

Přílohy

Příloha č. 1: Divadla zřizovaná státem, obcemi, kraji, městy – ekonomické ukazatele (v tis. Kč.) - (tabulka)

TABULKA 2.2 DIVADLA ZŘIZOVANÁ MK, MŠMT, KRAJI, OBCEMI A MĚSTY – EKONOMICKÉ UKAZATELE (V TIS. KČ)					
Ukazatel	2022	2021	2020	2019	2018
Celkové provozní výnosy (bez přijatých příspěvků na provoz)	1 303 904	611 356	541 508	1 355 664	1 244 935
Příspěvky ze státního rozpočtu	1 388 034	1 910 845	1 898 165	1 822 860	1 519 147
neinvestiční příspěvky	1 385 262	1 709 641	1 489 351	1 197 872	1 152 777
investiční příspěvky	2 772	201 204	408 813	624 987	366 370
Příspěvky od krajů	795 282	758 536	605 409	386 850	523 326
neinvestiční příspěvky	780 210	749 348	596 665	377 491	316 483
investiční příspěvky	15 072	9 188	8 744	9 359	206 843
Příspěvky od měst a obcí	2 404 677	2 083 913	2 402 039	2 410 202	2 358 340
neinvestiční příspěvky	2 268 336	2 009 595	2 340 882	2 268 224	2 250 705
investiční příspěvky	136 341	74 318	61 157	141 978	107 636
Tržby za vlastní výkony (výrobky, služby) a za zboží	1 104 988	508 414	452 243	1 231 622	1 144 011
vybrané vstupné	856 429	386 062	354 490	1 015 072	941 575
Celkové provozní náklady	5 756 414	4 969 457	4 857 519	5 187 721	4 941 155

% soběstačnosti	23	12	11	26	25
-----------------	----	----	----	----	----

Příloha č. 2: Tabulka: Počet návštěvníků v divadlech (Tabulka)

Tabulka: Počet návštěvníků v divadlech, ve vybraných letech				
Rok	2019	2020	2021	2022
Počet návštěvníků	6 800 000	2 400 000	2 448 000	5 200 000

Příloha č.3: Počet odehraných představení v ČR (tabulka), zdroj: Kultura je národ

Tabulka: Odehraná představení v ČR					
Ukazatel (rok)	2018	2019	2020	2021	2022
Celkem (počet odehraných představení)	31 031	31 283	12 709	15 098	27 463

Příloha č.4: Teze bakalářské práce

SCHVÁLENO

5.10.23


M.P.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce													
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:													
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Lucie Procházková	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">- 7 -09- 2023</td> <td style="text-align: right;">-1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;">197</td> <td style="text-align: right;">Příloh.</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Přidělena:</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	- 7 -09- 2023	-1-	Čj:	197	Příloh.	Přidělena:		
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd													
Došlo dne:		- 7 -09- 2023	-1-										
Čj:		197	Příloh.										
Přidělena:													
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2021													
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: 20132982@fsv.cuni.cz													
Studijní program/specializace: Komunikační studia-Mediální studia													
Název práce v češtině: Podpora divadel v českých médiích v době pandemie covid – 19.													
Název práce v angličtině: Support for theaters in the Czech media during the covid-19 pandemic.													
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat <u>nejdříve</u> šest měsíců od schválení tezí) LS 2023													
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): V období pandemie covid- 19 a covidových lockdownů, byl kulturní život hodně omezen. Lidé svůj volný čas trávili doma, popřípadě v přírodě, ale veškeré kulturní vyžití bylo zcela eliminováno. Na to samozřejmě nedoplatila jen lidská psychika, ale také mnoho umělců a zaměstnanců samotných divadel. Bakalářská práce se tedy bude zaměřovat především na podporu českých divadel v tomto období. Jak čeká média argumentovala pro záchranu divadel a jejich podporu. Jak se tato argumentace lišila ve veřejnoprávních médiích, a naopak v rámci komerčních platforem. (TV Nova, Prima) Bude se také zabývat analýzou a silou argumentů právě ve snaze pomoci českým divadlům a umělcům samotným. Jestli se víc akcentovala tradice, modernita, experiment, nebo o co bychom vlastně jako společnost přišli, kdyby divadla už neotevřela? Jak komplikovaná situace rezonovala ve společnosti? Co by to pro veřejnost znamenalo, kdyby došlo k uzavření divadel. Jaký by to mělo vliv na rozvoj kultury...													
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): <ol style="list-style-type: none"> 1. Úvod 2. Omezení divadel v době pandemie <ul style="list-style-type: none"> • částečná omezení • celková uzávěra 3. Argumentace médií <ul style="list-style-type: none"> ○ Veřejnoprávní média ○ Komerční média 4. Význam divadel ve společnosti <ul style="list-style-type: none"> ○ Rozvoj společnosti / vzdělávací funkce ○ Volnočasová aktivita 5. Proměna společnosti v případě uzavření divadel 6. Obecné kulturněpolitické aspekty 7. Interpretace 8. Závěr 9. Přílohy 													

10. Zdroje
Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy): Veřejnoprávní televize + Televize Prima, Nova (pandemie covid-19, 2019-2022)
Postup (technika) při zpracování materiálu: Případová studie. Tedy detailní studium sdílených materiálů, reportáží, informací médií v době covid-19. Následně aplikovat získané poznatky a na jejich základě kriticky analyzovat jednotlivé kroky médií, ale také samotných divadel, za účelem průzkumu výsledků a dopadů na společnost, na divadla, na zaměstnance divadel, herců. Sběr dat, formou dotazníků od skupiny respondentů, a to jak ze strany umělců divadel, tak ze strany návštěvníků. Na základě takto získaných dat, analyzovat jaké následky měla uzavření divadel a co by pro společnost znamenalo, kdyby došlo k jejich trvalému uzavření, omezení apod.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků): <ol style="list-style-type: none"> 1. Theatre and Performance Go Massively Online During the COVID-19 Pandemic: Implications and Side Effects (2020) https://pdfs.semanticscholar.org/066c/2f62ff409d74f0a0ac8a5235beac0e220922.pdf 2. AEA Consulting (2016, October). From Live-to-Digital: Understanding the Impact of Digital Developments in Theatre on Audiences, Production and Distribution. Retrieved from https://www.artscouncil.org.uk/sites/default/files/downloadfile/From Live to Digital OCT2016.pdf 3. Creation Theatre (2020). The Tempest LIVE, Interactive & in your Living Room. Retrieved from https://www.creationth 4. Guardian Culture (2020, April 23). 'All the world's a stage': Shakespeare performed around the world in quarantine [Video file]. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=Plk4rEYJubU&feature=emb_logo 5. Wiegand, C. (2020, April 23). Quarantine Players: stars and theatre fans unite to perform Shakespeare solos. The Guardian. Retrieved from https://www.theguardian.com/stage/2020/apr/23/quarantine-players-theatreshakespeare-solos-globe 6. Wright, L., J. (2020, April 23). Shakespeare on Zoom: how a theatre group in isolation conjured up a Tempest. The Conversation. Retrieved from https://theconversation.com/shakespeare-on-zoom-how-a-theatre-group-inisolation-conjured-up-a-tempest-136974
Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let):
Datum / Podpis studenta/ky 7.9.2023

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:
Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:
Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:
Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.
Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga	6.9.2023 
	Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

Příloha č.5: Rozhovory s respondenty

Studio Dva

Já si pamatuji, že se média určitě ozývala. Naopak jsem byl překvapený, že i mě jako komerční divadlo jsme začaly zajímat některá média, pro které jsme do té doby byli dost nezajímaví. Redaktory některých, který se zabývají kulturou, jsem vůbec neznal. To samozřejmě není žádná výčitka, ale náš repertoár není úplně zásadní pro některý divadelní kritiky nebo divadelní publicisty, prostě proto, že píšou běžně o něčem jiném.

Takže se ozývaly lidi i tací, který by předtím s námi nějakým způsobem nehovořili. Takže v době covidu jsem mluvil s paní Radmilou Hrdinovou, pro kterou prostě nejsme cílová skupina, což naprosto chápu, rozumím tomu.

Pro našeho diváka nechci ho nějak podceňovat, je důležitý, aby viděl nějakou reportáž na SuperCZ, aby to proběhlo showtimem, a to je pro ně důležité. To znamená, když se vrátím zpátky k vaší otázce, v době covidu se určitě o nás zajímaly média typu showtime, různý největší lifestyle-ový magazíny, které potřebovaly plnit obsah a my jsme zároveň online vysílali. To znamená, že to byla jedna z mála příležitostí setkat se nějakým způsobem s nějakou celebritou, která něco dělala, protože herci nepracovali, byli doma, nikdo nic nedělal a byli někde na chalupách nebo rekonstruovali. A tady mohli přijet a něco si natočit. To znamená, že jezdil jsem štáb a se všema bezpečnostníma opatřením, ať už venku v pasáži, nebo dokonce ta doba byla taková, že my jsme dole z jeviště vysílali, všichni otestovaní, nějakým úzkým kroužkům a novináři nebo respektive ten štáb se showtime výstupem vybavují. Jsem říkal, jasně, můžete přijít, ale budete natáčet ze shora, z balkónu. Dolů vůbec k mému štábu nejdete, protože my točíme dvakrát až třikrát týdně a já potřebuji, aby ty lidi fungovali dál. S hercema pěkně v roušce a rozhovor venku před divadlem. Takže určitě zájem měly tyhle ty lifestyle média, které si točily reportáže pro sebe, ty ani tolik nezajímalo, jak to divadlo přežívá nebo

nepřežívá, ale potřebovaly obsah.

A pak byly media typu právo i Dnes, mladá fronta dnes, ekonomie, které připravovaly různé reportáže k tomu, jak divadla zvládají covidovou dobu, jak fungují, jak vysíláme, jak velký je zájem ze strany diváků. A jak jsem říkal na začátku, byly to novináři, pro který jsme do té doby nebyli zajímavým divadlem.

Zájem o divadlo se tedy zvýšil. Ze strany novinářů kulturních rubrik se zvýšil a vlastně nebyl ani nějakým způsobem vyvolávaný z naší strany. Nebylo to o tom, že já bych psal nějaké tiskové zprávy nebo jim nabízel témata. Naopak se ozývali oni sami. Ať už to bylo dané tím, že nic jiného se v kultuře nedělo a oni ty stránky, na rozdíl od toho, jak jste říkala, že česká televize neměla kulturní správnosti, tak oni je museli plnit i nadále, takže ty témata přinášeli a vymýšleli oni. Takže za mě se určitě zájem zvýšil.

