmen	31	2	29	4	1	1	1	15	16	2	1	1	0	3	1	2	1	1
										0	4					2		

zdroj: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

legenda:

A - Nezávazná zábava a uvolnění

B - Kvalitné herecké výkony

C - Příběh podobný tomu, co jsem zažil(a)

D - Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje

E - Efektní scéna, podívaná

F - Nový úhel pohledu na nějaký problém

G - Prožitek, který mě emočně obohatí

H - Zpracování společensky aktuálního tématu

I - Zpracování politicky dráždivého tématu

Přehled odpovědí na otázku Q11A: Představení, které jsem viděl(a) vícekrát:

- V odpovědích respondentů se objevily velice různé žánry a v podstatě veškeré typy divadelní produkce. Z toho 54 titulů se objevilo v počtu jedenkrát.
- Dvakrát se objevily tyto inscenace: Bratři Karamazovi, Shirley Valentine
- Třikrát se objevily muzikály Do naha a Touha.
- Následující tabulka uvádí podrobný přehled výsledků inscenací, které se objevily čtyřikrát a více:

• **Přehled odpovědí na otázku Q11A:**

Název	Četnost	Pohlaví		Četnost návštěv/rok				Bydliště		Očekávání								
		Muž	Žena	6 a více	3-6	1-2	méně	Praha	Mimo Prahu	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Carmen	4	1	3	1	0	3	0	2	2	4	1	1	0	1	0	1	0	0
Vagina Monology	4	2	2	2	2	0	0	2	2	0	1	1	0	0	0	5	0	0
Caveman	6	0	6	2	3	1	0	5	1	4	2	0	0	1	0	5	0	0
Sluha dvou pánů	8	1	7	4	2	2	0	3	5	5	4	3	0	1	1	1	0	0

Zdroj: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

legenda:

A - Nezávazná zábava a uvolnění

B - Kvalitné herecké výkony

C - Příběh podobný tomu, co jsem zažil(a)

D - Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje

E - Efektní scéna, podívaná

F - Nový úhel pohledu na nějaký problém

G - Prožitek, který mě emočně obohatí

H - Zpracování společensky aktuálního tématu

I - Zpracování politicky dráždivého tématu

Přehled odpovědí na otázku Q11B: Čím tato představení diváky zaujala:

• Přehled odpovědí na otázku Q 11 B

Čím zaujalo	Četnost
Aktuálnost	1
Tanec	1
Romantika	1
Atmosféra	1
Text	1
Nadhled	2
Emotivnost	2
Psychologie	3
Zpracování	3
Písně, hudba	5
Celkový dojem	7
Scéna. výprava	7
Vtip, humor	23
Herecké výkony	28

zdroj: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Přehled odpovědí na otázku Q12: Jak byste se hodnotil(a) jako divák:

V odpovědích, které se objevily méně než čtyřikrát bylo ještě zaznamenáno: oddaný, dochvilný, pokorný, relaxující, filozofující, erudovaný.

Následující tabulka uvádí podrobný přehled výsledků, které se objevily čtyřikrát a více:

• Přehled odpovědí na otázku Q12:

Divák	Četnost	Pohlaví		Četnost návštěv divadla/rok				Bydliště	
		Muž	Žena	6 a více	3-6	1-2	méně	Praha	Mimo Prahu
z donucení	4	3	1	0	0	3	1	3	1
Spokojený	4	2	2	2	2	0	0	2	2
Pasivní	6	3	3	0	2	1	3	1	5
konzervativní	6	1	5	0	2	3	1	5	1
Zaujatý	7	3	4	3	0	2	2	5	2
soustředěný	7	0	7	0	1	5	1	5	2
Zvědavý	8	0	8	0	0	5	3	7	1
Laik	9	1	8	0	4	4	1	4	5
Obdivný	10	3	7	0	1	3	6	2	8
Komerční	10	4	6	0	6	4	0	4	6
očekávající	10	2	8	1	4	3	2	5	5
Otevřený	10	1	9	3	3	4	0	6	4
Ukázněný	12	2	10	3	5	2	2	2	10
Aktivní	13	3	10	4	4	4	1	8	4
Empatický	14	3	11	5	4	5	0	6	8
přemýšlivý	14	5	9	2	2	2	8	5	9
emocionální	14	2	12	4	6	2	2	8	6
oceňující	17	6	11	5	3	2	7	9	8
příležitostný	19	7	12	2	3	4	10	12	7
tolerantní	20	7	13	3	5	6	6	8	12
průměrný	23	6	17	4	10	5	4	15	8
trpělivý	25	1	24	5	5	11	4	9	16
vděčný	29	5	24	10	7	6	6	12	17
se smyslem pro humor	33	15	18	4	6	8	15	21	12
kritický	55	11	44	8	16	15	6	31	24
vnímavý	68	9	59	11	23	19	5	43	25
nenáročný	77	19	58	12	18	25	22	54	23
náročný	85	23	62	9	16	21	19	44	41
pozorný	115	18	97	15	27	34	29	48	67

zdroj: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

**Přehled odpovědí na otázku Q10A : Představení, které pro vás znamenalo nejsilnější zážitek:
a na otázku Q10B: Čím vás toto představení ovlivnilo:**

- Respondenti opět uváděli velkou škálu různých typů divadelních produkcí.
- Celkem 46x se objevily baletní a operní představení.
- 95 respondentů uvedlo různá představení pouze jedenkrát (Z toho 72 žen, 23 mužů)
- V těchto představeních nejčastěji oceňovali herecké výkony (32x) a příběh (20x).
- Dvakrát se jako nejsilnější divadelní zážitek objevily tyto inscenace: České nebe, Děti ráje, La Putyka, Peníze od Hitlera, Škola pro ženy, Odcházení, Dracula, Drobečky z perníku, Zahrada Soch.
- Třikrát se objevily tyto inscenace: Adina; Jistě, pane ministře; Baron Prášil; Pan Polštář.
- Následující tabulka uvádí podrobný přehled výsledků, které se vyskytly čtyřikrát a více.
- **Přehled odpovědí na otázku Q10A a B:**

Název	Četnost	Pohlaví		Návštěv divadla/rok				Očekávání									Čím je představení zaujalo
		Muž	Žena	6 a víc	3-6	1-2	méně	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
Sluha dvou pánů	4	1	3	0	1	2	1	1	4	0	0	1	0	2	0	0	herecké výkony, humor
Vagina Monology	4	0	4	2	2	0	0	0	3	0	0	0	0	4	4	0	téma, herecké výkony, zajímavé, překvapivé
Hrdý budget	4	0	4	1	3	0	0	3	2	0	0	1	0	2	0	0	téma, nadhled, her. výkony, pohled na normalizaci
Carmen	5	0	5	1	4	0	0	2	4	0	0	0	1	3	0	0	scéna, efekty, pěvecké výkony
Shirley Valentine	5	0	5	4	1	0	0	1	5	0	0	1	0	3	0	0	vtipné a poučné, herecký výkon, k zamyšlení
Kudykam	6	1	5	3	1	2	0	2	3	0	0	0	1	7	0	0	scéna, herecké výkony, emoce, sebereflexe, text
Čtyři dohody	8	0	8	3	2	2	1	5	6	2	1	1	1	4	1	1	téma, vtip, sebereflexe, zpracování
Caveman	9	2	7	3	4	2	0	8	3	0	0	2	0	5	0	0	pohled na život, obsah, smýšlení o mužích

zdroj: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

legenda:

