



ЛАБОРАТОРИЯ
БУДУЩЕГО
ТЕАТРА

Театральный зритель и продвижение спектаклей

РЕЗУЛЬТАТЫ КАЧЕСТВЕННОГО
ИССЛЕДОВАНИЯ

Москва, 2021

УДК 792.073(470+571)
ББК 85.333(2=411.2)6-09
Т 29

РОССИЙСКИЙ ИНСТИТУТ ТЕАТРАЛЬНОГО ИСКУССТВА — ГИТИС

Анализ данных и составление отчета — Никита Большаков
Сбор данных (полевой этап) — Марина Климашевич

Театральный зритель и продвижение спектаклей.
Результаты качественного исследования. — М.: Российский
институт театрального искусства — ГИТИС, 2021. — 196 с.

ISBN 978-5-91328-333-7

Независимое качественное исследование.
Исследование проведено Лабораторией будущего театра ГИТИС
при поддержке Фонда «Вольное дело».

© Лаборатория будущего театра
ГИТИС, 2021

© Коллектив авторов, 2021

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	7
Дизайн исследования	10
Ключевые выводы и рекомендации	13
Раздел 1	
ВОСПРИЯТИЕ ТЕАТРА	26
Театр — место для интеллигенции...	27
...Но не для меня	30
Театр — что-то особенное...	
и красивое здание	32
Театр — скучное и устаревшее	34
Театр — это все подряд	36
Театр — это приятно и атмосферно	38
Театр — что-то сакральное	40
Раздел 2	
КИНО — ГЛАВНЫЙ КОНКУРЕНТ	44
Театр эмоциональнее	48
Театр живее	49
Театр праздничнее	51
Театр условнее	54
Театр недоступнее	55

Раздел 3

МОТИВЫ ПОСЕЩЕНИЯ	59
Событие	59
Приключение	62
Эмоции	67
Ностальгия	72
Отвлечение	74
Развитие	75
Престиж	79
Общение	83

Раздел 4

ФАКТОРЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ И УЛУЧШЕНИЯ ВПЕЧАТЛЕНИЯ	90
Ресурсы театра	90
Удобство	91
Расположение	92
Буфет	93
Взаимное уважение	96
Площадка для обсуждения	98
Ресурсы спектакля	102
Название и афиша	102
Актуальность	104
Качество	107
Профессионализм актеров	109
Известные актеры	113
Визуальность	116
Эмпатия	118

Ресурсы зрителя	120
Насмотренность и разборчивость	120
Компания	121

Раздел 5

БАРЬЕРЫ ПОСЕЩЕНИЯ ТЕАТРА	122
Не успеваю к началу	122
Очень дорого	124
Театр — это не для меня	129
Театр — это скучно и нудно	132
Чопорно и непонятно	134
Театр — для стариков	135
Театр — это несовременно	138
Неудачный опыт и школа	141
Надо красиво одеваться	145
Публика в спортивных костюмах	146
Провинциальный театр низкого качества	149
Пошло и некрасиво	152

Раздел 6

ВОСПРИЯТИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕАТРАЛЬНЫХ ФОРМ	155
Современный театр новый и актуальный	157
Современный театр интересный и нескучный	159
Современный театр был всегда, но его мало	163
Современный театр — непонятная мешанина	164

Современный театр портит классику	166
Современный театр — не для меня	169
Современный театр доставляет дискомфорт	170

Раздел 7

ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ В ИНТЕРНЕТЕ И СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ	174
Традиционные каналы	174
СМИ и наружная реклама	175
Распространители	176
Билетная касса	179
Использование Интернета	181
Профильные сайты и онлайн-рассылка	181
Социальные сети	184
Группы в мессенджерах	186
Сайт театра	188
Заключение	193

Введение

У меня с первой женой связаны с театром негативные ассоциации. Я там ремонтировал, в драматическом театре. Но никогда на спектакли не ходил. А первая супруга была, мол, «надо сходить в театр», ну типа культурно... Ну я вытащил пиво, а меня туда не пустили. Ну и не срослось у нас как-то понимание.

Иркутск, мужчина, в театр ходит редко

Театр в современной России занимает особое место в структуре досуговых практики и культурных запросов жителей нашей страны. Его уникальное положение объясняется как спецификой исторического развития, так и современным разнообразием форм и жанров, которые предлагаются российскими театрами.

Как показывают результаты предыдущих исследований, реализованных Лабораторией будущего театра ГИТИС, множественность и разнообразность являются одними из ключевых характеристик театральной среды, что соотносится также с неоднородностью зрительской аудитории. Сегодня перед театрами стоит задача не только привлечения молодежной зрительской аудитории,

но и в целом создания театральных продуктов, которые будут соответствовать запросам разной публики, а также обеспечение позитивного информационного фона в цифровой среде, что становится особенно актуально в условиях нового, посткарантинного мира.

Для того чтобы определить особенности восприятия театра наименее активными категориями зрителей, выявить возможности для привлечения новой аудитории и увеличения посещений текущей аудиторией исходя из потребностей целевой зрительской аудитории театров, было реализовано данное качественное исследование, задачами которого стали:

- определить, как не-зрители и потенциальная аудитория воспринимают театр;
- получить оценку конкурентного окружения посещения театра как вида досуга для текущей и потенциальной театральной аудитории;
- выявить возможные мотивы посещения театра и потенциальные ресурсы их удовлетворения;
- определить факторы повышения впечатления от спектакля и посещения театра;
- выявить барьеры к посещению театра и способы их преодоления;

- оценить отношение аудитории к отдельным форматам спектаклей и видам театра;
- проанализировать представленность театров в Интернете и способы рекламы и продвижения спектаклей.

Решение данных задач позволило подготовить рекомендации по позиционированию и продвижению театральных проектов.

Дизайн исследования

В основу представленного исследования, реализованного в качественной парадигме, положен анализ данных 48 интервью, проведенных в нескольких регионах России.

В качестве кластеров при формировании выборки были взяты Сибирский, Приволжский и Южный федеральные округа, в каждом из которых, в свою очередь, были выделены по два города по принципу достижения максимальной вариации. В основу этой вариации были положены такие принципы, как размер города, а также разное количество театров и представленность разных типов театров, что, в соответствии с заложенным дизайном, позволило достичь максимальной представленности потребностей разных категорий потенциальных зрителей. Описание выборки представлено в таблице 1.

Таблица 1. Города, включенные в выборку исследования

Федеральный округ	Город	Население, тыс. чел.	Число театров, ед.
Сибирский	Иркутск	623	22
	Кемерово	559	14
Приволжский	Нижний Новгород	1 254	32
	Пенза	522	8
Южный	Краснодар	918	37
	Астрахань	534	10

В качестве метода сбора данных использовались полуструктурированные интервью по заранее подготовленному гайду. Использование качественной методологии позволило раскрыть индивидуальную мотивацию информантов относительно различных способов проведения досуга, особенно в контексте возможности посещения театра. Были выявлены субъективные смыслы, вкладываемые потенциальной аудиторией в посещение театра, а также в различные виды театральных представлений.

Общий объем выборки составил 48 интервью¹, примерно 70% из которых составили интервью

¹ Сбор полевых данных проводился в период с января по март 2020 года компанией Fresh Idea.

с женщинами и 30% — интервью с мужчинами. По возрасту выборка была сформирована в соответствии с заложенным в нее принципом равной представленности молодежи (18–35 лет) и потенциальных зрителей среднего и старшего возраста (36+ лет), семейных и несемейных информантов, информантов с разными формами занятости. В среднем включенные в выборку информанты тратят не менее 10% своего бюджета на проведение досуга вне дома, то есть обладают потенциальной возможностью покупать билеты в театр.

Для увеличения вариации выборки интервью проводились с тремя разными категориями потенциальных зрителей: бывшими зрителями театра, которые в настоящий момент перестали ходить в театр либо стали посещать его значительно реже; активной культурной аудиторией, не являющейся специфической аудиторией театров, а также пассивной аудиторией, не посещающей театр или редко его посещающей. В то же время на этапе анализа однозначное разделение данных типов информантов между собой в ряде случаев оказалось затруднительно за счет отсутствия возможности статистического выделения указанных категорий: люди, которые заявляли о себе как «не ходящие в театр», могли оказаться достаточно активными по своим практикам, и наоборот. Поэтому в дальнейшем анализе заложенные в основу выборки указываться не будут.

Ключевые выводы и рекомендации

Театральный ландшафт современной России крайне разнороден, что объясняется разнообразием существующих площадок и форматов, а также неоднородностью культурного запроса самих россиян, что приводит к амбивалентному отношению публики к театру. Театр как особый вид культурного досуга воспринимается сегодня потенциальной и текущей аудиторией неоднозначно. С одной стороны, театр — особое, красивое зрелище, обладающее для вовлеченной в него публики определенным сакральным смыслом. С другой стороны, театр скучный, не успевающий за современными тенденциями вид искусства.

Редко посещающие театр зрители ждут от него особого события, которое подарит им яркие эмоции и запомнится надолго, поэтому серьезным барьером для вовлечения в театр становится восприятие театра как скучного вида проведения досуга. Этот барьер особенно актуален для современной молодежи в нестоличных городах, которая не находит подходящего для себя (не скучного, увлекательного, экспериментального) театра. В этом контексте специализированные театры (молодежные

театры — ТюЗы) могут взять на себя миссию привлечения молодых зрителей за счет обращения к актуальным форматам постановок.

Устаревшей и не соответствующей современным реалиям воспринимается и репертуарная политика театров. Молодые люди отмечают, что большую часть репертуара занимают произведения школьной программы и классика, тогда как они хотят видеть на сцене близкие себе истории и понятных персонажей. Необходимость обращения к современным и актуальным сюжетам (либо современным интерпретациям классических сюжетов) является одной из ключевых рекомендаций театрам для привлечения молодой аудитории.

Серьезным барьером посещения театра становится восприятие его как «не подходящего для меня». Разрушению стереотипа о том, что театральная публика чопорная, скучная, возрастная, может способствовать более открытая работа с потенциальной аудиторией, демонстрация (например, на сайте) фотографий и роликов из театра с публикой, что позволит театрам работать с этим мифом, указывая либо на его несостоятельность, что особенно актуально для современных театральных площадок, либо на его условность. Театр может работать с данными стереотипами, поощряя публику, которая первый раз решила прийти

в театр, предоставляя им дополнительные материалы для понимания контекста и рассказывая о том, что публика на самом деле бывает очень разная, а глубоко разбираться в театре вовсе не обязательно, чтобы его посещать.

Разнообразие жанров и форматов постановок, в том числе с учетом потребностей и интересов мужчин, позволило бы также избавиться от стереотипа, что театр — досуг для женщин, снять данный барьер хотя бы частично и сделать театр более привлекательным для мужской части аудитории.

Ожидая от театра праздничной и особой атмосферы, текущая и потенциальная аудитория, для которой выражены данные мотивы посещения театра, принимает решение отказаться от посещения в случае, если опасается, что театр или спектакль не смогут удовлетворить её запрос. Например, информанты рассказывали, что не ходят в театр по причине того, что он недостаточно красив. Преодолеть данный барьер возможно за счет работы с пространством театра, производства инсталляций и объектов в фойе и помещениях театра, развития проектов и коллабораций с современными художниками. Кроме того, повышению вовлеченности зрителей в театр, увеличению удовлетворенности их посещением может способствовать создание специальных фотозон. Причем с учетом того

что зрители отдают предпочтение фотографированию в красивых интерьерах, фотозона должна представлять из себя не просто натянутый пресс-волл, а интерактивную инсталляцию, реализованную в пространстве театра и вовлекающую посетителей во взаимодействие с ней и с интерьером.

Дополнительно привлечь публику может также разрешение проводить фотосъемку во время спектакля при условии, что она не мешает другим зрителям. Красивую сцену хочется сохранить в памяти и показать друзьям, разместить фотографию в социальных сетях, что может служить хорошему «сарафанному радио» и сформировать позитивное впечатление от посещения театра в целом.

Развитие цифровых форматов досуга, доступ к трансляциям и записям спектаклей и представлений московских или зарубежных театров, а также в целом проведение гастрольных показов столичных театров дополнительно подрывает доверие публики к местным театрам. В таких условиях театру становится все тяжелее дифференцироваться от других способов проведения досуга. В то же время как дополнительный ресурс у театра появляется возможность заимствовать инструменты и приемы смежных жанров, чтобы привлекать такую публику, предлагая ей больше разнообразия, например, музыкальные концерты, детские представления и т. д. Кроме того, театрам

важно ориентироваться на лучшие практики, приглашать специалистов из других городов и стран, развивать формат копродукции либо новые форматы производства спектаклей, которые в общественном восприятии не будут привязаны к конкретному («провинциальному») театру. Как вариант возможно также развитие гастролей не только в формате «столица — регионы», но и в формате «регионы — регионы».

Особую роль в удовлетворенности от посещения театра играет атмосфера театра. В этом плане само посещение театра становится сакральным, мифом, с которым театры могут работать, поддерживая атмосферу и предлагая вовлеченным зрителям возможности для приобщения к театральной жизни. Для таких зрителей интерес могли бы представлять программы поощрения регулярного хождения — программы лояльности, абонементы и т. д. Поход в театр воспринимается как ритуал, который сопряжен с большим количеством других практик: для аудитории важен не только просмотр спектакля, но и процесс покупки билета, сборы в театр, перемещение внутри театра, встречи со знакомыми, что приобретает особую роль в небольших городах. В этом контексте театр должен предоставлять возможности для удовлетворения данных мотивов.

Театр становится для вовлеченных в театр зрителей не только поводом для общения, но и возможностью завести новые контакты. Особенно эта возможность важна для зрителей из старших возрастных групп, и театр может предоставлять ресурсы для реализации данного мотива, например, за счет создания специальных клубов либо стимулирования взаимодействия и коммуникации между такими посетителями, в том числе используя мультимедийные ресурсы и Интернет.

Зрители, не вовлеченные в театр, боятся ошибиться, поэтому им необходимо предоставить максимальную информацию для совершения выбора — фотографии со спектакля либо тизер постановки. В этом контексте важно, чтобы у зрителей, которые идут в театр, изначально было понимание, что спектакль, который они будут смотреть, — не дословная постановка классического произведения, а режиссерская вариация, современная интерпретация, что позволит избежать неоправданных ожиданий и потенциальных конфликтов. Информация, размещенная на афише или в Интернете, должна, сохраняя интригу, предоставлять достаточно исчерпывающие данные о том, что же будет происходить на сцене и в театре во время представления.

Основной конкурент театра сегодня — кино, которое для потенциальной публики оказывается доступнее

и понятнее. В то же время информанты отмечают, что разные досуговые возможности позволяют удовлетворить разные потребности, поэтому они не противоречат друг другу, а дополняют, что может быть использовано театрами. Возможность совместить разные виды досуга, как правило, увеличивает вероятность выбора соответствующей театральной площадки, что может быть важно для самих театров с точки зрения создания условий привлечения потенциальной аудитории. Для удовлетворения социально-коммуникативной функции зрителей в театре возможно создание отдельной зоны с кафе, расширение предоставляемых услуг, увеличение времени доступа в театр и кафе.

Для ряда зрителей физическим барьером становится раннее начало спектаклей, которое не позволяет успеть в театр после работы, а также превратить выход в театр в особое событие с предварительной прогулкой, заходом в кафе. Самым доступным способом преодоления данного барьера является смещение времени начала спектаклей на более поздний период — 19 или даже 20 часов. Эта рекомендация может распространяться не на все постановки, а лишь на отдельные из них, чтобы у зрителей была возможность выбрать наиболее удобный им вариант.

Театр — место взаимного уважения. Любые конфликтные ситуации, проблемы с сервисом

способны отвернуть потенциальную публику от театра. В этом плане сотрудникам театра важно пресекать любые конфликтные ситуации, напоминать зрителям о необходимости соблюдать тишину, не использовать мобильные телефоны, о запрете распития алкогольных напитков и т. д. Выход в театр, как особый опыт, за который были отданы большие по меркам ряда зрителей деньги, должен быть комфортным для всех.

Использование исследовательских маркетинговых инструментов (тестирование рекламных материалов в ходе фокус-групп, интервью, холл-тестов) позволит избежать проблем в коммуникации с аудиторией и позиционировании театра и спектаклей. При наличии бюджета данные исследования лучше проводить при участии профессиональных специалистов, однако простейшие тесты могут быть реализованы и собственными силами сотрудников театра. В качестве доступного инструмента анализа аудитории театр может использовать регулярный сбор обратной связи от зрителей, анализ их отзывов и постоянную работу по повышению качества предоставляемых услуг. Данные инструменты, отлаженно функционирующие в ведущих театрах, могут быть интегрированы и в работу других площадок.

Важную роль в расширении доступности театра и вовлечении новой аудитории может играть

развитие гибкой ценовой политики. Преодолению данного барьера могло бы способствовать развитие специальных льготных программ для семейного посещения театра. В контексте противопоставления с гастрольными постановками важно развивать позиционирование местных театров через указание на высокое качество и уникальность продукта, а не через их относительную дешевизну. Возможно даже увеличение максимальной цены на билеты на местные постановки в целях избавления от стереотипа о «дешевом и некачественном» театре.

Информанты отмечают, что во время спектакля важно находиться близко к актерам — сидеть в первых рядах либо посещать спектакли в малых залах. Развитие форматов театральных постановок, которые разыгрываются на малой (камерной) сцене либо в нестандартных помещениях театра (в фойе, буфете и т. д.), становится важным инструментом привлечения потенциальной и текущей публики.

Иммерсивный театр как особая форма также вызывает смешанные оценки аудитории, однако большинство информантов говорит о нем как об интересном формате, который привлекает даже не ходящую в театр аудиторию. Развитие данного формата либо использование его элементов в обычных постановках делает театр более привлекательным. В то же время крайне важно давать

зрителям возможность выбора участвовать либо не участвовать, а также заранее информировать их о том, что такая возможность есть: вы можете прийти, посмотреть, но не обязательно вступить во взаимодействие с другими участниками или актерами.

Важно развивать инструменты, которые позволяют сделать процесс выбора спектакля и покупки билетов максимально доступным непривычной аудитории. В первую очередь, роль в расширении этой доступности должны играть онлайн-инструменты: размещение полной информации в Интернете, подготовка тизеров спектаклей, онлайн-продажа и т. д. Театрам крайне важно развивать собственные онлайн-ресурсы, делать процесс покупки билетов на сайте театра максимально удобным для зрителей, в том числе из числа тех, кто никогда не делал этого ранее. Сайт должен учитывать потребности всех категорий потенциальных посетителей и соответствовать современным требованиям цифровой доступности и комфорта. Выделение в штате отдельных специалистов, обучение их работе с инструментами, которые предоставляются социальными сетями, позволят театрам увеличить эффективность своей представленности в Интернете. В соцсетях зрители, вовлеченные в театр, подписываются также на конкретных актеров и режиссеров, личные страницы которых также могут

быть эффективно использованы для продвижения спектаклей. Информация о личных страницах может быть размещена на официальных ресурсах сайта, например, в качестве отметок на фотографиях или кьюаркодов у фотографий в помещении театра. Кроме того, популярностью пользуются специальные группы и чаты в мессенджерах. Такие группы могут вестись как официальными аккаунтами театра, так и не связанными с театром людьми. В любом случае они становятся быстрым и удобным способом коммуникации с потенциальной публикой из числа вовлеченной в театр и другие культурные практики аудитории.

Традиционные каналы распространения информации о спектаклях и театре все еще играют значимую роль, в особенности для региональных театров. Несмотря на стремительное развитие онлайн-медиа и цифровых каналов взаимодействия с публикой, информанты в ряде случаев указывали, что получают информацию о постановках из газет, журналов, телевидения, наружной рекламы, а билеты покупают у распространителей и в городских билетных кассах. Проблемой, характерной для региональных театров, является неполная представленность репертуара театров на онлайн-площадках. Часть информации о репертуаре может вообще отсутствовать на агрегаторах. В других случаях информация оказывается ограничена только названием спектакля

и кратким его описанием, тогда как предоставление максимальной информации о постановках крайне важно для привлечения потенциальной публики, которая боится ошибиться, совершая выбор. Зачастую сам процесс выбора оказывается для такой публики фрустрирующим, а при обилии таких сайтов и несистематизированной информации на них возникает необходимость использования одновременно нескольких ресурсов для получения наиболее полной информации. В совокупности это приводит к тому, что издержки поиска спектакля и риск ошибиться с выбором оказываются слишком высоки и приводят к отказу от покупки билета. Театры должны работать над систематизацией информации о своем репертуаре как на площадках-агрегаторах, так и на собственных онлайн-ресурсах.

Сайт театра играет также важную практическую функцию: именно он становится источником наиболее актуальной информации о времени начала спектаклей, актерском составе, премьерах, контактных данных театра, потенциальных изменениях в афише и т. д. Поэтому театр должен предлагать зрителю такую информацию в удобном виде: контактные данные театра и карта, как до него добраться (возможно, указание близлежащих кафе, интересных объектов, рекомендации «для театралов»), фотографии зрительного зала и из зрительного зала на сцену, продажа билетов. На сайте должна быть

создана страница каждого спектакля с информацией о сюжете, команде создателей, актерском составе, с изображениями и видеофрагментами постановки. Для формирования положительных ожиданий театрам важно использовать качественные эмоциональные фотографии как спектакля, так и зрителей, по возможности добавлять на сайт тизеры и видеофрагменты самих постановок для повышения заинтересованности и подготовки редко ходящих в театр зрителей, которые заранее хотят знать, чего ожидать от поход в театр.

Раздел I

Восприятие театра

В первом разделе отчета опишем основные факторы восприятия театра изученными категориями зрителей и не-зрителей. Театральный ландшафт современной России крайне разнороден. Эта особенность характерна и для включенных в выборку регионов несмотря на то, что количество театров в них заметно уступает столичным показателям. Культурные запросы самих россиян также оказываются очень разнородными. Этим во многом может объясняться амбивалентное отношение публики к театру, причем сами информанты зачастую признают эту неоднородность и в ряде случаев рассматривают это как особое преимущество данного типа досуга (например, говоря о том, что театр открыт для всех), а в ряде случаев, наоборот, говорят об этом как о барьере (например, встречая в театре людей в спортивных костюмах, о чем пойдет речь далее).

