

Seznam příloh

Příloha č. 1: Rozhovor s Mgr. Veronikou Jurčovou na pozici Referentka PR, produkce Městského divadla Zlín (přepis rozhovoru)	2
Příloha č. 2: Rozhovor s Josefem Kubáníkem na pozici Herec, Tiskový mluvčí (přepis rozhovoru)	7
Příloha č. 3: Dotazníkové šetření a výsledky (dotazník).....	14

Příloha č. 1: Rozhovor s Mgr. Veronikou Jurčovou na pozici Referentka PR, produkce Městského divadla Zlín (lehce upraveno, pro lepší čitelnost a přehlednost)

1. Prosím o souhlas s vaší účastí na výzkumném šetření a s využitím poskytnutých informací při zpracování výzkumu, který je součástí bakalářské práce na téma „Komparativní studie marketingové komunikace Městského divadla Zlín a Slováckého divadla v letech 2016–2017“ autorky Terezy Šimčákové a zároveň o souhlas se zveřejněním této studie.

„Ano, souhlasím.“

2. Co se vám jako první vybaví, když řeknu Městské divadlo Zlín?

„Sounáležitost hereckého souboru, zaměstnanců a interaktivita s divákem.“

3. Jaká je náplň vaší práce konkrétně?

„Já mám na starosti PR, propagaci a některé produkční věci.“

4. V rámci marketingové komunikace používáte oranžovou barvu v kombinaci s černou. Jak to vzniklo a jaký byl účel těchto barev?“

„Ty barvy už popravdě moc nepoužíváme. Ony nám zůstaly akorát na webových stránkách, protože byly spojené s jednou sezonou. Vlastně nám ta kombinace přišla právě sympatická, otevřená, přátelská a ta oranžová je taková pozitivní barva. V kombinaci s bílou a černou je i dobře čitelná. Je to vlastně i praktické. Takže jsme to na těch webových stránkách nechali.“

5. Pro ostatní sezóny se to tedy mění?

„V podstatě každá sezona má svůj vlastní vizuál, a potom i každý titul má svůj vlastní vizuál, který jenom zasadíme do nějakého společného rámce na tu konkrétní sezonu. Nemáme nějaký jednotný. Nechceme se svazovat barevně pravidly, protože ta současná aktuální sezona, kdy jsme měli šest premiér na Velkém sále, je každá barevně úplně jinak. Jeden vizuál byl červený, druhý byl modrý, třetí zelený. S těmi barvami si hrajeme a měníme je často.“

6. Jakými způsoby nebo cestami sledujete odezvu diváků na konkrétní inscenaci?

„My máme vlastně takový úplně první dojem, s kterým diváci odchází z každého představení. Sledujeme to tím způsobem, že máme ve foyer před každým ze sálů, kde hrajeme, po každém představení, hlasovací boxy. Jsou to krabičky s číslem jedna až pět. Je to systém známkování jako ve škole. Uvaděčky mají lístečky, které si ten návštěvník může vzít a podle toho, jak se mu představení líbilo, tak ještě před odchodem ze sálu nebo z foyer, tak oznámkuje tu inscenaci. My po každé repríze každé inscenace počítáme divácké hlasy a na základě toho jednou za rok vyhlášíme nejoblíbenější inscenaci sezony. To je ten

bezprostřední dojem. Diváci ohodnotí, zda se jim to líbilo nebo nelíbilo. Kromě toho diváci rádi komunikují s námi i přes fórum nebo Facebook a Instagram. Když se někomu něco líbí, tak to napíše a nás to potěší. Pokud se někomu něco nelíbí, tak nám to napíše a my se s tím snažíme pracovat dál do budoucna.“

7. Co se týče sociálních sítí, kdy jste je začaly používat?

„To je dávno. Facebook máme dlouho. Máme ho určitě pět nebo šest let, a ještě možná dýl. Jestli chcete, můžu vám to zjistit. Už tak nějak patří k těm našim tradičním komunikačním kanálům. Instagram máme teď nový zhruba rok.“

8. Kdo vám spravuje instagramový účet?

„Spravuje ho jeden z našich herců, Marek Příkazký, který má specifický velice osobitý smysl pro humor a strašně hezky se to do toho promítá. Myslím si, že to funguje hrozně pěkně.“

9. Facebook teda spravujete vy?

„Facebook spravuju já.“

10. A jiné sociální sítě ještě využíváte?

„Tyhle využíváme primárně a k tomu webové stránky. Ještě máme účet na SoundCloudu, kam dáváme různé záznamy besed, rozhovory, písničky z muzikálů a zvukové věci. Ještě máme samozřejmě YouTube.“

11. Dle dotazníku zaměřeného na povědomí o marketingových aktivitách divadel vyplynulo, že 39 % respondentů ze 100 nesleduje divadlo na sociálních sítích. Víte vy, kolik máte fanoušků třeba na Facebooku?

„Na Facebooku kolem dvanácti tisíc. Na Instagramu nevím, to jsem se dlouho nedívala. (hledání přesného čísla na Facebooku) Deset tisíc pět set dvacet devět.“

12. Nevíte, jakou rychlostí to číslo roste?

„Jsou to desítky týdně. Záleží na tom, co zrovna komunikujeme. Když máme před premiérou muzikálu, tak to diváky zajímá hodně a sledují to. Přes prázdniny a léto to neroste skoro vůbec. Jsou to takové křivky.“

13. Máte dopředu daný nějaký plán na to zveřejňování těch příspěvků nebo plánujete si to?

„Něco se plánovat dá. Když máme generálový týden před premiérou, tak tam dáme fotky, trailer a rozhovory. Pak jsou věci, které se naplánovat nedají. Vznikají spontánně a bezprostředně například momentky ze zákulisí.“

14. Mohla byste nějakou vyjmenovat, co se třeba líbí divákům?

„Třeba právě různé momentky ze zákulisí nebo když nečekaně přijde na představení nějaký

milý host. Teď přišel na generálku představení *Pan Kaplan má stále třídu rád* Miroslav Zikmund. Bylo to překvapení, tak jsme to zveřejnili. Jsou věci, které nenaplánujete.“

15. Jaký typ příspěvků je nejvíce oblíbený mezi fanoušky? Říkala jste premiéry?
„Určitě premiéry sledují. Trailery jsou hodně oblíbené. Vídeá si také rádi pouštějí. Potom různé střípky z osobního života herců, drby, lehce bulvární zajímavosti. To diváky baví. Když se někomu narodí miminko, tak to má nejvíc lajků.“

16. Vydáváte magazín *Tady a Ted!*. Kolik výtisků průměrně vyjde?
„Vydáváme ho dvakrát ročně. Funguje vždy částečně ne jenom jako časopis, ale také jako náš katalog předplatného. Vydáváme ho na jaře k sezonnímu předplatnému a na podzim k ročnímu předplatnému. Náklad je dvanáct tisíc kusů. Výtisky distribuujeme po Zlíně na naše tradiční místa jako jsou kavárny, různé kulturní hospody jako je Zelenáčova šopa apod. Velká část jde i poštou přímo do schránek předplatitelům.“

17. Všimla jsem si, že je to v digitální podobě i na webu. Máte přehled, jestli je oblíbený i přes tuto digitální platformu?
„Ano, máme to na webových stránkách ve formátu pdf. Myslím si, že mají radši papírovou variantu. Aktuality, nebo co je zajímavá, najdou na webových stránkách i v jiných sekcích, nejenom v té časopisecké podobě. Pokud si vyloženě nechce někdo zalistovat, tak je to lepší a rychlejší si ty informace najít jiným způsobem.“

18. Co se týče studentů, všímáte si, že jejich zájem roste o divadlo nebo klesá? Jde to změřit?
„Určitě to jde změřit do té míry, že my nabízíme studentské univerzitní předplatné pro studenty vysokých škol. To se dá určitě přesně spočítat, kolik těch předplatenek se prodá. Poté máme předplatné i pro středoškoláky, to můžeme také vyčíslit. Nabízíme jim i jiné možnosti mimo předplatné. Pokud chtějí přijít na jakékoliv představení, které není vyprodané a přijdou čtvrt hodiny před začátkem, tak my vlastně vyplňujeme prázdná místa v sále. Lístky jim dáváme za šedesát devět korun. Je to symbolická cena, a navíc to je levnější varianta než kino a mají za to hezký zážitek.“