A - Nezávazná zábava a uvolnění

B - Kvalitné herecké výkony

C - Příběh podobný tomu, co jsem zažil(a)

D - Příběh někoho, kdo se v mém okolí nevyskytuje

E - Efektní scéna, podívaná

F - Nový úhel pohledu na nějaký problém

G - Prožitek, který mě emočně obohatí

H - Zpracování společensky aktuálního tématu

I - Zpracování politicky dráždivého tématu

**Přehled odpovědí na otázku Q15A: Znáte nějaké divadelní představení, které získalo nějaké ocenění? Které to bylo představení?
a Q15B: A jaké to bylo ocenění?**

• **Přehled odpovědí na otázku Q15A**

Kritérium	Četnost	Pohlaví	
		Muži	Ženy
počet představení uvedených dobře	31	6	25
počet představení, ve kterých získali ocenění herci	33	6	27
počet představení uvedených špatně	15	7	8
odpověď neví	11	8	3

zdroj: Žantovská 4/2010, 811 respondentů

Pozn.: Všichni diváci, kteří odpověděli, chodí do divadla nejméně 1-2 krát do roka a v první volbě preferenci volili nejvíce činohru, balet, hudební divadlo muzikálového typu a komorní činohru.

Z přehledu odpovědí na otázku Q15B vyplývá toto:

- Z celkem 60ti odpovědí bylo uvedeno:
 - 11x cena A. Radoka
 - 16x cena Thalie
 - 4x různá ocenění pro komedie
 - 1x slovenské Dosky
 - 1x cena Szaky a divadelních novin
 - 11x odpověď nevím
 - 16 x špatná odpověď

• **Přehled odpovědí na otázku Q15B:**

Představení	Ocenění	Pohlaví		Preferovaný typ divadla	Četnost návštěv divadla/rok			
		Muž	Žena		6 a více	3-6	1-2	méně
-	Thalie	0	1	činohra	0	1	0	0
Pan Kaplan má stále třídu rád	nejlepší komedie	0	1	činohra	1	0	0	0
Náměstí bratří Mašínů	Radok	0	1	činohra	0	1	0	0
Hrdý Budžes	Thalie	0	1	činohra	0	1	0	0
Evžen Oněgin (balet)	ocenění za scénu	0	1	činohra	1	0	0	0
Sluha dvou pánů	-	0	1	Hudební muzikálového typu	0	0	1	0
Pan Polštář	cena Sazky a divadelních novin	1	0	komorní činoherního typu	1	0	0	0
Maryša	Thalie	0	1	Hudební muzikálového typu	1	0	0	0
Adina	Thalie	0	1	činoherní	0	0	0	1
La Putyka	cena Divadelních novin	0	1	činoherní	0	1	0	0
Vojcek	cena A. Radoka	0	1	činoherní	0	1	0	0
Liška Bystrouška	-	0	1	alternativní postupy	1	0	0	0
Shirley Valentine	Thalie	1	0	činohra	0	1	0	0
Drobečky z perníku	Thalie	1	0	komorní činoherního typu	0	1	0	0
- Švandovo divadlo	Thalie	0	1	balet	0	0	1	0
Sluha dvou pánů	-	0	1	činoherní	0	1	0	0
Vyhazovači	komedie roku	0	1	balet	1	0	0	0
Vojcek	Radok	1	0	činohra	1	0	0	0
Funny Girl	Thalie	1	0	více druhů	1	0	0	0
My Fair Lady	-	0	1	činoherní	1	0	0	0
Paní Plukovníková	za her. výkon (Bohdalová)	0	1	činohra	1	0	0	0
Vojcek, Marlene	Thalie	0	1	balet	0	0	1	0
Vojcek	-	0	1	činoherní	1	0	0	0
Sluha dvou pánů	-	0	1	činoherní	0	0	1	0
Conte Hordo	za režii na Slovensku	0	1	komornídivadlo činoherního typu	1	0	0	0
Hráči	Cena smíchu	1	0	činoherní	1	0	0	0
La Putyka	Událost doku	0	1	komorní činoherního typu	1	0	0	0
Proces	Radok	0	1	více typů	1	0	0	0
Cikánské kořeny	Thalie	0	1	balet	1	0	0	0
Mamma Mía	-	0	1	činoherní	0	1	0	0
Lakomec	Radok	0	1	činoherní	1	0	0	0
Hořké slzy Petry	-	1	0	komorní činoherního typu	1	0	0	0
Jóbles	Thalie	0	1	činoherní	1	0	0	0
Svanhor	Radok	1	0	činoherní	1	0	0	0
Gazdina roba	Radok	0	1	činoherní	1	0	0	0
Carmen	Thalie	0	1	činoherní	0	0	1	0
Dracula	-	0	1	hudební muzikálového typu	0	0	1	0
Sluha dvou pánů	-	0	1	operní	0	0	1	0

zdroj: Žantovská 4/2010,811 respondentů

pozn.: *Názvy cen i představení jsou uvedeny tak, jak je uvedli respondenti.*

PŘÍLOHA č.6 – Záznamy o průběhu skupinových diskuzí

Skupinová diskuze dne 22.4. 2008

Účastníci: 5 žen, 2 muži, prezenční studenti magisterských oborů sociální a masová komunikace a speciální pedagogika, Univerzita J.Á.Komenského, Praha

Doba trvání: 55minut

Moderátor diskuze: autorka práce, ing.mgr.Irena Žantovská

Diskuze probíhala podle předem připraveného scénáře takto:

- přivítání, vysvětlení účelu setkání

- diskuze na téma prvního bloku „formy a způsoby návštěvy divadla“
 - *Jak často chodíváte do divadla* – všichni zúčastnění chodí nejméně cca 2x do roka, jedna žena má divácké předplatné v Divadle J.K.Tyla v Plzni, ostatní považují předplatné za přežitek, protože si chtějí repertoár vybírat sami, na premiéře nikdo z nich nikdy nebyl a nebyli by ochotni platit za premiérové lístky vyšší cenu (pouze jeden muž a jen za předpokladu, že by s cenou lístku byla spojena i vstupenka na popremiérovou oslavu).
 - *S kým chodíte do divadla* – všichni zúčastnění chodí nejméně ve dvojici, nejčastěji s partnerem či s rodiči, občas jako malá skupina přátel
 - *Plánujete návštěvu divadla osobně* – odpovědi se různí, aktivnější jsou ženy, z rodičů matky, u partnerů partnerky
 - *Máte své oblíbené divadlo* – odpovědi se různí, 2 ženy uvádějí oblíbené divadlo, ostatní uvádějí více divadel najednou, orientují se spíše podle toho, co chtějí konkrétně vidět, cíleně žádné divadlo nesledují

- diskuze na téma druhého bloku „důvody návštěvy divadelního představení“
 - *Jaký typ divadelního představení preferujete* – pouze jedna žena odpovídá okamžitě, že operní, ostatní nejsou tak jednoznačně rozhodnuti, převažuje činohra, ale mluví se o jejích různých podobách, jedna žena zmiňuje taneční

divadlo a jeden muž uvádí „Cimrmany“, diskuze se točí i o odborných termínech jako je především pojem bulvární divadlo (účastníci jako bulvární divadlo chápou např. činoherní produkci v divadle Kalich) a alternativní divadlo (účastníci vesměs nemají zkušenost, uvádí pouze formy pouličního divadla)

- *Specifikujte, co vás na představení obvykle nejvíce zajímá* - účastníci se shodují na tom, že očekávají zajímavé téma, zábavu, emoční náboj a herecké výkony, ostatní odpovědi se různí (např. hezké kostýmy, humor, zajímavou scénou, účast známého či oblíbeného herce)
 - *Co vás nejčastěji přesvědčí, abyste do divadla opravdu šli* - všichni se shodují na tom, že nejlepší pobídkou je doporučení někoho blízkého, kdo představení viděl, dále připouští jako motiv to, že o představení slyšeli či četli, jeden muž připouští, že vyhledává informace na internetu; téměř všichni následně uvádějí, že se před návštěvou dívají na internetovou prezentaci (nejvíc na fotografickou dokumentaci)
- diskuze na téma třetího bloku „účinky návštěvy divadelního představení“
- *Přemýšlíte o představení po jeho skončení* - všichni připouští, že ano, avšak doba se různí, pouze dva účastníci připouštějí možný větší vliv, který přetrvává (jedna žena uvádí zážitek z dětského představení), všichni též připouští, že o představení mluví, a to nejen s těmi, kteří představení spolu s nimi viděli, nejčastěji hodnotí herecké výkony, pak způsoby zpracování, dále atraktivitu tématu
 - *Chodíte někdy na stejné představení vícekrát* - tato situace není častá, ale jedna účastnice připouští, že byla na jednom představení vícekrát, protože ji zaujalo a vzala na představení svoji kamarádku, jeden muž uvádí příklad svých rodičů, kteří žijí ve městě, kde je repertoárové divadlo, a jsou ochotni zajít na stejné představení, zejména komediálního typu, opakovaně v rozmezí několika let
 - *Může podle vás mít divadlo hodnototvorný vliv* - respondenti připouští, že ano, ovšem v různé míře, muži jsou skeptičtější
 - *Myslíte si, že vás někdy výrazně ovlivnil zážitek z nějakého představení* - respondenti připouští pouze malý nebo žádný vliv, avšak mluví o zaujetí např. hereckými výkony či vizuální podobou, nebo o překvapení vzhledem k

novému pojetí určitého dráždivého tématu

- diskuze na téma čtvrtého bloku „divadlo a ostatní media“

volná diskuse přinášela názory, které se podobaly či doplňovaly - recenze a hodnocení cíleně nečtou (kromě ženy, která se zajímá o operu, ta čte pravidelně recenze a sleduje hodnocení obsazení a alternací), publicistické pořady o divadle příliš nesledují, všichni své informace čerpají z internetu, a to často i z webových stránek samotných divadel, ostatní poznatky získávají pouze nahodile, eventuelně z lifestyleových periodik či pořadů (ženy)

- poděkování účastníkům

Diskuze probíhala velice otevřeně, diskutující byli ochotní, dobře a srozumitelně formulovali své názory, postoje, zkušenosti a občas vstupovali do vzájemných interakcí.

Skupinové diskuze dne 13.5. 2010

Probíhaly celkem dvě diskuze dle stejného scénáře

Účastníci: v první skupině bylo 5 žen a 1 muž, ve druhé skupině 6 žen a 2 muži, všichni účastníci byli prezenční a kombinovaní studenti magisterského oboru sociální a masová komunikace, Univerzita J.Á.Komenského, Praha, všichni též již předtím vyplnili písemný dotazník

Doba trvání: první skupinová diskuze trvala cca 50 minut, ta druhá trvala cca 65 minut

Moderátor diskuze: autorka práce, ing.mgr.Irena Žantovská

Diskuze probíhaly podle předem připraveného scénáře. Moderátorka v úvodu účastníky přivítala, poděkovala za jejich ochotu diskutovat o dané problematice a vysvětlila cíle výzkumného šetření. Následně vždy otevírala diskuzní bloky, pokládala otázky a řídila diskuzi. Cílem bylo diskutovat o některých aspektech, které vyplynuly z dotazníkového šetření, eventuelně prozkoumat některé otázky z dotazníku více do hloubky. Otázky byly v obou skupinách kladeny ve stejném znění

a ve stejném pořadí, avšak ke každé otázce probíhala následně volná diskuze.

Téma prvního bloku – návštěva divadla:

- *Je pro vás návštěva divadla spíše běžnou záležitostí nebo je to něco významnějšího* – respondenti většinou odpovídali, že běžná záležitost, odpočinek, zábavný způsob trávení volného času, příležitost, jak netrávit večer doma, pouze jeden muž ve druhé skupině viděl návštěvu divadla jako povinnost - do divadla nechce chodit, nemá tuto aktivitu rád, necítí se v prostředí hlediště dobře
- *Navštěvujete premiéry* – pouze jedna třetina všech účastníků připutala, že někdy byla na premiéře, většina tvrdila, že by cíleně premiéru nevyhledali, protože herci jsou nervózní, atmosféra je chladná, v publiku sedí většinou kritici a odborníci, kteří se nechtějí bavit, ale soudit, představení není ještě usazené; jedna žena vypráví zážitek z premiéry nejmenovaného muzikálu, kde jí naopak připadalo nadšení publika hrané a přílišné, necítila se dobře, protože představení se jí nelíbilo tak jako ostatním a připadala si manipulovaná; všichni účastníci se shodli na tom, že by nebyli ochotni platit za lístky na premiérové uvedení výrazně vyšší vstupné, více než polovina tvrdila, že premiéry dnes postrádají větší společenský význam
- *Co si myslíte o systému předplatného* – nikdo z účastníků neměl divácké abonmá; někteří tuto zkušenost mají z jiných měst než je Praha, předplatné pro ně není v současné době atraktivní, a to ani ve formě slevových kupónů, většinou návštěvu neplánují dlouhodobě dopředu, často si objednávají či rezervují lístky na internetu
- *Kdo u vás častěji plánuje návštěvu divadla, muži či ženy* – ženy odpovídají sborově, že ony, 2 ze 3 mužů přiznávají, že jim divadlo sice nevadí, ale navštěvují jej hlavně kvůli partnerkám