Я думаю, что это настолько разнородная масса... Я не нашел ничего объединяющего. То есть любят театр, относятся к этому либо серьезно, либо несерьезно, но объединяющее, нет... (Иркутск, мужчина, в театр ходит редко.)

Театр — место для интеллигенции...

Первый фактор восприятия театра связан непосредственно с отношением к публике, для которой он существует. Эта публика описывается в терминах воспитанности, интеллигентности, изысканности, разборчивости, аристократизма. Причем иногда данный стереотип работает в пользу театров, потому что «быть как театрал» или «казаться театралом» для части невовлеченной аудитории становится важным мотивом посещения театра.

Мне кажется, он очень воспитанный, хорошо одетый, разбирается во всех театральных терминах, возможно, сам принимал в чем-то таком участие и для него это изысканно, и другого отдыха он не признает. То есть он должен быть такой весь: смотришь на него и понимаешь: дааа! Он очень хорошо в этом разбирается, он это ценит, для него это что-то такое. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Театр описывается в терминах благородства и строгости. Этот вид досуга существует по определенным правилам и четко следует традиции, и в этом заключается его важная особенность по отношению к другим видам и формам досуга.

Хорошее настроение. Театр... Это некая строгость, благородство какое-то, что ли... Что-то воздушное. (Иркутск, женщина, в театр ходит редко.)

Театр — это более благородный досуг. Там уже свои правила, три звонка — все, не заходишь. Мне кажется, строгость это хорошо... Соблюдение традиций.

Театр, на что особо указывают зрители, которые ходят в театр редко, как наша информантка из Иркутска, требует от публики соблюдения этих правил, например, соответствующего внешнего вида. Высказывается мнение, что в театр нельзя прийти в джинсах или спортивном костюме (см. раздел 5 «Барьеры посещения театра»). И благодаря этим правилам и условиям театр становится тем самыми местом для избранной интеллигенции.

В джинсах не хожу в театр. Либо в том, в чем хожу на работу, либо в платье. Я не могу сказать, что наряжаюсь. Но из всей одежды я выберу юбку, блузку или платье. Какая-то офисность, классика. (Иркутск, женщина, в театр ходит редко.)

Причем некоторые зрители воспринимают эти правила достаточно критически, указывая, что это, скорее,

некоторая игра, и для того чтобы являться интеллигенцией, не обязательно красиво наряжаться и идти в театр, и что все же ходить или не ходить в театр — это личное дело каждого индивида.

Надо сильно любить театр. Понятно, это категория — интеллигенция. Я тоже интеллигенция, но людям, которые ходят в театр, нравится театр. Может, они не плавают, на коньки не ходят, а мне нравится. (Пенза, женщина, 40 лет, в театр не ходит.)

Или, как информант из Астрахани, обращают внимание на то, что настоящих поклонников и интеллигентов («аристократы») в театре единицы, а большая часть публики просто следует этим правилам в попытке приобрести таким образом культурный капитал.

Это та же игра, если можно так сказать. Еще может быть такое, как понт — мы ходили в театр, а вы ходили в кино. Да, типа такого. Аристократы. Но таких мало, наверное, людей, а если есть, то единицы. (Астрахань, мужчина, 24 года, в театр не ходит.)

...Но не для меня

Подобное представление о существовании особой театральной публики приводит к появлению установки, что театр существует для кого-то, но не для меня. Театр — место для женщин в «красивом мантио и шляпе», для людей, «которые с детства к нему приучены», для тех, кто «ходил в него раньше». То есть данный способ проведения досуга оказывается закрыт для информантов, которые театр не посещают, на уровне установки: мне в театре не место.

Это женщина в красивом платье, в мантио, в шляпе. Которая собралась именно идти в театр. Она такая статная, в возрасте... деловая... не знаю, правда. Для меня это картинка сильно возрастная, к этому надо прийти. Просто картинка в голове. Музеи тоже сюда. В театр она ходит, чтоб показать себя. Засиделась старушка дома, надо развеяться. (Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Как правило, такие информанты указывают, что они не приучены к театру, не имеют достаточной насмотренности, за счет этого не понимают его и не могут наслаждаться таким способом проведения свободного времени, поэтому даже не будут пытаться туда пойти. Таким образом, миф о существовании однородной интеллигентной театральной публики

становится как ресурсом, так и барьером для посещения театра.

Люди, которые в театр ходят? Какие они? Есть у них время сходить в театр, то есть работают, наверное, по восемь часов в день. Наверное, надо быть с детства приученным к театру, семья у них, наверное, такая. (Астрахань, мужчина, 24 года, в театр не ходит.)

В театр ходят люди, которые в него уже ходили. Они не ходят на что попало. Им либо актер нравится, либо произведение. Либо книгу прочитали и хотят увидеть, как это происходит в реальности. (Нижний Новгород, женщина, 25 лет, в театр не ходит.)

Более открытая работа с потенциальной аудиторией, демонстрация (например, на сайте) фотографий и роликов из театра с публикой, позволили бы театрам работать с этим мифом, указывая либо на его несостоятельность, что особенно актуально для современных театральных площадок, либо на его условность.

Представления о театре у аудитории, лояльно относящейся к театру и посещающей его хотя бы иногда, и у не-зрителей, которые не посещали театр никогда либо, что встречается гораздо чаще,

посещали его не более нескольких раз (в детстве и взрослом возрасте), значительно различаются. Не-зрители склонны говорить о театре, как об особенном, исключительном способе проведения досуга, в то же время скорее устаревшем и скучном. Рассмотрим их по порядку.

Театр — что-то особенное... и красивое здание

В первую очередь для такой публики выход в театр воспринимается как особенное и важное событие, разрывающее ежедневную бытовую рутину. Театр яркий, красочный, торжественный, веселый, он создает особую атмосферу. Для зрителей редко или вообще не ходящих в театр значение приобретает именно сам факт выхода в театр без особого внимания к тому, что именно демонстрируется на сцене.

*Актеры, маски, зрители, зал, музыка, опера, билет, люстра, платье, танец, антракт, долгие сборы. Особенная, торжественная атмосфера, то, чего нет в обычной жизни. Весело.
(Астрахань, женщина, 25 лет, в театр не ходит.)*

Именно поэтому театр воспринимается как вид досуга, за который иногда можно отдать крупную

сумму. Театр дарит те эмоции, которые невозможно получить в кинотеатре или, например, музее.

Театр — это что-то особенное, я туда хожу редко, раз в два года. А кино — раз в месяц можно сходить. Или просто заняться нечем — ну пошли в кино. При этом в театр — тысячу, две рублей, а в кино 150 рублей. (Астрахань, женщина, 25 лет, в театр не ходит.)

Особую роль при этом играют особенности физической и архитектурной среды. Театр — это красивая люстра, тяжелый занавес, деревянные кресла. В этом контексте такой досуг воспринимается как традиционный, то есть связанный с устаревшими практиками и артефактами, как для нашей информантки из Иркутска, которая говорит про поход в театр, как про посещение антикварного магазина.

Большие люстры. Билеты. Дорогие билеты, скорее всего.

ТЮЗ — я просто только там был. Красивый холл, нам там вручали дипломы. (Астрахань, мужчина, 24 года, в театр не ходит.)

В музтеатр имени Загурского. Это надо по-любому. Там такая атмосфера. Там очень здорово. Там заходишь, и атмосфера

*чего-то антикварного. Приятной старины.
Там заходишь, в музее старинные наряды висят.
Там есть старые вырезки. Ты покупаешь билет,
заходишь в коридор, на этаж. На этаже музей.
Я просто так в этот музей не ходила, только когда
на спектакль ходила. (Иркутск, женщина, 28 лет,
в театр ходит.)*

Театр — скучное и устаревшее

Если театр — это антикварный вид досуга, то появляются риски, что он в восприятии публики становится устаревшим, скучным, не актуальным. Да, люди, которые ходят в театр, — интеллектуалы, но они скучные, даже если смотреть современные постановки.

Скука. Интеллектуалы. Те, кто туда ходят, кому это интересно. Выход в свет в красивом наряде. Люди с IQ выше среднего, которым интересны классические произведения, постановки по ним, современные авторы, которые пытаются идеи какие-то глубокие донести до общества. (Пенза, мужчина, 34 года, в театр не ходит.)

*Скучно. Уже на втором антракте я скучаю.
(Пенза, женщина, 32 года, в театр ходит редко.)*

Редко и вовсе не ходящая в театр аудитория демонстрирует высокий запрос на потребление развлекательного контента, который заинтересует их. И театр в их представлении не способен удовлетворить данный запрос, что необходимо учитывать при выстраивании коммуникации со своей аудиторией.

Скучно, долго. Неинтересно. Я могу это оправдать тем, что я не увидела того, что меня заинтересовало. (Нижний Новгород, женщина, 25 лет, в театр не ходит.)

В этом контексте показательна цитата из интервью с нашим собеседником из Нижнего Новгорода, который повел девушку в театр на свидание, а затем понял, что, предлагая такой формат совместного времяпрепровождения, он может быть воспринят как «несовременный». То есть даже классический паттерн «пойти на свидание в театр» сегодня воспринимается как обладающий высокими рисками для не-театральной публики.

Информант: Хотелось культурно провести время, заинтересовать девушку. Мысль в голову пришла, я ее пригласил. Мы через месяц расстались. Я понял, что с театрами надо заканчивать. Никаких больше театров.

Интервьюер: А какое мнение может сложиться о парне, который приглашает в театр?

Информант: Несовременный. Откуда я знаю, я не девушка. (Нижний Новгород, мужчина, в театр не ходит.)

Театр — это все подряд

Необходимо также отметить, что представления о театре у редко ходящей или потенциальной аудитории оказываются очень сумбурными, то есть под театром подразумевается все подряд, начиная от детских утренников, заканчивая ледовыми шоу на коньках, в особенности если это представление проходит в здании театра. В таких условиях театру становится все тяжелее дифференцироваться от других способов проведения досуга. В то же время как дополнительный ресурс у театра появляется возможность заимствовать инструменты и приемы смежных жанров, чтобы привлекать такую публику, предлагая ей больше разнообразия, например, музыкальные концерты, детские представления и т. д.

По телевизору, на автобусах. Вот недавно было ледовое шоу, я просто видела, что были расклеены афиши, потом в Инсте у друзей увидела. Название, наверное, привлекло.

«Щелкунчик». По-моему, я даже узнавала цены. Если не ошибаюсь, около пяти тысяч. Это московский был какой-то. Если я не путаю. У нас привлекают яркие краски, но у нас этого мало. Если приезжают московские, питерские, у нас это известно всегда. Активно пиарят. (Иркутск, женщина, в театр ходит редко.)

На дочь, на спектакли, там до тысячи рублей доходит... Я хожу бесплатно. Для дочки вполне достаточно 300–350 рублей, это нормальная цена. А бывает ледовое шоу, оно там вообще чуть ли не пять тысяч рублей стоило. Но я все равно купил. (Иркутск, мужчина, в театр ходит редко.)

Хочу на кукольный нижегородский. Чаше идешь на праздники какие-то, чтоб как-то разнообразить досуг. А так в выходные не успеваешь. Зал много времени отнимает. 2–2,5 часа вылетает. За неделю брал. В принципе успевал. Билеты есть. Может, потому что цена такая. На «Фиксиков» билетов не было. Я их за полтора месяца брал в том году. В этом году больше был выбор. Приехало побольше. Три на выбор. Она захотела на «3 кота». Мы не стали спорить. (Нижний Новгород, мужчина, в театр ходит редко.)

Я не очень люблю театры в принципе, я не вижу в этом особого шика, класса... Не тянет меня. Дочь — вот эти все билеты новогодние... Покупаем, отправляем... Одна либо с сестрой, с родней ходит. (Иркутск, мужчина, в театр ходит редко.)

В то же время театральные зрители, для которых практика хождения на спектакли является достаточно укорененной, транслируют иные паттерны восприятия театра. Для них посещение театра становится рутинным (хотя не лишенным сакрального смысла) событием. Такая публика ходит в театр для того, чтобы получить удовольствие, не стараясь при этом соответствовать каким-либо стереотипам и мифам.

Для меня это провести досуг, вечер, время свободное. Я могу, если опаздываю, и с работы подъехать к театру. Мне без разницы, как я оделся, я пришел посмотреть, удовольствие получить. (Астрахань, мужчина, 39 лет, в театр ходит.)

Театр — это приятно и атмосферно

Для зрителей, которые ходят в театр, данная практика ассоциируется скорее со спокойствием, расслаблением, наслаждением. Это может быть

красиво, эффектно, весело, но, как правило, в первую очередь интересно. Информанты говорят, что они отдыхают в театре эмоционально, морально и физически.

*Театры: спокойная, расслабляющая.
Наслаждаешься, смотришь. (Кемерово, женщина,
44 года, в театр ходит.)*

*Театр — это, наверное, не развлечение,
там пришел, сел и смотришь. Это отдых.
Эмоциональный, моральный, физический —
любой. Отдых — это театр. Я расслабляюсь
абсолютно. Я забываю обо всех проблемах.
Я просто вовлечена, и я сижу. (Иркутск,
женщина, 28 лет, в театр ходит.)*

*Красиво, эффектно, интересно, весело, смешно,
фото красивые. (Астрахань, женщина, 29 лет,
в театр ходит.)*

Интерес при этом представляет не столько сам выход в театр и архитектурная среда (хотя и они тоже), но и режиссерская работа, сценография, замысел автора, сюжет постановки.

*Культура, искусство, жизнь, приятное место,
интересное архитектурное сооружение,
интересный режиссер. Мне интересен*

режиссерский спектакль в большей степени, чем актерский, какая атмосфера. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Важным залогом этого отдыха также является красота и особая театральная атмосфера, акустика, освещение, которые создают ощущение некоторого таинства. Интересно также обратить внимание на ассоциации с люстрой, которые возникали как в интервью с редкими театральными зрителями, так и в интервью с вовлеченной в театр публикой: «Театр — это красивая люстра».

В театре живые люди и атмосфера другая. Культурно отдыхающая. В театре даже акустика другая, свет приглушенный. Там красивые люстры, красивый потолок. Вся эта красота — вот отличие. Ну и живые люди, не через кинолентку. Хотя в кинозале бывают удобнее кресла. Никакого экшена, никакого действия. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Театр — что-то сакральное

В целом для описания своего опыта посещения театра театралы используют такие понятия, как «ритуал», «волшебство». Информанты отмечают, что волнение у них вызывает возможность услышать шум в зале,

увидеть смену декораций — они обращают внимание на разные мелочи, которые оказываются для них важны, «как жизнь». В этом плане само посещение театра становится сакральным, мифом, с которым театры могут работать, поддерживая атмосферу и предлагая вовлеченным зрителям возможности для приобщения к театральной жизни.

Приличная часть жизни. Утратишь возможность услышать шум перед спектаклем, увидеть людей в зале. (Кемерово, женщина, 64 года, в театр ходит.)

Возвышенное состояние. Прямо хорошо. Не прямо праздник, а предвкушение, ожидание чего-то интересного, необычного, нового. Люблю смену декораций. Иду, вижу новую постановку, новых людей, новые мысли. Для меня это прямо жизнь. Как ездить просто люблю. (Пенза, женщина, 62 года, в театр ходит.)

Театралы в понимании такой аудитории — «более выразительные, живые, утонченные» (Астрахань, мужчина, 23 года, в театр ходит). В создании этого сакрального опыта посещения театра роль отводится также и публике «в красивых платьях и костюмах».

Каждый раз, вот я хожу всю жизнь, с детства, и для меня это всегда какое-то волшебство. Я как-то всегда, прям если чуть-чуть отвлекусь от действия и посмотреть на вот эти еще не заполненные или уже освободившиеся... боже, там вот... Прям вот можно увидеть этих богемных мужчин в красивых одеждах, этих женщин там с перьями, в платьях. Он же старый-старый, ему вообще вроде больше 100 лет уже, и вот они так стараются сохранить это все... В красивых платьях, костюмах — это зрители. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Во многом поэтому поход в театр для такой аудитории становится ритуалом, ценность которого заключается в его регулярной воспроизводимости, как в приведенной ниже цитате информантки из Иркутска, которая старается ходить в театр с определенной периодичностью, что во многом стало ее привычкой. Для таких зрителей интерес могли бы представлять программы поощрения регулярного хождения — программы лояльности, абонементы и т. д.

Сейчас вот март. Так, мы сходили... все, мы в феврале раз сходили, пошли в марте — все. То есть идем в марте, смотрим репертуар на март. Ну это с подругой. С мужем в театр ходим редко, его не вытянешь, времени

у него нет. С подругами: «Давай на это? — Нет. — Давай тогда это посмотрим». Ну то есть смотрим по репертуару, вкратце содержание посмотрели — все, берем билеты, заказом онлайн... и все, идем. (Иркутск, женщина, 41 год, в театр ходит.)

Такой ритуал может быть также сопряжен с иными практиками (встреча с друзьями с заходом в кафе, прогулка и т. д.), о чем более подробно пойдет речь в разделе о мотивации выхода в театр.

Раздел 2

Кино — главный конкурент

Говоря о современном досуге, информанты указывают на множественность доступных вариантов проведения свободного времени. С каждым годом разнообразие доступных возможностей увеличивается даже в малых городах во многом за счет появления и распространения цифровых технологий. В то же время, как демонстрируют результаты других исследований Лаборатории будущего театра², разные способы проведения досуга не обязательно вступают в конкуренцию друг с другом. В целом активные зрители оказываются лидерами не только по частоте посещения театра, но и также по частоте других досуговых практик, не связанных с театром: они чаще встречаются с друзьями, ходят в кино и на концерты, в музеи, на выставки, читают газеты, журналы и книги. Зачастую сами информанты говорят о связи между собой разных видов досуга: например, чтение книг может способствовать увеличению интереса к театральным постановкам.

² Портрет зрителя драматических театров. Всероссийское исследование театральной аудитории. М.: Российский институт театрального искусства — ГИТИС, 2019. С. 147.

*В книжке воображаешь, а в театре видишь,
и если известный автор, и ты имеешь
представление, о чем это, совпадает ли.
(Кемерово, женщина, 64 года, в театр ходит.)*

Информанты отмечают, что разные досуговые возможности позволяют удовлетворить разные потребности, поэтому они не противоречат друг другу, а дополняют, что может быть использовано театрами. Тем более что, как было отмечено выше, посещение концерта может восприниматься информантами как посещение театра, в особенности если концерт проходит на театральной площадке.

*Радость, веселье. Я с концерта ухожу
в приподнятом настроении, заряд энергии.
Положительно на меня влияет. (Пенза, женщина,
40 лет, в театр не ходит.)*

В то же время такие практики, как просмотр телевизора, занятия спортом, посещение спортивных и религиозных мероприятий, прослушивание радио, не являются характерными для активной театральной аудитории³. Хотя речь о данных способах проведения свободного времени заходила

³ Портрет зрителя драматических театров. Всероссийское исследование театральной аудитории. М.: Российский институт театрального искусства – ГИТИС, 2019. С. 147.

в интервью со всеми типами информантов, не-зрители в целом указывали на них как на более предпочтительные и интересные.

А сейчас понимаю, что это вообще не мое, неинтересно. Может, там бывает что-то интересное, я по телевизору лучше посмотрю, не пойду. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Расширение перечня возможных досуговых практик, с одной стороны, выгодно выделяет театр, особенностью которого является уникальность и сиюминутность продукта, а с другой — создает театру дополнительную конкуренцию, например, за счет показа записей или прямых трансляций театральных постановок (в том числе иностранных) в кинотеатрах, что может оттягивать на себя часть театральной аудитории, хотя никто из информантов и не говорил о том, что для них просмотр спектаклей в кинотеатре и посещение театра являются взаимозаменяемыми.

К кино не отношусь так серьезно. Оно в записи, а театр — это живьем. Это не повторится. А кино в любой момент даже с телефона можно посмотреть. Есть высокое искусство кино, но сейчас оно больше под попкорн вечером. В то же время хожу на показы английских

спектаклей в кино, мне нравится. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

В свою очередь для не-зрителей или редких зрителей доступ к цифровым записям театральных постановок становится фактором, который снижает их интерес к очному посещению театра: зачем идти в местный (провинциальный) театр, если можно дома посмотреть запись заграничного шоу или представления.

А ты можешь посмотреть в Ютубе кого-то либо из других городов, либо комиков из Америки, и ты понимаешь — что как бы клево, молодцы, но у нас в городе и все. Может, они и сами понимают: мол, ну хотя бы здесь молодцы. Вот сидишь, нас осуждаешь, а мы выступаем перед тобой. Их тоже можно понять. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

На уровне восприятия информантами основным «конкурентом» театра можно назвать посещение кинотеатра и просмотр фильмов дома. В ряде случаев, говоря о вероятности похода в театр, сами участники исследования противопоставляли эти способы проведения свободного времени, указывая, что каждый из них обладает своими преимуществами и недостатками. Рассмотрим особенности театра в контексте его сравнения с походом в кино.

Театр эмоциональнее

В первую очередь, говоря о сравнении кинотеатра и театра, информанты, имеющие опыт посещения театра, отмечают, что поход в театр всегда дарит им особые эмоции, которых никогда не испытаете в кино, поэтому *«сейчас понимаю, что лучше сходить в театр, чем посмотреть беспонтовый фильм, которые сейчас штампуют, в которых нет смысла, ничего нет. Театр — это все-таки качество, и я действительно испытываю эмоции»*. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Театр для зрителей, которые в него ходят, обладает своим уникальным языком, благодаря которому и достигается эта эмоциональная вовлеченность.

Это подтексты, решение современных тем, просто классика. Эмоциональная подача другая. Кино немного холодноватое. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

В этом сравнении кино проигрывает своей отстраненностью и дистанцированностью от зрителя.