Tak moje práce je komunikace s médii, takže jsem s nimi komunikoval i nadále a vymýšleli jsme odpovědi, protože často to byly dotazy, jako o kolik procent méně... Tak o kolik procent méně diváků se nepoznali, že nebyly žádný, ale spíš chtěli vidět nějaký ekonomický rozběhy. A často se ty témata objevovaly i v souvislosti s tím, jak se různě řešili bezpečnostní opatření v rámci ministerstva zdravotnictví, tak to potom se samozřejmě rozebíralo.

I pak při těch uvolňováních jsme velmi čile komunikovali, byl součástí nějakých pracovních skupin

u ministerstva kultury, u ministerstva práce a sociálních věcí a zdravotnictví, kde jsem byl součástí pracovních skupin, takže ten zájem a komunikace s těma novinářem vycházela částečně i z toho, že vlastně chtěli komentovat některé výstupy, které ty ministerstva vypouštěly, tak jak se smí a nesmí a jaké budou. Většinou to bylo na téma postupných rozvolňování, které vlastně nikdy samozřejmě rozvolňovaly, anebo se rozvolňovaly zcela nelogicky, takže jsme spíš komunikovali a komentovali to, že předtím jsme byli v různých pracovních skupinách a nabízíme mu možnosti a témata, tak to vždycky dopadne blbě.

Takže nám, můžu říct, že nám vlastně i v tomhle tom pomáhali při komunikaci, že pomáhali třeba dělat nějaký mediální tlak na jednotlivé ministerstva, protože my sami jsme jako nebyli schopní třeba se s nimi na některých věcech dohodnout a ta medializace mohla pomoci k tomu, že se znovu

otevřela diskuze na téma, jestli to, co říkají, má vůbec smysl, anebo jestli nemá smysl vůbec hrát. Takže vlastně i ta podpora byla vlastně taková. Já jen vám měla otázku, jestli jako i ten rozhlas třeba veřejnoprávní médium, televize, česká, tak... Rozhlas určitě se zajímal. Rozhlasem jsme byli s Míšou Přečkovu, která má na starosti kulturu nebo celou redakci kulturní. Na celém rozhlasu jsme byli intenzivní v tom kontaktu a vymýšleli jsme. Jednak jsme dělali pozvánky na to, že živě vysíláme to. To zajímalo hodně médií, že to bylo něco, co se v kultuře děje, včetně toho českého rozhlasu, plus teda komentování těch některých opatření, rozvolnění, anebo některých těch podpor, podpůrných programů směrem ke kultuře, jestli na ně dosáhneme, jak se máme, jak se staráme o zaměstnance, co děláme, co plánujeme, jak dlouho ještě vydržíme. Tak tyhle ty témata přicházely i ze strany toho rozhlasu. A jak říkám, my jsme živě vysílali ze začátku, vlastně v první volně covidu jsme skoro každý druhý den měli online vysílání, takže to nebylo tak, že bych měl vůbec čas s někým komunikovat. Že spíš někdo zavolal a já jsem jim udal nějaký komentář, to mě třeba nechal, jsme naučili, ale že bych vymýšlel témata nebo za některých, kteří řekli, že je potřeba něco dělat.

A to byly lidi, kteří byli v těch nějakých troky by měli media činit pro vás na podporu, jestli ne. Nebo já určitě ne. Já jsem spíš jako hasil nebo odpovídal na nějaké věci, protože jak všichni říkali, že v covidu seděli doma a nic nedělali, tak my jsme fakt jako intenzivně pracovali nad tomhle tom. Naše ekonomické a personální oddělení pomáhalo i hercům jako osvědčil, vyplňoval různé papíry, žádosti o podpory, o dotace. Takže u nás jediný, kdo si odpočinul, byl v provozní oddělení, protože neměli co provozovat. Ale i na obchodní oddělení pořád přesunovala představení vstupenky, přehrazoval, komunikovala s diváky, protože to byl pro nás ta největší a hlavní priorita komunikovat stále s diváky, protože my jsme vlastně ten covid přežili jenom díky tomu, že jsme měli možnost nakládat s penězi, který jsme měli od diváků za prodané vstupenky. Takže jsme měli v tu dobu třeba jako půl roku, rok dopředu prodané vstupenky, a to, protože jsme pomáhali udržovat právě tím, že podpora ze strany státu a jako nás, když to vezmu úplně jednoduše, tak covid, všechny ty dvě vlny stál od našeho divadla milionů, z toho milionů jsme získali na nějakých podporách a sešlo z našich vlastních studio.

Takže část jsme pokryli z nějakých rezerv a část bylo pokrytí z toho, že jsme použili to, co by žádný správný producent neměl udělat, že jsme použili peníze ze vstupného s představením, které ještě nebyly nikdy odehrané. A pak jsme to vlastně doháněli třeba skoro dva roky, jsme hráli půl představení, takže půlka byly nové peníze a půlka byly peníze, které jsme neměli, že se používalo. Takže jsme i ten program stavili tak, abychom měli i nový představení, které nám

pomůžou aktuálně dokryt nějak do cashflowu. A to jsem se právě chtěla teď poznat tu komunikaci s diváky, jak jste se snažili prostě, protože si myslím, že to bylo klíčové. To bylo klíčové minimálně pro nás, my jsme si nemohli dovolit to, co třeba Národní divadlo nebo státní instituce, který vzali, zrušili představení a rovnou poslali peníze zpátky těm divákům, což je samozřejmě fair, ale my jsme si to dovolit nemohli, takže mám pocit, že to bylo několik set představení, který jsme několikrát přesunovali tam a zpátky, znáš, že odchodní oddělení to fakt dělalo tak, že když se ukázalo, že se hrát nebude, takže vždycky tři týdny předem jsme psali dobrý večer nebo dobrý den měli jste jít tehdy a tehdy do divadla, vaše představení je přesunuto na náhradní termín, který se koná tehdy a tehdy. A když už se zase blížil ten náhradní termín, tak se zase psalo váš náhradní termín v původního představení.

Vím, že byly rekordmani, kteří měli představení přesunutý třeba čtyřikrát, ale pak byly divadla, který řekli nehrajeme a až se bude hrát, tak vám to přesuneme. Jasně. Nám je přišlo fair, aby ty lidi žili dva roky v nejistotě, kdy se bude hrát, takže komunikace, kterou zvládalo nejvíc to odchodní oddělení byla jako obrovská a velmi pracná, takže pořad nový maily, nový telefony, nový SMSky, posuneme, přesuneme to samé na webu plus jsme měli ty živý vysílání, které byly jedné samozřejmě hlavní důvod byla to zábava, potěšit ty lidi a velký důvod bylo také zůstat s diváky ve spojení, aby věděli, že tady jsme a v rámci každého toho vysílání jsme říkali, jakmile to bude možné, hned začneme hrát, nejsme televize, jsme divadlo, chceme, abyste k nám chodili živě to byl hlavní message toho plus informace o vaše vstupenky nepřijdete, dostanete je, odehneme vám představení, pokud se vám nebude hodit termín, vyberete si jiný, pokud se vám ani tak nebude, dostanete voucher s hodnotou vaše vstupenek, který si můžete rok poté, co se začne hrát, vybrat na jakýkoliv jiný představení jenom prosím zachovejte nám přízeň a jsme rádi, že nechcete peníze zpátky, protože to je to, co by to divadlo položilo a neměli byste se k němu nikam brát a další měsíc byla hned, jak to bude možné začneme hrát, protože jsme byli jako jedno z mála nebo jedno z prvních divadel, který začalo hrát s těma restrikcemi.

Na % hodinová a hodinová sezení, když jsme věděli, že se to nemá šanci vyplatit ale věděli jsme, že diváci budou moct přijít poprvé do divadla že se pomaličku začnou vracet ty odvážní, hlavně, že dáme práci hercům a našim technickým složkám který do té doby vlastně neměli co dělat, neměli práce, neměli peníze tak se začalo opravdu hrát hned v tom prvním týdne, jak se smělo a hrálo se vlastně zase až do poslední chvíle se všema restrikcemi a přesto, že byly úplně jako nesmyslný, tak se stejně se celou dobu hrálo aby jsme mohli jako splnit ten slib, že jakmile to bude možné hned otevřeme divadlo, takže pro nás to bylo velmi důležité, myslím,

že to bylo zásadní proto zůstat v kontaktu s divákem a začít hrát a taky si myslím, že to bylo, že nám to plno lidí zpětně dalo vědět, že to bylo pro ně důležité a začali taky dřív chodit, ten návrat diváku divadla byl velmi postupný a my jsme začali co nejdřív a diváci se taky dřív vrátili než do ostatní divadly.

S tím návratem vám třeba ta media pomáhala, jakože třeba podporovali nebo byste se zaznamenali vůbec nějaký takový krok? Nevím neuvědomil si, že by někdy nějak proaktivně asi v rámci našeho nějakého PR a mediální výstupu jsme sami aktivně komunikovali směrem diváku hrajeme, jsme zpátky ať už k médiím tak dělali jsme outdoorový kampaně rádiový kampaně onlinový na téma hrajeme, jsme zpátky do divadla hrajeme byl ten první hlavní slogan, který jsme potom jsme s vámi vyměnili jako zahrajeme se před to možná i někoho zaujalo ale že by někdo aktivně z médií se ozval že vlastně právě ten nástup těch diváků byl jako pomalý a všichni se tak nějak bály takže jestli jako tam podle mě byla mezera v tom, že se mohlo někdo něco podpořit možná, že ano možná, že ano, ale zase jak říkám, my jsme měli své starosti dost to znamená, že nějaký zpřísněná média, který jsme měli tak ty nás kontaktovali a já kontaktovali je s tím, že potřebuju pomoc a podpořit, aby se ozývalo z Éteru a z Novem, že hrajeme zpátky takže ty informace jsem dával a bylo to spojený i třeba s tím, že jsme připravili hned nové premiéry a objeli jsme hned metropolitní osobností přestože jsme věděli, že na podzim se to s největší pravděpodobností zase zbude ale celý to léto jsme dělali že ho se hraje a hráli jsme i dvakrát víc, otevřeli jsme víc letních scén věděli jsme, že potřebujeme vydělat peníze na další sezónu, která bude zase jako divná zavřená nebo položitá takže jste hráli třeba jako oproti těm jiným roku dvojnásobek, kdy diváci z začátku to bylo pomalejší a pak se to rozjelo a pomohlo nám to zase přežít další dny do toho a bylo to hodně náročný způsob, že přece ten covid stále byl nebo jste to nevnímali? vnímali, vnímali, protože samozřejmě máte omezený typu, co se smí, co se nesmí úplně paradoxně na letní scéně vy smíte probuzovat letní scénu ale všichni musí mít roušku máte ji na Vyšehradě, ale dole na náplavce se sedí a nikdo roušku nemá smíte vedle sebe ten člověk, když se na baru koupí pití, a to jeho roušku mít nemusí člověk, který se sedne do hlediště roušku mít musí takže tam bylo velmi těžký komunikovat pojďme k sobě být ohleduplní vedle vás může sedět někdo, komu to opravdu vadí a bojí se chovejme se k sobě ohleduplně, takže spíš to bylo o řešení těch konfliktů mezi těma divákem, protože i to se přestávalo, že někdo řekl že vedle toho člověka sedět nechce že tam pije, takže přesazovali různě cedule, komunikace hlášení, to jako všechno probíhalo a i právě v rámci třeba hereckého jako složení, jestli jsem měla ty