Téma druhého bloku – zážitek z představení:

- *Vnímáte představení často jako emoční zážitek* – většina účastníků odpověděla, že ano, více než polovina žen to oceňuje jako kvalitu, všichni se postupně shodují na tom, že síla emoce se odvíjí od hereckého podání, ženy přiznaly více než muži, že mají své oblíbené určité herce i herečky

- *Jaké emoce na divadle nejčastěji očekáváte* – z nabídnutých základních emocí více než dvě třetiny očekávají radost, potěšení a překvapení, více než polovina lásku, strach a smutek; pojem hněv vnímají účastníci velmi široce, spíše uvažují o agresivitě a zlobě, což jsou emoce, které na divadle příliš nepreferují, opovržení a stud pak přímo zavrhli jako emoce nepříjemné, které nechtějí spoluprožívat, k postavám, které jsou ovládány těmito typy emocí, většinou nejsou schopni zaujmout nějaký pozitivní postoj
- *Co si představujete pod pojmem zábavnost* – většina se shodla na tom, že zábavnost je spojena se smíchem a pocitem potěšení ze sledování něčeho veselého, zazní i pojmy zaujetí a překvapení; jeden z mužů uvádí, že pro něho osobně je zábavné to, co je nové
- *Z jakých důvodů byste představení opustili před koncem* – odpovědi se různí, např. když nerozumím tomu, co se předvádí, když se moc poučuje, když jsou herci trapní, když celé je to vykolejené způsobem, který mě nezajímá; celkově odpovědi nejčastěji směřovaly k otázce neporozumění, kupodivu otázka nudy se objevila spíše sporadicky
- *Co je pro vás na divadelním představení nejpřitažlivější* - odpovědi se točily téměř výhradně okolo tématu a hereckých výkonů; všichni tři muži preferovali atraktivitu tématu, ženy spíše přiznávaly, že jsou ochotné jít se podívat, jak někdo hraje nebo zpívá i na představení, které je tematicky příliš nezajímá

Téma třetího bloku – pojem divadlo:

Účastníci měli určit, co se jim nejspíše vybaví pod pojmem divadlo. Dostali následující nabídku pojmů, ze kterých si měli vybrat tři typy v pořadí.

Pojem	Pořadí		
	1	2	3
Show	0	0	2
Podívaná	1	6	1
Hra	8	0	1
Zábava	3	4	5
Příběh	1	2	4
Předvádění	1	2	1

Z následné diskuze jasně vyplynulo, že pojem divadlo je spojen nejvíce s pojmem hra ve smyslu inscenování dramatického textu, dále zábava a podívaná. Dále účastníci dostali za úkol vysvětlit a přeložit termín performance. Přestože moderátorka zdůraznila, že prosí o asociaci k českým slovům, účastníci asociovali slova přejatá a původem cizí – akce, prezentace, happening. Nakonec jediný český překlad zněl – když se něco děje. Slovo performance se s pojmem divadlo v myslích účastníků spojuje či překrývá jen velmi málo.

Obě diskuze probíhaly velmi otevřeně, účastníci si často vyměňovali názory nejen s moderátorkou, ale i mezi sebou.

Příloha č. 7 – Záznam rozhovoru s Prof. J. Císařem

(13.4.2008)

Záznam rozhovoru s Profesorem Janem Císařem

Když jsem začala zkoumat divadlo jako komunikační akt, tak jsem narazila na takovou teorii, že lidský vývoj je spojen s určitými etapami, ve které je vždy nějaký komunikační prostředek dominantní. Divadlo vlastně nikdy dominantní nebylo. Na druhou stranu je neustále přítomné od počátků lidské společnosti. Myslíte si, že někdy byla míra vlivu divadla taková, že mohlo sáhnout po té dominantní funkci?

Slovo dominantní funkce je možná příliš riskantní a nebezpečné, ale myslím si, že byly doby, které divadlo posouvaly velmi do popředí. Jsem přesvědčen, že řekněme takové baroko bylo samo o sobě výrazně teatrální, mělo smysl pro divadlo a že divadlo v něm - alespoň v jisté části společnosti a dokonce, jak víme, pak z lidového divadla to šlo dolů - mělo velmi podstatnou a velmi důležitou roli jako komunikační forma. Asi takto bych to formuloval, že byly etapy, v nichž divadlo zaujalo v podobách, způsobech a systémech komunikace zřetelnou a velmi důraznou roli, která se vyrovnala i jiným druhům komunikace.

Takže, pane Professore, z toho by vyplývalo, že v takovýchto okamžicích by způsoby tvorby na divadle mohly zpětně ovlivňovat určitou část komunikace v té společnosti. Formy komunikace, jazykovou úroveň, určitou společenskou normu. Je to tak?

Jsem o tom naprosto přesvědčen. Podívejte, já jsem mluvil teď o baroku. Když si vezmete devatenácté století a to, co bychom mohli nazvat velkým měšťanským divadlem, pro které třeba nemáme příliš velké pochopení, tak to, co se odehrávalo na velkých divadlech, to ovlivnilo mnohé, včetně módy. My nemůžeme brát jenom tu verbální stránku, ale i tu nonverbální, takže např. prostě to, co nosily herečky na jevišti, bylo pro jistou část společnosti, zejména v

Praze závazné. To je doloženo, protože tady existuje protest jisté části společnosti, která žádá, aby se na jevišti daleko více objevovala Marie Laudová, protože měla vždycky čerstvé zprávy o tom, co se nosí v Paříži, takže dámy chodily na její představení salónních komedií, aby si hned druhý den daly podle jejího vzoru šít šaty. Takže to tady takto bylo – kultura jazyka, kultura řeči, zejména v jazyce rodném, v češtině, deklamační způsoby – to vše z divadla ovlivňovalo, jak se vyjadřovali a řekněme i tehdejší politiku. Takzvaná mladočeská fráze, ta souvisí s tím, jak herci deklamovali. Takže ty věci tady byly. Dneska už to samozřejmě nefunguje, ale, jak říkám, i to velké měšťanské divadlo v druhé polovině devatenáctého století u nás, ale i jinde, mělo vliv velmi silný.