Посещавшая театр аудитория говорит о походе в театр как о более интересном виде досуга, который при этом требует от зрителя большего вовлечения, поэтому просмотр фильма может не оставить после

себя никакого впечатления, а театр всегда дарит эмоции — положительные или отрицательные.

Спектакль интереснее. Посреди спектакля точно не усну, а в кино могу уснуть реально прям. Не зацепило и все. Если спектакль не нравится — уйду. (Астрахань, мужчина, 39 лет, в театр ходит.)

Несмотря на то что кино, по мнению информантов, обладает гораздо большим количеством рычагов воздействия на человека, в театре те же инструменты (музыка, актерская игра и т. д.) действуют иначе, причем театру в этом случае приписывается такая характеристика, как качество.

В театре они подбирают. По телевизору в сериалах монотонная музыка, ужасная. В театрах музыка, световые. В театре непосредственное общение. (Кемерово, женщина, 64 года, в театр ходит.)

Театр живее

Эмоциональность достигается в первую очередь за счет того, что спектакль — живое действие, в котором заняты живые люди. Именно на энергетике живых актеров, которая не всегда может быть идеальной, может давать

сбои, но от которой бывают мурашки, и основывается во многом притягательность театра.

*Они же нарисованные, неживые — живые, конечно, но на пленку сняты. А здесь — живые люди с живыми эмоциями, особенно когда ты точно какие-то моменты знаешь, и не первый раз, например, смотришь спектакль, то понимаешь, что другой это спектакль. Вроде бы как всегда, но понимаешь, что в прошлый раз не на таком драйве, это видно, это чувствуется. Не знаю, это другое совсем. От кино у меня не бывает мурашек, как от живого концерта, театральной постановки.
(Кемерово, женщина, 33 года, в театр ходит.)*

Особую роль при этом для аудитории играет возможность увидеть не идеальное представление, а живое действие, в котором есть место ошибке

Театр — это живой. Это живые люди, живые эмоции. Кино — это заснято, переснято, отфильтровано, прорепетировано, вырезано, врезано и прочее. А в театре даже любая ошибка актера на сцене — это приятно. Потому что ты понимаешь, что это живые эмоции. Ты слышишь все вживую. Это не записи, там голоса. Если опера или оперетта — это пение — вот сейчас, в данный момент происходит. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Театр праздничнее

С точки зрения различий похода в театр и кинотеатр значимой чертой именно театра становится праздничность, необычность атмосферы. Как зрители, регулярно посещающие театр, так и потенциальная аудитория признают, что выход в театр — это особое событие, которое требует отдельной подготовки. Так, для кого-то эта подготовка подразумевает особый внешний вид, что не требуется в кинотеатре.

Да хорошо, конечно, это же праздник. Вот в кино можно ходить каждую неделю, а в театр каждую неделю не будешь, потому что спектаклей столько нет, а в кино хоть каждый четверг, но ты же не пойдешь туда в красивом платье, смысла никакого. (Астрахань, мужчина, 42 года, в театр ходит.)

Фильм — это экран, а не игра актеров. В театр приходишь как на праздник. Раньше вообще приходили в театр как на праздник, целое событие. Сейчас с возрастом как-то попроще это все. Все уже пересмотрели. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Для потенциальных зрителей, как уже отмечалось ранее, на первом плане именно сам факт выхода

в театр — не так важно, на что пойти, сколько просто пойти в театр. В кинотеатре, как правило, выбор фильма является для таких зрителей приоритетным.

В кино мы идем просто в кинозал. А театр ассоциируется, наверное, что мы первично идем в театр, а вторично — на сам спектакль. Театр определенное место, церемония какая-то. (Иркутск, женщина, в театр ходит редко.)

Информанты относят театр к искусству, тогда как кино для них — это, как правило, развлечение.

Искусство — это живопись, театр туда тоже относится. Не мной придумано. Кино тоже искусство. Не могу объяснить. Театр — искусство, кино нет. Закончим на этом. (Пенза, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.)

Причем ключевая роль в создании этого искусства отводится актерам и возможности вступить с ними в зрительный, эмоциональный или даже вербальный контакт, в зависимости от формата постановки. Для зрителей важна также коллективность восприятия спектакля. В то время как в кино ты сидишь в темном зале и никого не видишь, в театре все зрители вместе аплодируют, ты видишь других зрителей, а они тебя. Особая театральная атмосфера позволяет иначе, в чем-то глубже, воспринимать постановку, что важно,

в первую очередь для постоянной театральной аудитории.

Потом в театре ты сидишь, аплодируешь. Ты смотришь на актеров, они — на тебя. В кино ты не аплодируешь, сидишь, тебя никто не видит, ты никого не видишь. Ты с ними взаимодействуешь в театре. На меня это положительно действует, мне приятно. Если есть возможность, я беру первые, вторые ряды. Если есть места и по цене более-менее. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Поход в театр становится событием, которое точно запомнится, тогда как кино, более вероятно, может забыться, по мнению информантов.

Мне кажется, то, что реальные актеры, может быть, даже увлечение посерьезней бывает. Истории в театре более приземленные, нет спецэффектов. Кино должно быть очень хорошо снято, чтобы оставить впечатление, и его запомнил, а в театре всегда очень выверены акты, структура и актерская игра, то есть все на уровне, и поэтому каждый поход он запоминается. Кино может и не запомниться. (Астрахань, мужчина, 23 года, в театр ходит.)

Причем событием, которое требует от зрителей особого участия, иногда даже терпения, так как поход

в кинотеатр с мягкими креслами оказывается более комфортным физически. Кроме того, при просмотре спектакля в театральном зале информантам приходится больше вовлекаться в происходящее, инвестировать свои силы: отсутствие «экшена и действия» требует повышенного внимания.

В театре живые люди и атмосфера другая. Культурно отдыхающая. В кино без света, сидишь во мраке. В театре даже акустика другая, свет приглушенный. Там красивые люстры, красивый потолок. Вся эта красота — вот отличие. Ну и живые люди, не через кинолентку. Хотя в кинозале бывают удобнее кресла. Никакого экшена, никакого действия. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Театр условнее

В качестве критики театра в сравнении с кино отмечается, что отличительной чертой театральных постановок является высокая степень условности, тогда как кинотеатр позволяет достичь реалистичности действия. За счет этого спектакль может восприниматься «понарошку».

Я вообще театр не люблю. Мне кино нравится. В театре рядом, живые люди

*пред тобой играют. Как-то это не так.
Ощущение, что не по-настоящему. Декорации.
Не как в фильме. Ощущение, что все понарошку.
(Пенза, женщина, 58 лет, в театр не ходит.)*

Данная критика характерна для зрителей, которые редко либо вообще не ходят в театр. При этом информанты сами признают, что подобное отношение к театру является скорее их индивидуальной особенностью восприятия, поэтому данное противопоставление является скорее условным и, возможно, результатом недостаточной насмотренности.

Если поставят, не думаю, что пойду. Я бы лучше кино посмотрел. Оно проще для меня воспринимается. Если рядом с собой увижу взрослых людей, которые из себя изображают что-то, я считаю, что это не очень правильно... Я не вижу в этом смысла. (Иркутск, мужчина, в театр ходит редко.)

Театр недоступнее

В разных смыслах театр оказывается, в сравнении с кинотеатром, менее доступен для обычной аудитории, причем как той, которая туда все же ходит, так и той, которая его вообще не посещает.

Во-первых, конечно, восприятие тетра как недоступного «здесь и сейчас» во многом является результатом развития цифровых технологий и появления возможности получить доступ к просмотру кино в любой момент времени.

Но кино я тоже люблю. Просто сейчас кино стало более доступно. Я могу в Интернете посмотреть. А спектакли не могу. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Недоступность театра объясняется непривычностью данной практики: непонятно, как выбрать постановку, как купить билеты, где это сделать, с кем пойти. При выборе способа проведения досуга гораздо проще оказывается прибегнуть к привычной и доступной практике похода в кино.

Может, развлечений много других. Когда хочешь развлечься, приходит на ум то, что сейчас делаешь: кино. А новое отодвигается в зону когда-то, когда-то схожу. (Пенза, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

В этом контексте театрам необходимо развивать инструменты, которые позволят сделать процесс выбора спектакля и покупки билетов максимально доступным непривычной аудитории. В первую очередь, роль в расширении этой доступности

должны играть онлайн-инструменты: размещение полной информации в Интернете, подготовка тизеров спектаклей, онлайн-продажа и т. д. О недоступности театра более подробно пойдет речь в разделе 5 «Барьеры посещения театра».

Кроме того, важную роль играет и ценовой фактор. Как отмечают информанты, посещение кинотеатра, как правило, оказывается дешевле.

Театр — это что-то особенное, я туда хожу редко, раз в два года. А кино — раз в месяц можно сходить. Или просто заняться нечем — ну пошли в кино. При этом в театр — тысячу, две рублей, а в кино 150 рублей. (Астрахань, женщина, 25 лет, в театр не ходит.)

Оно примерно одинаково, актеры есть и в кино, а вот цена немного коробит, чтобы ходить в театр, нужно планировать бюджет. А в кино есть скидки («Киномакс»), промокоды, рассылки и выходит дешевле. (Астрахань, мужчина, 23 года, в театр ходит.)

Хотя среди информантов встречаются и те, которые демонстрируют противоположные взгляды. Зрители, которые обладают достаточно большим опытом посещения театра, говорят о разных опциях и возможностях купить билет дешевле, например,

заранее узнавая о старте начала продаж и т.д. В этом плане важную роль в расширении доступности театра и вовлечении новой аудитории может играть развитие гибкой ценовой политики.

Приезжают московские. Местные у нас недорогие, 500 рублей, 800 рублей это МСК была. А у нас местные 300 рублей где-то. Кино 350 рублей где-то. В театре ничего не хочется, ни попкорн, ничего. А в кино хочется что-то пожевать. Мы не брали в буфете шампанское, но оно есть. В кино все берут, тебе же тоже надо, чтобы просто так не сидеть. У меня ребенок даже дома не смотрит без чипсов, попкорна. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Раздел 3

Мотивы посещения

Мотивационная структура как не-зрителей, так и потенциальной театральной аудитории оказывается крайне неоднородна. На основании полученных данных невозможно говорить о существовании ограниченного набора ключевых мотивов, а также о наличии статистически значимых различий мотивационной структуры в разных категориях, однако выявление отдельных категорий мотивов на основании интервью с разными группами зрителей и не-зрителей позволяет получить комплексное представление о том, какие ресурсы театра могут быть использованы для увеличения заинтересованности и вовлеченности потенциальной аудитории.

Событие

В первую очередь для многих информантов, которые хотя бы иногда ходят в театр, посещение спектакля становится важным жизненным событием, выходом в свет. Это позволяет отвлечься от обычных житейских забот, в особенности когда посещение театра является редким или исключительным событием, а не входит в число постоянных практик зрителя.

Мне нравится театр, когда он редко, потому что это событие. (Астрахань, женщина, 25 лет, в театр ходит.)

Поход в театр воспринимается как ритуал, который сопряжен с большим количеством других практик: для аудитории важен не только просмотр спектакля, но и процесс покупки билета, сборы в театр, перемещение внутри театра, встречи со знакомыми, что приобретает особую роль в небольших городах. В этом контексте театр должен предоставлять возможности для удовлетворения данных мотивов. Информанты указывают на наличие представления о классическом театре, перед посещением которого необходимо сделать прическу, красиво одеться. Несмотря на то что зачастую такая практика воспринимается как неактуальная сегодня, для самих информантов она становится важной как маркер различения обыденной жизни и особенного события — выхода в театр.

Люди стараются как-то одеться, прическу сделать. Хорошо выглядеть. Сейчас все равно делаю. В театр приходишь, там публика. Ты по нему ходишь. В театре ты ходишь по театру, встречаешь знакомых, это целая процедура. Театр — это все-таки выход. Выход в свет. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Но все-таки не с хвостиком туда пойдешь, как-то что-то там закрутишь на волосах, оденешься как-то покрасивее, может, даже каблук... Ну то есть театр — это как выход в свет. У меня как бы мама была театралкой, и помню с детства всегда театр — это событие какое-то... Ты одеваешь эту рубашку, эту жилетку, эти запонки. Мама тоже там каблук, что-то красивое, душатся все. Марафет, меня тоже во что-то там... какие-то банты. «Вот мы идем в театр» (с выражением). Ну то есть это всегда какое-то событие. До сих пор все равно... (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

В ряде случаев, особенно для редко ходящей аудитории, театр просто становится тем местом, куда можно «выйти», не сидеть дома, что опять же особенно актуально для небольших городов, досуговые возможности в которых зачастую оказываются ограниченными.

Просто хочется куда-то выйти. Или такая мысль стреляет, что давно в театр не ходила. А еще бывает приходят агенты с репертуаром, билеты распространяют на работе, и вот тогда тоже задумываюсь, что давно не ходила. Рядом с театром, кстати. Драматическим. (Иркутск, женщина, в театр ходит редко.)

Выход в свет — это праздничность и необычность обстановки, поэтому люди, которые редко ходят в театр, стараются выбрать постановки, которые позволяют им получить соответствующие эмоции.

Праздничная. Сама по себе пьеса такая, там музыка хорошая, оформление. (Пенза, женщина, в театр ходит редко.)

Об эмоциональной стороне посещения театра пойдет речь далее.

Приключение

Так как поход в театр становится для потенциальной аудитории важным и уникальным событием, то особую роль начинает играть возможность совместить этот поход с другими досуговыми практиками: встречей с друзьями, прогулкой по городу, посещением кафе или ресторана. Зачастую при выборе театра или постановки информанты руководствуются не содержательными мотивами (кто режиссер, о чем постановка), а, например, местом расположения театра. Предпочтение в таком случае отдается площадкам, которые расположены в центре города, не только потому, что до них удобно добираться, но и так как позволяют совместить посещение с приятной прогулкой.

*Больше в драмтеатр хожу. Предпочтение.
Скорее, расположен удобнее. Там большая
площадь, территория. Можно прогуляться.
(Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)*

Тем более что для таких зрителей поход в театр зачастую сопряжен с посещением кафе, особенно, если поход в театр стал поводом для встречи с друзьями или близкими людьми.

*Да, после спектакля мы, например, с подружкой
всегда идем в кафе. (Астрахань, женщина,
44 лет, в театр ходит.)*

Информанты в ходе интервью не склонны рассказывать о ситуациях, когда отсутствие кафе или ресторана поблизости с театром послужили бы причиной отказа от похода, однако отмечают, что возможность совместить разные виды досуга, как правило, увеличивает вероятность выбора соответствующей театральной площадки, что может быть важно для самих театров с точки зрения создания условий привлечения потенциальной аудитории.

*С подружками. Потому что мы с ними
как-то ближе, понятнее, встречаемся с ними
нечасто. Завтра иду с подружкой. Сначала
мы идем отдельно в кафе поговорить, а потом
мы идем в театр. В кафе мы ходим всегда перед*

театром. Поговорить. Выбираем хороший ресторан, посидеть, пообщаться. Недалеко от театра, в 130-м квартале. Мне нравится ресторан итальянской кухни, называется «Фобо», и есть «Шашлыков», тоже неплохая сеть. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Роль при выборе играет не конкретное заведение, а просто возможность провести время со своими близкими, то есть кафе становится просто пространством, в котором можно встретиться с друзьями, поговорить, отвлечься от своих дел. Фойе театра, как правило, не предоставляет достаточных ресурсов для удовлетворения данной потребности, хотя создание отдельных зон, создание отдельной зоны с кафе, расширение предоставляемых услуг, увеличение времени доступа в театр и кафе позволили бы удовлетворить данную потребность.

Я вообще не люблю сладкое. В кафе иду, потому что это же часть программы, провести время. Мы после кино всегда стараемся... Не знаю, если мы с подружкой идем, то мы всегда идем в кафе. С Оксанкой, например, редко видимся. Если встречаемся, то просто так не расстаемся, мы идем. Фиксированных блюд для театра нет. Еще же в зависимости от театра: тут одно кафе, там другое. Ничего не привязано, все по-разному. Я вот после этих мероприятий

обычно не ем, просто чай попью. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Важно также отметить, что подобная практика совмещения способов проведения свободного времени не является уникальной только для театра. Активная аудитория различных культурных проектов предпочитает сопровождать посещение кафе также, например, походы в кинотеатры.

Как с мамой сложилась традиция, так и с мужем, и с ребенком. Всегда после кино идем прогуляться, зайдем в пиццерию, посидим, позвоним друзьям, чтоб присоединились. (Пенза, женщина, 40 лет, в театр не ходит.)

Причем приоритет отдается не тому заведению, которое расположено непосредственно в фойе кинотеатра или театра, а именно кафе или ресторану, расположенному недалеко. То есть буфет, как правило, не становится альтернативой, которая позволяет удовлетворить данную потребность и не заменяет полноценное кафе.

Люблю обсуждать, просто поговорить. Хочется зайти в кафе атмосферное. Мы не заходим в кафе в кинотеатре, если есть время. Если есть 1–1,5 часа, едем в кафе, которое нравится. «Корнер». Это заведение для молодежи

с серьгами. Современное. Другое кафе, где тихая музыка. Нет двадцатилетнего ажиотажа. Вкусная еда. Уже хочется вкусный десерт. Заказываешь десерт, тебе несут какао. (Пенза, женщина, 32 года, в театр редко.)

Мотив приключения связан также с такой практикой, как посещение театра в поездках — командировках или во время путешествий. Как правило, информанты говорят о посещении театра в Москве или Санкт-Петербурге как двух театральных столицах России. За такие посещения театра, которые становятся уникальными событиями на фоне остальных выходов в театр, информанты готовы больше платить, причем говорят об этом даже те участники исследования, которые в своих городах посещают театры крайне редко либо не посещают вообще.

Тут домашняя атмосфера, все обычно, ну завтра, ну через месяц. А в Москву приезжаю на три дня — все, в пятницу вечером должна сходить, ничего не знаю. Не схожу в пятницу — уже не схожу. (Астрахань, женщина, 25 лет, в театр не ходит.)

Я б, наверное, заплатил. Особенно где-то в другом городе. Это какие-то эмоции на память. Можешь приехать, рассказать. Это необычно, у нас такого нет. (Нижний Новгород, мужчина, в театр ходит редко.)

Ключевым при этом становится не столько возможность увидеть конкретную постановку, сколько тот факт, что такой поход в театр станет событием, которое оставит эмоции и запомнится надолго, поэтому театры могут активно работать с такой категорией, как туристы и командировочные.

Эмоции

В целом, именно эмоциональная мотивация становится одной из ключевых при выборе спектакля или принятии решения о походе в театр. Как уже отмечалось выше, эмоциональная вовлеченность в театре выше, чем в кино, поэтому данный вид досуга для части зрителей становится предпочтительным. Причем речь идет о целом спектре различных эмоций — от радости и счастья до грусти и печали.

Театр — это все-таки качество, и я действительно испытываю эмоции. Если мне грустно, я реально плачу. Если мне весело, я сижу и смеюсь. То есть я не помню уже, когда я в последний раз плакала от фильма. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Во многом выбор конкретной постановки определяется как раз эмоциональным состоянием информантов в момент выбора спектакля,

а не какими-то рациональными мотивами. Это особенно актуально для случаев, когда выбор спектакля совершается в последний момент, непосредственно в день показа, либо накануне.

*Выбираем, на что хотим пойти, поплакать или посмеяться, сегодня настроение поплакать.
(Астрахань, мужчина, 42 года, в театр ходит.)*

Отдельно раскрытию этой эмоциональной вовлеченности способствует интимность зрителей и актеров, достигаемая за счет живой игры и небольшой дистанции, особенно на камерных театральных сценах.

В камерных — интимная. Когда актеры прямо напротив вас. Они могут произносить монолог и смотреть тебе в глаза, и ты начинаешь ежиться. И было, поблагодарили за то, что ты ему помогаешь, потому что актеру нужны глаза перед собой. Ну это малая сцена, это другое. Актеры не кричат, ведут себя естественно. Там истории такие бытовые бывают, но они воспринимаются иначе. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Ну мне тоже неплохо, я получаю удовольствие, но предпочтение отдаю больше драмтеатру. А там еще есть основная и камерная сцена,

вот камерная сцена это прям вообще огонь для меня. Такое ощущение, что ты там, это мне очень нравится. Ощущение, что ты как будто там, и там я всегда плачу. Прям рыдаю. Могу плакать весь спектакль. Очень яркие эмоции, всегда уже беру с собой платочек. Мне не стыдно, это настоящие эмоции. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Причем, даже признавая определенные недостатки театральных постановок в местных (провинциальных) театрах, зрители, имеющие опыт посещения театра, указывают, что интимность и живая игра являются для них ключевыми, поэтому любые цифровые формы, трансляции показов в кинотеатрах или онлайн не способны заменить.

Да, а сильные эмоции — это интерференция эмоций зрителя и актера. Когда оно друг на друга накладывается, и — ух! — впечатлений сколько. Кино мертвая в этом плане вещь. Там человек отыграл и забыл. Ты смотришь на слепок его эмоций. А тут ты смотришь живую. Театр HD есть, я посещал пару раз. В кино показывают запись театральных выступлений. После этого трудно ходить в нижегородские театры. Уровень совсем другой. Но нет этого живого. (Нижний Новгород, мужчина, 37 лет, в театр ходит редко.)

Говоря о запомнившихся и понравившихся спектаклях, информанты зачастую указывают на невозможность описать свое эмоциональное состояние в момент просмотра обычными словами, используют обороты «Не могу передать», «Не описать словами» и ярко окрашенные эпитеты «эйфория», «катарсис» и т. д.