19. Tato konkrétní sleva, kterou zmiňujete, platí pouze pro studenty Univerzity Tomáše Bati?
„Ano, platí jenom pro studenty Univerzity Tomáše Bati. Ještě máme dohodu se studenty ze základních uměleckých škol. Jsou to děti ve věku sedm až patnáct let. Když přijdou se žákovskou knížkou k nám na pokladnu, tak dostanou jednu plus jednu zdarma vstupenku. Motivujeme tím děti, které kultura nebo umění zajímá a chtějí se rozvíjet a pokračovat dál.“

20. Využívají tedy studenti tady to studentské předplatné?
„Využívají. Univerzitní předplatné je úplně nejvýhodnější předplatné po tom sezonním, které nabízíme. Když se ta vstupenka přepočítá na jednotlivá představení, tak vyjde nejlevněji.“

21. O který typ divadelního žánru je v rámci vašeho programu sezóny největší zájem?
„Největší zájem je o muzikál a komedie.“

22. A z jakého důvodu si myslíte, že tomu tak je?
„Lidi chodí rádi odpočívat do divadla. Nechtějí přemýšlet. Mají většinou svých starostí doma dost nebo v práci a přijdou si odpočinout. Myslím, že většina, ne všichni. Klasická dramata, nebo vážnější věci mají taky úspěch, ale nejde na ně taková masa lidí, jako na ty jednodušší kusy.“

23. Prodáváte nějaký merch nebo upomínkové předměty?
„Ano, máme Divadelní šopík ve foyer. Otevřený je vždy hodinu před představením a o přestávkách, kde nabízíme různá trička a hrnečky. Dokonce tam máme i sekci, kde nabízíme originální divadelní dárky s příběhem, jako třeba různé rekvizity z představení, které mají derniéru nebo rekvizity zničené, které se musely nahradit. To se tam draží přímo u pultíku u prodavaček, takže vždy jednou za měsíc to uzavřeme a vyhodnotíme. Rekvizity pošleme pěkně do světa. To je hrozně oblíbené u diváků.“

24. Dokázala byste říct, jaká je nejpoblárnější inscenace vašeho divadla? Je potřeba ji pořád ještě marketingově podporovat?
„Určitě je nyní velmi poblární komedie *Testosteron*. Hodně poblární je také muzikál *Malované na skle* a *Noc na Karlštejně*. Na malých sálech jsou to rozhodně *Splašené nůžky*.“

25. *Splašené nůžky* mají kolik zhruba za sebou repríz?
„Takových dvě stě padesát, hrajeme to dlouho. Je pravda, že tyto věci si už žijí svým samospádem, životem a funguje to spíše na referencích. Lidi si mezi sebou řeknou, že na tom byli, že to bylo fajn a už se na to nabalují další. Už není potřeba v tuto chvíli se extra snažit, aby se sál zaplnil, protože on se zaplní sám.“

26. Jaký vliv má propagace na návštěvu dané inscenace. Odsledovala jste to za ta léta?
„Určitě to vliv má. Pokud rozpočet na nějakou premiéru je dvakrát tak velký, jako je na jinou, tak se to promítne, protože to jde víc vidět, víc lidí to zaujme. Určitě to efekt má. To stejné platí i třeba s médii a novináři. Pokud já o něčem nenapíšu žádnou zprávu, tak se to nešíří. Spíš je to o tom vymyslet něco atraktivního, aby to lidi v té strašné mase informací, které se na ně každý den valí ze všech stran, zaujalo a aby si řekli, že to za to stojí přijít.“

27. Hráli jste *Ovčáčka čtveráčka* a mělo to velký úspěch. Plánujete něco podobného v blízké době?

„Hráli jsme *Ovčáčka čtveráčka*, o rok později *Ovčáčka miláčka* a mělo podobný efekt. To nás proslavilo, malé regionální divadlo, po celé republice. Teď chystáme novou hru na příští sezonu. Náš pan ředitel píše politicko-společenskou satiru. Už nebude o *Ovčáčkovi*, ale vzhledem k tomu, že příští rok bude třicáté výročí sametové revoluce, tak to bude věc, která bude zaměřena na třicet let svobody. O tom, jak jsme s ní naložili a jestli jsme s ní naložili dobře. Myslím si, že to bude hodně nekorektní, hodně kousavé, podobně ostré v mnoha věcech jako byl *Ovčáček*, ale asi je to potřeba.“

Příloha č. 2: Rozhovor s Josefem Kubáníkem na pozici Herec, Tiskový mluvčí (lehce upraveno, pro lepší čitelnost a přehlednost)

1. Prosím o souhlas s vaší účastí na výzkumném šetření a s využitím poskytnutých informací při zpracování výzkumu, který je součástí bakalářské práce na téma „Komparativní studie marketingové komunikace Městského divadla Zlín a Slováckého divadla v letech 2016-2017“ autorky Terezy Šimčákové a zároveň o souhlas se zveřejněním této studie.

„Ano, souhlasím.“

2. Co se vám jako první vybaví, když řeknu Slovácké divadlo?

„Slovácké divadlo je pro mě absolutně neodlučitelná část mého života, protože jsem tady skoro dvacet let a za tu dobu, kdy tady těch skoro dvacet let působím, se dění okolo Slováckého divadla věnuju v podstatě od rána do večera. Je to můj život. Mí kolegové jsou mojí rodinou a vůbec to není fráze. Poprosil bych, aby to nebylo bráno jako klišé.“

3. Jaká je tedy náplň vaší práce?

„Které myslíte?“

4. Co se týče Slováckého divadla a vás jako herce a tiskového mluvčího.

„Právě to musíme oddělovat, protože jako herec to znamená, že se účastním studie jednotlivých inscenací, do kterých jsem obsazený. Vypadá to tak, že jsou zkoušky rozdělené na takzvané čtené zkoušky, kde my se seznamujeme s textem a jak bude ta inscenace vypadat. Paní režisérka nebo pan režisér nám sdělí svoji představu o tom, jak by chtěli, aby ta inscenace působila. My tu hru čteme, kostýmní výtvarnice nebo výtvarník nás seznamuje s kostýmy, scénograf se scénou, dramaturgie nám vypráví o jednotlivých souvislostech té hry se současností a různých konotacích, které je napadnou. Důvody, proč se ta hra nasadila a tak dále. Po těchto čtených zkouškách, které trvají, záleží na režisérovi, některé třeba jenom den. Teď třeba *Chicago* četli kolegové jenom den a někdy se čte scénář několik týdnů. Poté přicházejí na řadu takzvané aranžovací zkoušky, kdy už jdeme do prostoru, na jeviště nebo na zkušebnu a pan režisér nám říká představu, jak by chtěl, abychom ty své role hráli, jak by chtěl, abychom tu inscenaci postupně stavěli. To trvá taky několik týdnů. Záleží taky od toho, jak dlouho jsme hru četli. A přichází potom, když už to všechno máme ve finále, ať už to naaranžujeme. Poté to ještě vypracováváme, to znamená, co jsme si zopakovali, ještě jednou přejedeme pilníčkem, jak říkáme. Následují generální zkoušky, kdy už jdeme vlastně do finále v kostýmech. Přichází hudba, přichází světla a celá scéna. Tam se zabydlujeme, tohle všechno zkoušíme. Ten generálový týden je, jak už sám název napovídá, týden do