Ano, ale to české divadlo i v roce 1989 prokázalo velké propojení s diváckou obcí nebo se společností, protože koneckonců místo toho, abychom demonstrovali přímo na náměstí, zamířili diváci do divadel na protesty, takže se to změnilo na někdy i teatrální protesty. Myslíte si, že dnes, téměř dvacet let po revoluci, je také ta společenská úloha divadla poznatelná nebo ustoupila do pozadí?

Dnes samozřejmě je společenská úloha divadla v tomto smyslu neobyčejně problematická, toto říkám velmi opatrně. Člověk si může položit otázku, jaký smysl má dneska divadlo. Neříkám, že nemá, ale rozplynulo se nám to do velkého množství nejrůznějších úloh. Ta diferenciacce a stratifikace divadla je přece strašně rozsáhlá a nemůžete vůbec říct, co vlastně je spojuje, kromě toho, že se hraje na jevišti a že tam účinkují nějakí herci, jinak těžko vědět, co spojuje řekněme některé produkce zábavného divadla, vzniklé soubory přímo pro to určené, se zcela postmoderními prototypy divadla, které se zcela vymykají jakémukoliv pojmenování. Co je spojuje? Proč na ně lidi chodí? Jedni se chtějí bavit a ti druzí tam chodí z úplně jiných důvodů. Možná, že bychom našli nějaký společný rys, ale rozhodně velmi obtížně. Je to hlubinná struktura, kterou si možná divák ani neuvědomuje. Rozhodně společenská funkce ovlivňující současný život je asi minimální, ne-li nulová.

Pořád ještě platí, že základem toho, co nazýváme divadlem, je předvádění konkrétní situace? Musí být dramatická nebo stačí jenom, že je jevištní, takže se pojí nějaká komunita na jevišti s komunitou v hledišti?

Dnes jsem se k těmto věcem dostal z úplně jiného úhlu. Začal jsem si klást takovou otázku, která to všechno překračuje do předvádění situací. My žijeme v období velikého scénování, všechno se předvádí. Realita sama o sobě, kromě toho, když ji sama prožijete na vlastní kůži, ta vlastně neexistuje. Všechno něco zprostředkovává. Takže otázka zní: Co je na tom divadle v této chvíli tak zajímavé? Já si myslím, že nejvíce do popředí vystupuje moment, ani ne tak situace, ta samozřejmě trvá, ale vystupuje moment té reprezentace a prezentace herce. To je něco, co všichni prožíváme, protože sami se často sebeprezentujeme. A k tomu zase zastupujeme nějaké jiné společenské role, čili něco odprezentujeme. Myslím si, že možná toto je na divadle to nejzajímavější. Člověk vstupuje do nějakých situací, kde ta dramatická situace má své jisté osvědčené kvality a pravdou je, že dnes existuje taková velmi populární a často citovaná kniha, která se jmenuje Postdramatické divadlo. Takže se domnívám, že herectví od počátku v sobě nese ten dvojitý moment, že je člověk sám za sebe, že se prezentuje a ukazuje a že vstupuje do nějakých rovin, kdy překračuje tu sebeprezentaci a je reprezentován. To je něco, co bych nazval přímo antropologií divadla.

To je hodně zajímavé a teď jestli na to můžu navázat: Jestliže se někdo sebeprezentuje, tak s tím většinou nese i určitý hodnotící postoj. A od hodnotícího postoje je jenom krůček k nějakému společenskému názoru.

Samozřejmě. Já si myslím, že když se sebeprezentujete na divadle, teď nebudu mluvit o jiných sférách života, tak se reprezentujete nejenom tím, jaká jste, jak vypadáte, co máte na sobě a jak to umíte nosit, že máte krásný hlas, atd. ale i tím, jakou tomu přikládáte kvalitu hodnot. A také tak reprezentujete svůj postoj k těmto kvalitám, propojení se společenským názorem není vždy nutné, ale je to možné. Dneska ale většinou propagujeme sami sebe.

To určitě ano, ale i to je postoj. Odmítat určitou ideologickou diverzifikaci a stát jenom na tom, co je základní a společné. Potom to může i diváky ovlivňovat v tom smyslu, že toto je vlastně nejdůležitější.

Samozřejmě. Podívejte, divadlo tohle dělá dneska minimálně. Víme, že to patří bulváru, tisku. Ten ovšem patří miskám, což je pro mě něco strašného, a patří samozřejmě i jiným různým celebritám. Ostatně podstata celebrity je právě sebe prezentace, teprve až pak, možná, celebrita i něco reprezentuje. Ale přesto si myslím, že za jistých okolností je možný i vstup celebrity na divadlo. I když připouštím, že v divadle je moment hodnotícího prvku asi silnější než v různých jiných typech médií, o nichž jsem teď mluvil, kde samozřejmě nemusí být tak patrný a tak silný. Přesto si myslím, že dnes je na jevišti ta ideologie silně potlačena.

Jedna z teorií komunikace tvrdí, že mediální produkty, kterými jsou do jisté míry i divadelní představení, by měly ve společnosti potvrzovat nebo přeznačkovávat hodnoty. Proto by je společnost měla platit ze společných peněz. Jak se na toto tvrzení díváte?

To máte asi pravdu, že to tak je. Pak, ale samozřejmě dostaneme odpověď, které hodnoty to jsou? Budeme-li chápat hodnotu jak něco, co má jistou kvalitu, v našem případě divadlo má bezesporu tu estetickou kvalitu, tu budeme chápat jako hodnotu. Otázkou ovšem je, jestli nám to přece jen doba neudělala složitě, jestli ona hodnota není ještě dál a jinde a jinak. Celá postmoderna začala tím, že se řeklo, že je konec s kulturou pro elity. Tak jsme to rozdělili na vysokou a nízkou kulturu. Nebo otázka umění: je tam tedy nutná vysoká estetická kvalita? Navíc se hlásal po roce 45 v celé Evropě konec s modernou, protože jí „prý nikdo nerozumí“, ale hodnoty estetické moderny máme v divadle stále zřetelné. Takže ono je to dnes asi všechno složitější. Já jsem pro duchovní hodnoty, ale nemyslím si, že to je možné jednoduše pojmenovat, je to celá složitá rozvinutá škála.

V médiích probíhá velmi výrazná diskuze o duálním systému. Systém veřejnoprávní, který má na starost společností uznávané hodnoty, společnost podporuje a platí. A pak jsou tady média, která platí sama sebe a necítí žádnou zodpovědnost vůči společnosti. Probíhá taková diskuze i v divadelním prostředí? Všichni říkají, že divadlo samo se neživí, že potřebuje granty a finanční injekce, protože divák sedící v divadle nestačí?

