Barbora Kocianová

26. 1. 2015

**Dotazníkové šetření k Noci divadel 2014**

Na tvorbě dotazníků k Noci divadel 2014 se podílela Anna Černá, absolventka Katedry sociologie FF UK, společně s Barborou Kocianovou, studentkou magisterského studia na Katedře produkce DAMU. Barbora Kocianová při tvorbě dotazníků využila poznatků ze svého výzkumu realizovaného v rámci magisterské práce, který je zaměřen na rozvoj publika a segmentaci v jeho kontextu. Při přípravě otázek byly mimo jiné využity poznatky získané z rozhovorů se zástupci organizací, které se o rozvoj dané problematiky zasloužily, a to se zástupci Arts Council England a Morris Harhgreaves McIntyre v Manchesteru ve Velké Británii.

Jedním ze stěžejních bodů programu Noci divadel 2014, který byl druhým ročníkem Noci divadel, byl i rozvoj publika, který cílí nejenom na stávající návštěvníky divadel, ale především na potenciální diváky, kteří do divadel nechodí. Při tvorbě dotazníku k Noci divadel 2014 byla využita orientace letošního ročníku na rozvoj publika a inovativní práci s divákem, otázky v něm byly více zaměřeny na kulturní zázemí, postoje a přístup k umění a k divadlu jednotlivých návštěvníků. Součástí šetření byl rovněž dotazník pro zaměstnance divadel, ve kterém byly otázky orientovány na marketing a práci s publikem.

Koordinátorem Noci divadel 2014, která se konala dne 15. listopadu 2014, byl stejně jako v minulém roce Institut umění – Divadelní ústav, který rovněž inicioval dotazníkové šetření zaměřené na publikum této akce. Dotazníky v rámci Noci divadel distribuovala zúčastněná divadla svým divákům sama. Získáno bylo celkem 810 vyplněných dotazníků z 33 kulturních organizací z celé České republiky. V největším počtu byla zastoupena divadla sídlící v Praze, zhruba polovina z celkového počtu zúčastněných. Oproti minulému ročníku výrazně vzrostl počet respondentů – zhruba o 300. Počet respondentů, od kterých se dotazníky podařilo získat, se blíží i podle profesionálních agentur zabývajících se průzkumem trhu relevantnímu vzorku počtu obyvatel České republiky (standard reprezentativního vzorku se pohybuje v rozmezí 800–1000 respondentů). Přesto, že získaný vzorek respondentů, tedy jejich výběr, je náhodný, v divadelní sféře má jistě určitou výpovědní hodnotu.

Z demografických údajů (celkem 3 otázky: pohlaví, věk, vzdělání) o účastnících Noci divadel 2014 vyplynulo, že 70 % z nich byly ženy a 30 % muži. Nejvíce dotazovaných, celkem 40 %, bylo ve věku mezi 15–34 lety, 36 % dotazovaných bylo mezi 35–49 lety, 15 % jich bylo mezi 50–64 lety a nejméně věkově zastoupenými skupinami byli dotazovaní do 15 let a nad 65 let s 5 %. Pokud se týká vzdělání, téměř polovina dotazovaných návštěvníků, celkem 48 %, mělo dosažené vysokoškolské vzdělání, 44 % mělo dokončené středoškolské vzdělání a 8 % dotazovaných dokončilo pouze základní školu.

Další blok otázek (celkem 7 otázek) byl orientován na zjištění vztahu diváka k divadlu a jiným kulturním aktivitám, na postoje, motivace a obdobné faktory ovlivňující spíše chování diváků. První otázka z tohoto bloku zjišťovala,které z uvedených kulturních akcí diváci navštívili a kdy. Bylo zde uvedeno celkem 11 druhů akcí (činohra; experimentální divadlo; loutkové divadlo a divadlo pro děti; opera; muzikál; tanec; balet; koncert vážné hudby; koncerty jiných hudebních žánrů; kino/film; výstava/muzeum). Ze  škály u každého druhu akce respondenti vybírali jednu z pěti možností: ano, v posledním roce / ano, před 2-3 lety / někdy v minulosti / nikdy nenavštívil, ale měl bych zájem / nikdy nenavštívil a nemám zájem. Pokud se týká činohry, nejvíce respondentů odpovědělo, že divadlo navštívilo v posledním roce, celkem 72 % z nich. U dalších dvou akcí odpovědělo nejvíce respondentů, celkem 32 % u experimentálního divadla a 35 % u loutkového divadla a divadla pro děti, že je shlédli také v průběhu posledního roku. K opeře nejvíce respondentů uvedlo, že ji viděli někdy v minulosti, celkem 28 %. Největší počet respondentů označil návštěvu představení v posledním roce: u muzikálu 34 %, u tance 36 %, u baletu 25 %, u koncertu vážné hudby 38 %, u koncertu jiných hudebních žánrů 68 %, u kina/filmu 81% a u výstavy/muzea 85 %.

Další otázka zjišťovala, co diváci hledají na kulturních akcích. U každé odpovědi – zábava, odpočinek, obohacení, sounáležitost s institucí/komunitou, inspirace – dotazovaní na škále 1–4 vyjadřovali (1 – nejvíce, 4 – nejméně), zda vyjmenované hledají či ne. Na kulturních akcích hledá zábavu nejvíce (stupeň jedna na škále) 73 % z celkového počtu respondentů. Celkem 53 % z celkového počtu respondentů také nejvíce vyhledává odpočinek, i obohacení (celkem 73 %). U sounáležitosti s institucí/komunitou největší počet respondentů uvedl, že ji spíše nevyhledává (stupeň tři na škále). Pokud se týká inspirace, největší počet respondentů ji vyhledává nejvíce, celkem 40 % z celkového počtu respondentů. U další otázky respondenti odpovídali, zda se ve svém volném čase věnují umělecké činnosti, 56 % respondentů odpovědělo, že se jí nevěnuje, 44 % respondentů uvedlo, že ano. Na otázku, zda se respondenti účastní doprovodných akcí kulturních institucí i mimo Noc divadel (např. diskuze, přednášky, prohlídky zákulisí, dobrovolnický program atd.), odpovědělo 67 % procent respondentů, že se jich účastní a 33 % neúčastní.