*Это просто сказка, настолько красиво,
я передать не могу, эйфория какая-то. (Пенза,
женщина, в театр ходит.)*

*Для меня это что-то такое... Ну не знаю, как это
словами описать... Ну вот театр Загурского...
То есть больше эмоциональности, драматический
театр. Больше впечатлений, больше познания
себя и окружающего мира. Более что-то такое...
Если Распутина ставят, да... (Иркутск, женщина,
41 год, в театр ходит.)*

Желание получить эти уникальные эмоции становится мотивом повторно посещать театр или даже один и тот же спектакль, хотя для нерегулярной публики данная практика не является характерной. Наша информантка из Кемерова рассказала, что получала особое удовольствие от второго и третьего просмотра одного и того же спектакля, потому что имела возможность в динамике наблюдать за эмоциональным состоянием актера и отслеживать, как именно его чувства и переживания отражались

на его исполнении. Театр для регулярно посещающих его зрителей — живой организм, а не просто здание, в котором они могут приобщиться к культуре.

Я театр люблю больше, чем кино. Потому что даже если ты пять раз смотрел этот спектакль, он все время будет разным, потому что это живые эмоции актера, и они меняются. То есть я там смотрела спектакль раза три: на премьере, через год и еще через какое-то время, и я еще знала, что у главного героя (актера) какое-то событие в жизни произошло тяжелое, знала, что у него не очень хорошее эмоциональное состояние, зритель этого не видит, но я — в динамике помню его на премьере, видела, когда он все эти негативные эмоции пережил и снова играет. И вот тогда это максимально классный спектакль, там тоже было хорошо, но я знала, что ему тяжело, что он это переживает, но ему надо работать, а вот когда у него все классно, совсем другое... Это прям драйв, кайфуешь, когда смотришь третий раз, он, наверное, и был самым классным. Совсем другие эмоции, живая публика. (Кемерово, женщина, 33 года, в театр ходит.)

Ностальгия

Одной из таких ярких эмоций, которые становятся мотивом посещения театра, является ностальгия. Посещение спектакля — возможность для таких зрителей вспомнить времена, когда они часто ходили в театр либо попали туда первый раз. В своих нарративах информанты указывали, что театр напоминает им о школьных годах либо о времени студенчества, поэтому для театров важно сохранение данной преемственности. Для части зрителей посещение театра (особенно в регионах) становится традицией, которая позволяет поддерживать чувство стабильности.

Драмтеатр — настроение посещения, подготовка, атмосфера, когда приходите, они отличаются от музыкальных, драмтеатр ближе и роднее. Хожу со школы. (Астрахань, мужчина, 39 лет, в театр ходит.)

Мы со студенчества были влюблены в этот театр. Не знаю почему. Сама атмосфера, мы пришли туда студентами, и когда, может, не хватало средств на что-то, хватало на билет в этот театр. И мы вот пришли на «Юнона и Авось», и нас настолько он поразил. И сейчас только туда, если подруги приезжают. Ни в кафе, ни в ресторан, именно в этот театр. (Иркутск, женщина, 41 год, в театр ходит.)

Кроме того, посещение спектакля становится для зрителей хорошей возможностью вспомнить любимые произведения.

Если где-то что-то слышала — ну-ка сейчас я в памяти освежу! А, помню, пойду — то есть вот такой момент тоже есть. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Причем предварительное знакомство с произведением иногда является условием посещения театра, в особенности для редко ходящей публики и не-зрителей: театр — место для интеллигентов, я боюсь ничего не понять, поэтому мне нужно заранее подготовиться к посещению, выбрать то произведение, с которым я уже хорошо знаком, как в интервью информантки из Астрахани.

В драмтеатр я чаще хожу на известные мне произведения. В последний раз ходила на «Старший сын», мне нравится фильм, читала не раз произведение. Это что-то жизненное, близкое нам. Это не стрельба, это что-то душевное. Это для души, душевная игра, будоражит ум, душу. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Чтобы на что-то пойти, надо понимать, о чем идет речь. Шекспир. Я его не читала, поэтому мне

надо будет сначала познакомиться. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Отвлечение

Еще одной выделяющейся эмоцией становится желание отвлечься, успокоиться, получить возможность набраться новых жизненных сил: *«В эмоциональном плане театр дает успокоение, — как отмечает информант из Иркутска, объясняя это успокоение так: — Стульчики мягкие. Это кайф просто. Я ходил и в маленькие театры с маленькими сценами, но не было романтики. Это уже не история, а современный театр. У меня тем более очень много знакомых, кто этим занимается». (Иркутск, мужчина, 27 лет, в театр ходил раньше.)*

Зависит от настроения. Иногда не хочется особо включать голову, развлечься, посмеяться — драмтеатр, а если получить какое-то новое видение, мысли, тогда вот такой спектакль (ТЮЗ). (Астрахань, мужчина, 23 лет, в театр ходит.)

Важную роль в получении правильных эмоции играет атмосфера театра, на что часто указывают информанты. Это должна быть атмосфера радости, отдыха, которая позволяет «уйти от серого мира» и успокоиться, поэтому для театров важно не только

следить за качеством постановки, но и стараться способствовать созданию этой особой атмосферы.

Мне нравится... В музтеатре эта атмосфера праздника, радости. Это отдых. Ты там отдыхаешь и уходишь от этого серого мира. Мне знакомы актеры, я следила за биографией. Просто приятно послушать хорошие голоса. Это отдых. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Нет, спектакль интересен. Ну и атмосфера тоже. Сейчас театр очень красивый. И до того, как он сгорел, был нормальный. (Пенза, женщина, в театр ходит.)

Развитие

Среди важных постулируемых мотивов посещения театра значится также развитие. Зрители, посещающие театр сейчас или в прошлом, указывают, что для них поход в театр становится не просто развлечением, а возможностью рефлексировать, думать, анализировать. Как было отмечено выше, такой досуг требует также особой подготовки — возможно, следует заранее прочитать пьесу либо хотя бы ознакомиться с произведением.

Театр — это тонкое искусство, тоже наслаждение, только его не все понимают, нужно думать, анализировать. Прежде чем идешь в театр, нужно хотя бы вкратце прочитать о пьесе, что там будет. Особенно если это опера и балет. Развитие культурное, кино так не развивает. (Астрахань, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Причем разные мотивации посещения театра не противоречат друг другу, а дополняют и проявляются в зависимости от конкретной ситуации. Иногда информанты хотят получить яркие эмоции и развлечься, однако в других ситуациях мотив развития выходит на первый план. От доминирующего мотива зависит также и выбор того или иного театра. Информанты отмечают, что в их восприятии театры различаются по своей репертуарной политике.

Зависит от настроения. Иногда не хочется особо включать голову, развлечься, посмеяться — драмтеатр, а если получить какое-то новое видение, мысли, тогда вот такой спектакль (ТЮЗ). (Астрахань, мужчина, 23 года, в театр ходит.)

Посещение театра, таким образом, позволяет включиться в определенный круг интеллигентов, почувствовать себя причастным к такой публике. Для одних зрителей это становится возможностью повысить собственное социальное положение за счет

принадлежности к условной группе интеллектуалов, для других — способом оказаться «среди своих».

Драматический театр, там уже произведения другие... Там начинаешь думать уже как-то умом и эмоции другие. Хочешь тоже посмотреть на хорошую игру актеров, приятная атмосфера. Красивые декорации, публика такая приличная. Театр у нас посещают — это не бар, не кафе — более интеллигентные люди посещают театр. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Вот сюда, может быть, пошла бы. Вот если б показывали, например Чернышевского, я бы с удовольствием пошла. Мечтаю понять Булгакова, три раза пыталась читать «Мастера и Маргариту» — не идет. Но хотелось бы. Ну на Чехова, может быть, на что-нибудь пошла. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Непосредственно связанный с предыдущим мотивом — воспитательный, который, однако, не так часто проявлялся в нарративах информантов. Речь при этом идет не только о воспитании детей или внуков, но и о воспитании себя, развитии собственного эмоционального интеллекта, усвоении правильных ценностей. Информанты указывают, что посещение спектаклей меняет их жизнь, заставляет задумываться

о своих поступках либо, например, позвонить родителям.

Ты задумываешься, плачешь и понимаешь, что никогда в жизни больше не будешь грубить маме. На примере других людей в театре ты можешь оценить семейные ценности, что изменять нельзя мужчине и т. д. и т. п. Классический дает понимание ценностей: любовь, дружба, семья, отношение к родителям, к детям. Меня это очень сильно изменило, и по отношению к родителям. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Однако далеко не всегда восприятие театра как места для развития становится положительным мотивом. Иногда ожидания от театра как от места, требующего рефлексии, интеллектуального и эмоционального вовлечения, становится барьером для посещения. Зрители, редкие или не посещающие театр, воспринимают эту практику как усилие над собой, как работу.

На театр должно быть настроение «на подумать». Не расслабиться, а загрузиться. Не впустую время провести. Усилие какое-то. (Пенза, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Престиж

Среди всех мотивов посещения театра выделяется престижная мотивация, которая может по-разному проявляться в практиках и установках действительных и потенциальных зрителей. Во-первых, для реализации данного мотива требуется, чтобы посещение театра стало не просто событием, но красивым праздником. Красивым, в представлении информантов, должно быть все. В первую очередь, конечно, речь идет об архитектурной среде.

*Там красивые люстры, красивый потолок.
Вся эта красота — вот отличие. (Кемерово,
женщина, 44 года, в театр ходит.)*

Поэтому с престижной точки зрения в регионах преимущество остается за классическими театрами с богатыми советскими или дореволюционными интерьерами.

*А в этом театре [новом] иногда там бывают
скучные вещи [опера], ничего толком
не понимаешь, но внешний вид радует [люстры
с иллюминацией, украшения на них]. (Астрахань,
женщина, 29 лет, в театр ходит.)*

*Ковровые дорожечки, дизайн бросается в глаза.
Костюмы, портреты. Спокойная театральная*

обстановка, когда спокойно ходишь. В первую очередь дизайн, мне там нравится. Все вежливые такие. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Во-вторых, демонстративность посещения театра требует от зрителей соответствующего внешнего вида, по мнению информантов, так как «не меньше 60 процентов ходят в таких красивых платьях, как будто они пришли на премьеру в Москве» (Астрахань, мужчина, 42 года, в театр ходит). Участники исследования говорят о том, что посещение театра — «это выход. В буфете много людей, я люблю людей — показать себя, показать платье, сфотографироваться» (Астрахань, женщина, 44 года, в театр ходит). Это особенно актуально для региональных театров, в городах с невысоким уровнем развития театральной культуры.

Интервьюер: Вы реально для спектакля покупаете новое платье?

Информант: Я не покупаю, но несколько есть у меня. Юбки, блузки, что-то сочетаешь, в любом случае в какой-то момент эти сочетания заканчиваются...

Интервьюер: И Вы: «Все, не пойду больше».

Информант: Да.

Интервьюер: Фоточки новые будут в старой одежде. Плохо!

Информант: Ну да. Как-то есть такое, иногда.
(Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Информанты говорят о том, что вечернее платье и костюм неактуальны для современных реалий, однако, так как «театр посещают интеллигентные люди», что само по себе делает этот вид досуга престижным, внешний вид гостей должен быть соответствующим.

Но перед походом в театр на работу надеваешь что-то нарядное в пятницу. Не сильно вульгарно, но чтоб офисный стиль совпадал и театральный. В основном все в пиджаках, костюмчиках туда ходят. Все-таки театр, интеллигентные люди посещают его, не пойдет туда кто-то с улицы, не надлежащим образом выглядящий. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

В ТЮЗ я бы не пошла с платьем в пол. В неформатные тоже. Если в Театр драмы, почему-то наряжаюсь. Платье, каблуки. Хочется обозначить. Я знаю, что там красивые люди будут. Даже слишком. Я была на балете, там прям

в платьях вечерних с открытой спиной. Я так не одеваюсь, но платье, губы крашу. Хочется быть красивой для себя. (Пенза, женщина, 32 года, в театр ходит редко.)

Поэтому обязательной практикой, связанной с посещением театра, сегодня становится фотографирование. Причем речь, как правило, идет не только и не столько о фотографировании постановки, поклонов или актеров спектакля, сколько о совершении фотографий в фойе театра, в красивых интерьерах.

Одеться надо, собраться, накраситься. То есть в кино как-то не думаю, во что одеться, а в театр — да: платье, каблуки. Наверное, потому что принято так в театр ходить. Фоткаемся там. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

С мамой ходили в оперу [новый театр], тоже понравилось, тоже фотографировались. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

В этом контексте повышению вовлеченности зрителей в театр, увеличению удовлетворенности их посещением может способствовать создание специальных фотозон. Причем, учитывая, что зрители отдают предпочтение фотографированию в красивых интерьерах, фотозона должна представлять из себя не просто

натянутый пресс-волл, а интерактивную инсталляцию, реализованную в пространстве театра и вовлекающую посетителей взаимодействовать с ней и с интерьером.

В том, что у нас построили красивый, новый театр, в нем очень красиво: красивые интерьеры, можно прийти и погулять там в антракте, пофоткаться. Красивые интерьеры радуют мой глаз. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Кроме того, привлечь дополнительную публику может также разрешение проводить фотосъемку во время спектакля при условии, что она не мешает другим зрителям. Красивую сцену хочется сохранить в памяти и показать друзьям, разместить фотографию в социальных сетях, что может служить хорошему «сарафанному радио» и сформировать позитивное впечатление от посещения театра в целом.

Общение

Как показывают результаты всероссийского опроса⁴, больше 70% театральных зрителей приходят в театр не поодиночке, а в компании своих близких,

⁴ Портрет зрителя драматических театров. Всероссийское исследование театральной аудитории. М.: Российский институт театрального искусства — ГИТИС, 2019. С. 62.

друзей или знакомых, и анализ интервью позволяет подтвердить важность социально-коммуникативного фактора выбора постановок для зрителей и потенциальной аудитории. Как правило, информанты из числа аудитории, которая имеет достаточный опыт посещения театра, отмечают, что для них важно иметь возможность обсудить постановку, поделиться своими соображениями, а ходить в театр одному «скучновато будет. В театры с семьей и коллегами обычно. Одной не доводилось. Одно дело ты смотришь, но сюжет обсудить не с кем». (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Обсуждение может вестись как с обычными друзьями, так и со знакомыми, обладающими особым экспертным знанием или опытом. Некоторые информанты даже отмечали, что у них есть отдельные друзья, с которыми, как правило, ходят в театр именно по причине того, что с ними интересно обсуждать увиденные постановки.

И еще одна у меня, не то что бы подруга, она тоже такая, филолог, и вот с ней интересно. Ну, вообще люди, которые умеют говорить. Я вот вообще говорить не умею, вообще с риторикой у меня полный капец. А они вот, что одна учительница, что вторая — психолог, они вот просто, как там, разберут по косточкам, по полочкам, вот вам бы их вот сюда... Разложат

там все: и как играли, и во что одеты, и сценарий, и знают всех этих актеров. Вот у меня вот эта, которая психолог, она актеров всех знает, режиссеров всех знает. Я говорю: «Как ты все помнишь вообще?!» И она все еще как-то с чем-то сравнит там... Так интересно вообще. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Как правило, в нарративах информанток идет речь о том, что они предпочитают ходить в театр с подругами как раз по причине того, что те готовы поддержать обсуждение, тогда как мужа или члены семьи мужского пола зачастую оказываются «неудачными компаньонами», которых «не нравится брать с собой».

Информант: Ну то, что мы можем друг с другом пообщаться, и то, что девчонки более эмоциональные. И мы как бы подходим, и вот описываем, рассказываем, как прошло, что понравилось, что не понравилось. То есть мы вот можем друг другу пересказать это.

Интервьюер: А с мужем так не получается?

Информант: Нет. Он мне просто пару слов скажет: «Что ты меня вытащила, мне не понравилось». Или «Понравилось?» — «Да, понравилось». Все! Весь разговор. Мне просто самой не нравится как бы его брать

с собой. А с подругами вы читаете репертуар и решаете. Что здесь смотрите, что должно быть написано о спектакле, чтобы вас заинтересовало. (Иркутск, женщина, 41 год, в театр ходит.)

Конечно, говорить о наличии связи между выраженностью данных факторов и социально-демографическими характеристиками информантов на основании интервью не представляется возможным, однако необходимо отметить, что в наших интервью о себе как о сопровождающих, посещающих театр за компанию, говорили как раз мужчины. В целом информанты, в том числе из тех, кто не ходит в театр, транслируют стереотип о театре как о не мужском досуге, о чем пойдет речь в разделе 5 «Барьеры посещения театра».

Это просто для меня хорошие воспоминания. С бывшей девушкой туда ходили. (Иркутск, мужчина, 27 лет, в театр ходил раньше.)

В театре за компанию оказывался. Люблю смотреть, как играют актеры в театре. В театр хожу по чьей-то инициативе. Времени не так много. (Пенза, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.)

С точки зрения реализации социально-коммуникативной функции особую роль в театре играет буфет и общие помещения, такие, как фойе. Зрители посещают буфет

как для того, чтобы купить там воды или перекусить, так и с целью провести там время, общаясь со своими близкими, поэтому в буфете (или в кафе) должны быть созданы условия для подобного взаимодействия. Причем в идеале люди, которые пришли в буфет пообщаться, и те, которые просто хотят совершить покупку, не должны мешать друг другу, создавая дополнительные очереди.

Мы ходим в буфет, да. Особенно когда с детьми ходим, с подружками. И в филармонию мы тоже ходим в буфет. Раньше там буфета не было, а сейчас открыли, и там выпечка хорошая. А если мы идем заранее, мы там общаемся с подругами. Встречаемся и общаемся. Со знакомыми даже мужчинами. А филармония сближает, мы садимся и можем даже бокал шампанского выпить, пообщаться. И до спектакля, и во время антракта. А дети, естественно, туда бегут, им надо что-то выпить, съесть. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Театр становится для вовлеченных в театр зрителей не только поводом для общения, но и возможностью завести новые контакты. Наша информантка из Астрахани рассказывала о своей матери, которая «нашла себе подружку» для хождения по театрам. Особенно эта возможность важна для зрителей из старших возрастных групп, и театр может

предоставлять ресурсы для реализации данного мотива, например, за счет создания специальных клубов либо стимулирования взаимодействия и коммуникации между такими посетителями.

То есть под влиянием кого-то тоже начинают люди ходить, а для меня это как-то нет, не знаю. Вот у меня не так. Мама тут у меня начала в театр ходить, нашла себе подружку, которая знает все афиши, где что идет, где что бесплатно. И вот теперь: «Мы в театр, мы в филармонию». Я говорю: «Мама, ты живешь интереснее меня». Однажды она говорит: «Такую хрень показывали, а всем понравилось». А вот недавно они ходили в филармонию на концерт кого-то там, она такая впечатленная, она так рассказывала взахлеб. Ну, здорово. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Информанты также рассказывали о ситуациях, когда знакомство с кем-то происходило непосредственно в театре во время посещения спектаклей или лекций. Для людей, вовлеченных в театр, возможность найти единомышленников становится важным стимулом начать посещать театр еще чаще и расширять перечень своих околотеатральных практик.

Со многими друзьями познакомилась в местах культуры. Когда люди приходят, скучают,

постоянно мелькают одни и те же, постепенно общаемся, знакомимся, делимся впечатлениями. Потому что некоторые в Интернете ничего не пишут. Они только говорят, не любят соцсети. Или считают, что не нужно это выносить. Пишут только положительное, а что на самом деле думают, только лично скажут. В театрах, на тех же лекциях. Там бывает с обсуждениями. Вопрос-ответ, вопрос-ответ в конце. И когда люди начинают что-то говорить. На Театральном перекрестке в драме со многими познакомилась. Бывают театральные клубы какие-то. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Причем театральное общение может происходить не только непосредственно во время посещения спектакля. Театр в нарративах информантов упоминается в качестве повода для общения со своими друзьями и близкими. И театр должен использовать данный ресурс «сарафанного радио», стимулировать взаимодействие между потенциальными зрителями, в том числе используя мультимедийные ресурсы и Интернет.

Да, специально вечером я бы не пошел. Возможно, по рекомендациям друзей, которые сходили бы, которым понравилось. И с энтузиазмом рассказали бы: «Да, надо». (Пенза, мужчина, 34 года, в театр не ходит.)

Раздел 4

Факторы привлечения аудитории и улучшения впечатления

Одной из основных задач данного исследования являлось выявление факторов и оценка возможностей для привлечения в театры новой аудитории и увеличение посещаемости текущей аудиторией. Данные факторы будут рассмотрены в разрезе трех основных источников ресурсов увеличения вовлеченности публики: непосредственно ресурсы театра как физической площадки, ресурсы конкретного спектакля и отдельные ресурсы самого индивида — потенциального зрителя, с которым театр имеет возможность работать.

Ресурсы театра

Для начала рассмотрим, какими ресурсами в восприятии участников исследования должна обладать непосредственно сама театральная площадка для создания позитивного опыта, который будет способствовать вовлечению зрителей в театр и увеличению вероятности повторного посещения.

Удобство

Один из ключевых ресурсов, которым должен обладать театр для привлечения новой аудитории и удовлетворения запросов потенциальной аудитории — это наличие условий для комфортного и удобного пребывания зрителя в театре. Для людей, которые посещают театр нечасто, крайне важным оказывается именно физический комфорт: удобные кресла, доброжелательный персонал, хорошее освещение, красивые интерьеры. Как отмечалось выше, поход в театр для них является событием, во многом уникальным, а наличие дискомфорта среды мешает получению позитивных эмоций, особенно в ситуации, когда опыт хождения в театр недостаточно высок.