Pokud víte, včera v televizi jsem zaznamenal, že skončila diskuze o tom, že Kratochvíl nebude žalovat stát či město Prahu, že mu nedali patřičné granty, a tím mu nezaručili jeho podnikání. Čili je tu diskuze, jestli má veřejná instituce, která zastupuje veřejnost, ať už je to stát nebo město, jestli má podporovat všechna divadla nebo jen jejich jistou část, která se hlásí k vysoké elitní duchovní vrstvě kultury. Pro mě je to strašně složitá věc, protože divadlo bylo po jistou dobu hlavně otázkou reprezentace. Když si vezmete Vinohrady, které slavily sto let, tak ty založila bohatá měšťanská vrstva, protože tehdy je divadlo reprezentovalo. Ale je dneska divadlo otázkou reprezentace? Reprezentuje divadlo něco, co společnost naléhavě chce? Já myslím, že v zájmu udržení nějaké kontinuity by asi mělo. Mám jisté pochybnosti o existenci některých podporovaných divadel. Myslím si, že ta divadla by měla v něčem dokázat, že jsou potřebná. Nejen v tom, že tam chodí diváci, ale v tom, že reprezentují pro určitou skupinu lidí něco, co je pro ně podstatné, důležité. Má v dnešní době někdo tento zájem? Není pro některé radnice důležitější hokejové nebo fotbalové mužstvo v rámci reprezentace?

To právě souvisí s otázkou, které médium je v této chvíli pro společnost nejreprezentativnější. Mohou být zajímavá divadla, která si vytvářejí své vlastní publikum. Tím ovšem pro zbytek společnosti vzniká taková zvláštní komunita, protože publikum je vázáno na určitý způsob divadelní výpovědi a vymezuje se jako specifická skupina, která těžko může reprezentovat širší společenský zájem.

Já k tomu řeknu jeden příběh odjinud, který je pro mě zajímavý. Týká se situace v hradeckém divadle, já tam chodil dlouho na všechno kromě premiér. Sledoval jsem, jestli tam publikum chodí. A musím říct, že měli plno, zaujali postavení jak

u normálního publika, tak u špiček herecké společnosti. Vytvořili si určité renomé a došel jsem k názoru, že to je tím, že ten ředitel to začal všechno budovat obráceně. Vyvolal představu, že kdo tam nechodí, tak nic neznamená. Pořádal nejrůznější společenské akce a pak teprve zařadil hry s ne tak snadnou poetikou pro diváka.

Tady vidíme provázanost s ostatními médii. Masová média připravila pole pro to doplňkové médium.

Já jsem mluvil s řadou lidí, kteří tam začali chodit. Dokonce i pan primátor, co neměl divadlo rád; tak ho vzali s sebou, když hráli zájezd v Národním divadle a on najednou poznal, že to divadlo dělá Hradci slávu. Takže se to celé budovalo od vědomí, že toto divadlo má nějakou reprezentativní váhu.

Ale ten reprezentativní charakter mu dodávají reference jiných médií. Není na divadelní půdě právě problém, že se často rozchází reference, které divadlo dává o sobě ústy kritiků a reference, které se vytvářejí v rámci společenské potřeby?

To je problém, který tu bude vždycky, protože to je složité. Kritika má být reklamou nebo má plnit jinou funkci? A kdy je co vhodné?

A umí naše kritika reagovat na tuto diverzifikaci?

Asi máte pravdu, že neumí přesně reagovat. Já teď, když musím něco napsat, myslím do tisku, tak si hlavně hlídám publikum. Jestli když napíšu, že já tento typ divadla nemám rád, jak to publikum vnímá a jak na to reaguje.

A jestli dovolíte, tak jako poslední tu mám sekci společných témat v médiích. Myslíte, že divadlo přebírá některá témata z jiných médií, například ty moje

Vagina Monology o sobě prohlašují, že jsou publicistické divadlo. Myslíte si, že to množství současných hrdinů na divadle, kteří jsou většinou spíš antihrdinové, souvisí s obrazem společnosti a jejími pocity nebo ne?

Tak pokud jde o témata, ta skutečně divadlo přebírá. To divadlo ostatně přebíralo vždycky, za to ale divadlo nemůže. Když vezmete celého Shakespeara, tak je tam zařazena řada věcí, které tam pronikají třeba z černé kroniky, například Kupec benátský. Myslím si, že publicistika, ať je provozována kýmkoliv, je samozřejmě daleko aktuálnější, má větší možnosti. Než se na divadle dá něco dohromady, než se to sestaví, než to představení vznikne, tak to dlouho trvá. Ale na divadle máte všechny různé kořeny nejrůznějšího druhu, nemluvě o tom, že jistá témata si navíc vyžadají divadelního diváka, takže vidíme, že divadlo hraje i Jistě, pane ministře.

Ano, protože tady divadlo komunikuje o problému, který je konkrétní, ale na divadle zobecněný. To patrně publicistika nedokáže?

Divadlo si často přebírá, takže je někdy méně původní než všechna ostatní média. Jistě, pane ministře je původně sitcom v televizi, tam se na to všichni dívali a divadlo si to samozřejmě následně převzalo. Divadlo asi nemůže jinak. Témata, která jsou velmi citlivá, si vyžadují lidsky i společensky náročné zpracování. To svědčí o tom, že si takovou látku divadlo může prostě vychutnat a divák si vychutná s ním i ty ozvěny duše. Asi na rozdíl od jiných médií, protože divadlo supluje lidská každodenní témata. Tam může divadlo být – nechci říct zcela původní – ale rozhodně nezávislé. V novinách ani v televizi téma nemůže zaznít tak, jako když jste blízko jeviště a máte bezprostřední kontakt s herci. V tom je divadlo zcela původní a má blíž k určitým námětům způsobem, který nemohou použít ta masová média.

Děkuji za Váš čas a rozhovor.

Příloha č. 8 – Záznam standardizovaného rozhovoru s Prof. J. Hyvnarem

Standardizovaný rozhovor s Prof. Janem Hyvnarem (12.8. 2010)

Při dotazníkovém šetření vyšlo, že 75% vysokoškoláků netechnických oborů chodí několikrát do roka cíleně do divadla. Čím si vysvětlujete tento v podstatě vysoký zájem?

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.

Připadá Vám systém diváckého abonmá zastaralý nebo stále funkční?

Systém předplatného nepovažuji za přežilý, ale je třeba jej hodnotit v kontextu konkrétního divadla. Současně mne překvapuje zkostnatělost některých divadel v tomto smyslu a mnohdy malá fantazie a výmluva na nedostatek dotací. Aby mohli hrát A. Antoine nebo pak i Lugné-Poe ona slavná dvě představení (generálku a premiéru), museli osobně a s pomocí dopisů sehnat asi 1000 diváků čili onu „tout Paris“ na představení šokujícího Ibsena, Maeterlincka nebo Jarryho . Skvělý nábor má Těšínské divadlo na českých a polských školách, takže má stále plná hlediště skvělých diváků. Atd.