představení potom byly nemocní určitě, pak samozřejmě pouze nebo celá ta sezona byla určitě o to ovlivněna tím, že se pořád testovalo dnes to stálo obrovský peníze, určitě na laboratoře to byly tenkrát byly i PCR testy kdy ráno před představení kdy se hrálo velký představení, kdy se tady v hodinu všichni museli sejít, vyšťourat nosy odvézt, odvézt pryč, vyhodnotit a tak do odpoledne bylo jasné někdo hraje, někdo nehraje takže se vyšťourali všichni alternace takže nějak jsme to přežili vůbec nevíme pod jakým stylem se to podařilo ale nějak se to podařilo Takže jestli se nepletu, tak teďka v tuhle tu chvíli už máte dohnáno ty představení určitě. Druhá vlna, jsme ještě hráli tam se to v březnu zavíralo v březnu bylo, takže a už se pomalu hrálo my jsme rok, minimálně rok, rok a půl dohrávali ty představení, ještě, že ten program pak stavíte takže jsem říkal, půl na půl jsou to na představení, půlka jsou ty možná představení takže to jsme dohrávali a pak samozřejmě ještě celou další sezonu, trvalo ty lidi se pomaličku zavírali teda vraceli zpátky takže to byla nějaká jako dojetí kdy jsme měli takovou jako stabilizační sezonu a vlastně jde pro nás v sezonách, ne, to jsou, takže v sezonách, to jsme tady rok jako kalendář takže my žijeme, my sezony nemáme protože naše sezona koncem srpna s koncem letní scény a nová začíná. září, takže my jako vlastně sezony nemáme takže rok je první, který už není nějaký stabilizační konsolidační, ale máme třeba asi premiér za ten rok, to znamená, že se začíná obměňovat repertoár a pro ty diváky, který vlastně jsou vděční za to, že dostávají něco nového tak připravujeme nový program takže my jsme dohnali diváci se vrací postupně pořád je trochu změna v tom návštěvnickém chování že už to není tak, jak to bývalo že se nakupovalo dlouho dopředu, to se částečně vrátilo, třeba to nebylo po covidu to nebylo vůbec, lidi nakupovali na poslední chvíli dní, dní a nebo třeba i dny předem tak to už naštěstí není, že to je velká nejistota pro ty velký produkce takže část sálu třeba polovina možná už je prodaná dopředu ale starost zůstává ještě část diváků zvláště v zimě, kdy jsou respiračních proběhy, které nakupují na poslední chvíli a to, s čím se teď komparujeme nejvíc je, že my jsme měli před covidem pověz divadla který je dlouho dopředu vyprodaný a to vlastně trošku nám paradoxně teď už škodí, protože většina diváků je na to zvyklá a vůbec se už na ten web ani nedívá říká, tam mají se mě vyprodávat, to mě ani nepodoba a říkám, kdy jsi se sdílel na poslední chvíli, na tři webové stránky máme plno, ano, je pár titulů, které jsou vyprodané už bych neřekl, že jsou čtvrtina roku dopředu vyprodané dá se sehnat, stejně jak na audienci u Královny se dá sehnat, skupinka i k nám do divadla, takže spíš teď se potýkáme s tím, jak to vymyslet a říct lidem nenápadně jako máme volno, protože jako udělat kampaň na téma máme volno je blbá, blbý, že jako dobrý den, máme volno jako kampaň na téma, lístky k nám jsou tak to je, no potřebujeme vás, ano no, mě ještě napadá a vy jste příspěvková legalizace nebo jak máte? My jsme divadlo bez státních dotací a subvencí,

znamená na provoz našeho divadla se musíme vyjednat vybrat a vydělat pouze ze vstupného plus máme jednoho finančního partnera, který je na úrovni nějakého hlavního což je jedna desetina ne, možná nejedna setina rozpočtu, takže my jsme divadlo závislí na vstupného vlastně jediné dotace, které jsme kdy brali bylo v době covidu, to znamená to byly ty to nebyly dotace, že jo, to byly kompenzace takže kompenzace v době covidu a byly pouze na zaměstnance na to, co jsme ani na příspěvek na nájem jsme nečerpali čerpali jsme pouze jenom nějakou jako covidový covidovou podporu na zaměstnance to mě teda napadá, vy máte v stálých repertoár jako herce, který jsou ve stálých angažmá ne máme, to bylo jenom na kancelářský lidi, jednak herce technický složky, uváděče a všechno jsou to lidi najímaný na jednotlivý na jednotlivý představení stálejší zaměstnanců my někde do lidí jako kanceláře, který obsluhují ty dvě stálejší scény plus tři letní scény čtyři letní scény v Praze dvě v Vyšehrad s v Dejvicích jedna a ve Vítězní jsou jako tyto čtyři místa a po tom covidu odtáhla ten zájem těch médií zase postupně, nebo to bylo jako taková... jako určitě o tu problematiku stoprocentně, a co se týče médií, tak my máme nějaký okruh spolupracujících novinářů, se kterými jsme se spolupracujeme i nadále a jenom se změnila témata komunikační témata, premiéry, novinky zajímavosti z repertoáru, rozhovory s herci a jsou to ty původní, které s námi byly i před covidem ale ty novináři kteří píšou o Švandově divadle, o Xku a o Circu Lapotyka tak ty se samozřejmě stáhly, protože ten repertoár úplně logicky už pro ně není tak zajímavý ani ta problematika my jsme pro ně byli zajímaví v tu dobu, kdy většina těch jejich divadel, o kterých oni píšou protože jsou příspěvků, jí seděli doma a nic nedělali, tak hledali někoho teď je to řečený hnusně a pejorativně, ale je to tak, že oni potřebovali nějaký témata a divadla tyhle ty vlastně nepracovali, nemuseli pracovat nedělali nic, protože nepotřebovali, pro nás to byl způsob obživy, protože minimálně ze začátku to bylo docela, jsme měli dobrovolnou vstupenku a ty lidi jak s námi nějakým způsobem se ucítily a dělali, tak přispívali a zároveň to byl způsob, že jsme byli v kontaktu s těma dívkami my jsme to udělat museli a oni nemuseli, takže jsme byli zajímavý tématu Byli online produkce formou pomoci streamacích, v jakých to nebylo? My jsme normálně vysílali na Facebooku, na naší facebookovém profilu a na YouTube, jsme dávali pak záznam s tím, že jsme vyzývali diváky jenom prostřednictvím internetu, ale ještě k možnosti přispět na to vysílání pár korun, která ale nebyla nijak podmíněná, sledovat ho mohl kdokoliv kdo chtěl mohl přispět a vlastně všechny tyto dobrovolné vstupenky, jak jsme to říkali tak na konci té druhé vlny covidu jsme říkali všechny dobrovolné vstupenky, které jste si u nás za celou tu dobu nakoupili, vy můžete proměnit za vstupenky k nám to znamená, že když někdo přispěl dvou a půl tisíce metrů za ty dobrovolné vstupenky, tak my jsme mu pak za to jako za kredit prodali vstupenky klasické

do divadla, to znamená, že kdo chtěl, tak vlastně o to nestálo město, co přispěl dobrovolně, si mohlo pak vybrat v kreditech na nákup vstupenek a nebylo to takový jako při nákupu na korun můžeš použít to dne ne, prostě tady máš a půl tisíce, nakup si za to vstupenky za a půl tisíce tady jsou. Takže jsme to vlastně těm lidem, tak jak to oni vrátili v tu chvíli, kdy bychom to potřebovali, tak jsme to vrátili zase my jim tím, že mohli použít to vstupný. Pak i konci jsme dělali i to, že když se začali prodávat vstupenky na novou sezonu, který už bylo jisté, že je normální, že se bude chodit do divadla, tak to bylo tak, že si mohli koupit speciální voucher, jste si mohli koupit voucher na nebo tisíc korun a při jeho nákupu jste rovnou dostali dvojnásobnou část, to znamená zase jsme se snažili získat nějaký cashflow nakup si za tisíc a dostaneš vstupenky za. Takže zase návrh do diváky, nějaká motivace pojdte k nám do divadla, máte nějaký něco, proč to děláte.

A to jsme si komunikovali jenom sami, to nebylo nějak prostě svým během. Ještě mě zajímá, jestli třeba kdybyste jestli jste to vůbec sledovali, jako sledovanost na tom Facebooku nebo Facebooku, jestli to nějak korelovalo nebo jestli to mělo nějaký vývoj, protože vím, že ten trend byl takový, že nejprve to hodně vystřelilo a pak to postupně hodně upadalo, protože lidi byli tak frustrovaní, že nebavilo ani sledovat to online. Samozřejmě ten začátek byl obrovský, to byly obrovský čísla.

My jsme pak zpět nezjistili, že jsme za těch, vysílání měli dohromady přes několik milionů zvyknutí, ale v průměru ze začátku to bývalo jako tisíc, někdy i tisíc sledující, že to byly obrovský čísla. Na tu dobu a na online platformy to byly jako velký čísla. Všimli si toho i další média, takže jsme pár streamů dělali ve spolupráci s MOL TV.

Jedno představení jsme dokonce streamovali respektive na ČT ART, která měla asi půl milionu diváků, protože tu divadla nebyly, takže lidi to chtěli vidět. Na Primě jsme měli jedno vysílání v rámci jejich komunikace, když si ani taky přes půl milionu diváků to mělo. Takže ten pík na začátku byl veliký a pak zůstávaly ty věrný, takže to tam zůstalo a co se týče těch peněz, tak samozřejmě na začátku příspěvky byly vyšší, tak to šlo trochu dolů a taky záleželo podle toho, jak věci hoste byly součástí toho onlineového vysílání.