Хорошие, удобные кресла. Хорошее освещение, красивые люстра, декорации. Это радует глаз, это приятно, когда театр оснащен. В драмтеатре мы с семьей занимаем место на балконе, там можно раздеться, как-то все красиво. И детям я это прививаю, они должны видеть, что такое красота. Да, для театра это важно. Для кинотеатра, может быть, не важно это. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Удобный зал, удобные кресла, люди приходят доброжелательные. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Расположение

Вторым ресурсом театра, что особенно характерно для классических театральных площадок, является расположение. Речь может идти как о центральном расположении в доступности к общественному транспорту, так и о приятном, красивом месторасположении вблизи парков, прогулочных зон, набережных и т. д. Как было отмечено выше, мотив совмещения выхода в театр с прогулкой и посещением кафе, очень важен для участников исследования из числа нерегулярных и потенциальных зрителей, поэтому «суть в том, что когда наглядно не видишь... Территория все-таки много значит для театра». (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Больше в драмтеатр хожу. Предпочтение. Скорее расположен удобнее. Там большая площадь, территория. Можно прогуляться. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Не ходила, больше нравится Театр оперы и балета: по месторасположению и круче база, уровень театра лучше, всегда заполнены залы. Театр — это же и удовольствие, и выход в свет,

*и полный зал. (Астрахань, женщина, 44 лет,
в театр ходит.)*

*Но суть в том, что театр находится где-то внутри,
во дворе...*

Буфет

Наличие в театре буфета (и высокое качество предоставляемых там услуг) является важным фактором усиления впечатления от театра. Это связано и с возможностью удовлетворения социально-коммуникативной функции театра, и с возможностью превращения выхода в театр в важное событие с помощью совмещения его с другими досуговыми практиками. При этом буфет в театре является мультифункциональным пространством, где одни посетители просто хотят купить воды, другие — покормить ребенка, третьи — выпить кофе с десертом, а четвертые — посидеть поговорить с друзьями за бокалом вина. Усилению впечатления от посещения театра и увеличению вероятности повторного возвращения способствует комфортное сосуществование в пространстве театра всех категорий посетителей.

Мы ходим в буфет, да. Особенно когда с детьми ходим, с подружками. И в филармонию мы тоже ходим в буфет. Раньше там буфета не было,

а сейчас открыли, и там выпечка хорошая. А если мы идем заранее, мы там общаемся с подругами. Встречаемся и общаемся. Со знакомыми даже мужчинами. А филармония сближает, мы садимся и можем даже бокал шампанского выпить, пообщаться. И до спектакля, и во время антракта. А дети, естественно, туда бегут, им надо что-то выпить, съесть. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Возвращаясь к такому ресурсу, как удобство и комфорт, важно отметить, что неудобный буфет, плохой ассортимент, большие очереди, становятся факторами, которые как раз снижают впечатление от выхода в театр, в особенности для тех зрителей, для которых посещение буфета обладает не столько символической, сколько практической значимостью — перекусить, купить воды и т. д.

Перед спектаклем ходим кушать. Но если вдруг не успели, тогда на антракте. Но там неудобно, очереди такие огромные. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Для некоторых зрителей посещение буфета в театре становится обязательным ритуалом.

[Буфет] — это ритуал. Театр — это выход, в буфете много людей, я люблю

людей — показать себя, показать платье, сфотографироваться. (Астрахань, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Так как для нашего информанта из Нижнего Новгорода, для которого «буфет» становится главной ассоциацией со словом «театр».

Интервьюер: Ассоциации с театром?

Информант: Антракт.

Интервьюер: Почему?

Информант: В буфет можно сходить.

(Нижний Новгород, мужчина, в театр ходит редко.)

Хотя, как уже отмечалось выше, для определенной части зрителей, имеющей опыт хождения в театр, более важным становится не столько наличие буфета непосредственно в фойе театра, сколько возможность пройти от здания театра до кафе или ресторанов, в которых можно пообщаться.

С подругами мы чаще всего после театра идем куда-то в кафе, посидеть, пообщаться. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Взаимное уважение

Важным критерием оценки своего опыта посещения театра для зрителей становится взаимное уважение всех сторон: актеров (которые должны профессионально играть), сотрудников театра (которые должны выполнять свой функционал и делать пребывание гостей в театре комфортным), наконец, самих зрителей (которые должны быть вежливы по отношению друг к другу).

Для информантов важно, например, чтобы актеры одинаково качественно играли в случае взрослых и детских спектаклей. Вообще, качество актерской игры, эмоциональный контакт актеров и аудитории — ключевой критерий качества постановки, особенно для аудитории малых городов, не глубоко погруженной в театр.

Не с точки зрения критической. Об актерах, мы знаем этих актеров как личностей. Вот он играет это, это. Голубятников в оперетте. Я его с юности знаю, он много где играл, выходил в люди, я с удовольствием узнала, что он стал заслуженным артистом, может, ему и народный светит. Ходили с детьми на «Мойдодыр». Понравился подход театра, с таким уважением к детской публике относились. Голубятников, человек с именем, весом, играл Подушку, ну он кокетка по жизни и есть. Кто-то Брюки

играл. Зал был вовлечен. Детям понравилось. четырех и семи лет. (Кемерово, женщина, 64 года, в театр ходит.)

Причем, если следить за профессиональным выполнением своих функций сотрудниками театра, у администрации есть ресурсы, то, конечно, создавать атмосферу взаимного уважения зрителей внутри театра гораздо сложнее. В этом плане сотрудникам театра важно пресекать любые конфликтные ситуации, напоминать зрителям о необходимости соблюдать тишину, не использовать мобильные телефоны, о запрете распития алкогольных напитков и т. д. Выход в театр как особый опыт, за который были отданы большие, по меркам ряда зрителей деньги, должен быть комфортным для всех.

И то и то. Если звонки не выключают, едят и пьют, меня это раздражает. На сцене все замечательно, я смотрю и вижу, как люди впереди разливают коньяк и выпивают. Я сделала замечание жестко, к сожалению. Потому что люди взрослые, все понимают, но им так скучно, а так веселее: посидеть, конфеткой пошуршать, думают, никто не слышит. Или детей приводят, начинают им давать еду. Им объясняешь, что там вообще-то музыканты. А ребенок не может без еды, мне говорят. Он что, помрет с голоду за час. Сидит, хрустит

сухариками, чипсами. Пирог дают, яблочко. Если молодые родители и ребенка некуда деть, они просто берут его с собой, дают еду, и он два часа ест. Хотя это запрещено. Доброжелательно — это когда люди понимающие собрались. А актеры тоже должны как-то нравиться. Хотя они ничего не должны. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Площадка для обсуждения

Как уже отмечалось выше, социально-коммуникативный мотив является одним из ключевых для зрителей, поэтому театры, которые предоставляют ресурсы для его удовлетворения, позволяют лучше вовлекать потенциальную аудиторию и вызывают у зрителей особый интерес. В ряде случаев наличие такой возможности для обсуждения становится дополнительным стимулом посещения театра, особенно в ситуации отсутствия компании для похода.

Один сейчас в театр не пойду без девушки. Обсудить надо с кем-то обязательно. Но если бы можно было обсудить с незнакомцами, наверное, пошел бы. (Иркутск, мужчина, 27 лет, в театр ходил раньше.)

Подобные инициативы уже существуют в ряде театров, и в число информантов исследования вошли также зрители, которые имеют опыт посещения площадок для обсуждения спектаклей. Одни из них делились своим положительным опытом, указывая, что сам формат клуба для зрителей, в который приглашаются актеры, режиссеры и драматурги для обсуждения постановок, очень душевный и приятный. В рамках таких мероприятий создатели рассказывают о замысле постановки, отвечают на вопросы зрителей, которые также получают возможность обсудить свои соображения между собой или с гостями встреч.

Театр драмы делает «Театральный перекресток», клуб зрителей. Они приглашают режиссеров, был недавно Овчинников и еще кого-то до этого приглашали из актеров. Бывает, хожу. Там очень душевная обстановка. Как мы с вами, сидит актер, которого ты видишь на сцене, сидит режиссер, который из Москвы или другого города приехал. Он может ответить на любой твой вопрос, если ты не постесняешься спросить. Плюс он рассказывает о своем замысле, если он ставит сейчас. Ты слышишь, а через месяц пойдешь посмотришь его спектакль. Образовывают нас, рассказывают, что хотели нам сказать и показать. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Другие же зрители, которые знают о подобных мероприятиях, указывали на недостатки их проведения. Например, информантка из Пензы отметила, что такой формат будет пригоден только зрителям, которые готовы раскрепоститься и обсуждать с незнакомыми людьми. В этом контексте важен поиск новых доступных всем зрителям форм обсуждения и коммуникации.

Я была на спектакле давно. После спектакля можно было обсудить с актерами. Играли женщину в разных возрастах. На обсуждение не осталась. Понравился, не прям впечатлил. Но обсуждать не хотела. Они на сцене, мы на стульчиках. Если сесть вокруг. Я не готова. Я вас не знаю. Не раскрепостилась. (Пенза, женщина, 32 года, в театр ходит редко.)

По результатам интервью нельзя прогнозировать, будет ли данная опция пользоваться большой популярностью, так как часть зрителей высказывала различные опасения относительно подобного формата, говоря про собственное нежелание раскрываться и обсуждать, про то, что участвует в таких мероприятиях «специфическая прослойка людей» и в целом про то, что такие обсуждения разрушают магию театра, так как зритель не должен знать всей кухни производства спектаклей.

Все остальное — за кадром. Если обсуждать, что понравилось/нет в актерах, то никакой «вкусоности» не будет. Считаю, недопустимо. Можно, в драмкружке каком-нибудь разобрать. Но не перед публикой, это не любительский театр. (Астрахань, женщина, 44 лет, в театр ходит.)

Наверное, не настолько я театралка, не настолько умный человек, чтобы какие-то вещи там обсуждать. Наверное, да. Не знаю, на самом ли деле это так. Я не настолько этим всем интересуюсь... (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Если есть клуб любителей театров. Ну... в принципе да, у нас как-то в школе организовывали просмотр фильмов с последующим обсуждением, но что-то не пошло у нас. Как-то я раз была тоже, ну как-то так вяленько это все. Это, наверно, должна быть какая-то специфическая прослойка людей. Которые вот любят поговорить, любят в чем-то поковыряться, там как-то... разобрать что-то. Короче, которым совсем делать нечего. Ну, вроде бы вот нам с подружкой обсудить по дороге домой или сидя в кафе, ну как бы... И типа сидишь, заодно и отдохнешь, поешь и поболтаешь между делом. Или где-то там,

не знаю... где незнакомые все люди, каждый свое... Не знаю, там что-нибудь скажешь, а могут же и придраться.

Ресурсы спектакля

Обратимся теперь к характеристикам спектакля, которые позволяют привлекать и удерживать внимание потенциальной аудитории. Использование некоторых из указанных ресурсов не требует значительных изменений и дополнительных вложений. Для раскрытия других ресурсов от театров требуется серьезная работа и вероятное привлечение дополнительных инвестиций, однако положительные изменения могут быть реализованы даже небольшими силами.

Название и афиша

Первое, с чем сталкиваются потенциальные зрители, — это афиша и название спектакля. Современные театры, как правило, понимают важность данного инструмента коммуникации со зрителем, однако потенциальные зрители зачастую отмечают, что увиденные ими материалы их «не цепляют», не вызывают интереса, оказываются скучными и не привлекающими внимания.

Названий цепляющих нет. Может, придумывать не умеют. (Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Скучные название и афиша не только сами по себе не привлекают потенциальных зрителей, но и отталкивают за счет того, что создают опасения о том, что спектакль будет низкого качества и также не сможет заинтересовать информантов. Использование исследовательских маркетинговых инструментов (тестирование рекламных материалов в ходе фокус-групп, интервью, холл-тесты) позволит избежать подобных проблем. При наличии бюджета данные исследования лучше проводить при участии профессиональных специалистов, однако простейшие тесты могут быть реализованы и собственными силами сотрудников театра.

Она [афиша] очень скучная. Вот это просто список. Я так список покупок составляю. Потом половину из него не покупаю, потому что забываю. Из той же серии. (Кемерово, женщина, 33 года, в театр ходит.)

Серьезным барьером входа для потенциальной аудитории является также опасение, что выбранная постановка не подойдет или не понравится ей. В этом плане информация, размещенная на афише или в Интернете, должна, сохраняя

интригу, предоставлять достаточно подробные сведения о том, что же будет происходить на сцене и в театре во время представления. Информанты указывали, что из-за того, что редко или никогда не ходят в театр, они не понимают, чего ждать от спектакля, и стараются найти максимальную информацию о постановке в Интернете (либо узнать у кассиров по-старинке), и если такой информации оказывается недостаточно, то, скорее всего, они принимают решение об отказе от похода в театр из-за неготовности рисковать.

А вдруг я приду и уйду? Это же надо потратить усилия, потратиться на билет, собраться, прийти. Вдруг я такая приду, 15 минут посижу — и фу. Для меня это будет неприятно, если я время потрачу зря. Поэтому если я куда-то иду, я всегда сначала стараюсь ознакомиться, а куда я иду, а что там. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Актуальность

Тема, сюжет и формат постановки при этом, по мнению информантов, которые не ходят в театр, должны быть актуальными. Во много барьером к походу в театр для такой публики, о чем пойдет речь в следующей главе, является представление о театре как о скучном и «затхлом» месте, где показывают

спектакли по школьной программе, поэтому использование в афишах и рекламных материалах современных приемов или указаний на современность постановки могут привлечь интерес таких зрителей.

*Я видела, курят на сцене. Необычно.
По-молодежному. Сейчас разбивается мое
представление о театре. (Пенза, женщина,
23 года, в театр не ходит.)*

Зачастую такая публика говорит о том, что в театре им не хватает (либо они не осведомлены) постановок, посвященных актуальным вопросам современности, как говорит наш информант из Нижнего Новгорода. Он, как и ряд других зрителей, хотел бы видеть в театре больше постановок, героями которых становились бы люди, люди «такие же, как я». При этом он отвечает, что в целом такие постановки существуют, но в региональных театрах интерес к данной тематике невысокий.

*Ярко осветить актуальные злободневные темы.
В литературе есть, в кино есть, а в театре я этого
не вижу. Что-то актуальное. Не вишневый
сад, не рефлексия брошенной девочки.
Что-то важное. Социальное расслоение.
Ненужность целых категорий людей.
Посттравматические стрессовые расстройства
ветеранов современных конфликтов военных.*

Атомизация общества. Прежние культурные связи порвались, а в новые не вписываются люди старшего поколения. Изменения внутрисемейных отношений. Когда большая семья, клан из 50 человек, перестает общаться. Я вижу это везде, и в своей семье. Когда, деля недвижимость, родные люди становятся врагами. Об этом снимают кино, но в театре нет. Я знаю, что это есть за пределами Нижнего, и это обидно. (Нижний Новгород, мужчина, 37 лет, в театр ходит редко.)

Чтобы привлечь редко ходящую аудиторию, театр может использовать современный художественный язык, частично основанный, по мнению информантов, на провокации и демонстрации острого контента.

Прикольно. В Москве, по-моему, такое есть. У меня друг ходил, но ходил, как правильно сказать, на 18+. Там полуголые какие-то были. Из комнаты в комнату. Прямо узкое. У нас такого нету. Это необычно. Я посмотрел в инстаграме, забавно. Один раз можно сходить, а там, может, и два, и три, как понравится. (Нижний Новгород, мужчина, в театр ходит редко.)

В то же время в постановке не должно быть пошлости, которая отталкивает аудиторию, которая обладает достаточной насмотренностью и регулярно ходит в театр. Такие зрители говорят,

что для них важно видеть в театре «приличные», «интеллектуальные» постановки, хотя они готовы видеть экспериментальный и актуальный контент.

К мужикам в трусах, наверное, нет, подумая, зачем это нужно. Хотелось бы приличной составляющей. Бывает и высокоинтеллектуальное, но где присутствуют не очень эстетичные вещи. Не хотелось бы. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Качество

Очень важной характеристикой спектакля, которая позволяет улучшить впечатление от посещения театра и увеличить посещаемость театра текущей аудиторией, является качество постановки. Так как поход в театр — это событие, то информанты ожидают от этого похода особых ярких эмоций, а от артистов полной отдачи. При этом низкое качество в ряде случаев ассоциируется именно с гастролирующими постановками, хотя, как будет показано ниже, местные театры также воспринимаются как «провинциальные» и низкокачественные.

Очень редко. Качество стало подводить. Делают час по стране. Привозят спектакль на трех

табуретках. Экономят на всем. Несколько актеров. Непонятно, кто это поставил. Быстро-быстро, и мы поехали по стране, вот узнаваемые лица, на нас приходите посмотреть. Мне важна режиссура. Если люди выходят себя показать, неинтересно. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Говоря о качестве, информанты подразумевают профессиональную игру актеров и их соответствие образам, богатый актерский состав, знаменитых и опытных режиссеров, красивые костюмы и декорации, качественную сценографию, музыкальное сопровождение, слаженную работу всех театральных служб. В этом плане в качестве доступного инструмента театр может использовать регулярный сбор обратной связи от зрителей, анализ их отзывов и постоянную работу по повышению качества предоставляемых услуг. Данные инструменты, отлаженно функционирующие в ведущих театрах, могут быть интегрированы и в работу других российских театров.

Игра актеров. Иногда бывает, что актеры не соответствуют образу. Вот в драмтеатре есть актер, который всегда играет пьяницу, и вот он как будто реально бухарик такой. Важно уметь подобрать правильно актера на роль. Либо недоигрывает, либо переигрывает бывает.

Свет, музыка должны быть все-таки четкими. Музыка не в тему бывает, и все в ступоре, или свет выключается. Это как бы смешно, но все отвлекаются от самого главного. Очень важно, чтобы настрой был, чтобы оборудование четко работало. Чтобы от и до никаких заминок не было. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Профессиональность актеров. Хорошие декорации. Это звук, музыка, микрофоны. Звук должен быть четкий, в каких-то моментах он громче, ясный какой-то. Профессиональная техника. Костюмы. Все, наверное. Костюмы — не на скорую руку, тряпку перевязал, а ты видишь в них историю, сколько в них души. Ту же «Сильвию» взять, там по одному костюму о героине можно сказать многое. Он был так отделан, что просто!.. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Это хорошая игра актеров, декорации неплохие желательно, хорошее освещение, акустика хорошая.

Профессионализм актеров

Среди всех характеристик спектакля, которые должны быть качественными, по мнению информантов,

ключевое место занимает профессиональная актерская игра. Частично это может быть связано с восприятием местных театров как провинциальных и любительских. Причем данное требование выдвигается к театрам всех видов постановок: и к драматическим, и к музыкальным, и к детским театрам.

Хорошая актерская игра — это значит профессионал, который умеет это делать. Если это оперетта, это чтобы был хороший голос. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Плохой спектакль — это плохая, непрофессиональная игра актеров. Это будет видно, ощутимо, что это совершенно неинтересно. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

По словам информантов, о непрофессиональной актерской игре они знают не понаслышке. В интервью участники исследования указывают на то, что посещали спектакли, не удовлетворившие их по этому критерию, поэтому профессиональные актеры являются важным ресурсом театра, который позволяет удерживать интерес аудитории.

Еще есть театр [название]. Там часть актеров профессиональные, часть закончили курсы. Переигрывают, не умеют себя вести.

Ощущаешь уровень другой. Когда поставили ширму и декорацию, надели на себя костюмы и делают детские сказки. Я понимаю, деньги зарабатывают, но мне это неинтересно. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Информанты указывают, что критерием профессиональной и хорошей актерской игры для них является даже не их мастерство, а их энергетика и эмоциональная отдача. Если актер «выкладывается» на сцене, «отдает себя в роль», то такая игра оценивается как профессиональная.

Главное, чтобы актеры отыгрывали свой максимум. Потому что, если актеры халтурят, это чувствуется. Я видел такое. Ну а если актер старается, ты это сам видишь и наслаждаешься просто. Чувствуешь, как они всего себя отдают в эту роль. Это внешне незаметно, это эмоционально чувствуется. (Иркутск, мужчина, 27 лет, в театр ходил раньше.)

Ну опять же я вот не запоминаю в принципе актеров, но то есть чтобы они вот энергетику. Если вот взяли за эту роль, я считаю, и он с такой энергетикой играет и отдается, полностью вот в роль вошел, вот это важно. (Иркутск, женщина, 41 год, в театр ходит.)

Игра актеров: какая отдача идет, с каким настроением они приезжают. Ты все равно чувствуешь, какая энергетика от них идет. Как они располагают к себе. На Нагиева хочу сходить. (Нижний Новгород, мужчина, в театр ходит редко.)

Зрители очень чувствительны к фальши на сцене, особенно, в актерской игре. Актер может не быть мастером или обладать формальными статусами заслуженного и народного артиста, но должен играть искренне и с максимальной отдачей в соответствии со своей ролью.

Фальшивость — это... когда взрослый человек, например моего возраста, начинает вести себя как... дурачок, при этом показывает это, что так надо себя вести. Как-то несерьезно, понимаете. И, соответственно, я не считаю эту игру актеров чем-то серьезным. Когда я вижу, в кино я воспринимаю нормально, а здесь они реальные, и мне кажется почему-то как-то... Мне нужно, чтобы человек что-то делал, чтобы результат труда был виден. А это все вот несерьезное что-то. А они к этому серьезно относятся, и мне кажется это фальшью. Если бы мысль в этом произведении была, вот что они там показывали, а так было абсолютно что-то легковесное, какая-то пошлость даже.

Это было не от души, фальшиво. Я не люблю фальшь. (Иркутск, мужчина, в театр ходит редко.)

Известные актеры

Участие известных актеров — это то, за что готовы платить потенциальные зрители, в особенности те, которые обычно редко посещают театр либо не ходят туда вообще.

На московских актеров из российских фильмов, которые умеют играть, еще можно было бы сходить. А здесь никого не знаешь, половина студенты. (Кемерово, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.)

Участие известных актеров — это, в первую очередь, гастрологи московских театров либо антрепризные постановки. На противопоставлении с ними местные актеры воспринимаются как неизвестные, неинтересные, непривлекательные. Отвечая на вопрос о том, почему она не ходит в театр, наша информантка из Кемерово объясняет: «Как актеров [местных] никого не знаю. (Женщина, 23 года, в театр не ходит.) Ее слова подтверждает уже другой информант: «Кто они такие, я их не знаю. Мировую звезду хочется увидеть». (Нижний Новгород, мужчина, в театр ходит редко.)