Následující dvě otázky v tomto bloku byly orientovány na nákup a cenu vstupenek. První z těchto dvou otázek zjišťovala, jak nejčastěji lidé nakupují vstupenky na kulturní akce. Na výběr měli: v pokladně divadla/v předprodeji, nákupem nebo rezervací přes internet, prostřednictvím agentur prodávajících vstupenky, získáním vstupenky přes zaměstnavatele nebo předplatným. Největší počet respondentů nakupuje nebo rezervuje vstupenky přes internet (57 %), téměř polovina respondentů nakupuje vstupenky v pokladně nebo v rámci předprodeje (43 %), celkem 7 % respondentů získává vstupenky přes zaměstnavatele nebo má předplatné a celkem 5 % dotazovaných je nakupuje prostřednictvím agentur. Další otázka zjišťovala, jakou roli pro respondenty hraje cena vstupenky. Hlavním faktorem je cena pro 13 % respondentů, jedním z vedlejších faktorů pro největší počet respondentů, celkem 41 %, dále 39 % respondentů cenu bere v potaz, ale nevadí jim investovat větší částku a pro 7 % respondentů cena vůbec nerozhoduje.

Poslední otázka z tohoto bloku sledovala, jaký rozhodující faktor volí při výběru představení. Prostřednictvím škály u každého faktoru hodnotili míru vlivu. Uvedené faktory byly titul, autor, obsazení, režisér a inscenační tým, recenze, doporučení rodiny/přátel/známých a reklama. U titulu nejvíce respondentů uvedlo, že má na rozhodování zásadní vliv (celkem 32 %). Autor (celkem 30 %), obsazení (celkem 29 %) a režisér a inscenační tým (celkem 31 %) jsou faktory, které mají na rozhodování u největšího počtu respondentů spíše vliv. Recenze pro největší počet respondentů představuje faktor, který se pohybuje uprostřed škály, pro 31 % spíše má vliv, pro 31 % vliv spíše nemá. Doporučení přátel, rodiny nebo známých považuje při rozhodování zásadní faktor největší počet respondentů, celkem 31 %. Naopak reklama pro největší počet respondentů nepředstavuje důležitý faktor a nemá zásadní vliv, celkem pro 34 % z celkového počtu respondentů.

Poslední blok tří otázek byl zaměřen na Noc divadel samotnou. První otázka zjišťovala, kolik různých akcí nebo divadel dotazovaní navštívili během Noci divadel 2014. Většina dotazovaných navštívila pouze jedno divadlo (51 %), dvě divadla navštívilo 24 % dotazovaných, tři divadla navštívilo 12 % dotazovaných, čtyři a více divadel navštívilo zbylých 12 % dotazovaných. Další otázka směřovala ke zjištění informace, odkud se účastníci o Noci divadel dozvěděli. Nejvíce respondentů, celkem 32 % se o akci dozvědělo od přátel, známých nebo rodiny, dále 28 % z internetu, 16 % z webů divadel, 16 % z propagačních materiálů divadel, 12% z plakátů, 10 % z tisku, 10 % ze sociálních sítí, 7 % z rádia nebo televize a 3 % z jiných zdrojů. Poslední otázka byla jako jediná otevřená a zjišťovala konkrétní podněty, nápady a návrhy k Noci divadel. Respondenti se vyjadřovali převážně pozitivně, vyjadřovali spokojenost s akcí, objevovaly se však i připomínky k programu konkrétních divadel, např. k délce programu a kapacitě diváků, někteří diváci vybízeli k větší míře interaktivity apod.

Z výsledků dotazníků vyplývá, že Noc divadel pokračuje v pozitivním trendu předcházejícího prvního ročníku. Noc divadel je typem události, která je v českém divadelním prostředí ojedinělá, jde vstříc divákům v mnoha ohledech. Nastoluje jistý trend, v rámci kterého divadla iniciuje k nabídce doprovodných programů a přiblížení se divákovi samotnému (komentované prohlídky zákulisí, diskuze, setkání s umělci). Divák po této zkušenosti cítí s divadlem větší sounáležitost a má o něm lepší představu na základě získaných informací. O úspěchu akce svědčí nejen nárůst zapojených souborů (z 80 souborů minulý ročník na 120 souborů letos), ale i nárůst počtu diváků, který se odhaduje na 50 000 osob. Minulý ročník navštívilo přibližně 40 000 diváků. Domnívám se, že i divadla pociťují pozitivní efekt akce Noci divadel, rozvíjejí snahu divákům nabízet interaktivní program a ve větší míře otevírat divákům „budovu“ divadla i mimo Noc divadel. Po předcházejícím prvním ročníku měla divadla také lepší představu o charakteru akce a relevantní očekávání, což se promítlo i ve spokojenosti respondentů s průběhem akce. Noc divadel zůstává akcí, která přináší prospěch nejen divákům, ale i samotným divadlům, protože pozitivně upevňuje jejich vzájemnou vazbu a naplňuje vzájemné potřeby.

Spolutvůrkyně dotazníku Barbora Kocianová v rámci své diplomové práce bude později výsledky dotazníkového šetření k Noci divadel 2014 dále analyzovat a bude se zabývat typologií publika Noci divadel 2014 k vytvoření segmentace.