Když to byl jaký stálice, to byla Monika Solomé, Honza Kraus, tak to byly samozřejmě obrovská čísla, když to byl někdo míň známý, tak ty čísla šly dolů, ale zas to mělo třeba nějakou obsahovou stránku, takže jako...Ano, na začátku velký pík a ty lidi ze začátku byli velmi vděční, že můžou se nějakým způsobem zabavit, že můžou něco sledovat a pak už to brali tak že to

bylo součástí jejich... Ne, my jsme vysílali pak druhý vlní už jenom ve středy, takže se těšili na to, že ve ve středu budeme vysílat. Takže rozhodně to plnilo to, co my jsme chtěli, ne aby to lámalo rekordy, ale aby ty lidi věděli, že tady jsme a že to divadlo pořád na něm je. A ten Mall TV, vás oslovili oni? Jo, to bylo tak, že většina těch věcí, včetně toho ČTA a té primy byly tak, že si všimli, že si něco děje a sami na to koukali, protože často zpětní člověk dozvídal, že jako ředitelé různých firma na to koukali a věděli, že se nějaká taková věc děje.

Myslím, že se to už nikdy nebude opakovat, bylo to tak, že ty lidi fakt seděli doma a neměli co, takže koukali na nějakou blbost, tak jsem ho říkal. My jsme začínali s jedním telefonem, pak jsme to rozšířili, nějaká střížna a tak, ale my jsme si to učili za pochodu. První vysílání bylo na jeden telefon, bez mikrofону, bez všeho a pak se to pomaličku rozrůstalo až do nějakého poloprofesionální řetězce na tři kamery, mikrofony, zvukaři, střížna a tak.

Všechno to bylo jenom o tom, že jsme se učili hrát si na televizi. A využíváte si techniku teď? Ne, dělali jsme jeden jednej stream. My jsme si říkali, že jsme končili, že budeme dál vysílat a pak člověk začne dělat ten provoz a říká si, pojďme radši mít tady to divadlo.

Pak se ukázalo, že nemáme ani volí večery v tom divadle, kdybychom mohli něco streamovat. Byla jedna velká výjimka, a to bylo teď, jsme měli 10 let od otevření divadla tady v Paláci Fénix a ten večer se streamoval živě, ale s nějakým minimálním dopadem nějakých – lidí, který si dívalo doma.

Národní divadlo

No tak uvidíme, na co si vzpomeneš a ono už se to přece jenom chvilka.

1 čím asi můžu začít je, jestli si vzpomenete vy, jak vás konkrétně média podporovala, nebo která média vás třeba oslavovala, nebo. Stejně tak. Jo jo jo jo. 2 19 2 20?

No tak tak já to vezmu jakoby zeširoka, protože ta vlastně mediální komunikace v průběhu covidu probíhala vlastně v několika úrovních. Poměrně zásadním způsobem jsme vstupovali do takzvaného jakoby deníkového zpravodajství, což je něco, kde o divadlo nebo ho umění není vždycky takový úplný jakoby zájem, ale vlastně zavření divadel a to, co se děje v divadlech ve chvíli, kdy jsou zavřené, bylo vlastně atraktivní téma pro ty deník záře to znamená, jsme se dostávali vlastně do zpravodajství.

Televizí v hlavních vysílacích, časech i komerčních televizí, což teda normálně se srdíčkem jako nestane, takže to bylo, to bylo tohle to s tím, že my jsme samozřejmě vycítili ten potenciál a šli jsme tomu i trochu naproti. To znamená, jsme organizovali nejrůznější věci od toho, že jsme s umělcem šli roušky a kolem toho dělali nějaký věci. Pak jsme si svolávali, že jo televizní štáby, který si jezdili točit, jak je šicí stroj na jevišti národního divadla a tam se prostě šinou roušky, prostě vstupech až po to, že jsme třeba zas v tom konci rozváželi. Já nevím třeba ovoce do nemocnic. Zdravotníkům, kteří se věnovali covidu a vlastně jsme vymýšleli takových PR aktivity. Pro to abychom šli jakoby té poptávce trošku mediální jakoby naproti, proč jsme to dělali? Dělali jsme to z několika důvodů za 1, protože cítíme jako národní divadlo nějakou odpovědnost společenskou a ve chvíli, kdy jsme mohli pomoci tomu, aby lidi šli roušky, když jsme mohli pomoci tomu, aby lidi dodržovali rozestupy, nebo aby nosili roušky, tak jsme to cítili i jako nějaký náš společenský úkol. Takže my jsme dokonce i produkovali sami. Série já bych řekl jako edukačních videí, ale jako humorně řečeno, jak třeba paní Janžurová učila šít roušky, že jo, nebo prostě kluci David Matásek, David Prachař zas vystupovali pro to, aby se roušky nosily takový do chráním tebe, nebo jak byly ty slogany, že jo tohle to tak to byla 1. To je ta společenská odpovědnost.

2 je byl vlastně nějaký v nejlepší slova smyslu lobbying, protože my jsme potřebovali samozřejmě vyvíjet tlak jakoby na zřizovatele na vládu k tomu, aby ty pravidla, který se jako by přijímaly, nebyly pro nás likvidační. Respektive v tu chvíli tam mohlo docházet, respektive byli jsme vlastně iniciátorem za prvý těch stupňů pes potom, že jo, kde jsme se podíleli dokonce jako divadlo, což teda už nesouvisí s tou mediální komunikací, ale říkám, že kvůli tomu jsme to komunikovali, aby se nám podařilo ten tlak jakoby vyvíjet, aby se ty pravidla upravili a zároveň potom, aby taky začalo docházet k těm kompenzacím, když se celému tomu sektoru vlastně kompenzovaly ty ztráty. Takže tam zas národní divadlo jako ta vlajková loď jsme vystupovali IV tom jakoby pozitivním lobbyingu.

No a 3 věc je, že jsme samozřejmě potřebovali. Zase, jak už jsme byli v čele ještě odbočka, národní divadlo. Krom toho dráže je to národní divadlo, tak je členem asociace profesionálních divadel, kde vlastně je ta asociace, zastupuje všechny divadla v republice a my tam poměrně aktivně vlastně jakoby vystupujeme přesně vlastně v uvozovkách na podporu všech ostatních jo, protože ono my přece jenom ta naše pozice, že ve chvíli, kdy něco udělá národní divadlo, tak se to pak daleko snáz třeba dělá v těch regionech, nebo tak jo, to znamená a ta 3, teda rovina, kterou chci. Chci říct, bylo to, že jsme vlastně potřebovali i ukázat, což byla už ta další.

Fáze potom, že se vlastně jako nevlákáme, že ty divadla něco dělají i době, kdy jsou jako zavřený, že jo, to znamená, jsme promovali nejrůznější údržbový práce. Rekonstrukce jsme třeba jako národní divadlo během toho covidu stihli zrekonstruovat parking, který jo dělali, jsme prostě nejrůznější, prostě úklidy v místech, protože národní divadlo ale obecně všechny divadla jsou strašně zátěžový provoz v těch některých lokacích, že fakt není v uvozovkách čas jakoby na údržbový práce a na úklidy. A teď nemyslím, že by se u nás neuklízelo, ale prostě na tom jevišti je nonstop furt se něco jako děje. Tak to jsme jako využívali k tomu na tu údržbu, no ale zároveň, že jo se zkoušeli nové věci, ale my jsme potom taky poměrně dost, a taky jsme byli 1 z 1, kdo to začali dělat? Prostě jsme třeba založili podcastový kanál, nebo jsme vlastně vytvářeli nějaký původní obsah na sociální sítě, abychom vlastně zůstali ve styku s tím naším divákem a zároveň si v uvozovkách zasloužili jakoby ty kompenzace, že to nebylo tak, že jsme byli všichni na chalupách zavřený, ale všichni jsme ano byli na chalupách, protože jsme nemohli být v práci, ale na těch chalupách jsme všichni pracovali, že jo AA herci točili prostě nejrůznější prostě videa, který nám posílali.

Hráli jsme nejrůznější prostě jako ptákoviny, pak jsme tady pořádali, že jo, takový ty koncerty, když bylo všechno zavřený, tak jsme dělali ten taková ta kulturu nezastavíš, nebo tyhle ty věci? No tak tak to to byl jakoby ten 3 pilíř komunikace. No tohle až to shrnu ještě 1 1 bylo takový jako to deníkový zpravodajství 2 pilíř byl nějaký ten pozitivní lobbying a 3 bylo nějaký ukazování toho, co děláme a vlastně generování nějakého jiného náhradního programu, že jo, udělali jsme spoustu edukačních online programů, že jo, protože.

Vycházeli vstříc taky těm školám, že i školy byly zavřený, že jo a ty děcka byly doma, tak jsme vytvářeli nejrůznější jako výukový programy proto, aby se ty děcka jako nenudily taky jsme se snažili jít, no tak to byly takový ty 3 základní pilíře té komunikace. No a ty samozřejmě probíhaly samozřejmě primárně ve spolupráci s našimi mediálními partnerem, to znamená naším generálním mediálním partnerem je česká televize český rozhlas a pak to byla v té době Mafra, to znamená mladá fronta iDNES AA tahle partička médií.