2 сентября 2016 года приезжала комедия
«Любовь и голуби» с актерами известными,
которые в кино снимаются. Вот туда бы
я сходила, но билеты были жутко дорогие.
А вот кемеровские наши, даже не хочу ходить.
(Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Спектакли с участием известных актеров, звезд,
воспринимаются как привлекательные и желанные,
но зачастую недоступные за счет своей стоимости.

За тысячу рублей не пойду, наверное. Только если
кто-то приедет. Но он не будет столько стоить,
тот же Безруков. Не смотрела на него билеты.
Он должен был вроде приехать. К нему в принципе
как к актеру такое отношение... Мне он не вау.
(Иркутск, женщина, в театр ходит редко.)

Могу сходить, если билет подарят, на работе
дадут. Или если кто-то приедет
сверхъестественный, на кого хочу. Это давно было.
(Пенза, женщина, 35 лет, в театр ходит редко.)

Я очень люблю Добровольскую Евгению,
она приезжала лет пять назад
со спектаклем. Она какая-то искренняя,
без какого-то там накладного воска.
Какая-то такая, женщина по-соседству.
Еще мне нравится, например, когда актеры

приезжают. Я ходила на Юлию Рутберг. И у нее был спектакль одного актера. Она где-то рассказывала, где-то читала стихи, переодевалась. Я помню, меня вообще так вдохновило. У меня было какое-то такое состояние подскисшее, весна тогда была. Весенний депресняк. А на нее сходила и так вдохновилась, прям дальше жить. У нее прям как-то перло, здорово вообще было. В общем, знаменитые актеры. Приезжал, который в «Черной молнии» отца играл, вот он меня разочаровал, потому что он всегда такие роли играл, ну везде мужественных чуваков, мачо. А тут он такой, какой-то пропитый, какой-то нарциссизм, комплекс неполноценности. Потому что он все время стоял и доказывал, что он крутой. Разочаровал. На экране он сильный мужик, которые сейчас в дефиците, а в жизни он какой-то курящий алкаш. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Отдельно необходимо указать, что даже если в постановке заняты неизвестные актеры, часть зрителей ожидает увидеть красивых или привлекательных актеров. Если поход в театр становится событием, а праздничность и яркость атмосферы одним из мотивов посещения, то красивым должно быть все вокруг — от здания театра до актеров на сцене.

Я еще люблю красивых актеров. Даже в кино, в театре... Кроме комедии, там, конечно, может быть. Но вообще хотелось бы, чтобы актеры — и мужчины, и женщины — были привлекательными, чтобы приятно было посмотреть. Это тоже немаловажно. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Визуальность

Для участников исследования в целом важна визуальная составляющая постановок. Для описания интересных спектаклей потенциальные зрители используют эпитеты «ярко», «красиво», «выразительно». Причем таким должно быть как само действие по своей задумке, режиссуре, сценографии, так и декорации, костюмы.

То, что там много разных, есть какие-то песни из мюзиклов, зарубежные песни. Это красиво, весело, ярко. То есть я смотрю, меня это захватывает. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Костюмы красивые, масштабные действия там, и танцуют, и поют, музыка красивая. На «Щелкунчик» тоже два раза ходили, тоже музыка красивая. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

В целом яркие и красивые костюмы для зрителей в региональных городах становятся показателем качества постановки.

Хочется прям что-то яркое, выразительное, офигенные костюмы, крутые декорации. Не тяп-ляп на коленке. (Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Информанты указывают, что в последние годы произошел качественный сдвиг по этим характеристикам. Те, кто ходит в театр регулярно, указывают, что качество постановок в целом улучшается.

Это красивые костюмы, декорации. За последние пять лет гораздо лучше стало. А я пересмотрела все спектакли, которые есть в городе, хожу только на премьеры или кто новенькие приезжают. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Яркими и красивыми должны быть и рекламные материалы постановок. Именно такие плакаты и афиши привлекают потенциальную аудиторию, которая редко посещает театр и не очень хорошо в нем разбирается.

Ярко, интересно, глядя на картинку, я почитал бы название. Привлекает. (Пенза, мужчина, 34 года, в театр не ходит.)

Эмпатия

Хороший театр должен вовлекать зрителя, поэтому, как отмечают информанты, если актерам удалось достичь полного контакта с публикой, возникает чувство эмпатии — такой выход в театр можно считать удачным.

Плотный контакт зрителя и актера — отлично. Это то, ради чего и стоит идти в театр. Находиться близко к сцене, чтоб эмпатия, пронизывающая всех, со сцены до тебя доходила. На галерке бессмысленно. Рядов десять от сцены, не дальше. (Нижний Новгород, мужчина, 37 лет, в театр ходит редко.)

Поэтому информанты отмечают, что во время спектакля важно находиться близко к актерам — сидеть в первых рядах либо посещать спектакли в малых залах. Развитие форматов театральных постановок, которые разыгрываются на малой (камерной) сцене, либо в нестандартных помещениях театра (в фойе, в буфете и т. д.), становится важным инструментом привлечения потенциальной и текущей публики.

Да, это важно очень. Ты рядом, практически соучастник. В драмтеатре, Звездный зал, кажется, называется, там ты практически сидишь на сцене. Тоже определенный эффект, когда ты — как соучастник. (Кемерово, женщина, 33 года, в театр ходит.)

Такие постановки не только позволяют достичь этого чувства эмпатии между актерами и зрителями, но и создают ощущение принадлежности к закрытому клубу, к особой категории зрителей, допущенных к особому театральному действию. Принадлежность к этому (престижному) сообществу, как было указано ранее, для части зрителей становится важным мотивом посещения театра.

А еще в театре Охлопкова есть вечерами выступления на 50 зрителей, игра с этими же профессиональными актерами, но это спектакли 18+. И они играют поздно вечером, а я у них узнала вот в конце января. И сейчас в феврале я хочу туда сходить. Вот это очень интересно. Я знаю, что 18+, я знаю, что зрительный зал — это 50 человек. Это как закрытая пати, для своих. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Ресурсы зрителя

Наконец, рассмотрим ресурсы зрителя, которые, по мнению информантов, могут способствовать улучшению впечатления от спектакля. Повлиять на них театру значительно сложнее, однако театры обладают потенциалом для работы по накоплению зрителями данного ресурса с помощью проведения различных мероприятий и информирования.

Насмотренность и разборчивость

Так, таким индивидуальным ресурсом является насмотренность и разборчивость потенциального зрителя. Результаты интервью подтверждают гипотезу о том, что чем чаще человек ходит в театр, тем выше оказывается его вовлеченность. Информанты указывают, что в ряде случаев начало активного хождения в театр было для них связано с внешними условиями либо с отсутствием собственной мотивации, однако спустя определенный период времени они «втягивались» и сегодня уже ходят в театр из собственного интереса.

[Стала разборчивее], когда стала чаще ходить. Сначала все более или менее нравилось, или не нравилось и непонятно было, зачем все это делается там. Потом стали появляться записи,

трансляции. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Когда я была юной, училась. Заставляли покупать абонементы. Муж в строительном институте учился, давали абонементы под обязательку. Решили сходить, втянулись и стали ходить без абонементов. Стало интересно. Стало нравиться, как играют какие-то артисты, пьесы показались интересными. (Пенза, женщина, в театр ходит.)

Компания

Еще одним индивидуальным ресурсом становится компания посещения, о чем уже шла речь выше. Для многих зрителей важно прийти в театр в компании с людьми, с которыми они смогут обсудить увиденную постановку, поэтому стимулирование группового посещения театра может способствовать повышению интереса к данной форме досуга у зрителей, социально-коммуникативный фактор для которых оказывается особенно выраженным.

Просто если с кем-то пойдешь, то потом это все можно еще пообсуждать. Если есть с кем обсудить, то люблю, можно и обсудить. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Раздел 5

Барьеры посещения театра

Предыдущие главы во многом раскрыли потенциальные барьеры, которые мешают новой аудитории прийти в театр, а уже ходящей увеличить свою посещаемость. В общем виде такими барьерами становятся несоответствие между мотивацией и ожиданиями зрителей и реальной постановкой, а также неполное раскрытие собственных ресурсов театра. Конкретные барьеры и возможные пути их решения будут более подробно раскрыты в данной главе.

Все барьеры можно поделить на физические (время начала, цена билета и т. д.), поведенческие (наличие неудачного опыта, нежелание наряжаться и т. д.) и аттитюдные (восприятие театра как скучного, несовременного, провинциального и т. д.). Рассмотрим их ниже.

Не успеваю к началу

Первым барьером, который можно отнести к числу физических, являются время начала спектакля

и расположение театра. Во-первых, информанты отмечают, что в условиях современного рабочего графика у них не всегда есть возможность физически успеть приехать к началу постановки, особенно если театр расположен в центре города или далеко от места жительства/работы. Наиболее остро эта проблема стоит для областных и региональных центров, театры в которых могут посещать жители близлежащих населенных пунктов.

А театр — это центр города. И с работы не всегда получается, это должен быть выходной день. Если это рабочий день, то кино. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Кроме того, если учесть, что одним из мотивов посещения театра становится приключение с обязательной прогулкой или заходом в кафе, то этот барьер опять же не позволяет реализовать данный мотив. Зрители вынуждены приезжать прямо к началу постановки и имеют возможность прогуляться или посетить кафе только после спектакля, если он не поздно заканчивается.

С 2006 года начала ходить активно. До этого ходила раз в полгода или раз в месяц. В Москве или в Питере чаще, там приедешь на отдых, а здесь, в Нижнем, как-то время появилось, работа стала другой. Когда до шести работаю,

никуда не успеваю, когда до пяти можно куда-то доехать, прийти. И возможность появилась не только в выходные, в праздники, а и в будни. Основная проблема у многих — доехать до театра с другого конца города, не могут отпрашиваться и успевать. Когда в 19 часов начинается, это более реально, но не всегда удобно. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Самым доступным способом преодоления данного барьера является смещение времени начала спектаклей на более поздний период — 19 или даже 20 часов. Эта рекомендация может распространяться не на все постановки, а лишь на отдельные из них, чтобы у зрителей была возможность выбрать наиболее удобный им вариант.

Очень дорого

Вторым барьером из категории физических является высокая, по мнению ряда информантов, стоимость посещения театра, в частности, цена билетов. Особенно проблема высокой стоимости актуальна для информантов, которые проводят досуг не в одиночестве, а в компании близких или членов семьи. Даже при цене билета 500 рублей, билеты на четырех человек обойдутся в 2 тысячи рублей, что в отдельных регионах является очень

большой суммой и не позволяет информантам совершать регулярные выходы в театр. Преодолению данного барьера могло бы способствовать развитие специальных льготных программ для семейного посещения театра.

Она с папой. Мне кажется, стоимость билетов влияет очень сильно. (Астрахань, женщина, 25 лет, в театр ходит.)

Оно примерно одинаково, актеры есть и в кино, а вот цена немного коробит, чтобы ходить в театр, нужно планировать бюджет. (Астрахань, мужчина, 23 года, в театр ходит.)

Театры дорогие. И проблема в том, что в театр надо готовиться. Смотреть искоса будут. И цена билета. Кино — 300, театр — 600. Московские пьесы около 5 тысяч (Нижний Новгород, мужчина, в театр не ходит.)

Барьером к посещению при этом становится даже не столько завышенная стоимость билетов, сколько отсутствие театра в числе приоритетных потребностей. То есть даже если стоимость билетов не такая высокая, она все равно является недоступной для людей из семей с невысоким достатком, так как в иерархии потребностей театр находится на самой вершине даже в сравнении с другими способами проведения досуга.

Сравниваю, мы же все из семьи ниже средней, бабушка лучше внукам что-то купит, детям поможет, просто не хватит денег сходить в театр. (Кемерово, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.)

Особенно часто претензия высокой стоимости высказывается в отношении гастрольных спектаклей, цена билетов на которые в разы превышает цену билетов на постановки местных театров. Причем часть информантов рассуждает в логике «на гастрольный спектакль я бы сходил(а), но там дорого, а на местный дешево, но не то». То есть низкая цена на спектакли местных театров рассматривается не как их преимущество, а скорее как показатель низкого качества. В контексте противопоставления с гастрольными постановками важно развивать позиционирование местных театров через указание на высокое качество и уникальность продукта, а не через их относительную дешевизну. Возможно, даже увеличение максимальной стоимости на билеты для избавления от стереотипа «дешевый и некачественный» театр.

Подруга ходила на «Мастер и Маргарита» московского театра в Театре оперы и балета, самый дешевый билет стоил 1 500 рублей. А на наш астраханский спектакль и за 300–400 рублей возьмем. Я не думаю, что там что-то более крутое мне покажут,

никакие технические стороны не будут лучше. Я не фанатка актеров, чтобы идти, деньги отдавать лишние. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Давно. Мне нравятся в Драматическом театре комедии. Периодически возникает мысль снова туда пойти, так как закончил учебу, стало больше времени и на работу, и денег больше стало: можно позволить не просто кино (200–300 рублей), но и театры (там от 400 рублей и выше). В ТЮЗе цена ниже, но там постановки такие... В Драматическом театре и Театре оперы и балета от 600 рублей и выше. Чтобы пойти, нужно выделить бюджет. (Астрахань, мужчина, 23 года, в театр ходит.)

2 сентября 2016 года приезжала комедия «Любовь и голуби» с актерами известными, которые в кино снимаются. Вот туда бы я ходила, но билеты были жутко дорогие. А вот кемеровские наши, даже не хочу ходить. (Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Да. Я не думаю, что наш театр осилит каждую неделю новую постановку делать, и я не думаю, что столько есть произведений, которые мне будут интересны, чтобы каждую неделю ходить. И опять же, это будет накладно, даже если это

будет 300–400 рублей, потом в кафешку идешь. Плюс не хочется каждый раз в одной и той же одежде идти. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

3 тысячи. Это нужно любить, чтоб за это ходить. Это три похода в кино. На пензенский дешевле спектакль. Приезжие — дороже. Рублей за 350 можно пензенское. «Чужой муж» какой-то будет. Не вызывает удовлетворения. (Пенза, женщина, 32 года, в театр ходит редко.)

В то же время театралы и информанты, которые посещают театр регулярно, указывают, что знают способы посещать театр дешевле, например, покупая билеты заранее, в день старта продаж. Таким образом, с ростом вовлеченности в театр у информантов появляются дополнительные возможности для его посещения, а данный барьер становится менее значим.

Если нижегородские, несложно. Можно по акции купить. Черная пятница. К дню театра устраивают. Главное, выбирать время. Как только появилась афиша, надо брать самые дешевые билеты, пусть даже на галерку. В первые дни как выложат на афише. Театр драмы выложил вчера на апрель. Можно заходить, брать дешевые. В Театр оперы можно взять

по 100 рублей, потом пересесть, там к этому нормально относятся, в первые ряды. Важно не упустить момент. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Театр — это не для меня

Среди аттитюдных барьеров, которые мешают респондентам посещать театр на уровне установок, одним из наиболее стойких является восприятие театра как не подходящего для информанта досуга. В первую очередь, разделение проводится через отнесение себя к не театралам. Есть они — «театралы», «специфичные люди», «интеллигенты с красивой осанкой», а есть мы, «которые некоторых вещей не отличаем». Театр может работать с данными стереотипами, развенчивая их, поощряя публику, которая первый раз решила прийти в театр, предоставляя им дополнительные материалы для понимания контекста и рассказывая о том, что публика на самом деле бывает очень разная, а глубоко разбираться в театре вовсе не обязательно, чтобы его посещать.

Мы не театралы, даже некоторых вещей друг от друга не отличаем, но для меня это было бы сильно-сильно классика. (Кемерово, женщина, 29 лет, в театр не ходит.)

Они специфичные люди. Им чуждо сходить в субботу в «Ламбаду». Они включают канал «Культура», «Звезда». Но театралы не те, кто ходят пять раз в год, а те, кто раз в неделю. 40 процентов ходят в театр, чтоб подружке рассказать «я в театр ходила с мужем на «Ревизора». Вот такие мы окультуренные, молодцы. (Пенза, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.)

Интеллигенты. Правильно воспитанны, правильно говорят, с красивой осанкой. Одеты изысканно, со вкусом, сдержанно. Я не такая. Не могу понять такое искусство, как театр. Читать люблю. Театр не идет, даже жалко деньги тратить. «Лебединое озеро» — дорогое удовольствие. (Пенза, женщина, 32 года, в театр ходит редко.)

В нарративах информантов выделяется также стереотип о том, что чтобы разбираться в театре и посещать его, надо быть с ним как-то связанным, иначе ты не сможешь его «прочувствовать и пережить», что особенно актуально для современного театра. Как будет показано далее, по мнению информантов, вокруг театра формируется особый клуб его почитателей и часть потенциальной публики, которая не входит в этот клуб, с непониманием относится к вовлеченным зрителям и старается от них дистанцироваться.

Есть один знакомый. Он фанатеет. Не понимаю, что он там находит. Он там работает. Для него театр — это жизнь. Просто нравится: «Я вот такой, для меня вся жизнь — театр, искусство. Его надо прочувствовать, пережить». (Пенза, женщина, 35 лет, в театр ходит редко.)

В данной категории барьеров особенно выделяется представление о том, что театр — женский вид досуга, что туда не ходят мужчины. Результаты других исследований подтверждают данный стереотип — основную аудиторию театра действительно составляют женщины, однако доля мужчин также достаточно высока. Тем не менее информанты транслируют стереотип и распространяют его на всю зрительскую аудиторию, утверждая, что мужчине в театре не место. Разнообразие жанров и форматов постановок, в том числе с учетом потребностей и интересов мужчин, позволило бы снять данный барьер хотя бы частично и сделать театр более привлекательным для мужской части аудитории.

На десять женщин будет один, и то с одной из этих десяти женщин. Он с ней пришел, матерится, ненавидит ее за это, но он пришел. Либо это букетный период, он пришел с цветочками на свидание. Либо праздник, например, к 8 Марта, с женами и «счастливыми» лицами в театре. Мне кажется, по доброй воле

мужчины в театры не ходят. (Кемерово, женщина, 33 года, в театр ходит.)

А в театр пойдут меньше людей. Скажут: «Вау, круто, я в театре была. В кино все бывают, а в театре не все». Дискриминация чувствуется? В женском роде заговорил, а не в мужском. (Пенза, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.)

Театр — это скучно и нудно

Как отмечалось выше, зрители ждут от театра события, которое подарит им яркие эмоции и запомнится надолго, поэтому серьезным барьером для вовлечения в театр становится восприятие театра как скучного вида проведения досуга. Иногда это представление основывается на собственном опыте информантов, которые уже были в театре ранее и имеют неудачный опыт.

Нужно, чтобы я прожила эту постановку вместе с игрой актеров. А не просто так сидеть, как в драмтеатре. (Астрахань, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Однако зачастую причиной становится существование в общественном восприятии универсального аттитюда «театр — это скучно и некомфортно».

Да я уже говорила, что мне будет скучно, мне будет некомфортно, в первую очередь потому, что это нужно как-то подобающе одеться, а я не любитель таких вещей. Я буду чувствовать себя не в своей тарелке. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Да, слишком заумно. Может, смешно там было поначалу... [пересказ сюжета]. Да. Это смешно было. Под конец уже рассуждения и философия пошли, стало скучно. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Информанты, особенно из числа молодежи, указывают, что классически драматический театр воспринимается ими как скучный и говорят о потенциале отдельных видов театра, например, кукольного театра, музыкального театра и т. д. Среди видов театра особенно выделяются ТЮЗы, которые широко представлены в России и имеют хороший потенциал с точки зрения использования современных технологий и экспериментальных форм. Современная молодежь в нестоличных городах не находит подходящего для себя (не скучного, увлекательного, экспериментального театра), и в этом контексте специализированные (молодежные) театры могут взять на себя миссию привлечения молодых зрителей за счет обращения к актуальным форматам постановок.

Для меня это очень скучно, не мое. Не знаю, может быть, я не доросла до этого, но когда говорят: «Мы ходили с парнем в драмтеатр», я думаю: епрст, я бы лучше пошла кофе попила. Для меня это прям не мое. В школе там, когда-то, всякие там эти кукольные театры, ТЮЗы, это да. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Чопорно и непонятно

Во многом предыдущие барьеры связаны с тем, что театр как особый способ проведения досуга воспринимается сегодня чопорным и недоступным для понимания обычными зрителями, которые чувствуют себя обязанными восхищаться и разбираться в театре, в том числе за счет социального давления со стороны окружающих.

Может быть, потому что ты должен сидеть весь такой чопорный, это все смотреть, говорить: «Боже, какая прекрасная игра актеров!» А ты ничего не понимаешь в этом просто. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Быть в театре для зрителей, которые в него ходят редко, — значит быть «не в своей тарелке», среди публики, которая кажется очень правильной

и чопорной, поэтому данный вид досуга вызывает дискомфорт. На этом фоне кино, которое ни к чему не обязывает зрителей, выглядит приоритетным способом провести свободное время. Ожидается, что современный театр должен быть ближе зрителю, даже к тому, который в нем плохо разбирается.

Да, обстановка, буду там не в своей тарелке, это будет зря потраченное время. А у меня его и так в принципе мало. Опера, концерт и балет. Фу тоже. Да, для меня балет непонятен, опера непонятна, поэтому не мое. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Театр — для стариков

Еще один связанный барьер заключается в восприятии театра как места «для стариков» — людей в возрасте, а не для молодежи.

Театр ассоциируется со старперами. И одеваться надо красиво, формально. С дредами пойдешь, будешь чувствовать некомфортно себя. Обстановка для культурных людей, которой надо соответствовать. (Нижний Новгород, женщина, 25 лет, в театр не ходит.)

Само представление о том, что молодежи в театре не место, заставляет потенциальных зрителей отказываться от той мысли. Работать с этим стереотипом можно посредством демонстрации на сайте, в рекламных материалах изображений молодой публики, людей, одетых неформально, открыто выражающих свои эмоции.