premiéry. To už je ta nejaktivnější část samotného zkoušení a v sobotu je premiéra. Potom nastávají reprízy, kdy samozřejmě naší povinností je, a taky naší ambicí by mělo být, že před každou reprízou si tu roli, kterou hrajeme, zopakujeme. Vidíte, tady mám text, především jsme hráli *Fidlovačku*. Tady máme *Les*. Mám to tady po stole. Do toho se díváme, opakujeme si ty věci. A potom jsou reprízy a záleží na úspěšnosti a na ambicích divadla, jak dlouho tu inscenaci hrajeme. My díky tomu, že máme tak obrovské množství předplatitelů, tak máme zaručený poměrně slušný počet repríz. Nestane se tedy to, jako u některých jiných divadel, že kolegové tu hru nazkoušejí, a potom ji párkrát odehrají. My máme zaručené opravdu desítky repríz, což je pro nás dobře. A potom je derniéra, to znamená poslední představení, a tím se s tou inscenací a s tou rolí rozloučíme a jdeme do další. To je ta herecká práce, a potom je to práce tiskového mluvčí. To je možná trochu složitější v tom, že mám na starosti i jakékoliv výstupy, které se týkají Slováckého divadla, mediální výstupy například novinové. Tady jste viděla, že když jsem přišel do té své kanceláře, tak jsem si vzal noviny, abych se na ně podíval. Mám také monitoring médií. Každé ráno mi chodí monitoring, takže já vidím, co se o Slováckém divadle kde píše. Potom dostanu ještě na stůl noviny, abych se podíval, jak to vypadá graficky. Jestli je všechno tak, jak má být, protože do mnoha novin pravidelně přispíváme tím, že jim posíláme informace podle dohody s těmi periodiky. Tohle je třeba Slovácký deník. Máme tam pravidelný prostor, jsou to stránkové věci. Ty stránky naplňujeme tím, co se zrovna ve Slováckém divadle děje, co připravujeme, co zkusíme, na co potřebujeme upozornit nějakým způsobem diváky. Nebo taky abychom jim dali vědět, že se třeba chystáme na nějaký významný festival. Teď to v nejbližší době bude festival v Maďarsku, kde budeme hrát *Autistu*. To jsou mediální výstupy. Potom mám na starosti sociální sítě, takže obhospodařuju divadelní Facebook, Instagram, Twitter, ten ale teď zrovna není úplně aktivní, protože tam je přece jenom jiný dosah než u těch dalších sociálních sítích.“

5. Využíváte i třeba YouTube?

„Ano, máme YouTube. Využíváme ho, protože před každou premiérou máme promo videa. Samozřejmě funguje web, takže ten naplňujeme. My máme teď ještě takovou ambici, abychom každý den na web dávali novou aktualitu, takže každý den je tam nová čerstvá zpráva, která nám samozřejmě zaručuje to, že ti diváci se na ten web vracejí a pořád je udržujeme v tom napětí a pořád je udržujeme v tom, aby věděli, co děláme, co připravujeme. Já chystám tiskové zprávy, které k jednotlivým příležitostem posílám do médií. Máme adresář médií a tam to posílám. Obhospodařuju taky rádia, takže jim posílám zvukové

zprávy. Občas můžete slyšet v některých rádiích, co se u nás děje. Někdy je to po dohodě s těmi rádií, někdy je to má vlastní iniciativa. S nimi domluvím, jakou tiskovou zprávu potřebují. Tu zpracuju a pošlu jim to. Už na to nejsem sám, mám tady na to kolegyni Blanku Šmejdocovou. Naše hierarchie je v tom, že já jsem jakýsi supervizor, který hlídá tu formu. Některé věci si dělám sám, na ty si nenechám sáhnout, třeba ty sociální sítě. Vlastně jí dám jakési zadání, jak by některé věci měly vypadat a ona to zpracuje. Včetně toho, že zpracovává *Časopis*. Ten asi znáte. To je dvouměsíčník, a naplnit ho taky není žádná legrace. Naši ambicí je, aby ten časopis byl trošku jiný než všechny ty ostatní periodika, která vycházejí, takže ten materiál je víceméně exkluzivní. Vzniká speciálně pro *Časopis* a vychází v poměrně vysokém nákladu dvaceti tisíc kusů. Těch věcí je daleko víc, já teď jak to dělám už pravidelně každý den, tak už si některé věci ani neuvědomuju, možná na ně ještě přijdeme.“

6. V rámci marketingové komunikace používáte ve vizuálu růžovou barvu. Má to nějaké vysvětlení? Je za tím něco?

„Tu magentu nastavil náš grafik David Zezula, který má na starosti právě vizuál. Ten se pro to rozhodl. Myslím si, že on by vám určitě nějakou filozofii řekl, já to nevím. Některé věci přijímám, některé ani nemůžu vědět, ani nechci vědět, protože toho je tak strašně moc. Ta magenta tam funguje ve spojení s tím ‚eskem‘. Před každým rokem, kdy nás čeká celoroční předplatné, my nemáme sezonní, ale celoroční, tak se vždycky sejdem. Máme nějakou filozofii k tomu, co chceme, aby ta kampaň sdělovala. Co chceme, aby uměla. Tam těch sdělení, někdy i různě podprahových, je celá řada. Není to nic nahodilého, že bychom to vystřelili od boku. Dlouho o tom diskutujeme, dlouho se scházíme, dlouho nad tím přemýšlíme. David Zezula by vám k tomu určitě povyprávěl víc. Ať jde o font písma, který jsme si sami speciálně koupili, proto abychom jej mohli používat, přes tu barvu, přes různé grafické uspořádání. Když se podíváte na tenhle *Časopis*, tak je opravdu specifický, tím, jak jsou ty věci řazeny, tím, jak jsou skládané, jsou tady celostránkové velké fotky. My jsme se také nechali inspirovat některými časopisy a divadelními periodiky z celé Evropy, z Berlína. Chtěli jsme se vydat touto cestou. Taky byl pro nás důležitý materiál. Nechtěli jsme křídový, protože si myslíme, že křídová doba už je za námi. Navíc to působí jinak, než je naše filozofie. Všechno, každý ten detail je promyšlený, od tisku, přes zalomení, přes to, jak to vypadá, jak je to sešito, jaké jsou okraje. To jsou hodiny a hodiny, kdy jsme si o tom povídali, takhle jsme listovali dokola, dělali si poznámky. Protože nám záleží na tom, aby to divadlo mělo jakýsi jasný ksicht a bylo nějak vnímané. David hlídá tu grafickou formu a já hlídám

tu PR formu komunikace s divákem, jak jsme si to kdysi nastavili, tak to se snažíme dodržovat.“

7. Když se vrátíme k těm sociálním sítím, kdy jste je začali používat? Například kdy vznikl Facebook Slováckého divadla?

„To nevím přesně. Facebook Slováckého divadla podle mě vznikl před nějakými osmi lety.“

8. A Instagram?

„Instagram je podstatně mladší. Ten máme rok a půl třeba. Nevím to přesně. My máme tu ambici, aby se nám ty příspěvky neopakovali. Ačkoliv je to jedna firma a nabízejí vám, že vám to sloučí, a že jeden příspěvek vám dají tam i tam, tak i když si tím přidělávám práci, chci, aby ty příspěvky byly různé. Abychom cílové skupiny oslovovali jiným způsobem a jiným sdělením. Ačkoliv ti uživatelé jsou někdy stejní, tak právě protože dostanou i jinou informace, tak si myslím, z vlastní zkušenosti to tak je, že to ocení.“

9. Máte nějak dopředu daný plán na to zveřejňování tady těch příspěvků nebo je to víceméně nahodilé?

„Já mám jakousi strategii, kterou vám neprozradím. Mám ji v hlavě, jak bych chtěl, aby ty věci vypadaly. Jak bych chtěl, aby se střídaly a jak bych chtěl, aby zasáhly tu cílovou skupinu. To mám nějak vymyšlené. Rozhodně to není ad hoc, protože to by nám přestalo potom fungovat, a jakmile by se nám to začalo bortit a hroutit, tak bychom všichni začali panikařit a začali bychom rychle řešit jak na to. Dostávají se ke mně různé zpětné vazby. Někteří by chtěli, aby tam byly víc seriózní informace, někteří by chtěli, aby tam bylo víc bulvárních informací, někteří by chtěli, aby to byly obsáhlé analýzy a někteří by chtěli, aby to byly jednověťe posty. Já to mám sám pro sebe vymyšlené. Mám to nastavené nějak, a to že tam máme skoro osmnáct a půl tisíce uživatelů svědčí zřejmě o tom, že to jde dobrou cestou.“