Má podle Vás ještě divadelní premiéra vysoký divácký kredit? Často zaznívá z diváckých řad, že premiéra pro ně ztratila na přitažlivosti nebo že by nebyli ochotni zaplatit na ni vyšší vstupné než na reprízy.

Premiéra má neopakovatelnou atmosféru a to bude platit i v budoucnu. Její jedinečnou vlastnost narušují podle mne zvláště dvě věci: roste počet

předpremiér už ne s cílem přípravy a dovršení inscenace, ale aby se vydělalo, a dále, premiéra by měla patřit „vlastním divákům“. Proto bych z ní vyloučil, kdyby to bylo možné, i kritiky, zvláště ty naše. At' chodí na předpremiéry nebo reprízy.

Z hlediska preference typu divadelní produkce s přehledem zvítězila činohra nad hudebním divadlem muzikálového typu. Jak byste to komentoval(a)?

Asi to souvisí z opovědí na 1 otázku: muzikál respondenti nezařadili do prestižní vyšší kultury, kam podle nich patří činohra. Samozřejmě s tím souhlasit nemusím, protože jsou činoherní i muzikálová představení dobrá i špatná.

Řada diváků uvádí, že od představení nejvíce očekávají silný emoční prožitek. Tento typ zážitku však mohou nabídnout i filmy či některé televizní pořady. Co podle Vás v tomto případě vytváří atraktivitu divadla?

Opět je tu více důvodů pro zážitek a atraktivitu divadla. Určitě ona citovaná prestiž divadla v naší kultuře, rituálnost kulturního chování, právě s divadlem spojená, která vysekne divadelní událost z běžného života (příprava na návštěvu, budova, opona, zhasnutá světla, atmosféra kolektivního prožitku atd.) Ale také dramatický příběh, režijní zpracování a nepochybně setkání s herci tváří v tvář.

V době masmédií, rozvinuté reklamní komunikace a všeobecné informovanosti řada diváků, a to i mužů, přiznává, že mezi důvody, které je nejvíce ovlivní, když plánují návštěvu představení, patří to, že jim inscenaci „doporučí někdo známý z okolí“. Jaká je tedy podle Vás dnes úloha divadelní kritiky a referování o divadle ve směru k divákovi?

Zde budu souhlasit s respondenty v tom, že k návštěvě je motivují názory „známých“ a přidal bych k tomu ještě různé informace v televizi, rozhlase nebo v novinách o chystané inscenaci. Propagační funkci naopak více méně ztratila naše – a nejen naše – divadelní kritika. Svůj smysl neumí vydefinovat, chybí zde osobnosti, kritéria, různé atraktivní žánry atd. V novinách se objevuje setrvačně,

a to nikoliv pro diváky, nýbrž pro herce samé, kteří ovšem alibisticky prohlašují, že kritiky nečtou.

Jen opravdu velice málo diváků zná divadelní ceny a ještě méně z nich ví, kdo je získal, natož, aby je to „nalákalo“ k návštěvě takového představení. V čem podle Vás spočívá tento problém?

Divadelní ceny jsou dnes hodně zprofanované a pro diváky mají malou hodnotu. Platí to nejen pro divadlo, ale i jiná umění, vědu, sport, žurnalistiku atd. Na první pohled snaha zastavit „tekoucí realitu života“, ve skutečnosti příležitost, aby si vyznamenání zapsali čárku do svého curriculum vitae.

Většina diváků ve svých odpovědích, co očekávají od divadla, co je zajímá a podle čeho se nakonec rozhodují, uvádí, že podle kvality hereckých výkonů. Jak vidíte stav českého herectví? Věnuje se podle Vás této oblasti dostatečná pozornost v přípravě, v kritice i v celkovém směřování úvah o dalším vývoji divadla?

Paradoxní situace: herectví má dnes v divadle největší prestiž, ale až na výjimky jeho úroveň u nás klesla a klesá. Problém je velmi složitý na krátkou odpověď, ale k těm zásadním důvodům patří rozbití triády básnické-režisérsko herecké, této největší zásluhy uměleckého divadla 20. století s potřebou básníka, umělecké režie a osobnostního herectví, anasámblovosti, etiky tvorby, moderní pedagogiky atd. To vše se i při velké přitažlivosti herce, na níž mnohdy parazitují i další média, z divadel vytrácí, a proto se vracíme do 19. století, kde existovalo několik hereckých hvězd, pak druhá vlna, která jim přihrávala a v pozadí početný herecký proletariát.

Příloha č. 9 – Záznam standardizovaného rozhovoru s MgA. J. Kudláčkovou

Standardizovaný rozhovor s MgA. Janou Kudláčkovou (12.8. 2010)

Při dotazníkovém šetření vyšlo, že 75% vysokoškoláků netechnických oborů chodí několikrát do roka cíleně do divadla. Čím si vysvětlujete tento v podstatě vysoký zájem?

Myslím, že chodit do divadla aspoň třikrát do roka patří u nás k bontónu, člověk si pak nepřipadá jako barbar. Také hraje svoji roli zvědavost: jak vlastně vypadají živí herci, kteří na člověka cení zuby každodenně z obrazovky. Ale vážně: u nás ještě naštěstí žije povědomí, že divadlo je důležité pro formování národní identity, že je něčím jedinečné a vzácné.

Připadá Vám systém diváckého abonmá zastaralý nebo stále funkční?

System diváckého abonmá je prokletím i záchranou každého velkého Divadla. Zajišťuje pravidelný přísun platících diváků, což je ekonomická nutnost pro přežití divadla v dnešních časech. Zároveň si vynucuje ohledy zalíbit se těmto abonentům, jejichž vkus často bývá konzervativní a jejich protesty proti inscenačním „vylomeninám“ hlasité, často docházející sluchu u provozovatele. Každé rozumné divadlo se snaží abonentní systém všelijak inovovat, nalákat do divadla víc mládeže, a tím si zajistit přežití.

Má podle Vás ještě divadelní premiéra vysoký divácký kredit? Často zaznívá z diváckých řad, že premiéra pro ně ztratila na přitažlivosti nebo že by nebyli ochotni zaplatit na ni vyšší vstupné než na reprízy.

Divadelní premiéra stále kredit má, i když nejvíce u divadelníků samotných. Pro diváky je to hlavně společenská událost. Skutečných zvědavců toužících po nových uměleckých zážitcích bývá hrstka.

Z hlediska preference typu divadelní produkce s přehledem zvítězila činohra nad hudebním divadlem muzikálového typu. Jak byste to komentoval(a)?

Skutečnost, že v anketě zvítězila činohra nad muzikály, považuji za důkaz přece jenom vyšší inteligence českého diváctva. Efektně pojednané prázdnoty je v médiích víc než dost.