Вот не видела афиш. В основном-то все если приезжают, то в Театр оперы и балета, но вроде приезжает-то все такое, для более старшего поколения. Не видела, не знаю. Может, потому что мне неинтересно, я и внимания не обращаю. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Даже не могу сказать... Наверное, больше для взрослых. Не знаю, зачем взрослые туда ходят. (Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Что интересно, установку на то, что театр — место для пожилых, демонстрирует не только молодежь, но и участники исследования из средних и старших возрастных групп. В их восприятии поход в театр становится признанием собственного возраста: если я пойду в театр, значит, я старый, скучный, педантичный. Данный барьер в большей степени актуален для региональных театров, тогда как на столичных площадках, с большим разнообразием театральных форм, в том числе

экспериментальных, может быть встречена публика разных возрастов.

Скучно и неинтересно. Туда ходят пожилые люди. Театрал — скучный, педантичный. Хотя это искусство. (Пенза, женщина, 58 лет, в театр не ходит.)

Как уже было отмечено выше, выход в театр — шанс показать себя. Этим мотивом руководствуются зрители из более старших возрастных групп и публика, придерживающаяся традиционных взглядов на досуг, тогда как молодежь в регионах находит другие каналы для самовыражения и не имеет релевантного образца в контексте театра. Привлечь потенциальных зрителей из числа молодежи можно посредством создания этого образца.

Это женщина, в красивом платье, в манто, в шляпе. Которая собралась именно идти в театр. Она такая статная, в возрасте... деловая... Не знаю, правда. Для меня это картинка сильно возрастная, к этому надо прийти. Просто картинка в голове. Музеи тоже сюда. В театр она ходит, чтоб показать себя. Засиделась старушка дома, надо развеяться. (Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Даже молодые информанты не исключают, что когда-нибудь (с возрастом) они смогут понять данный способ проведения досуга, однако сейчас поход в театр не доставляет им удовольствия. То есть посещение театра воспринимается не как досуг прошлых поколений (туда ходили раньше), а именно как возрастной досуг (туда начинают ходить в старости).

Может быть, конечно, я когда-нибудь лет через двадцать пойду. Я, может быть, потому что сама подвижная, мне хочется какого-то движения, а театр для меня — это такое место, где ты сидишь и все. Пришел с кислым лицом, ушел с кислым лицом. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Грусть, печаль, тоска, серьезно. Иначе никак не объяснить. Но, наверное, с возрастом я пойму, что театр — это мое. Буду ходить на все спектакли. А сейчас для меня это грусть, печаль. (Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Театр — это несовременно

Еще одним барьером к посещению театра для потенциальных зрителей становится восприятие его как несовременного, неактуального вида досуга.

Информанты говорят о разных причинах появления такого стереотипа. В первую очередь, сама форма («три часа смотреть на живых людей») воспринимается как не соответствующая запросам современной публики, которая привыкла к быстрому потреблению разнообразного контента.

Уходящая эпоха. Плотный контакт между зрителем и теми, кто выступает. Волнение. Сильные эмоции. Неактуальность. В последние 20 лет особенности потребления медиаконтента поменялись колоссально. Сидеть два или три часа, смотреть на живых людей современной молодежи сложно. И мне бывает сложно. (Нижний Новгород, мужчина, 37 лет, в театр ходит редко.)

Во-вторых, устаревшими воспринимаются визуальные решения, используемые в театрах: костюмы, декорация, сценография. Для аудитории, которая не посещает современный театр, театр — это место, где «дама, девушка танцует в платье середины XX века». (Нижний Новгород, мужчина, в театр не ходит.) И для того чтобы привлечь молодую публику, театр должен продемонстрировать свою современность и актуальность.

Эти спектакли — это прошлый век. Вот эти все костюмы. Именно там они, как будто сшито

все на коленке, я бы не пошла. Я визуал, я смотрю на картинку. То есть самый норм здесь «Веселый Роджер». А так, в остальном здесь наряды совковые, что ли, ну это не вызывает интерес у молодежи. (Кемерово, женщина, 23 года, в театр не ходит.)

Кроме того, устаревшей и не соответствующей современным реалиям воспринимается и репертуарная политика театров. Молодые люди отмечают, что большую часть репертуара занимает «что-то из молодости наших родителей, наших дедушек» (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит), тогда как они хотят видеть на сцене близкие себе истории и понятных персонажей. Необходимость обращения к современным и актуальным сюжетам (либо современным интерпретациям классических сюжетов) является одной из ключевых рекомендаций театрам для привлечения молодой аудитории.

Может быть, если бы у нас был какой-то театр, чтобы прямо вау! — где не будут показывать какую-нибудь «Каштанку» или еще что-то такое, а что-то новое, современное, что, возможно, есть где-нибудь в Европе. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Отдельной ассоциацией с репертуаром становится школьная программа. Такие сюжеты сами по себе

не очень интересны молодым зрителям, кроме того, заставляют их вспоминать о школьных походах в театр — опыт приобщения к искусству, который редко для кого становился удачным, как будет описано в следующем параграфе.

Я читала, смысла не вижу на него идти. «Повести Белкина» тоже читала. На то, что я читала, точно не пойду. Когда ты учишься в школе, что-то не хочешь читать, можно сходить на час, посмотреть, и уже ты представление имеешь. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Неудачный опыт и школа

Появление этих стереотипов во многом может объясняться наличием у доли информантов неудачного опыта посещения театра. Попав на плохую, по их мнению, постановку, зрители, редко посещающие театр, начинают транслировать этот опыт на весь остальной театр, что усугубляется неоправданными ожиданиями от выхода в театр как яркого события.

Потом ходила у нас в обычный театр, может быть, неудачная постановка... Года три назад ходили с мужем, его сестрой и молодым человеком сестры. Те ребята (сестра и ее молодой человек)

*ходят часто (раз в сезон, чаще, чем мы),
утверждают, что постановка была неудачная.
Мы им, конечно, поверили, но больше не ходили.
«Третьему нет места в паре» — про ревность,
измены, какая-то глупость была изображена,
ни экшн, ни морали. (Кемерово, женщина,
29 лет, в театр не ходит.)*

Имея достаточный опыт хождения в театр, информанты-театралы готовы списать неудачу в выборе спектакля на случайность, однако не-зрители или потенциальные зрители, начинают высказывать опасения и относительно других спектаклей, не только в данном театре, и выражают недоверие театру как способу проведения досуга в целом.

*Это было связано не только с женой,
негативные ассоциации, я просто сразу пришел
и почувствовал эту фальшь, не в своей тарелке
как будто. Короче говоря, не понял я смысла
вообще. (Иркутск, мужчина, в театр ходит редко.)*

В ряде случаев этот неудачный опыт был получен уже во взрослом возрасте самостоятельно, однако для некоторых информантов решающим оказался детский опыт посещения театра.

Крик из прошлого. В школе. У меня не лучшая школа была. Нас часто заставляли ходить в театр. (Пенза, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.)

Школа становится одной из важных ассоциаций для информантов со словом «театр», причем, как правило, негативной ассоциацией: «в школе таскали», «заставляли», «переходил в детстве».

[Ассоциируется] с детством. Таскали в школе. Цирк еще нормально. А театры, музеи не особо. Могу сходить, если билет подарят, на работе дадут. Или если кто-то приедет сверхъестественный, на кого хочу. Это давно было. (Пенза, женщина, 35 лет, в театр ходит редко.)

Театр меня никогда не привлекал. Там скучно. Пьесы смотреть, спектакли, конечно, ходили с классом, на елку. (Пенза, женщина, 40 лет, в театр не ходит.)

Я в них [театры] переходил в детстве. У нас была молодая учительница, мы со школой каждый месяц ездили. Она собирала деньги, мы каждый месяц ездили. В ТЮЗ, Театр драмы. (Нижний Новгород, мужчина, в театр ходит редко.)

Информанты высказывают разные взгляды на то, надо ли водить детей со школой в театр. Родители, принявшие участие в исследовании, например, придерживаются мнения, что водить детей с классом в театр нужно, так как не все родители могут себе это позволить и готовы самостоятельно водить детей в театр. Тем самым ответственность за воспитание и просвещение ребенка, в том числе за накопление его культурного капитала, перекладывается на школу и педагогов.

Надо, не все родители могут позволить, не все развивают, как мы. На танцы, в музыкалку. С 6-го класса стало сложно, она в лицее учится. Оставили танцы, выбрали музыку. Переживает, хочет танцевать. (Пенза, женщина, 58 лет, в театр не ходит.)

В свою очередь, наша информантка, школьный педагог из Пензы, указывает, что практика хождения в театр с классом является скорее негативной и может подходить только старшеклассникам, тогда как групповые походы в театр с детьми из младшей или средней школы — это «одни вопли». Она указывает на то, что ходить в театр дети скорее должны с родителями и говорит, что театрам необходимо обращать внимание на данную категорию посетителей посредством развития отдельных программ для семейных зрителей.

У нас сотрудничество театров и школ. У них когда некоммерческое время, им нужно как-то зарабатывать. Они посылают человека, который распространяет эти билеты. Нам внушают, что это надо, и мы детям внушаем, что это надо. Ну да, с детьми ходить в театр... Старшие — это нормально, а 6–7 класс — там одни вопли. (Пенза, женщина, в театр ходит.)

Это другое, внук да. Там можно и подзатыльник дать. А здесь все по-другому. Хотя устраивают для школьников театральные мероприятия неплохие. И познавательные, и все. Но не всем. Если дома нет интереса, то и у детей нет. (Пенза, женщина, в театр ходит.)

Надо красиво одеваться

Барьером посещения театра для некоторых информантов становится также представление о том, что поход в театр сопряжен с особыми ритуалами и практиками, требует, например, особого внешнего вида. Этот барьер связан с укорененными представлениями о театре как о месте, куда обязательно нужно ходить нарядным, что накладывает определенные эмоциональные (не всем комфортен такой внешний вид), а также экономические ограничения (требуется иметь соответствующий

гардероб). Некоторые информанты отмечали, что не могут себе позволить часто ходить в театр, так как не обладают достаточным количеством нарядной одежды, а ходить в одном и том же в театр нельзя.

Да я уже говорила, что мне будет скучно, мне будет некомфортно в первую очередь, потому что это нужно как-то подобающе одеться, а я не любитель таких вещей. Я буду чувствовать себя не в своей тарелке. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Ну в театр, в тот же драмтеатр ты должна надеть какое-нибудь платье. Я думаю, нет [не пустят в джинсах и кедах]. Ну там такого жесткого фейсконтроля нет, но надо же выглядеть прилично, а не то что там какие-то джинсы рваные, шнурки развязанные. И вот это прямо нет, и все. Мне кажется, скажут: вот тебе деньги, иди — не пойду, не мое. Буду себя чувствовать, как на каторге какой-то, будешь сидеть так: ах, когда же я домой-то пойду? (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Публика в спортивных костюмах

С другой стороны, этот же стереотип имеет амбивалентный характер и находит свое проявление

и в противоположном барьере. Информанты отмечают, что для них выход в театр — это событие, во время которого все и всё вокруг должно быть красиво, тогда как на практике в театрах им встречаются люди, которые ходят туда в «джинсах, штанах, спортивных костюмах».

Понятное дело, что мы наряжаемся, когда идем в театр. Отличается от рабочей одежды. Как минимум платьишко, прическа, туфельки или сапожки на каблуках. Мне так комфортно, удобно. Но большинство сейчас ходят туда как были на работе: и в джинсах, и в штанах, и в спортивных костюмах, к сожалению. Не очень к этому отношусь. Когда я раньше не ходила вообще в театр, в моем понимании было, что театр что-то нарядное, должно быть немного. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Мой мужчина тоже всегда в рубашке, может с галстуком, классический стиль либо полуклассический. Когда приходят в спортивном стиле или как готы, ты немножко удивляешься. Или женщины в брюках в театре, не очень я как-то воспринимаю. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Данная практика сталкивается, во-первых, с мотивацией редких и невовлеченных посетителей

(событие, престиж, эмоции), а во-вторых, с устоявшимися представлениями о «театралах» как о интеллигентах. Это становится причиной, по которой портится впечатление от похода в театр.

Раньше казалось, что туда все идут хорошо выглядящие (не в джинсах, спортивном костюме, нормально одетые), джентльмены, так мне маленькой казалось. Когда недавно ходили, мы были в платьях, мужа заставила брюки надеть, не совсем официальные, адекватные. А некоторые чуть ли не в спортивных костюмах, это меня смутило. Момент официозности испарился. (Кемерово, женщина, 29 лет, в театр не ходит.)

И вот, кстати, то время, когда мы ходили на работе в театр, мы... Ну, было тоже такое, добровольно-принудительное, и вот это вот очарование, оно как-то спадало, потому что часто ходили после работы, где-то на неделе, и у нас действительно скотские девочки, ну вот половина где-то была, ну в каких-то таких штанах... И вот это все очарование пропадало, когда там большим скопом заходишь и кто-то там «шу-шу, шу-шу», потом какие-то, блин, дебильные комментарии... Это очарование как бы ломает... (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

В итоге возникает ситуация, когда одни информанты из числа потенциальной аудитории опасаются идти в театр, предполагая, что от них будет требоваться нарядный внешний вид, а другие, руководствуясь этими же ожиданиями, красиво одеваются и особо готовятся к выходу. В результате чего одни не идут в театр, а другие, придя туда однажды, больше не возвращаются, так как обычная театральная публика не всегда соответствует их завышенным ожиданиям.

Провинциальный театр низкого качества

Еще один аттитюдный барьер, который во многом базируется на опыте самих информантов, связан с представлением о провинциальном театре как о театре низкокачественном. Все, что происходит в театре «на местном уровне», априори оценивается как неинтересное и не заслуживающее внимания. Вероятно, данный барьер является одним из наиболее труднопреодолимых, так как требует изменения, с одной стороны, укорененных зрительских установок, а с другой — реальной работы театров по повышению качества постановок (в первую очередь, речь идет про актерскую игру), что должно быть сопряжено с перестроением всей системы функционирования и финансирования современной театральной жизни, как в государственных, так и в частных театрах.

Ну у нас, насколько я знаю, ничего такого нет. Те же плакаты смотришь, афиши приходят на почту. Тот же стендап, например. Но я понимаю, что это какие-то местные ребята, все на местном уровне, тоже как-то неинтересно. А чего-то такого, чтобы прям ах! — такого нет. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Не умеют играть, режиссер тоже местный, самодеятельность. Хотя имеют корочки. Я понимаю, когда люди стараются, огонь в глазах, даже бесплатно. Но ничего не получаешь. Бывало, я вставала и уходила, не могла вынести. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Развитие цифровых форматов досуга, доступ к трансляциям и записям спектаклей и представлений из московских или зарубежных театров, а также в целом проведение гастрольных показов столичных театров, дополнительно подрывает доверие публики к местным театрам. В этих условиях театрам важно ориентироваться на лучшие практики, приглашать специалистов из других городов и стран, развивать формат копродукции либо новые форматы производства спектаклей, которые в общественном восприятии не будут привязаны к конкретному [«провинциальному»] театру. Как вариант возможно также развитие гастролей не только в формате

«столица — регионы», но и в формате «регионы — регионы».

А ты можешь посмотреть в Ютубе кого-то либо из других городов, либо комиков из Америки, и ты понимаешь — что как бы клево, молодцы, но у нас в городе и все. Может, они и сами понимают: мол, ну хотя бы здесь молодцы. Вот сидишь, нас осуждаешь, а мы выступаем перед тобой. Их тоже можно понять. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

Скучно, неинтересно, ходить не надо туда никому... На московских актеров из российских фильмов, которые умеют играть, еще можно было бы сходить. А здесь никого не знаешь, половина студенты. (Кемерово, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.)

Причем данный стереотип укоренен настолько, что даже попадая на качественные постановки, информанты продолжают его транслировать, как наша участница исследования из Кемерово, которая, рассказывая о понравившемся ей спектакле, все время делает оговорку, что он был «хорош для такого захолустного театра».

Про драмтеатр: помню, на меня большое впечатление произвел «Шут Балакирев»

по Григорию Горину. Мне на тот момент казалось, что для такого театра (захолустного, немосковского) это офигенная постановка. Они до сих пор его играют. Все равно есть разница между московским каким-то театром и нашими местными. Не знаю, с чем это связано. (Кемерово, женщина, 33 года, в театр ходит.)

Интересно также, что провинциальность и условная «захолустность» театров, о которой шла речь в интервью с информантами, иногда оказывается как раз тем самым фактором, который привлекает некоторых зрителей. Однако, как правило, речь идет о зрителях с хорошим опытом намеренности, для которых «запах старины» и «полуразвалившаяся сцена» становятся некой ностальгической диковинкой.

Заходишь, и запах старины прям недобрый. Как гастроном — каменный пол, старинные сиденья, которым уже непонятно сколько лет. Там полуразвалившаяся сцена, переживаешь. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Пошло и некрасиво

Ожидая от театра праздничной и особой атмосферы, текущая и потенциальная аудитория, для которой выражены данные мотивы посещения театра,

принимает решение отказаться от посещения в случае, если опасаются, что театр или спектакль не смогут удовлетворить их запрос. Например, информанты рассказывали, что не ходят в театр по причине того, что он недостаточно красив. Преодолеть данный барьер возможно за счет работы с пространством театра, производства инсталляций и объектов в фойе и помещениях театра, развития проектов и коллабораций с современными художниками.

[Не хожу в этот театр] ... потому что он не такой красивый. Там сцена маленькая, нет спецэффектов. Ничего красивого там нет. Опять-таки, там все такое маленькое, скромненькое. Мне вот больше нравится красота, которая... Масштаб! (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Кроме того, отказ от посещения может быть связан с негативным опытом посещения пошлого спектакля, либо с ожиданиями, что в спектакле будет использоваться мат, либо сцены неэтичного поведения.

Пошловатый сюжет, нет логики, развития, ничемные диалоги, занимают время. Примитивные шутки ниже пояса. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Стараюсь не ругаться. Есть музыка у Сергея Шнурова. Он достойный человек и ругается матом. В театре ограничение 18+ надо будет сделать. Но лучше, чтоб этого не было. Не одобряю, но смотря как его преподнести. Как нужно, могут рассказать Сергей Шнуров и Бурунов. Для меня это больше минус, чем плюс. (Нижний Новгород, мужчина, в театр не ходит.)

Раздел 6

Восприятие современных театральных форм

По своему отношению к современным театральным формам принявшие участие в исследовании информанты также оказались очень разнородны, что во многом соотносится с результатами всероссийского опроса⁵ зрителей. Так или иначе, говоря о театре, информанты в своих нарративах проводили различие между классическим и современным театром. В то же время понятие современного театра не поддается непосредственной операционализации исходя из интервью, так как каждый информант понимает его по-своему.

Говоря о современном театре, одни подразумевали минималистичную сценографию, другие — смелые и актуальные пьесы современных авторов, третьи чаще говорили о новаторских и экспериментальных форматах, таких как, например, иммерсивный театр. В этом контексте затруднительно говорить

⁵ Портрет зрителя драматических театров. Всероссийское исследование театральной аудитории. М.: Российский университет театрального искусства — ГИТИС, 2019. С. 153.

об общих критериях восприятия современного театра, однако на основании интервью могут быть выделены отдельные категории, которые так или иначе встречались в нарративах информантов.

Прежде чем переходить к описанию этих категорий, необходимо отметить, что вовлеченные в современные театральные формы информанты, говоря о том, как именно у них появился такой интерес, указывают, что он связан во многом с социальным окружением. Так, наши информанты из Иркутска, рассказывая о своем опыте, отмечают, что их друзья или знакомые занимаются современным и экспериментальным театром, поэтому они посещают такие представления.

В эмоциональном плане театр дает успокоение. Стульчики мягкие. Это кайф просто. Я ходил и в маленькие театры с маленькими сценами, но не было романтики. Это уже не история, а современный театр. У меня тем более очень много знакомых, кто этим занимается. (Иркутск, мужчина, 27 лет, в театр ходил раньше.)

Вот недавно, в том году, там интерактивный спектакль был, с подружкой была. И еще я была на «Ревизоре», у меня просто знакомый играл в составе. Чтобы я туда попала сама по себе, у меня ни разу не было. Только кто-то звал. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

С друзьями хожу в театр. У меня знакомые занимаются экспериментальным театром, они зовут меня все время. И они меня приглашают, как новое что-то ставят. Наверное, потому, что я прямой и все говорю. Потом у них там банкетик. Ну, и после я им там все рассказываю, что я о них думаю. Это театр студии «Яо». Они как поставят постановку... в этом году недавно ходил. Как новую постановку делают — зовут. Ну, достаточно редко, не на все, бывает, попадаю. (Иркутск, мужчина, в театр ходит редко.)

Современный театр новый и актуальный

Сторонники современного театра хвалят его в первую очередь за актуальность и новизну. Театр становится современным, если это «нестандартно, ново, интересно. Такого раньше не видел». (Пенза, мужчина, 34 года, в театр не ходит.) За счет приближенности к реалиям сегодняшнего дня такой театр воспринимается как более живой и настоящий.

Современная постановка, совсем другое, современные люди. Ирония и сарказм — вот она реальность. Ничего не изменилось. Больше понравилась современная, актеры талантливее,

живее. (Астрахань, мужчина, 39 лет, в театр ходит.)

Наш информант из Астрахани, говоря о современных театральных постановках, современных пьесах, использует понятие «другой театр», тем самым указывая, что между классическим театром и современным театром есть принципиальное различие, причем второй не является лучше или хуже, а просто «другой».

Что-то современное было, про отношения непонятные, про семью. <...> Есть современные театры, это да. Амплуа театра — современные пьесы. А на драматический — интереснее, когда того же Гоголя, Пушкина, Достоевского. Современный, мне кажется, это другой должен быть театр. (Астрахань, мужчина, 42 года, в театр ходит.)

Причем для некоторых потенциальных зрителей принципиально важно понимать, в какой именно театр они попадут, покупая билет на тот или иной спектакль. Для вовлеченных в театр зрителей кодом для понимания может стать фамилия режиссера или, например, сценографа. Зрители невовлеченные боятся ошибиться, поэтому им необходимо предоставить максимальную информацию для

совершения выбора — фотографии со спектакля либо тизер постановки.