10. Dokážete teda říct jaký typ příspěvků je nejoblíbenější?

„Jak kdy a v jakou chvíli. Ono taky hodně záleží na tom, co přidáte před tím, jak říkáte úspěšným příspěvkem, a po něm. To je taky důležité, jak to jde po sobě a kdy co dáte. To jsou věci, které máte vyzorované, ale já se tomu marketingu a sociálním sítím docela věnuju. Tím, že sleduju trendy a sleduju co se děje, čtu a samovzdělávám se, tak se snažím držet krok, ačkoliv je mi úplně jasné, že mi ten vlak už ujíždí. Mladší generace s tím pracuje úplně jinak, ale když se dívám na tu cílovou skupinu naši, která je zasažena, tak ono to celé zestárlo ten Facebook. Ti, co měli pětadvacet let před deseti lety, tak jim je teď pětatřicet. To jsou diváci této skupiny. Podobné je to na Instagramu, ačkoliv jsem si myslel, že

zasahujeme mladou generaci, protože ta je instagramová, vůbec to tak není. Nejsilnější skupinu tam máme přes třicet let. To mě samotného překvapilo, když jsem to zjistil, ale prostě to tak je. Taky tomu přizpůsobujeme ty posty.“

11. Když řeknu studentské předplatné, tak máte třeba nějaký přehled, jestli zájem o něj roste nebo spíše klesá v dnešní době?

„Je to zhruba stejné. Hodně tam záleží na těch učitelích, kteří ty studenty motivují, kteří je dokáží do toho divadla dostat. Jeden rok jsme měli skupinu složenou jenom tady z hradištského gymnázia. Hradištský gympl nám zaplnil jednu skupinu. Další rok odešli silní čtvrtáci a najednou se nám to propadlo, takže jsme zase řešili, jak to udělat, aby se tam vrátili zpátky. Je to individuální a je to rok od roku jiné, mění se to, kolísá to, ale víceméně jsou ty počty stejné.“

12. O který typ divadelního žánru je ve vašem programu největší zájem?

„Na to si určitě umíte odpovědět sama. Je to celkem jednoduché, protože diváci mají největší zájem o komedie a muzikály. My to samozřejmě víme a nebylo by nic snadnějšího, než se touhle cestou vydat a za rok naházet šest komedií nebo šest komedií v kombinaci s muzikály. To by jistě šlo a měli bychom vyprodáno a diváci by nás jistě nosili na rukou. My to dělat nechceme a my to dělat nebudeme, protože ve zřizovací listině je, že Slovácké divadlo má i vychovávat, má i působit jinak než zábavně. My nejsme zábavné médium, my nejsme televize Nova. Když diváci říkají, že mají svých starostí dost, chtějí se jít do divadla bavit, tak já jim vždycky říkám, co takhle zůstat doma a zapnout si nějakou komedii na Nově nebo jakýkoliv pořad po dvacáté hodině. Tam opravdu nic vážného nenajdete. Tohle není naše ambice, a i když mě diváci někteří nadávají, že by se jim líbil ten repertoár trochu odlehčenější, ve finále se nám ukazuje, že diváci jsou se skladbou spokojeni. My jsme teď měli, zase k jiné práci, výzkum a ten nám ukázal, že naopak ty silnější věci a kolikrát riskantnější, jsou pro diváky daleko víc zapamatovatelné. Kdybychom nasadili nějaký přiblblý muzikálek, no teď nebudu říkat žádné jméno, aby to nedali nedej bože někde jinde a já tady o tom mluvím, že je to přibblé, tak diváci za chvíli nebudou vědět, že na tom byli. Ale když se podívají na *Kříž u potoka*, který není vůbec žádná sranda, nebo na *Šest postav*. Do teď mluví a vzpomínají na *Šest postav hledá autora*. Neuvěřitelně těžká věc, těžká hra, která se u nás zatím hrála snad dvakrát v republice, nebo třikrát. Nikdo si na ni netroufne, protože je to fakt těžké, tak diváci na to do dneška vzpomínají. *Kříž u potoka* byl vyhodnocený jako nejlepší inscenace od kritiků a diváků. Nebo to u nich bylo na druhém místě, což je úplně jedno. Přitom je to opravdu velmi těžká, stylizovaná inscenace. Nemluvě

o dalších silných věcech. Ano, když nasadíme komedii, letos jsou to *Dva úplně nazi muži*, tak diváci blázní a my máme vyprodáno a můžeme se spolehnout na to, že budeme mít dlouho vyprodáno. Ale my chceme, aby v tom repertoáru byla ruská klasika *Les* nebo novinka *Kocourkov-Brod*, kterou teď děláme, a to všechno je pro nás důležité a všechno budeme pořád hrát. Ačkoliv se to některým divákům nemusí líbit.“

13. Prodáváte nějaký merch? Upomínkové předměty?

„Prodáváme.“

14. Je o ně zájem?

„Jak o které. Máme samozřejmě trička, máme oblíbené záložky, kde jsou naše fotky a ty záložky jsme podepsali, takže můžete mít fotku oblíbeného herce v podobě záložky s jeho vlastním podpisem. Teď jsme vyšli s divadelníma ponožkama. To jsou ponožky s naším logem. Teď něco chystáme, ale to neprozradím, aby nám to někdo nevyfoukl. Chystáme takovou zajímavou věc, do které se pouští Jitka Hlaváčová. Myslím si, že bude velmi atraktivní. Takže ano, děláme to. Přemýšlím, co tam ještě je. Jsou tam nějaké cedéčka. Když jsme dělali *Pokrevní bratry*, muzikál, tak jsme vydali cedéčko. Je tam záznam inscenace *Oskar a růžová paní*, kterou jsme hráli s paní Fialovou. Ty ponožky jsou takové trochu originálnější, ty se jen tak nevidí. Samozřejmě trička tam jsou a tak dále. Tak ty ponožky a teďka ta věc, kterou chystáme. To by mohlo být fajn, no. Doufám, že to dopadne.“

15. A neví se, kdy ta tajná věc bude venku? Je to nejbližší doba?

„Je to nejbližší doba. Jitka už to má zpracované, ale závisí to na spoustě dalších věcí. Ale já vám nechci říct, že to bude příští týden a ono to pak bude třeba až v září. I to se může stát. No v horizontu asi měsíců. Stará o to dítě, tak má spoustu práce s dítětem.“

16. Co se týče nejoblíbenějších a nejhranějších inscenací viz *Rychlé šípy*, je potřeba je stále marketingově podporovat?

„Já to podporuju. Dělán to pořád, protože si myslím, že i to je důležité. Taky se občas doslechnu, proč píšeš o ‚šípech‘, když o ‚šípech‘ se psát nemusí. Musí. Myslím si, že musí, protože je to dobré pořád připomínat. Ačkoliv se vyprodají samy, a ačkoliv se o ně nemusíme vůbec starat, tak je dobré, to je taky v jakési mojí vnitřní strategii, o těch věcech pořád mluvit, pořád je připomínat a pořád při různých příležitostech, ať jsou to jubilejní reprízy nebo jsou to nějaké atraktivní zájezdy nebo nové obsazení, pořád o tom mluvit. Myslím si, že je to důležité a ukazuje se, že nám to funguje.“

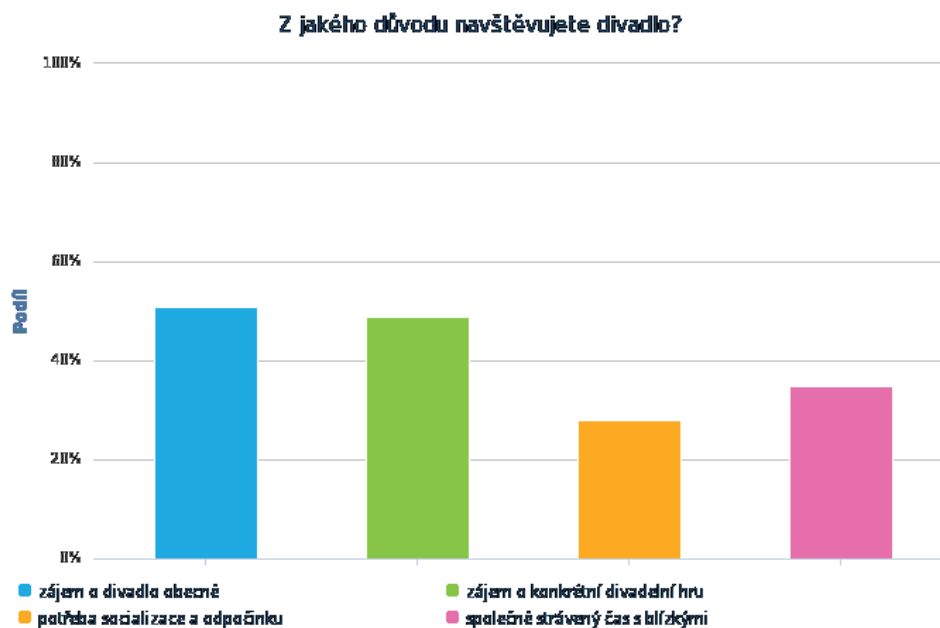
17. Jaká pro vás osobně je nejoblíbenější role nebo inscenace?