Řada diváků uvádí, že od představení nejvíce očekávají silný emoční prožitek. Tento typ zážitku však mohou nabídnout i filmy či některé televizní pořady. Co podle Vás v tomto případě vytváří atraktivitu divadla?

Podstatná je skutečnost, že divadelní představení vzniká „tady a teď“, ve vzájemné interakci herců a diváků – je živé, otevřené. Sebedokonalejší film je uzavřený, neměnný, tím pádem neživý. Myslím, že právě ona živá výměna energií mezi jevištěm a hledištěm vytváří atraktivitu divadla.

V době masmédií, rozvinuté reklamní komunikace a všeobecné informovanosti řada diváků, a to i mužů, přiznává, že mezi důvody, které je nejvíce ovlivní, když plánují návštěvu představení, patří to, že jim inscenaci „doporučí někdo známý z okolí“. Jaká je tedy podle Vás dnes úloha divadelní kritiky a referování o divadle ve směru k divákovi?

Úloha kritiky směrem k divákovi je u nás tradičně dost malá. Většina řadových diváků kritiky nečte, a pokud si je náhodou přečte, tak jim nerozumí nebo nevěří. Tato skepse bývá někdy záchranou divadla, neboť vkus kritiky podléhá módním vlnám. Úloha kritiky je podstatná nebo by spíš měla být pro tvorbu samotnou – jako reflexe, svědectví a doklad uměleckého snažení divadla.

Jen opravdu velice málo diváků zná divadelní ceny a ještě méně z nich ví, kdo je získal, natož, aby je to „nalákalo“ k návštěvě takového představení. V čem podle Vás spočívá tento problém?

Divadelní ceny se u nás netěší takové vážnosti jako v jiných zemích. Mají smysl tak pro potvrzení profesionální prestiže jednotlivých tvůrců, posílení jejich šancí na pracovním trhu. Možná v menších městech bývají vítaným zčeřením poklidné hladiny společenského života a přinášejí nositelům popularitu. V Praze rychle zapadnou ve víru atraktivnějších událostí.

Většina diváků ve svých odpovědích, co očekávají od divadla, co je zajímá a podle čeho se nakonec rozhodují, uvádí, že podle kvality hereckých výkonů. Jak vidíte stav českého herectví? Věnuje se podle Vás této oblasti dostatečná pozornost v přípravě, v kritice i v celkovém směřování úvah o dalším vývoji divadla?

Stav českého herectví odpovídá počtu a kulturní úrovni našeho národa. Bohužel se každý rok nerodí dost geniálních talentů a sebelepší škola je z průměrně nadaných studentů nevyrobí. Problém vidím v tom, že odešla řada velkých herců starší generace, kteří žili divadlem a byli vzorem pro ty mladší.

Příloha č. 10 – Záznam standardizovaného rozhovoru s Prof. J. Vedralem

Standardizovaný rozhovor s Prof. Janem Vedralem (12.8. 2010)

Při dotazníkovém šetření vyšlo, že 75% vysokoškoláků netechnických oborů chodí několikrát do roka cíleně do divadla. Čím si vysvětlujete tento v podstatě vysoký zájem?

Optimistické vysvětlení zní – potřebují ke svému životu účast na zážitku, který dokáže zprostředkovat jen sdílení divadelně zprostředkovaného obsahu.

Připadá Vám systém diváckého abonmá zastaralý nebo stále funkční?

U divadel – institucí, které ještě v podstatnějši podobě naplňují původní osvícenecký koncept osvětového universalismu má abonmá svůj konzervativní smysl. U divadel pracujících jako součást kulturního průmyslu, či naopak u alternativních divadel, která se deklarují zejména jako místa tvorby (a ne osvěty), je abonmá nejen zastaralé, ale i riskantní, pokud jde o solidnost dohody mezi nabízejícím a poptávajícím.

Má podle Vás ještě divadelní premiéra vysoký divácký kredit? Často zaznívá z diváckých řad, že premiéra pro ně ztratila na přitažlivosti nebo že by nebyli ochotni zaplatit na ni vyšší vstupné než na reprízy.

Premiéře má dnes význam už jen pro divadelníky samotné jako součást – a důležitá – tvůrčího procesu. Obchodními praktikami divadla kulturní význam premiéry degradovala a společenskou (snobskou) prestiž mají jiné „večírky! či „eventy“.

Z hlediska preference typu divadelní produkce s přehledem zvítězila činohra nad hudebním divadlem muzikálového typu. Jak byste to komentoval(a)?

To je dobře, protože to, co je dnes produkováno jako činohra se rozhodně činohře podobá více, než se podobá to, co je dnes v Česku nabízeno jako muzikál, onomu skutečnému divadelnímu žánru.

Řada diváků uvádí, že od představení nejvíce očekávají silný emoční prožitek. Tento typ zážitku však mohou nabídnout i filmy či některé televizní pořady. Co podle Vás v tomto případě vytváří atraktivitu divadla?

Společné sdílení a sdělování.

V době masmédií, rozvinuté reklamní komunikace a všeobecné informovanosti řada diváků, a to i mužů, přiznává, že mezi důvody, které je nejvíce ovlivní, když plánují návštěvu představení, patří to, že jim inscenaci „doporučí někdo známý z okolí“. Jaká je tedy podle Vás dnes úloha divadelní kritiky a referování o divadle ve směru k divákovi?

Mediální komunikace nepodporuje kritické myšlení. V marketingově uspořádaném světě nemá kritické myšlení dost prostoru a ztratilo komunikační bázi s jiným, než specializovaným auditoriem.

Jen opravdu velice málo diváků zná divadelní ceny a ještě méně z nich ví, kdo je získal, natož, aby je to „nalákalo“ k návštěvě takového představení. V čem podle Vás spočívá tento problém?

Otázka je sugestivní. Přirozeně – cen je příliš mnoho a chápou se jako marketingový product, ale na to nemají dost marketingové síly.

Většina diváků ve svých odpovědích, co očekávají od divadla, co je zajímá a

podle čeho se nakonec rozhodují, uvádí, že podle kvality hereckých výkonů. Jak vidíte stav českého herectví? Věnuje se podle Vás této oblasti dostatečná pozornost v přípravě, v kritice i v celkovém směřování úvah o dalším vývoji divadla?

Herectví odkázané pouze samo na sebe je schopné jen sebepředvádění. Nejúspěšnější inscenací v historii činohry ND je Sluha dvou pánů se sebepředvádějícím Donutilem. Herecké mistrovství bez obsahu je divadlem do stejné míry, jako je samohana aktem lásky. Skutečného herectví je na jevištích, kterých je čím dál více, k vidění čím dál méně. Reflexe tohoto stavu je naprosto nedostatečná a zmatení hodnot je hluboké. A zdá se, že záměrné.