**DOTAZNÍK 420PEOPLE**

Na konci roku 2019 byl realizován první průzkum publika, komunity diváků kolem souboru 420PEOPLE s cílem získat nejen demografická data, údaje o efektivnosti jednotlivých marketingových nástrojů souboru, ale také zhodnotit kvalitu nabídky doprovodných aktivit souboru, aktivit spadajících pod kategorii „audience development“.   
  
Na tento průzkum soubor navázal doplňujícím hloubkovým průzkumem na jaře 2020, který byl i vzhledem k situaci ohledně COVID-19 realizován online a zaměřen také na zhodnocení online aktivit souboru.   
  
Průzkumu se zúčastnilo 60 příznivců souboru, 52 žen, přičemž 56 z nich se aktivně účastnilo březnových online tanečních lekcí s choreografem Václavem Kunešem a dalšími členy souboru. Pro 70% dotazovaných je účast na online lekcích motivací k tomu, zkusit taneční lekce také offline živě, což ukazuje na pozitivní efekt online aktivit, které mohou veřejnost zbavit obav z náročnosti tanečních lekcí. Další otázkou, která měla ukázat na motivaci veřejnosti účastnit se tanečních kurzů, se rozkryly faktory, které ve výběru lekce hrají roli. Mezi nejvíce zmiňované motivátory patří osobnost lektora, chuť zabavit se a uvolnit se, možnost vzdělat se v taneční technice nebo zatančit si s tanečníky, které znají z jeviště.   
  
Aktuálně vhodný dotaz na online aktivity, které příznivcům chybí v nabídce souboru, ukázal zájem především o zpřístupnění online záznamů představení, online debaty s tvůrci, tanečníky a zakladateli souboru.   
  
S ohledem na snahy o zapojení diváka do aktivit souboru byl zásadní dotaz na aktivitu/pasivitu v rámci představení či mimo něj. 42% dotazovaných proklamovalo, že je rádo aktivními diváky a účastní se doprovodných aktivit, ale ne přímo na jevišti. 32% si naopak užívá i situace, kdy se mohou stát součástí představení nebo tvorby. Pouze 18% uvedlo, že jim vyhovuje pozice pasivního diváka bez potřeby účastnit se jakýchkoliv doprovodných aktivit (debat, workshopů, apod.)  
  
Vzhledem k nestabilní situaci nejen v kulturních subjektech byl jeden z dotazů směřován také na ochotu darovat a za jakých okolností. Pouze 23% dotazovaných uvedlo, že aktuálně nemá možnost darovat. Naopak 52% ocenilo, že se kulturní organizace snaží přizpůsobit situaci a vymýšlet online aktivity a tato jejich snaha je motivuje darovat.