„Pro mě osobně? Já jsem teď nedávno dostal otázku, jaké byly moje nejzásadnější role

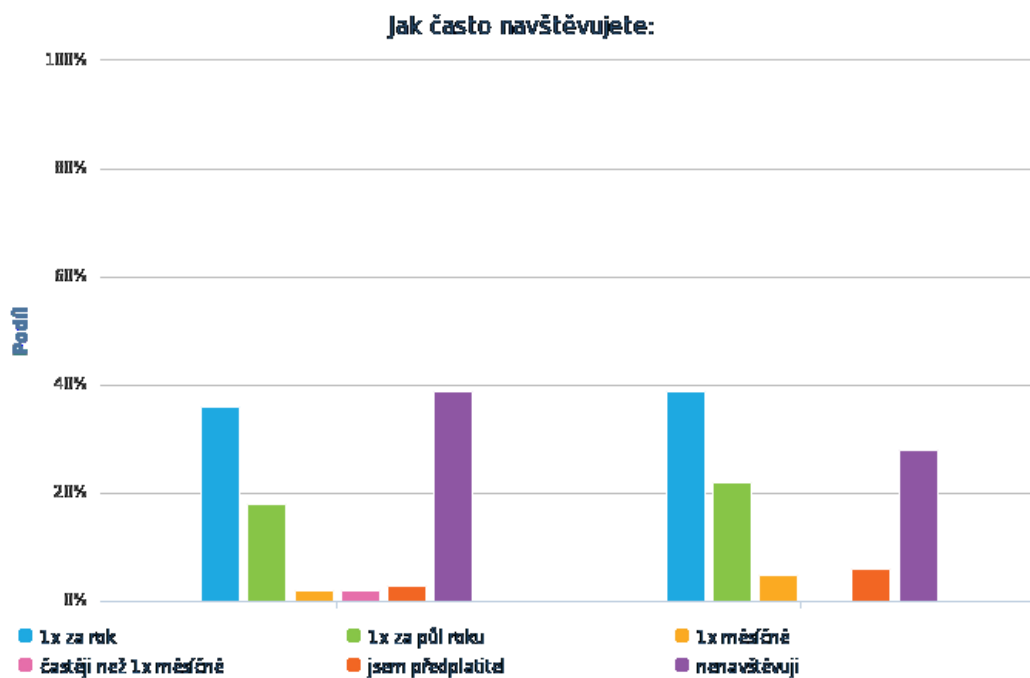
v mém životě zatím a ono je to strašně těžké. Asi úplně nejzásadnější nebo první zásadní je pro mě Smerďakov v *Bratrech Karamazových*, které u nás v divadle dělal pan režisér Pitínský. Což byla role, kterou jsem do té doby vůbec nehrál. Pořád jsem hrál takové jako komedie. A najednou mě obsadil do úplně nečekané polohy, do nečekané postavy a pro mě do té doby neznámé polohy. A myslím si, že potom se začalo odkrývat spousta dalších a dalších možností, co bych mohl hrát. Já jsem hrál obrovské množství velkých i malých rolí. Samozřejmě zásadní byl pro mě, ale to byl taky kvůli setkání s paní Fialovou, *Harold a Maude*. Ale to se podle mě úplně vymyká těm běžným rolím, běžným inscenacím, protože tam velkou roli hrálo naše přátelství. Vedle toho byla hra *Oskar a růžová paní*, postava Oskara, chlapce, který umírá na leukémii, což byla velká výzva, protože to byl v podstatě skoro monogram, a protože to byl velký monolog toho desetiletého kluka. V podstatě monolog, protože tam do něj vstupovaly jiné postavy a byly tam i monology, ale ta knížka je napsaná jako monolog. Chlapec píše Bohu, a díky babi Růžence, která v té nemocnici pracuje, tak ví, že mu zbývá kvůli té vážné nemoci posledních deset dnů života. A on během těch deseti dnů prožije celý svůj život, od narození, přes první lásku, zamilovanost, manželství, sice pohledem těch dětských očí, až po odchod, smrt. To byla taky pro mě zásadní role, ale taky protože, kromě toho, že jsem se potkal zase s paní Fialovou na jevišti, tak to bylo taky protože to byla taková moje osobní terapie, protože já jsem chvíli předtím řešil podobný případ u nás doma. Synovec onemocněl leukémií. Tak tohle tam bylo. Třeba *Autista*, kterého teď hrajeme na Malé scéně, je pro mě taky zásadně důležitá role. A vidíte, *Autista* má devadesát repríz, takže se ukazuje, že nejenom ty komedie diváky táhnou, ale když ty věci chytře zpracujete a vhodně jim to představíte a zahrajete, tak to taky může fungovat. Mně se kdysi stalo, že jsem byl obsazen do role kněze v inscenaci *Portugálie* a já jsem tu postavu neměl úplně rád, protože jsem měl pocit, že se mi úplně nepodařila. A tak jsem si říkal, ať už je derniéra, já se v tom necítím dobře úplně. Pořád jsem měl pocit, že se to jako nepotkalo semnou a potom po derniéře, jsem byl na nějaké besedě a přišla za mnou paní a říkala, že pro ni nejsilnější zážitek byla *Portugálie*, kvůli tomu, jak jsem hrál toho faráře, a že se na to byla podívat asi pětkrát. A já jsem se v tu chvíli zastyděl, protože jsem si říkal, aha, tak ty jsi k tomu měl takový přístup, že sis k tomu úplně vřelý vztah nenašel. Ale v hledišti mohli být lidi, kteří tam kvůli tomu do toho divadla chodili, protože to pro ně bylo v tu chvíli a třeba i v jejich momentálním životním rozpoložení důležité. Takže od té doby já se bráním tomu, abych říkal, že něco je příliš oblíbené, něco příliš oblíbené není. Protože to je strašně subjektivní a nefér vůči divákům, protože to můžou vnímat úplně jinak.“

Příloha č. 3: Dotazníkové šetření a výsledky

Otázka č. 1: Z jakého důvodu navštěvujete divadlo? Výběr jedné nebo více odpovědí.