No ale jinak jsme komunikovali napříč jakoby všema, no komunikovali jsme samozřejmě IS bulvárem, protože třeba takovou tu kampaň s těma rouškami, to jsme poměrně ostře jeli s bulvárem, protože prostě ten blesk je ve vší účtě prostě nejčtenější deník, co si jakoby budeme a ve chvíli, kdy chcete mít ten zásah a potřebujete mít zásah přesně do té cílovky, že koho jsme

potřebovali přesvědčit, že ty očkovací kampaň jsme dělali, že jo, my jsme dokonce totiž jako národní divadlo tady měli očkovací místo, že lidi mohli sem do národního divadla se jít jako naočkovat, že jo, nebo to testovací místo jsme tady dělali A tohle, všechno jsme vlastně propagovali, protože ve chvíli, kdy jako zjednoduším, to ale prostě paní Janžurová řekne, očkujte se tak ono na tu, na tu, na tu cílovku to má prostě nějaký význam a tam pak ale přesně potřebujete spolupracovat IS tím bulvárem, protože skrz něj zasáhnete tu cílovku, kterou jste potřebovali proočkovat tak kterou. Takže tuto dobrý den vás poprosím o citronádu prostě děkuji. Zájem médií byl, ale byl spíš o to, co se děje jako při tom covidu než o tu tvorbu jako takovou v tom covidu. Protože že jo, ale tak vy to s nimi prostě vyměníte, že jo, takže naše práce, že já jim dám to, co chtějí a oni mi odvysílají to, co chci já je to win win prostě. Postupně pokles. Ale tak on chodil ve vlnách, že jo tak jako by bylo to dečky, že jo tak já nevím bychom si to pamatujete tu dobu, ale to byl vždycky takový ty nekonečný tiskové konference pana Babiše tak ve chvíli, kdy vždycky skončila tisková konference, tak potom mi zvonily mobily, prostě ze všech. Reakcí, protože všichni chtěli, co si o tom myslíme, co budeme dělat, takže to byly takový jakoby vlny těch deníků A ten ty 2 2 pilíře jsem naopak jako inicioval já, že jo, že si vždycky něco vymyslel. Abychom se do těch médií někam dostali a abychom prostě měli nějaký dosah těch informací, jaký jsme potřebovali. To je dobrý, no právě měla zkušenost s tím, že ani neměli čas ty média slevovat, protože byly zahlceny úplně totálně, což je ale vzhledem k tomu, že národní je trošku jiný level, tak je to taky no. A tím pádem vy máte herce ve stálým angažmá, takže jste pobírali dotace na jako zaměstnance?

Tak my jsme státní zaměstnanci, protože národní divadlo je zřizovaných státem, to znamená, my jsme my normálně bereme. Bereme jakoby plat jako státní zaměstnanci máme tabulky a ten stát samozřejmě platil všechny svoje zaměstnance. Bez ohledu na to v uvozovkách, jestli chodili, nebo nechodili do práce, protože ta práce byla v uvozovkách zakázaná, že jo, nebo jakože to ale byl zakázaný nějaký ten formát, ale my jsme normálně pracovali, akorát jsme jako v uvozovkách nehráli.

Pro diváky, protože to se jako nesmělo v tu dobu, že jo, ale mohli se streamovat věci, že jo, to znamená my jsme my jsme prostě dělali různé přenosy. Dělali jsme různé tyhle věci, zkoušelo se docela dlouhou dobu, že se zkoušeli nový inscenace. Přípravovalo se, aby za prvý jsem v uvozovkách nezlenivěl ji, ale za další jsme ten čas, jako se snažili konstruktivně využít k něčemu, na co třeba jako normálně není, není jako čas no akorát ty večery pak v uvozovkách byli volní, protože se prostě večer nehrálo pro diváky, no což? Trvalo strašně těch online

streamů, tak to bylo formou, jakou Facebooku, YouTube. Jo hele všechno možný a kombinace, no tak my jsme spoustu věcí jsme dělali IS českou televizí, jakože to byly vyloženě přímý přenosy. Český televize od nás spoustu věcí jsme dělali skrz sociální sítě. Samozřejmě jakoby Facebooku asi nejvíc, ale YouTube jsme taky používali, no my to tak jako kombinujeme různě. A video jsme používali, protože jsme pak dělali. Ještě totiž časem, že bychom některý ty věci dělali. Samozřejmě jakoby zadarmo logicky, ale některý jsme pak začali magnetizovat, a to jsme dělali přes víme, protože víme o tom. Umožňuje, no a tím jsme vlastně založili nějakou takovou jako pak i tradici žen. Teď třeba některý inscenace máme prostě natočený a lidi si k nim můžou online. Prostě za stovku si koupíte prostě vstupenku, jakože virtuální a dostanete se k tomu, což je něco, co jsme třeba do té doby vlastně jako. Neděli. Myslím, že spoustu těch věcí třeba ty podcasty taky vznikly v tom a děláme to doteď a je to bomba. A vlastně předtím jsme na to nikdy zní blbě. Když řeknu, že jsme na to nikdy neměli čas, ale vlastně jako jsme na to nikdy. Neměli čas, že jo, protože. A teď to prostě jsme rozjeli poměrně dost. Spoustu těch věcí jako držíme my třeba IV těch edukačních programech jsme ve spousta věcech zůstali ještě jakoby v tom online proto, že ono pro ty školy je to prostě výhodnější ve chvíli, kdy prostě ta škola je ze Šumperka, tak když oni by měli dojet do Prahy, aby to fyzicky byli, teď je to stojí tu cestu, stojí to všechno, a když to takhle, oni si nás pouštějí online a dělají to, protože my jsme jako zvýšili kapacitu, vlastně i těch budov, že jo, ve chvíli, kdy děláme prostě v uvozovkách virtuální prohlídku, tak jich může být nekonečně ve stejnou chvíli, kdežto když jsou fyzicky, tak je to samozřejmě limitovaný.

Takže vlastně pokračujete v té mediální tvorbě? Určitě. No, když na drama v boxu jste. Jakože no jako nejsme, no, protože prostě nám to nepřijde dobrý, no ale já ji nechci bacha vůbec. Ublížit.

No, protože takhle my a teď to trochu vypadá, že popírám to, co jsem říkal doteď. Ale není to tak?

Jo, protože ve chvíli, kdy jako tvoříte nějaký původní obsah, který počítáte, že jde do online, tak ho tvoříte s tím, že je to rovnou online. A to je něco jiného, než když prostě že statický kamery zaznamenáváte něco, co není určeno pro online, ale je určeno pro živého diváky. A takže my nejsme úplně příznivci jako támhle těch jako záznamů na statickou kameru bez stříhu ze západu, což ten dramox trochu jako taky ne všechno, ale spousta těch věcí tam takhle jakoby je. A já mám prostě tu prostě není úplný divácký zážitek, a navíc my třeba ani a bacha, my jsme ten jako dramox se snažili třeba skrz tu asociaci jako vlastně trochu jako podpořit, jo? Protože ono to bylo sympatický, že oni se snažili, jako je to sympatický, jo a vlastně to jako nechce. No

teď konc to je třeba věc, kterou určitě bychom teď dál nedělali, nebo dělat jako nechceme, protože to je přesně něco jiného jo, když děláte on původní online obsah, v tom můžeme pokračovat, ale tyhle ty jako ze statických kamery vzadu, ono to prostě není jako.

Dobrá jo, já tomu úplně rozumím, to je úplně legitimní. Důvod? A byly nějaký kroky, který vám jako třeba vysloveně vadily od médií. Já vím, že třeba česká právě na 2 měsíce přerušila úplně vysílání kultury. Tak jako, jak k tomu jste třeba přistupovali, nebo nějakým způsobem se vás to. Jako my jsme se do té televize dostali. No. A upřímně jsme se dostali jako do jako to je to byl takový vtíp, když se zakládal ten art ty jo, jak jsi říkal, že zakládají jako č TF myšlení, jak jsi říkal, že se zakládá televize pro lidi, kteří se nedívají na televizi? Ano. A musím říct, že třeba já na tom prvopočátku jsem z toho vůbec nebyl jako nadšený, protože ve chvíli, kdy mě se tady něco jako děje já, potřebuju se domluvit s tou televizí a já se domluví s těma redaktora a oni mi řeknou, hele, já vám dám 20 minut jako na artu. Já říkám, nechci 20 minut na artu, já chci minutu na č t l, protože prostě to má jiný dosah a oni tím, jak prostě zašli dělat art, tak tu kulturu odsunuli jakoby z té jedničky a jsou prostě jiný dosahy. A já mám fakt radši třicetivteřinovou repku ve velkých událostech než půl hodinový prostě.

Dokument Arthur a jo tím jsem odbočil, ale tam jsou teďka je AAV tom covidu. My jsme zase zpátky byli na té jedničce, protože ten art vlastně jako nevysílal, takže mě to jako nevadilo.

Takže to vlastně bylo pozitivní trošku. Jakože jestli se dá něco na tom nazvat. Pozitivního.

To na ten na tu dobu, no tak přemýšlím, jestli jste jako zaznamenali to, že to publikum s vámi teda komunikovala. Vracela vám tu zpětnou vazbu přes ty média tím, že třeba nevím šli ty roušky a tohle tak, jestli se mám, vracela ta odezva od těch lidí a byli jako rádi, že něco děláte vy jako národní divadlo. Jo my jsme měli hrozně krásný, zpětný vazby od těch diváků i třeba od našich sponzorů a od našich mecenášů. A protože tady máme prostě třeba mecenášský program, kde si ty lidi koupí.

V uvozovkách roční členství a za to mají nějaký benefity. Jo a my jsme ty benefity logicky nebyli schopný poskytovat a nikdo to nechtěl vrátit. Všichni nám ty peníze nechali některý sponzoři nám dokonce poslali i peníze na rok dopředu. Najednou spousta institucí, protože ve chvíli, kdy my si národní divadlo má obrovský baráky, obrovský kapacity AU my umíme za večer vydělat několik milionů. No, protože ve chvíli, kdy my máme vyprodáno ve všech barácích, tak ten součet za 1 večer je opravdu víc než milion.

Jo a teď najednou vy nehrajete prostě 3 měsíce, a to je třicetkrát při milionu. To je prostě 90 milionů. Vám najednou chybí na tom účtě jako, a to ani jako legrace jakoby a teď jo.

A teď s tím prostě musíte i nějak jenom, jako, aby vám mohli odejít platby z účtu, na kterým ty prachy nemáte. Tak AV tomhle nám vlastně strašně pomáhala, jak naši sponzoři, tak tak ty mecenáši, tak i ty diváci, jo, my jsme samozřejmě jako by vraceli lidem vstupným, že jsme se chovali slušně, ale spoustu těch lidí to nechtělo, jakože řeklo, že o tu nestojím že. Prostě nám ty peníze chtějí nechat a že nechtějí vyměnit na jiný termín, že chápou, že to máme těžký a že to bylo vlastně hrozně jako hezký. No a zároveň bylo, bylo fajn. I jak nám ty lidi, že jo, my, když jsme třeba začali šít roušky, tak nám sem lidi prostě nosili a nosili nám sem látky, půjčovali nám šicí stroje, třeba abychom mohli takových věci dělat. Bylo to vlastně hrozně milý. Víš všecko, no. Takže jste se nesetkávali moc s nějakou negativní odezvou na to, že třeba pak, když přišly ty dotace a pes 1 a pes 2 nevím co? Takže jakoby. Ti nadávali na to, že jste hrazení, teda z něčeho, jakože bylo to v rámci mezí.