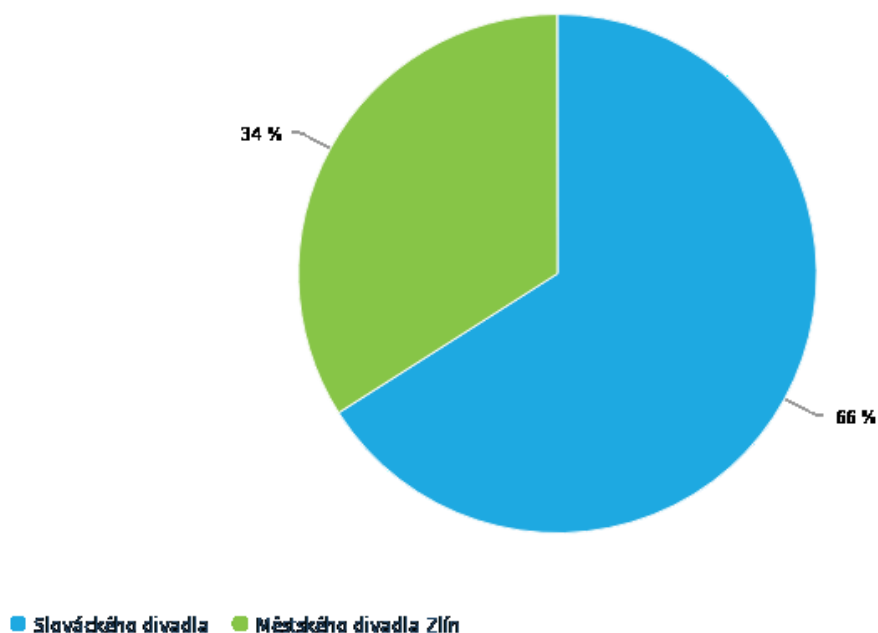
Otázka č. 2: Jak často navštěvujete: a) Městské divadlo Zlín, b) Slovácké divadlo. Možnosti 1x za rok, 1x za půl roku, 1x měsíčně, častěji než 1x měsíčně, jsem předplatitel, nenavštěvuji. Museli vybrat jednu odpověď ke každému divadlu.



Prvních šest sloupců náleží Městskému divadlu Zlín, druhých šest Slováckému divadlu.

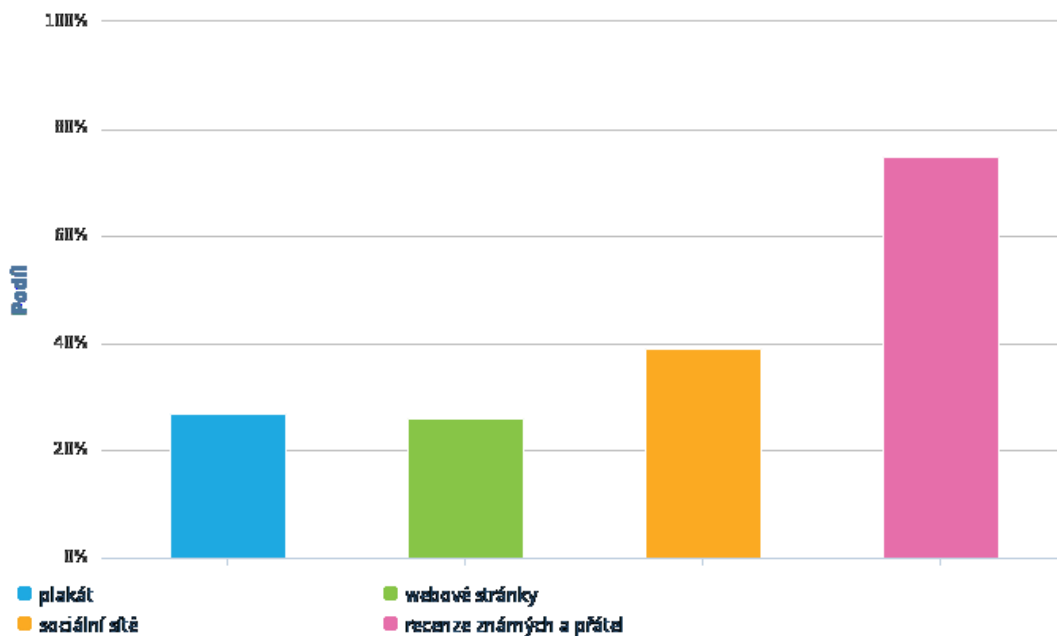
Otázka č. 3: V případě vlastního výběru inscenace, bych raději šel do: a) Slováckého divadla, b) Městského divadla Zlín. Na výběr pouze jedna odpověď.

V případě vlastního výběru inscenace, bych raději šel do:



Otázka č. 4: Pokud jste se rozhodl/a na určitou inscenaci jít, co vás k tomu vedlo? Jak jste se o ní dozvěděl? Výběr jedné nebo více odpovědí.

Pokud jste se rozhodl/a na určitou inscenaci jít, co vás k tomu vedlo? Jak jste se o ní dozvěděl?

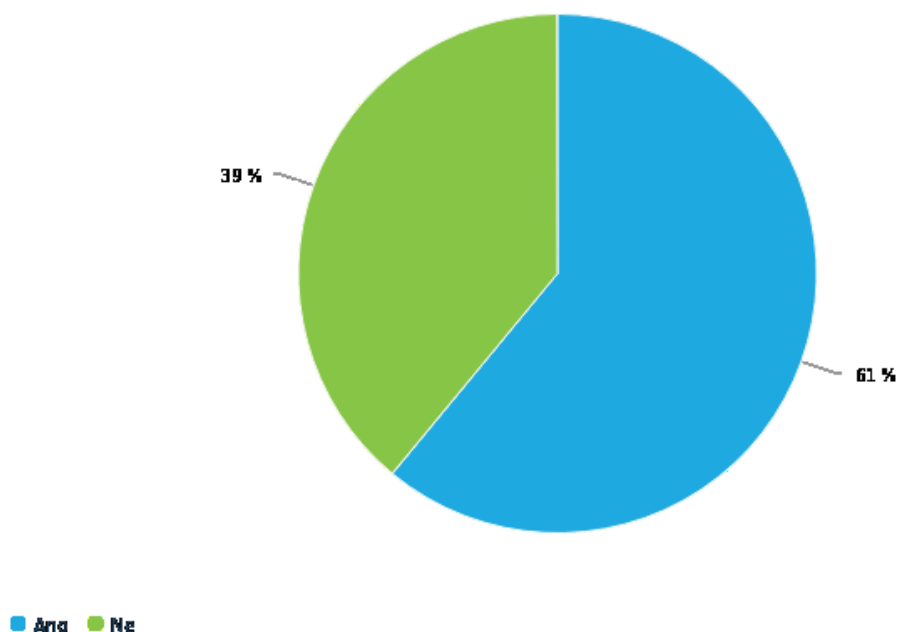


Otázka č. 5: Který faktor při výběru inscenace je pro vás důležitý? Změna pořadí položek podle svých referencí (1. – nejdůležitější, poslední – nejméně důležitá). Výběr z těchto faktorů: žánr, cena, recenze kritiků, délka představení, doporučení rodiny a přátel, jméno divadla (renomé), předchozí zkušenost, herecké obsazení inscenace.

5 Který faktor při výběru inscenace je pro vás důležitý?			
▲	#	Možnosti odpovědí	Důležitost
	1	žánr	6,6
	2	cena	3,6
	3	recenze kritiků	3,5
	4	délka představení	2,2
	5	doporučení rodiny a přátel	6,3
	6	jméno divadla (renomé)	4,1
	7	předchozí zkušenost	4,9
	8	herecké obsazení inscenace	4,8

Otázka č. 6: Sledujete Slovácké divadlo nebo Městské divadlo Zlín na sociálních sítích (FB, IG, Twitter, YouTube)? Výběr pouze jedné odpovědi.

Sledujete Slovácké divadlo nebo Městské divadlo Zlín na sociálních sítích (FB, IG, Twitter, YouTube)?