Jo jakože ne nejsilnější negativní reakce byly na to, když jsme zřídili očkovací centrum, protože tady byly prostě ty trollové, který šli proti tomu a to se měli nějaký anonymní telefonáty, kde by někdo vyhrožoval jako do telefonu nebo tak, ale tak nějak to je spíš jako úsměvné historky, no ale jako to jo to v souvislosti s tím očkovaním teda ty negativní, byly to i na sockách jsme měli, docela jsme pak zablokovali ty diskuze, protože to nemělo smysl, ale to byli opravdu takový ti trollové, který ti tam neočkovaní, jakože že toto tak to jako bylo, no ale tak to byla to očkovaní bylo, že jo až. Kdo to byl, a to už taky pak ty lidi vnímají, jaký všecko je trochu jako jinak, že jo. Vy jste teda vlastně vraceli peníze, nebo jste posouvali představení? Protože jak, jak se nejdřív nevědělo, co se bude, pak se měnily ty kapacity, že ho tam byl takový to nejhorší, protože se furt měnili ty kapacity a teď jsme měli třeba vyprodaný divadlo a najednou tam mohlo být půlka, lístků. No, a tak jako vyberete 1 2 1 2 vy půjdete vy, nepůjdete, nebo to bude prostě hrozně zapeklitý? Jakoby případy že jo, tak to jsme to byly momenty, kdy jsme to vrátili všem, aby abychom radši ne.

Někdy jsme to jako překládali, ale ono to potom taky nejde jako překládat do nekonečna, protože ve chvíli, kdy nehrajete 4 měsíce, kdy nemůžete 4 měsíce jako překládat jinam, protože to ani nejde v tom plánování. A to ještě jako to vůbec nejsme ještě u problematiky jako pak plánování toho, že jo, takže mi třeba operu a takových věci se plánují jako na víc, než rok dopředu, že tam máte ty zahraniční sólisty. Tohle to teď oni nemohli lítat sem, že jo, protože byly ty a teď různý státy měly různý ty úrovně toho, co se může a jo to. Byly fakt rušilo asi komplet. Předpokládám převážně, protože s tím nešlo nic dělat. Jako nejdřív jsme se snažili být jako všichni prostě stateční a postupně jsme přišli na to, že nejlepší to prostě zrušit všecko vrátit a začít vlastně jako znova. No a vy jste měli nějakou letní scénu? Takže potom v takový té mezi

pauze? Kdy to tak trošku jako bylo? Určitě no letní scénu tak ne letní scénu ve smyslu, že bychom hráli venku, ale jako hráli jsme, no, hráli jsme jako IO prázdninách nějaký věci jako ne samozřejmě tolik, ale ono teda taky fakt bylo, že jo, to to je, to je fenomén lidí si pak báli chodit, to znamená, my jsme a my jsme jako normálně strašně jako úspěšný divadlo, že jo my máme vyprodáno letní. Jako nebylo tak to trvalo a jako to bylo takový. To že jo že jo, já teď třeba my v tuhle chvíli prodáváme na 6 měsíců dopředu a já v podstatě mám některý věci na těch 6 měsíců dopředu prostě vyprodaný. To znamená ten způsob naší komunikace. Je vlastně úplně jiný, to znamená my, my jako promujeme věci, který jsou za 6 měsíců a neprojevuje moc věci, který jsou dneska, protože to není důvod, že jo, a navíc ono pak štvete ty lidi, protože já kdybych dneska propagoval, co je dneska, tak si na to stejně nikdo ten lístek nekoupí, to znamená, budete štvát ty lidi, že si na ten lístek nekoupí a tohle to tohle byl náš standardní způsob předtím a teď se k tomu v podstatě to zvracíme. Potomkovi jdu, my jsme v pondělí nevěděli, kdo přijde v pátek, že jo, takže jsem byl úplně hystericky, jestli to máme rušit, nemáme tu rušit, no tak jsme řekli, že prostě budeme hrát, kdyžtak pro prázdno, ale jakože budeme hrát a oni ty lidi, aby se tak jako...

No bylo to divoký, že jo a teď vypli ty výplety turisti že jo, tak my jsme třeba 60 % jako návštěvníků opery. Státní jsou prostě turisti a turisti nejsou nebyli, a navíc nejsou doteď. Jo, protože tak dobře teď ještě válka jakoby na Ukrajině Rusko nelítá, že jo ta Čína nelítala strašně dlouho.

Amerika nelítala, že jo, protože a že jo, tak ta Čína začala létat já nevím teď před třemi měsícem ty pravidelný linky byly obnoveny jako víc než rok nebo 2 roky po covidu, jako by protože on tam to měli jinak, že jo, takže to to třeba zásah na té struktuře těch diváků je doteď jako znatelný. Nějaký opere hrajeme i míň termínů, než jsme hráli před covidem. Nicméně ten český trh se v podstatě oživil a tam už jsme se v podstatě vrátili do normy a ta loňská návštěvnost a uspět jako ty čísla teď konkrétně nevím, ale máme je. Můžu vám je tam doposlat, protože už máme závěrečnou zprávu tohoto roku. Tak tak, tak to tak prostě super. Jako by takže se to vrátilo do takového nějakého standardu? Jako strašně rozpačitý a ty lidi se i jako báli, že jo. A tam teda navíc ještě jakože. Jaké je nekorektní, tak kdyžtak to tam nedáme, ale jako nám umřelo strašně moc těch předplatitelů, že? Jo, protože prostě předplatitelé národního divadla jsou prostě seniori a těch seniorů zemřelo strašně moc během toho komiksu, takže nám se proměnila i jako struktura těch diváků v tom, že prostě ty babičky, jako nám třeba předplatný, nám obnovila třeba půlka lidí než předtím. A není to proto, že by nebyly spokojený, ale protože prostě umřeli jo, případně začali se daleko víc bát v té investice jako dopředu.

Jo, co tam je ještě potřeba říct 1 věc, že mi jako kultura jsme se vlastně chovali. Myslím, že ve velký většině, nebo vlastně nevím.

Nebo žádným kulturním zařízením, který by se chovalo nějak prasátka ve smyslu, že nevracelo. Zpět, nebo. Něco, no ale hrozně nám to zkazili ty cestovky, protože ty cestovky se chovaly prasátka.

Furt vydávali nějaký nesmyslný vouchery a já nevím co všechno. No a ty lidi přestali věřit těm službám. To znamená, stejně jako si prostě přestali kupovat dovolenou na rok dopředu, protože se bojem tak si přestali kupovat lístky takhle dopředu, a hlavně hrozně dlouho trvalo, než my jsme jim vrátili tu důvěru. Jako nebojte se, kupte si lístek na červen, protože v červnu za 1 nebude covid AS dalšími prostě hrát budeme a kdybychom náhodou nehráli, že jo, takže někoho srazit auto, to se může stát, tak vám ty lístky prostě vrátíme, že jo, nebo jakože my se chováme prostě slušně no a je to strašně to jako udělalo škody, teda ty cestovky. No. To už se teďka jako by taky stabilizovalo. Víceméně to předplatný. Jako lepší, to je dobrý. A teda myslíte, že se i proměnilo složení jako publika jakoby nějak razantně, nebo spíš ne, spíš to bylo takový to. Jakože jsme si řekli a ty. Cizinci, a to jsme si taky jo. No jasně a chvíli samozřejmě jo, tak třeba jako úplně 1 byly narvaný takový ty útek. My máme i tu strukturu, že jo, nebo ve chvíli, kdy hrajete ve všední den, tak chodí spíš Pražáci logicky nebo středočeský kraj ve chvíli, kdy hrajete v sobotu, tak jsem spíš jezdit ty. Místní Olomouce nebo tak? Na začátku byly 2 by byly samozřejmě daleko víc. V uvozovkách chodily ty Pražáci, protože byli nadřzení na to jít někam na kulturu a ty lidi z těch regionů se spíš báli, protože musejí jet ještě tím vlakem, který je možná nebezpečný ještě jako a teď ještě taky ty lidi, to je taky potřeba si uvědomit, že to byl ještě obrovský ekonomický zásah jako do těch rodin, protože ne každý měl někdo utratil úspory, někdo nemohl a teď někdo fakt třeba přišel o práci, nebo jako, to znamená to taky prostě změni. A on lístek do národního divadla velký není prdel no to není málo. No jasně, no koupíte lístek na operu za 2000 z 1 až 2. Asi jde celá rodina. Ale tady ta ekonomická stránka u vás už je taky jako taková dorovná.

To tě už vyprodáno jako jo, že jsme v pohodě, ale je to jako něco, co bylo téma že jo, co chvíli vypadalo a teď, jestli se bude zdražovat, nebude se zdražovat, tak všichni vlastně potřebovali zdražovat a teď vlastně daleko. Ono to vypadá, že to je, že to je daleko. Jo, ale jako ta souvislost pak s tou válkou, protože on byl covid, že jo, teď se to nějak začalo. Teď do toho začala ta válka. Pardon a tam byla ta krize potom energetická, že jo, která vlek na tohle to a prostě propadají. A teď jako není to jednoduchý. My jsme teda my jsme malinko zdražili vlastně

poprvé let to, no jako loni teda teď už jakože začátkem sezóny někde na září jsme zdražovali do stovky na lístek, no ale stovka může být strašně moc pro někoho, respektive takhle u těch ono to bylo do maximálně stovky za lístek. To znamená u těch lístků za 2000 to byla stovka u těch lístků prostě za 50 korun to byla koruna. Třeba nebo rozumíme, ale jakoby no, ale je to prostě no, jako není 2 víme to, no ale tak prostě. Co s tím máme dělat? No prostě. Jako ten je drahý. Vrat'. Se s tím no a třeba ty sociální sítě, na kterých jste jako publikovali nějaký svůj obsah. Jako nevšimli jste si, že by vám tam třeba jako naskákali takový ty jako mladší ročníky? Jakože by to přilákalo spíš v tom mladší? Publikum tak ten Facebooku moc lidí promoklý. Jo ten Facebooku je to jsou furt spíš naše maminky už jakoby no, který my tam máme tu fanouškovskou základnu docela jakoby nám to jako funguje. No tak my jedeme Instagram, jako byli jsme chvíli připravený dělat ten Tik Tok, ale neudělali jsme to, protože potom přišlo to doporučení té bezpečnostní informační služby, že? To prostě nemá dělat, tak jsme šli zase příkladem toho, že národní divadlo by nemělo dělat věci, který se nemají dělat tak prostě ten tik tok nemáme. Byť jsme tam chtěli vstoupit kvalitní mladší generaci i tenkrát, než jsme teda se dozvěděli, co to je zač. A no a jedem tak jedem ještě jakože Twitter třeba tak já mám, jakože Twitter, jakože oficiální mluvčí, takže já s novinářem třeba komunikuji jako by na Twitteru už se naučili to i používat jako zdroj jako citace, že už mě cituju z Twitteru jakoby novináři a je to fakt vlastně nejrychlejší.