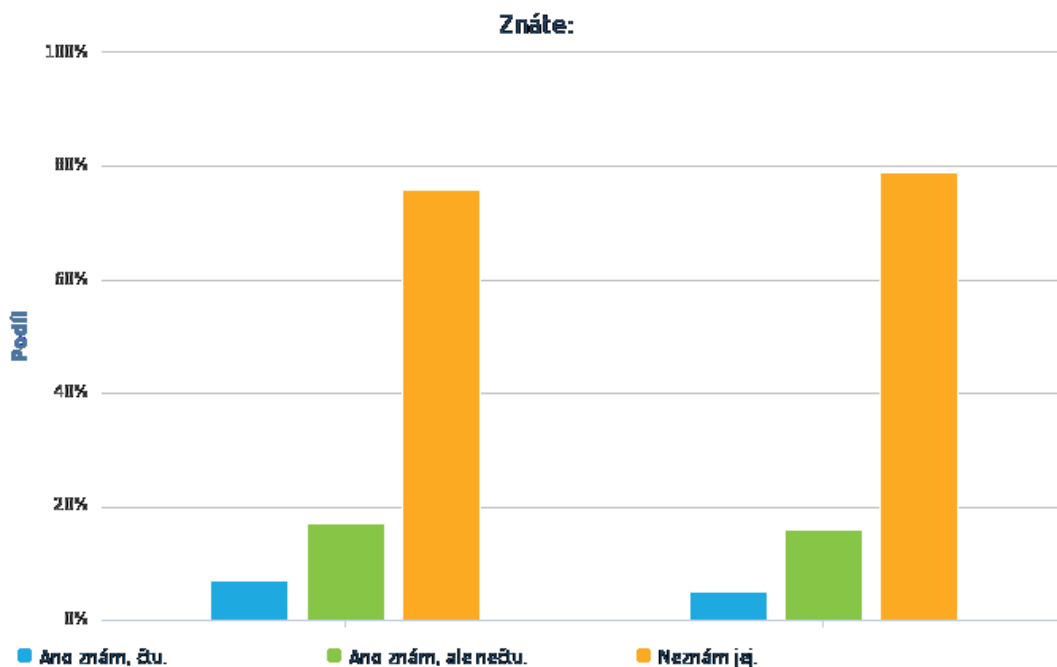


Otázka č. 7: Pokud tyto divadla sledujete na sociálních sítích, z jakého důvodu? Nutno napsat odpověď.

7 Pokud tyto divadla sledujete na sociálních sítích, z jakého důvodu?

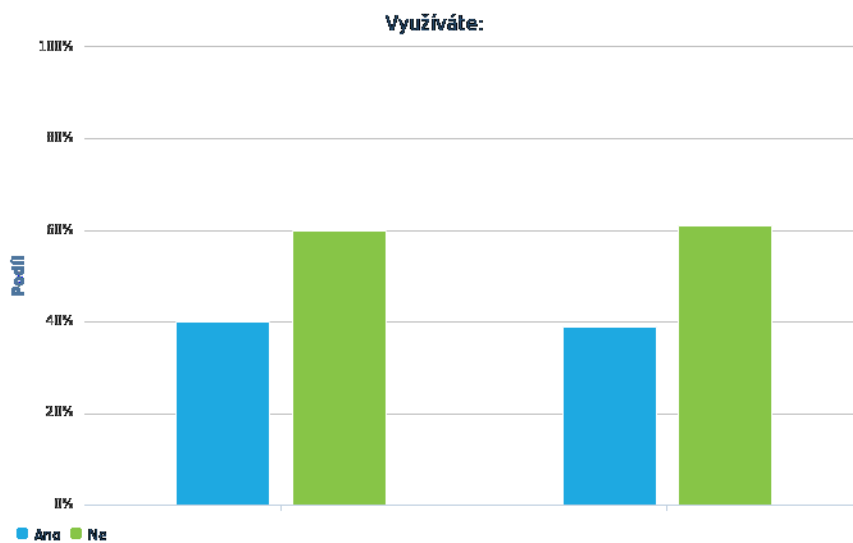
aktuální dění v divadle, informace o nových představeních, informace o aktuálních akcích pořádané divadlem, pohlednutí do zákulisí divadla 📷	nahlédnutí do zákulisí, informovanost	null (38x)	Nesleduji (4x)
Líbí se mi sledovat	Zajímám se, co nového bude divadlo hrát. Jak se mají herci. Je to pro mě přístupnější než webové stránky.	Chci vědět, co se v divadle momentálně děje, chci mít přehled.	Mít povědomí o představení a hercích
novinky v repertoáru, aktuality, kdy se co hraje	Zajímá mě, co se tam děje nového, co připravují...	jakožto studentku divadelní produkce mne zajímá jejich strategie a celkový přístup k divákovi	Dozvim se o připravovaných hrách a střipkách ze zákulisí
Info o divadle	zájem o novinky a situace v divadle	Zvedavost	Líbí se mi jejich příspěvky, jsem v obraze o tom, jaké mají zrovna hry
Ráda se dozvídám novinky z kultury.	Chci mít přehled a někdy tam nalezne člověk i fotky, videa ze zákulisí :)	Informovanost	Mám obě divadla ráda a zajímám se o novinky.
Zajímají mě plánované novinky	Dozvim se nejnovější informace, pohled do zákulisí, vim o každé změně případně o problémech s rezervací, apod.	Pro přehled akcí	informovanost (2x)
Dozvidam se novinky, tipy	Abych věděla jaké mají nové představení.	Novinky	Upozornění na inscenace a jiné akce. Příspěvky mě mohou nalákat na jejich akce. Všeobecný zájem o MDZ/Slovačké divadlo
z důvodu informovanosti	Aktuální informace	novinky	aby mi nic neuteklo
chci vědět, co se děje	jaký nr se hraje	přehled o dědích v divadle - foto z premiér, zkoušek, ze zákulisí	Program
Abych se dozvěděla co nového a taky nějaké info ze zákulisí	Obecné povědomí	info o nových představeních; fotky z backstage vždycky pobaví :)	Abych byla v obraze co mají za nové inscenace
Zajímají mě novinky, program, nabídka akcí	Informace o představeních	Přehled o inscenacích	Obsah, který baví
Dostupnost informací	mit přehled o novinkách	Abych věděla, co se v divadle děje a co se chystá	K vůli informacím o divadle a hercích
Sleduju nové hry	dozvědět se o aktuálních představení něco více, zákulisti fotky a videa	Chci o nich vědět včas	Informace o představení
Dozvim se bezprostředně novinky ze svého oblíbeného divadla.		Chci dostávat informace a dozvidá se novinky	Mam ráda slovačké divadlo a herce v něm
Abych věděla, co chystají		informace	Chci být informován o aktuálním dění.
		Zajimaji me	

Otázka č. 8: Znáte: a) magazín Tady a teď!, který vydává Městské divadlo Zlín? Čtete jej?, b) Časopis, který vydává Slovácké divadlo? Čtete jej? Výběr odpovědi ke každé volbě z možností.



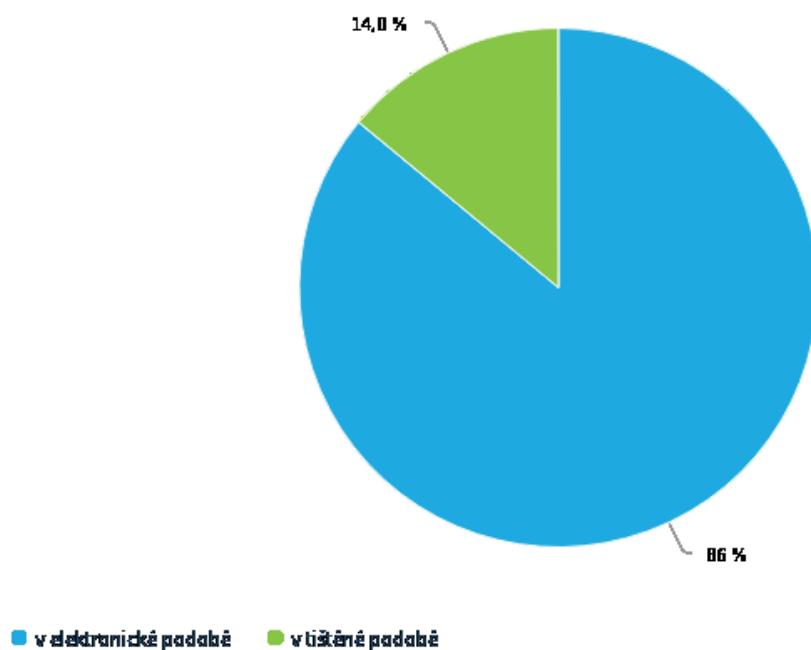
První tři sloupce náleží k možnosti a), další tři k možnosti b).

Otázka č. 9: Využíváte: a) slevy na představení v případě, že jste student, důchodce či držitel průkazu ZTP, b) možnosti koupě dárkových poukazů? První dva sloupce náleží možnosti a), druhé dvě možnosti b).