Že tak komunikujeme třeba já nevím, když umře někdo nebo tak, tak to prostě já napíšu na Twitter a ty novináři z toho normálně beru jako relevantní zdroj. No a no a jinak tak ten Facebooku asi nejvíc, ale tak na tom Facebooku je experimentem samozřejmě s placenými kampaněmi všechno, no a.

Já jenom jestli napadá ty, jak jakoby jste státní zaměstnanci, tak to jsou i jako technické služby. Všechno, co tady jakoby v tom národním je jakoby technický jakoby myslím jako že lidi, který se starají o techniku. Uklízečky nebo? Která struktura zaměstnanců, tak nás je v národním divadle jako nebo takhle. Národní divadlo je zároveň nová scéna, stavovské divadlo, státní opera. Ještě máme dílny ateliéry na výrobu dekorací a kostýmů na floře ještě máme sklady dohromady je nás zhruba 14 100 zaměstnanců a ta struktura je taková, že z těch 14 100 zaměstnanců jenom pro srovnání je herců 40, 40 herců versus 14 100 zaměstnanců. Jo, tak ono pak máte teda kolektivní tělesa v té opeře, kde máte 2 orchestry, každý má 100 lidí. Ono se to jako nasčítá, jo, ale my tady máme i ty technické profese, máme i ty jako takzvaní nízkopříjmoví. Že jo, co jsou takový ty dělnický profese že prostě stavěč scénických dekorací a prostě dělník, že jo, ale pak jsou jako odborný řemesla. My máme jako kováře, my máme

zbrojíře, my máme, prostě tady se vyrábí ty dekorace a musíte mít truhláře specialisty, prostě truhlárnu tady máme jo všechno to jakoby máme tyhle ty profese, a to jsou všechno jako zaměstnanci. No a pak máme samozřejmě jakoby externisty na dohody, což jsou třeba, já nevím uvaděčky nebo šatnářky, to jsou jako brigádníci na dohody o provedení práce nebo pracovní činnosti, takže ty jsme zaměstnaný neměli, to znamená, ty třeba neměli. Jasně, ale jinak zaměstnanci.

Ale třeba zrovna v těch dílnách se prostě normálně pracovalo, protože my jsme si vyráběli dopředu ty věci, takže ty v uvozovkách toho volna měli jako nejmíň, že jo jako nejvíc v uvozovkách volna měli zpěváci, a protože byl zakázaný ten zpěv, že? Jo. Takže ty prostě byly doma a zpívali si doma v obýváku jo na 2 stranu tam docházelo pak hrozně zábavným věcem, protože třeba u tanečnicků jo tak tanečníci, naši baleťáci, to je prostě vrcholový sport. Že jo. A oni prostě musejí trénovat a teď jste. Ještě 3 měsíce doma za prvý žerete, že jo a za další stále bez toho pohybu a teď zaprvé strašně teda naberete, protože ve chvíli, kdy vypadnete z toho rytmu, ale zároveň, takže oni chodili jako běhat do tančit prostě do parku a všechno, protože potřebovali udržovat jakoby tu kondičku, jinak by prostě skončili kariéru jenom, protože to, na co se týče těch hudebníků, to je úplně stejný. S tím oni musejí prostě hrát na hudební nástroj a teď si představte, že byla celá ta rodina prostě na tom sídlišti. No ale oni museli prostě hrát 6 hodin na fagot, protože jinak vyjdou. Jako ze cviku že jo takže. To jsou fakt některý ty nástroje jak ty. Bicí nebo?

No a pak jsou samozřejmě třeba varhany, který prostě doma nemáte. Že jo nebo? Tak nebo prostě jak ho ale nikdo neprobíral harfu jako 2. Napadá no to vlastně to je docela dobrý poznatek, že to bylo jako. To no přemýšlel, jestli ještě něco, protože jste mi tak jako všechno pěkně, shrnul hezky. Odpověděl, ale jestli jako něco vám chybělo od těch médií vysloveně? A asi ne, protože vy jste měli.

Fakt ne, ale tak my jsme v takovém jako. Jiným. Jiným postavením jsme prý jako trochu miláčci médiích jsme prostě jako laborant, že jo, to znamená nás vlastně všichni mají rádi a všechny to zajímá. A já ty vztahy s těma novinářem mám prostě nadstandardní nebo to co nechci nějak chlubit.

Ale. Prostě tak já to navíc dělám 20 let. Já jsem tady 20 let mluvčí to znamená.

V tu dobu prostě já mluvčího dýl, než je většina redaktorů v těch redakcích jako jo, že to, že jsem znal jejich předchůdce a někdy i před předchůdce. Takže jako ta pozice je trochu jakoby jiná a ale jako seznámili jsme se s novými novináři no, jakože jako byl velký, protože třeba

takový ty deníky září, tak to není třeba zrovna můj každodenní chleba, protože prostě do zpravodajství na nově se prostě tak snadno nedostane. Jo, že jo, a najednou jsme tam byli jako téměř každý týden, že jo, že to prostě, a teď už se tam zase nejsme jo. Ano právě no teď už to zase utichlo a asi i ta jako česká televize to taky. Utichla hodně, nebo je to hodně? Protože tak to má tu kulturní. Zpravodajství že jo tak to. Jsou tady v podstatě každý týden, že jo a děláme s těma přenosy a tak, ale jak na 2 stranu vidíme ty komičky, tak třeba ta prima, jako se vlastně strašně jako snaží. To teda podle mě příšerný, jak to dělají, ale jako ty se třeba tu kulturu tam snaží stavět, no tam naopak, já jsem vůči tomu občas rezistentní, protože jako ve chvíli, kdy to vysílají vedle reportáže o tom, že prostě uprchlíci nepatří do Republiky nebo něco, protože oni jsou hrozně tendenční. Že jo to je.

Hustý tak jakože vlastně nechce moc být součástí toho jejich obsahu, protože byť je to zásah do té cílovky, tak to zároveň image jste součástí něčeho. Co vlastně? Moc.

Jako nechcete, no třeba parlamentní listy, že jo ty furt chtěj být náš mediální partner, ale taková žumpa, protože my prostě nechceme, aby byl náš mediální partner žumpa. Prostě. My jsme trochu jako vybíráme a můžeme dovolit nebo. Stranu. Jakoby. Jasně a tu už daleko radši spolupracuju s tím bleskem, protože to ve výsledku je jako win win, že jo oni dostanou, co potřebuji. Já to dostanu tam, kam to potřebuji.

Zrovna s tím bleskem se dá vlastně poměrně jako standardně jako domluvit, nebo jako že jsou schopní i jako teď jsme to přesně tak ji řešili, že jo teď umřela paní Hlaváčová.

Že jo jenom. Jak moc sledujete? Prostě? Stalo se to v neděli ráno a oni jsou hajzli napojený na ty vysílačky, že jo, takže těch summitech, že jo, to znamená v 7 hodin ráno v neděli mě volá redaktorka z blesku, jestli umřela paní Hlaváčová no a ve výsledku. Já jsem to samozřejmě věděl už asi 10 minut, že umřela, ale prostě potřebovali jsme to říct nejdřív rodině a ta rodina se to nemůžu, ale už v nemocnici, že jo, a teď toto napojení je prostě nějaký a teď. Že prostě je.

Jako nemůžete některý věci předběhnout, že jo a tak chtěl ahoj, ale ve výsledku se prostě s nimi domluvíte, že na té exkluzivitě, že oni teda budou 1 kdo to vydá a že jim to jako potvrdíte, ale že vám dají 2 hodiny náskok a teď najednou jako 2 hodiny zatajujete, že někdo umřel, abyste stačili udělat nějaký jako věci, které potřebujete udělat a oni to pak výdaj a oni jsou hvězdy za to, že byli 1 kdo to měl, ale ta win win situace vychází z toho, že jsme se domluvili na tom, že oni to nevydají, když já jim tu informaci potvrdím a oni mi dají ten čas, abys mi nejdřív zavolali prostě nebo rozumím teda a tohle je nějaká spolupráce. Která s tím bulvárem je potřeba vlastně

jako hrát a je to vyloženě hra a je to zase založený jenom na těch nadstandardních vztazích, že jo, protože kdyby to byl nějaký redaktor, který kterému já nevěřím, respektive on by nevěřil mně, tak tohle si v životě jako nestane, že? Jo, to znamená, což neříkám, že někdy na ně nejsme naštvaní nebo že to ale a že nevydají občas něco, s čím jako nesouhlasíme. No ale na 2 stranu se dát na těch osobních vztazích ledacos jako do. Té dobré a jenom ještě k produkci, tak dohnali jste si jako to, co jste chtěli třeba odehrát? Nový premiér ji už nebo tam je furt takový, jakože máte pocit zbrzdění oproti tomu covidu? Jako zbrzdění, to jakoby třeba v tom, že to je taky, pardon, jenom tady odpovím, že to je tam třeba naše umělecký šéfové máj mandáty.

Časově omezený no a ve chvíli, kdy někdo se stane na 5 let šéfem národního divadla, AZ toho má 2 roky zavřeno, protože kovy vlastně blbý že jo, to znamená, my jsme třeba posouvali, že jsme prodlužovali mandáty těm uměleckým šéfům a vy jako stihli, že jsem do toho národního divadla nastupujete a máte nějakou vizi toho, co chcete udělat a máte nám co nějaký čas nějaký budget? No a teď najednou 2 roky vám škrtne prostě kovy třeba, takže jsme jim to prodloužili, aby se to jako posunulo a stihli si ty věci a některý oni ty věci jako jasně, že přesunuli, že si řekli, prostě měli jsme super nápad prostě udělat Hamleta tak uděláme.

Pokud později ale některý ty věci prostě o rok později neuděláte, protože ta situace se taky promění, že jo, protože některý hry hrajete v některou dobu. Jo, je to takový jako nešlo. To celý prostě vzít to, co já, co to ale nějak jsme se s tím jako vyrovnali, a tak na 2 stranu jsou horší věci.

Já myslím, že to je váš, že je válka na Ukrajině je daleko větší problém než jako to, že jsme neodehráli nějaký představení, nebo jako, což je potřeba si tady taky hodně uvědomovat, protože ne vždycky no. Tak tak se to taky ustáli vlastně. Úplně no tak našťestí.

HaDivadlo

Jak vás konkrétně média podporovala? Uváděla vás v rozhlase, televizi, reportáži?

Za doby pandemie byl cítit zvýšený zájem o kulturní instituce právě kvůli pandemickým opatřením. Otázky směrem ke kulturním institucím a konkrétně našemu divadlu se týkaly převážně finančních a provozních problémů s pandemií spojených. Zájem médií se přitom v různých fázích proměňoval, v úplných začátcích jsme jej nepocíťovali.

Co vy jste aktivně dělali v době covidu, tvořili jste nějaký mediální obsah, který bylo možné někde sdílet? Vytvořili jste si platformu na toto sdílení?

V HaDivadle jsme již od počátku pandemie dbali hlavně na bezpečnost našich zaměstnanců i diváků

a důsledně jsme se tedy řídili opatřeními i doporučeními. Dodržovali jsme karanténu a podporovali se navzájem v péči o své blízké, obzvláště těch z rizikových skupin (senioři, děti...). Ti z nás, kteří tyto závazky vůči rodině neměli, šli pomáhat do sociálních a zdravotních zařízení. V tomto směru jsme se snažili o proměnu role kulturní instituce a její činnosti v době krize.

V průběhu pandemie jsme začali vytvářet podcast Budoucnost divadla (dostupný na běžných podcastových platformách). Zároveň jsme měli rozzkoušenou inscenaci a snažili se přijít na to, jak se jí lze věnovat i v této nestandardní situaci fyzické distance. Pokusili jsme se tedy vytvořit její remediaci v experimentálním formátu (této iniciativě se věnoval například pořad Artzóna). Pokračovali jsme v sérii Diskuzí A2, které pořádáme se stejnojmenným kulturním čtrnáctidenníkem, a to v online prostoru. Diskuze jsme přitom věnovali aktuálním tématům a reflexi pandemie.

Dále jsme se pokoušeli o různé inovativní metody společného setkávání a sebevzdělávání v rámci divadla, například jsme pořádali online schůzky věnované vzpomínání na historii HaDivadla či online vzdělávací přednášky pro náš kolektiv.

Jaké kroky by podle vás měla v této době činit média v době covidu k vaší podpoře? Každá medializace je pro kulturní instituci žádoucí a pomáhá k budování povědomí o důležitosti kultury. Nicméně v době velkého společenského a bezpečnostního opatření nám přijde důležité, aby se média věnovala tématům s tímto spojeným. Zároveň se média mohla (a v některých případech tak činila) věnovat možnostem propojování různých sfér, které spolu obvykle propojené nejsou (například kultura a zdravotnictví). Nejdůležitější nám přitom přijde pravdivé informování a pomoc zorientovat se v nelehké situaci, stejně jako informování o pozitivních příkladech pomoci a inspirace dalších.

Moravskoslezské divadlo Olomouc

Jak vás konkrétně média podporovala? Uváděla vás v rozhlase, televizi, reportáži? Ano,

navzdory covidu fungovala tradiční podpora médií, publikování článků na základě vydaných tiskových zpráv, reportáže v TV regionální i celostátní (TV ZZIP, Česká televize) i rozhlas. Díky dlouholetému partnerství s Českým rozhlasem Olomouc mělo Moravské divadlo během covidu svůj vlastní pořad moderovaný šéfem činohry Romanem Venclem, který přinášel informace o tom, co se děje a chystá v pro veřejnost uzavřeném divadle. Výstupy najdete tady: Napsali o nás | Moravské divadlo Olomouc (moravskedivadlo.cz) : <https://moravskedivadlo.cz/cs/clanky/napsali-o-nas>

Co vy jste aktivně dělali v době covidu, tvořili jste nějaký mediální obsah, který bylo možné někde sdílet? Vytvořili jste si platformu na toto sdílení? Obsahu byla spousta, určitě stojí za to zmínit živě vysílané besedy z foyeru Moravského divadla, kam si moderátorka Jana Posníková zvala nejen své kolegy z divadla, pak pravidelné Veselé pondělky s Janem Āoupalíkem (krátká videa), soubor opery a operety připravoval pravidelné Večery u klavíru a soubor baletu nabízel živé přenosy z tréninků. Vedle toho jsme divákům, kteří nemohli přijít do divadla, nabízeli on-line záznamy vybraných inscenací, došlo i na Českou mši vánoční on-line a jednou z největších akcí covidové doby byl určitě Koncert plný energie, který se živě vysílal z jeviště divadla a který jsme věnovali všem pracovníkům ve zdravotnictví. Živě jsme vysílali na FB profilu Moravského divadla, videa a záznamy inscenací jsme zveřejňovali na YouTube kanálu Moravského divadla.

Určitě stojí za zmínku také série koncertů souboru opery a operety konaných v domovech seniorů po celém Olomouckém kraji, která se setkala s velkým ohlasem a byla dostatečně medializována. Jaké kroky by podle vás měla v této době činit média v době covidu k vaší podpoře? Z mého pohledu byla podpora dostatečná, nevnímám jsem nějaký výrazný propad, což ale bylo dáno i tím, že MDO od začátku pandemie chtělo vytvářet on-line obsah a chtělo se podílet na řadě celospolečenských aktivit, aby dalo najevo, že nás covid nezastavil a chceme zůstat nadále v kontaktu s diváky a příznivci, přestože se nemůžeme setkávat osobně v hledišti divadla.

Zaznamenali jste díky médiím zvýšený zájem o vaši tvorbu? Média obecně jsou určitě dobrým nástrojem ke zvýšení pozornosti o značku a její aktivity. Média udělala divadlu během covidu velkou službu především v tom, že informovala o probíhajících on-line aktivitách a akcích, které iniciativně organizovali a realizovali sami divadelníci (např. nákupy pro seniory a nemohoucí, již zmíněné koncerty v domovech seniorů), stejně jako o probíhajících zkouškách

inscenací v uzavřeném divadle. Díky médiím tak byla veřejnost informována o tom, že navzdory uzavřenému hledišti život v divadle neutichl, že zde probíhá běžný zkuškový režim a že umělci se zhostili dalších rolí, které byly v tomto období potřebné.

Východočeské divadlo Pardubice

Jak vás konkrétně média podporovala? Uváděla vás v rozhlase, televizi, reportáži?

Podpora byla podobná jako v předcovidovém období. Často se dokonce novináři i sami dotazovali, jak situaci zvládáme, co děláme, jak vše prožívají herci atp., s čímž se za běžných podmínek moc nesetkáváme, neboť informace z kultury jsou v regionech stále na chvostu jejich zájmu. Stále musíme být aktivní především my, jako PR manažer musím spíš novináře obvolávat a nabízet rozhovory, žádat o uveřejnění potřebných informací... Během covidu, stejně jako nyní, s námi spolupracovala jak tištěná či online média, tak rozhlasová i televizní redaktoři.

Co vy jste aktivně dělali v době covidu, tvořili jste nějaký mediální obsah, který bylo možné někde sdílet? Vytvořili jste si platformu na toto sdílení?

Když byla divadla zavřená, museli jsme vymýšlet a nabízet jiný program, přestože jsme v divadle i nadále zkoušeli a dokola „oprašovali“ nastudované inscenace, v prvních chvílích se v krejčovně šily roušky, které jsme rozdávali do různých sociálních zařízení, začali jsme být mnohem aktivnější na sociálních sítích, ve zvukovém studiu se natáčely rozhlasové hry, pohádky pro děti, načítali jsme audioknihy (viz <https://www.vcd.cz/repertoar/audio-nahravky>), na FB či na YouTube jsme online vysílali diskusní pořady s herci, online se uskutečnila i premiéra jednoho scénického čtení. Vznikly Praštěné pohádky uveřejněné také na YouTube (viz <https://www.vcd.cz/clanek/prastene-pohadky-vychodoceskeho-divadla-jako-podekovani-divakum>), které později převzala i platforma Dramox. I nadále jsme vydávali naše tištěné měsíční Divadelní zpravodaje s rozhovory a zajímavostmi ze zákulisí.

Jaké kroky by podle vás měla v této době činit média v době covidu k vaší podpoře?

Za naše divadlo musím říct, že nás média podporovala dostatečně.

Jakým způsobem měla být pomoc prováděna?

Pomáhala právě informováním diváků o aktivitách v „zavřeném“ divadle, za jehož dveřmi se však stále pracovalo.

Zaznamenali jste díky médiím zvýšený zájem o vaši tvorbu?

Jako v jakékoli jiné době informace v médiích pomáhají navyšovat zájem o naši tvorbu, což jsme během covidu pocítili především ve zprávách od diváků, kteří nám většinou na sociálních sítích vyjadřovali podporu a v poměrně velkém počtu sledovali naše online výstupy.

Je něco, co Vám od médií vysloveně chybělo?

Asi ne, pardubickým novinářům bych naopak poděkoval za pomoc.

Divadlo na Fidlovačce Praha

Zpětně si uvědomuji, že v TV jsme byli pouze v rámci nějaké obecné reportáže ohledně fungování divadel.

Během první vlny jsme natočili video četbu na pokračování – román Dracula. Měl 28 dílů a šel několikrát týdně na platformě YouTube. Dále jsme natočili asi 5 nikdy na jevišti neuvedených českých her. Dále pak čtyři Adventní charitativní setkání. Četbu povídek Karla Čapka.

Jako největší projekt jsme připravili DEKAMERON - 10 filmově divadelních povídek.

Vše jsme přenášeli přes YouTube.

Zpětně to nedokážu zhodnotit. Nyní na celou situaci mám už jiný pohled. Ale určitě nebylo možné veřejně / mediálně podporovat všechny projekty, které v té době vznikaly.

Během první vlny určitě, zejména projekt DRACULA a DEKOMERON měli velkou sledovanost a dostali se jim i určité mediální kampaně.

U druhé vlny byl zájem o jakýkoliv podobný obsah mnohem menší.

Zpětně to asi bylo logické vysvětlení toho proč se umělci za doby covid dožadovali kompenzací. Myslím, že velmi dlouho trvalo, než bylo pochopeno, že několik tisíc lidí OSVČ – bez ŽL se ocitlo na pokraji krize a čekalo až stát pochopí jejich status.