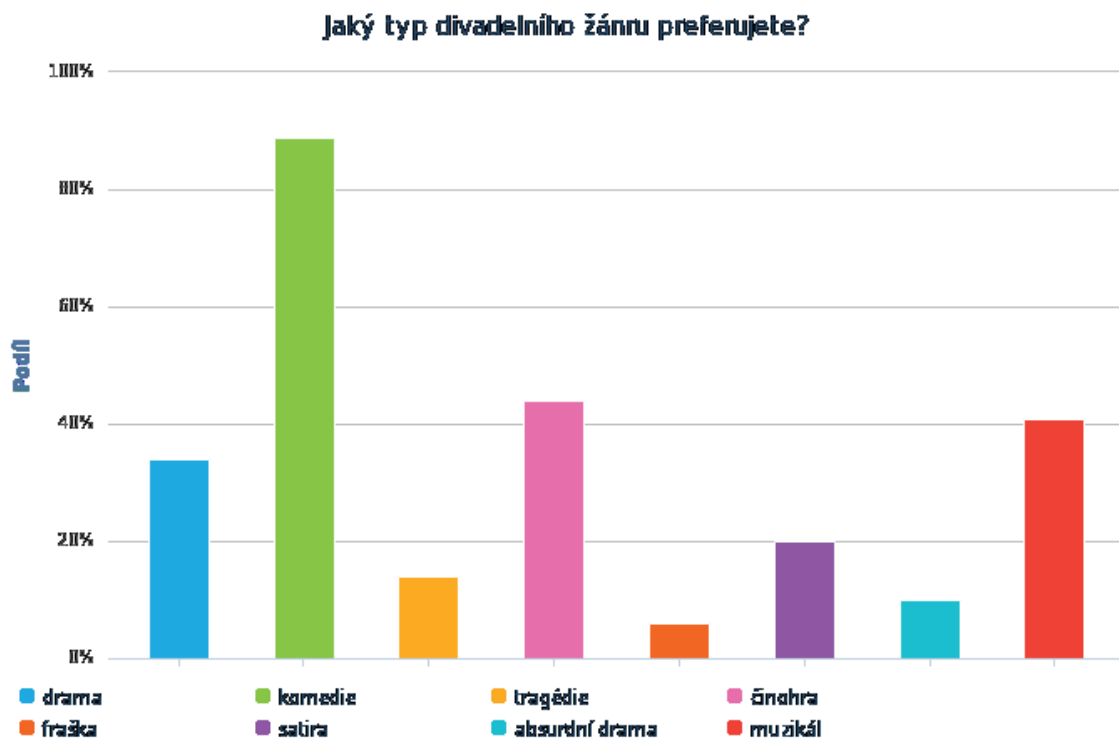


Otázka č. 10: Program divadla si při výběru inscenace prohlížím spíše. Výběr jedné odpovědi.

Program divadla si při výběru inscenace prohlížím spíše:



Otázka č. 11: Jaký typ divadelního žánru preferujete? Na výběr jedna nebo více odpovědí.



Otázka č. 12: Jaká inscenace je vaše nejoblíbenější v rámci Městského divadla Zlín a Slováckého divadla? Nutno napsat odpověď.

12 Jaká inscenace je vaše nejoblíbenější v rámci Městského divadla Zlín a Slováckého divadla? ▾

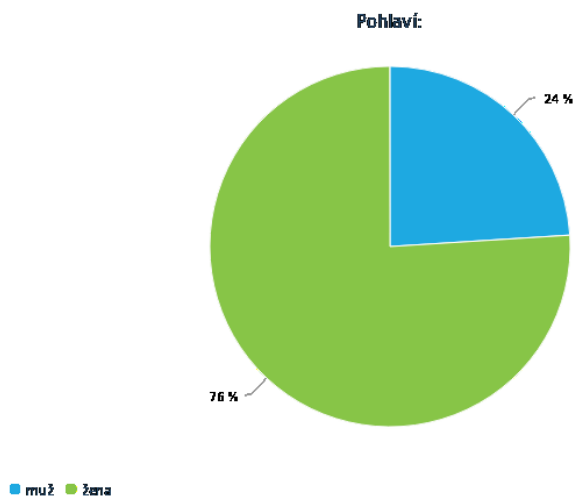
Slovácké divadlo: Cena facky aneb Gottwaldovy boty, Rychlé šípy, Faust, Městské divadlo Zlín: neznám žádné představení	nelze vybrat nejoblíbenější	Rychlé šípy (13x)	Slovácké divadlo: Kočka na rozpálené plechové střeše
1+2=6, Úča musí pryč, DONAHA	Rychle šípy	Slovácké divadlo 1+2=6	Cena facky aneb Gottwaldovy boty
MDZ: Ženitba, Splašené nůžky; SDUH: Cikáni jdou do nebe (myslím, že se to tak jmenovalo), Rychlé šípy	Nevím (2x)	Nepamatuju si	Slovácké divadlo - Svatba
Dekameron	Šumař na střeše. Do naha.	Nájemníci, Pokrevní bratři, Rychlé Šípy	Splašené nůžky, nájemníci
Testosferon	Čekání na Godota	Komedie (2x)	Splašené nůžky, rychlé šípy
Petr a Lucie, Testosteron, Les	Rychle sipy (2x)	Pokrevní bratři	nelze určit
Neznám :(neznám	Konkurz podle Gronholma	Ovčáček Čveráček
Žitkovské bohyně	Ovčáček čtveráček (3x)	Žitkovské bohyně, Penzion pro svobodné pány	Splasene nůžky
Malované na skle (2x)	smrt v hotelu alexandria	Zlín - Žitkovské bohyně, Ovčáček Čtveráček, SD - Gottwaldovy boty, Svatba	Kdyby tisíc klarinetů, Kralova řeč, Kdy bude po válce, Mnoho povyku pro nic, Rychlé šípy
Žádnou si nevybavím	Nepamatuji si název	Malované na skle, Pokrevní bratři	Mnoho povyku pro nic
Do naha! (UH + Hotel Alexandria (Zlín))	MDZ - Charleyova teta	nemám nejoblíbenější hru	Skleněný zvěřinec
1+2=6	rychlé šípy (2x)	Malované na skle.	Splašené nůžky (3x)
splašené nůžky	Maryša	Kočka na plechové střeše, starší záležitost	...
Nepamatuju si názvy her	MDZ - Splašené nůžky, SD - Rychlé šípy	SD: Rychlé šípy	Galileo
Mikve	Rychlé šípy především, pak jakákoliv komedie od Slováckého divadla	Platonov	Donaha
MDZ - Malované na skle	Charlieho teta	Vše od Slováckého divadla	Peklo v hotelu Westminster
Rychlé Šípy	Rychlé šípy, 1+2=6	Dokonalá svatba	Ve Zlíně to byly Žitkovské bohyně a ve Slovacké divadle Donaha
Tenor na roztrhání	7	Na skle malované, Šumař na střeše	Jedna + dva = šest
Rychlé šípy, Ovčáček Čtveráček	Malované na skle,	1 plus 2 je 6	Malované na skle. Rychlé šípy
	Slov.divadlo Kdyby tisíc klarinetů		
	Pýcha a předsudek, Rychle šípy, Maryša ve Slováckem divadle, ve Zlíně malované na skle		

Otázka č. 13: Okres vašeho bydliště. Nutno napsat odpověď.

13 Okres vašeho bydliště:

Uherské Hradiště (28x)	Zlín (37x)	Zlínský (4x)	Uherské hradiště (3x)
Zlín (9x)	Kroměříž (3x)	Praha	Otrokovice
Uherské Hradiště	UH (2x)	zlín (2x)	uherské hradiště
Zlinsky	uherske hradiste	Zlín/Hradiště	Uh
Napajedla	Vsetín	Uh.Hradiště	Uherské Hradiste

Otázka č. 14: Pohlaví. Výběr ze dvou možností. Výběr jedné odpovědi.



Otázka č. 15: Věk respondenta. Výběr jedné odpovědi.