Единственное представление, на котором я не скучала, было в Малом театре, современного плана. Что-то про женщину без цензуры, для взрослых. Было весело. (Пенза, женщина, 32 года, в театр ходит редко.)

Современный театр интересный и нескучный

Современный театр воспринимается как более интересный, соответствующий запросу современного зрителя, как театр, в котором не будет скучно. Речь может идти про использование в театре мультимедийных технологий либо современной сценографии (например, в качестве такого приема зрители воспринимают отсутствие декораций). В любом случае современные постановки содержат интригу, благодаря множеству доступных приемов и форматов.

Театр комедии купил мультимедийное оборудование. Один спектакль поставили, еще один ставят. Сейчас такое поветрие, когда декораций нет, но задняя часть меняется. В Театре оперы и балета стали делать такое

в последние годы. Когда на заднике просто меняется изображение. Декорации могут не вытаскивать. Мне и так, и так интересно. Когда в театре опускается занавес, и ты слышишь, как там тягают декорации, начинают молотком что-то прибивать. Как люди ругаются, матерятся, топают. Ты ждешь минут пять, когда продолжится спектакль. Конечно, интересно, когда раз — поменялось, и уже другое место. Хочется помобильней, время уже другое. Декорации носить руками неинтересно. Да, это плюс, зритель не будет скучать 10 минут, пока меняют декорации руками. (Нижний Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Публика, вовлеченная в театр, ждет от театра чего-то нового, хочет удивляться, получать новые эмоции. Для таких зрителей значение играет сама постановка, а не только и не столько факт выхода в театр, поэтому они хорошо воспринимают, «когда в постановку новое что-то вносят... Ну, замечательно отношусь. То есть ты уже выходишь с новыми эмоциями, то есть вот «Прощание с Матёрой» Распутина, постановку они немного другую сделали». (Иркутск, женщина, 41 год, в театр ходит.) Современный театр для них — театр неоднозначный, вызывающий вопросы, заставляющий задумываться, но все равно более интересный, чем классический, от которого всегда знаешь, чего ожидать.

Хорошо отношусь к современным историям, была в Театре Виктюка в Москве, очень неоднозначный спектакль. Мастерство актеров там было в акробатической технике.
(Астрахань, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Может, пойду. Он меня часто таскает в Молодежный театр. Там бывают нестандартные спектакли. Таких же нестандартных исполнителей. В Молодежном театре не могу сказать, что все нравится. На уровне все философском. Сложно понять сюжет бывает. Нестандартное оформление. Минимализм. (Пенза, женщина, в театр ходит.)

Раз провокатор, что-то там необычное. Нетрадиционное. Что-то я такое видела.
(Пенза, женщина, 62 года, в театр ходит.)

Иммерсивный театр как особая форма также вызывает смешанные оценки аудитории, однако большинство информантов говорит о нем как об интересном формате, который привлекает даже не ходящую в театр аудиторию, так как «то, что актеры могут быть рядом, это, конечно, интереснее. Даже мог бы принять участие».
(Кемерово, мужчина, 29 лет, в театр не ходит.) Даже в случае, если сами они не готовы принимать участие в подобных представлениях, участники исследования, даже те, которые посещают театр редко или не ходят

в него вовсе, готовы пойти на иммерсивный спектакль, чтобы посмотреть со стороны, понять, что это.

*Это интересно, очень даже интересно.
Мы бы точно сходили. Пусть ты наблюдаешь,
но это же что-то новое. (Кемерово, женщина,
29 лет, в театр не ходит.)*

Развитие данного формата либо использование его элементов в обычных постановках делает театр более привлекательным даже для не-зрителей.

*Меня бы насторожило. Нет такого
полного раскрепощения, чтоб рассказать
всему залу. Но интересно и рассказать,
и посмотреть со стороны. Я пойду. Посмотрю,
что за обстановка. Если захочу, поучаствую.
Но ради интереса сходила бы точно. (Пенза,
женщина, 32 года, в театр ходит редко.)*

*Вообще мне очень понравился, я ходила
на интерактивный спектакль, это как-то очень
интересно. Я вот сейчас поняла, почему
мне понравился. Потому что ты там тоже
вовлекаешься, и, если даже актер тебя
не задействует, ты можешь сама пойти
и задействоваться. Потому что у нас народ
вялотекущий, инертный, и активных — это раз,
два. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)*

Современный театр был всегда, но его мало

Особо зрители, погруженные в театр, отмечают, что экспериментальные форматы театральных представлений не являются современной тенденцией, а существовали и ранее, в том числе еще в середине прошлого века, поэтому экспериментальный театр является важной частью театрального ландшафта.

Я к театру не ровно дышу с 9–10 класса. Я училась в 62-й школе, там был Университет культуры школьника. Моя подруга была ректором, а я деканом факультета искусства и кино. Мы бегали в драмтеатр. Тогда был режиссер Климовский, это экспериментальный театр, актеры интересные. Дипломные спектакли. Была актриса Юлия Рутберг. Ее отец на нашей сцене ставил спектакли. Мы на прогоны, на генеральные репетиции как путные люди ходили, дрожали от восторга. Даже когда в институте училась, летали в Новосибирск на премьеры, туда актеры некоторые переехали. Потом эта любовь продолжалась. У нас был интересный драматический театр. (Кемерово, женщина, 64 года, в театр ходит.)

А ряд информантов даже отмечает нехватку экспериментальных театров и площадок, указывая

на то, что в региональных театрах не меняется состав актеров и постановщиков, за счет чего походы в театр могут быстро надоедать, так как «всегда одно и то же».

Не хватает экспериментальных, где побольше была бы сцена, разнообразие по драматургии. Интересней режиссеры. Каждый театр старается одних и тех же. Одна премьера удалась, и вторую этого режиссера. Драма всегда одних и тех же, надоедает. (Нижегород, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Современный театр — непонятная мешанина

Критики современного театра обращают внимание в первую очередь на его непонятность и странность: «туда сын меня и таскал. То, что мне не понравилось. Такое странное. Минимализм, закрученные идеи». (Пенза, женщина, в театр ходит.) Использование особого театрального языка, обращение к современным сюжетам и идеям, которые как раз нравятся одним зрителям, вызывает непонимание и отторжение других. В нарративах это объясняется излишней креативностью и своеобразностью современного театра.

По ощущениям как-то сильно креативно,
я не настолько креативна. (Кемерово, женщина,
33 года, в театр ходит.)

Ощущение, как в фильмах, своеобразный,
не от мира сего. Немой. Определенный
жанр, который не покажет ни одна комедия...
Импрессионизм. (Нижний Новгород, мужчина,
в театр ходит редко.)

«Мадам Баттерфляй», «Руслан и Людмила»
в Кремле — на современный лад, костюмы,
что ли, не понравились, смешали все:
и современное, и старинное. Не впечатлило.
(Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Во многом подобная реакция объясняется в целом непониманием и внутренним сопротивлением современным формам искусства, восприятие которого требует определенной подготовки. Зритель, идущий на современную театральную постановку, должен быть готов к тому, что он может там увидеть.

Есть современные театры. Я этого вообще не понимаю. Я был на WAFEst. Там много сцен. Есть электронная музыка, водная, йога, а есть театральная. Там был современный театр. Девушки с бритыми головами играли. Я проходил, решил посмотреть. Мне интересно

современное искусство. Они что-то исполняли молча вообще. Я этого не понимаю. Нет. Я этого не понимаю. Не понимаю вообще современное искусство. Я был на современных выставках. Там обгорелая лодка. Такое себе достижение. Банан, приклеенный скотчем, и стоит баснословных денег. Один человек его съел, ему выписали штраф. (Нижний Новгород, мужчина, в театр не ходит.)

Современный театр портит классику

Негативную реакцию части информантов вызывают и современные интерпретации на театральной сцене классических произведений. Да, современные постановки бывают интересными, но «когда они пишут “по мотивам”, что там? Извратить Пушкина? Пушкин вообще думал поставить такой спектакль? “По мотивам” меня всегда напрягает. Расходится с концепцией автора. Пушкин писал свои “Маленькие трагедии”. Он что, думал, что будет вот так?» (Пенза, женщина, в театр ходит.) В этом контексте важно, чтобы у зрителей, которые идут в театр, изначально было понимание, что спектакль, который они будут смотреть — не дословная постановка классического произведения, а режиссерская вариация, современная интерпретация, что позволит

избежать неоправданных ожиданий и потенциальных конфликтов.

Несоответствие. Какой-то классический спектакль [«Гамлет»], а когда выходят в джинсах, начинают какие-то слова говорить... Несоответствие тому времени, и хочется просто встать и уйти. Переделывать надо тоже правильно. Я представляю спектакль XIX века, о каких джинсах может идти речь на сцене? Тогда получается, режиссер не понял вообще смысл.

Новые сцены нормально, но они должны соответствовать тому времени, в которое мы переключаемся. Или слова, как раньше разговаривали. Вы тогда и ведите диалог в одном стиле. А не «пойдемте-с», «нет, мне пофиг».

Может быть, но без этих словечек. Я отношусь плохо. Если это классическое произведение, то какие там могут быть джинсы и какое там может быть слово «пофиг». Классика должна оставаться классикой. Например, мы с ребенком пришли его окультуривать, а тут вот такие выражения: «да ну на фиг», «мне пофиг». Этот ляп бьет по ушам. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Классические произведения для части зрителей роднее и реалистичнее. Речь здесь идет скорее

о личных предпочтениях, поэтому у зрителей должен быть выбор и признание за аудиторией этого выбора (как и признание публикой режиссерского видения постановки) — важная часть той самой атмосферы взаимного уважения, о которой шла речь выше.

В случае наличия в спектакле ненормативной лексики, провокационных приемов, важно заранее проговорить это зрителю, предупредить его, чтобы избежать возможных конфликтов.

Классика, наверное. Там больше жизни. Жизненных ситуаций каких-то. Реалистичнее, чем современные. Если возвращаться к той же «Сильвии» — это любовь, это разговоры. Конкретные жизненные ситуации, которые у каждого в жизни происходили. И вот там как они ее переживали. Кто-то хорошо, кто-то плохо. Современные могут быть реалистичными, а могут и не быть. Классика всегда реалистична для меня. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Ну это классику, я во всем люблю классику: в одежде, в репертуаре. Это всегда выигрышно, и для меня это как-то ближе, роднее. Конечно, хочется на что-то, может быть, сходить, но это в дальнейшем будет. Сейчас очень много тоже... (ну слышала, но ни разу не ходила) молодых трупп, которые тоже отдают театры, но ни разу

не была. Хочу вот сходить для развития репертуара. (Иркутск, женщина, 41 год, в театр ходит.)

Современный театр — не для меня

Таким образом, для многих современный театр воспринимается опять же как «театр не для меня», а для другого зрителя. В частности, этот зритель должен быть более искушенным и насмотренным. Причем в нарративах разговор о «современном» часто упрощается и сводится к разговору о пошлости и (не) допустимом в театре, когда информант указывает, что не готов видеть «Гамлета без трусов», как наша собеседница из Кемерова.

Мне кажется, эта история, предыдущая, это все потому, что зритель сейчас очень искушенный, его трудно удивить, и актерам надо прыгать выше головы. Гамлетом просто уже не удивить. Надо, чтобы Гамлет был без трусов. Уже для очень искушенного зрителя — попытка актеров найти такое, чего еще не было. Я, короче, консерватор на самом деле... (Кемерово, женщина, 33 года, в театр ходит.)

Кроме того, современный театр воспринимается как более молодежный, поэтому зрители из средней

и старшей возрастных групп не готовы смотреть такие постановки. Это может быть связано с личной незаинтересованностью к сюжету, как в случае нашего информанта из Нижнего Новгорода, либо с эмоциональным восприятием современного, экспериментального, интерактивного театра как театра «для молодежи», что становится психологическим барьером, как в случае информантки из Кемерово.

Мне не понравилось ничего, что я видел из современного. Читал театральные колонки в журналах: там было круто, прям ух. А потом смотришь, что предлагается здесь, и не ух. Там 29-летняя девочка рефлексит о том, как ее бросили в 15 лет. (Нижний Новгород, мужчина, 37 лет, в театр ходит редко.)

Интерактивный спектакль — короткий, я так понимаю. И для молодежи. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Современный театр доставляет дискомфорт

Продолжая разговор об эмоциональном комфорте, важно отметить, что современный, в особенности интерактивный, иммерсивный театр, воспринимается

зрителями как дискомфортный. Участники исследования выражают интерес к таким формам, однако отмечают, что не готовы вступать в тесный контакт с актерами или другой публикой, а уж тем более рассказывать о себе или выступать на сцене.

Да ну, скорее отрицательно. Ну, незнакомый человек залезает в мою зону комфорта. Я не прихожу с ним поговорить, и я этого не ожидаю, скорее всего. Для меня будет какой-то дискомфорт, скорее всего. (Иркутск, женщина, в театр ходит редко.)

Для нашей информантки из Нижнего Новгорода, которая не ходит в театр, отдых ассоциируется в первую очередь со спокойствием и расслабленным состоянием, тогда как современные театральные формы вынуждают ее оказаться в стрессовой ситуации, то есть не позволяют реализовать части мотивов выхода в театр.

Я не хочу чувствовать себя некомфортно во время отдыха. Сидеть, думать, вдруг актер задаст вопрос, и ты не сможешь ответить. Это оставит мне неприятный осадок. И потом думать, вдруг ты неправильно ответил. Не понравилось бы точно. (Нижний Новгород, женщина, 25 лет, в театр не ходит.)

Информанты указывают, что такая форма интересна для них при условии соблюдения определенной дистанции — смотреть, «созерцать», но не «прыгать, скакать». В этом контексте опять же крайне важно давать зрителям возможность выбора — участвовать либо не участвовать, а также заранее информировать их о том, что такая возможность есть: вы можете прийти, посмотреть, но не обязательно вступать во взаимодействие с другими участниками или актерами.

Интересно, наверное. У нас такого нет. Ну, нормально. Мне бы было интересно, я бы пошла. Потому что я люблю что-то новое, всякие новинки я всегда посещаю. Мне, например, очень нравится камерная сцена. Они рядом с нами, актеры. Они также могут с тобой беседовать, вступить в контакт. Это как-то необычно, но нормально. Был вроде спектакль «Прощание с Матёрой», у них была посиделка, еду принесли, прям едой пахло. И эти мужчины подвыпили и подходили, беседовали с нами. В принципе, совершенно нормально. Это было неожиданно, конечно. Это немного смущает, но не, нормально. Хорошие, положительные эмоции остались. Совсем когда вовлекают, я не очень люблю. Хотя я не раз в этом участвовала. Мне не нравится то, что мне дают какой-то сценарий, и я должна это исполнять,

и еще на публике. Если есть возможность посмотреть, а не участвовать, я буду просто созерцать. Я не выходила на публику с актерами. Смотрели — это другое. Просто была беседа, диалог. То есть не заставляли попрыгать, поскакать. Как-то вот было и было. Это было сиюминутно и недолго. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Раздел 7

Представленность в Интернете и способы продвижения

Наконец, обратимся к анализу ключевых способов продвижения спектаклей, в том числе посредством сети Интернет. Понимание того, как потенциальные зрители воспринимают различные каналы коммуникации театра с аудиторией, откуда черпают информацию о спектаклях и какие ресурсы используют для покупки билетов, позволит театрам более эффективно выстраивать стратегии собственного продвижения и прицельно находить свою целевую аудиторию. Хотя важно оговориться, что не существует универсальных сценариев продвижения, а эффективность тех или иных каналов зависит во многом от контекста региона, демографических, социальных и экономических характеристик аудитории, истории театра и т. д.

Традиционные каналы

В первую очередь необходимо отметить, что в 2020 году традиционные каналы распространения информации

о спектаклях и театре все еще играли значимую роль, в особенности в региональных театрах. Несмотря на стремительное развитие онлайн-медиа и цифровых каналов взаимодействия с публикой, информанты в ряде случаев указывали, что получают информацию о постановках из газет, журналов, телевидения, наружной рекламы, а билеты покупают у распространителей и в городских билетных кассах.

СМИ и наружная реклама

Для старшего поколения основным источником информации продолжают оставаться классические средства массовой информации, такие как газеты, телевизор, радио, наружная реклама.

Анонсы, афиши. Я в центре живу. И реклама по телевидению, в газете прочитаешь, Комсомолка, почему нет. (Кемерово, женщина, 64 года, в театр ходит.)

Реклама постановок, которая транслируется на местных телеканалах, также привлекает внимание зрителей.

У нас по ТВ афишу передают, рекламу, что в театре. Либо женщина эта приходила на работу к нам. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

В то же время для молодежи телевизор не является релевантным каналом коммуникации.

*Редко смотрю, у меня нет телевизора.
В Интернете увижу, возможно. Может,
задумаюсь, но стараюсь не обращать внимания.
(Нижний Новгород, мужчина, в театр не ходит.)*

Про роль наружной рекламы говорили информанты из разных городов. Речь при этом идет как про афиши на здании театра, так и про билборды, перетяжки, рекламу на информационных щитах. При этом задача такой рекламы сегодня — не дать полную информацию о постановке, а заинтриговать потенциального зрителя, заставить его гуглить, зайти на сайт театра.

*И так по городу я много гуляю. Видишь
что-то интересное, начинаешь гуглить —
что это, где это. (Астрахань, женщина, 26 лет,
в театр не ходит.)*

*Через рекламу, через Интернет. В городе афиши
висят. На баннерах, на остановке. По телевизору.
(Пенза, женщина, 40 лет, в театр не ходит.)*

Распространители

Эффективным каналом информирования о постановках, а также продажи билетов все еще

остаются распространители, которые предлагают потенциальным зрителям билеты по месту их работы или учебы. Такие распространители могут заниматься непосредственно продажей билетов. Для информантов, которые не вовлечены в театр настолько, чтобы покупать билеты самостоятельно или использовать сайт, данный способ является очень удобным.

У нас, скорее всего, на работе, так просто, к нам пришли, афишу принесли, и нам никуда не надо бегать, искать. Мы это все просмотрели, что надо, выбрали. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Потом к нам из театра приходит женщина и предлагает билет. Из драмтеатра, из оперетты. Не знаю, кто она там. Ей сразу денежку даешь и билет покупаешь. Перед праздниками в основном приходила. Муж всегда «за», его брала. (Кемерово, женщина, 44 года, в театр ходит.)

Кроме того, особая функция распространителей заключается в том, что они, по сути, занимаются рекламой театра и постановок, вызывают у потенциальных зрителей потребность пойти в театр и даже, если сами не продают билеты, создают позитивный информационный фон, который заставляет информантов самостоятельно искать билеты в Интернете.

*[К тому, что приносят билеты, отношусь]
Положительно. У нас многие берут. И я брала.
Вот сейчас бы пришли, я бы взяла. Например,
сейчас я хожу на сайт драмтеатра, ищу билеты,
смотрю места. С местами все плохо,
там до марта все расписано.*

*У подруги есть муж, работает в СДС, часто
попадают интересные билеты. У них
кто-то на работе занимается распространением
билетов. Не распространением, знает о всех
новинках, которые происходят в области.
(Кемерово, женщина, 29 лет, в театр не ходит.)*

Такой способ распространения билетов важен еще и по той причине, что позволяет информантам найти компанию для похода в театр среди своих коллег. Речь о важности социально-коммуникативной функции театра уже шла ранее. Информанты из числа потенциальных и редко ходящих зрителей, как правило, не готовы ходить в театр поодиночке.

*Когда я работала раньше, приносили билетки.
Познакомилась с женщиной из [театра имени]
Загурского, и мы оплачивали, а она нам
приносила. То есть мы могли коллективно сходить.
То есть пыталась коллектив с собой захватить.
(Иркутск, женщина, 41 год, в театр ходит.)*

Билетная касса

Согласно интервью, покупка билетов в кассе театра также остается распространенной практикой.

В первую очередь, такой способ покупки билетов позволяет информантам получить дополнительную информацию о спектаклях, что особенно важно в условиях ограниченной информации в Интернете, либо для групп зрителей, которые плохо пользуются онлайн-ресурсами.

Можно позвонить, забронировать.

Они в кукольный оставляют бронь. А потом выкупить. В «Современник» я бронирую билеты, потом выкупаю. (Пенза, женщина, 35 лет, в театр ходит редко.)

Возможность поговорить, узнать информацию у кассира из первых рук является не только удобной, но и более привычной для региональных зрителей.

Я в кассе покупаю. Мне так удобнее. Я могу расспросить у кассира, какой выгоднее сектор взять. Мне так удобнее. Или то, что я вот между делом так прохожу. В Интернете билеты не покупала ни разу. Как-то вот по старинке, по привычке. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Покупка билетов в кассе становится частью приключения — похода в театр. Таким образом, покупка билетов начинает выполнять не только практическую функцию, но и обретает символическое значение, становясь частью общего ритуала посещения театра.

Не на официальном сайте покупаю, а в кассах. Совмещаю с прогулкой покупку билетов, к знакомым могу зайти по пути. Если времени нет, можно на сайт. Но в основном да, ножками в кассу. (Иркутск, мужчина, 27 лет, в театр ходил раньше.)

Кроме того, такой способ покупки билетов воспринимается как более надежный, так как некоторые информанты, даже молодые, могут не доверять сайтам, что во многом связано с уровнем развития онлайн-ресурсов в отдельных регионах. Для того чтобы бороться с данным барьером, театрам крайне важно развивать собственные онлайн-ресурсы, делать процесс покупки билетов на сайте театра максимально удобным для зрителей, в том числе из тех, кто никогда не делал этого ранее. Соответственно, сайт должен учитывать потребности всех категорий потенциальных посетителей и соответствовать современным требованиям цифровой доступности и комфорта.

Мы покупаем билеты заранее, и я звоню по «горячим» билетам им. Или, бывает, заболели, и я звоню им, чтобы билеты не пропадали. Иногда сами с подружками покупаем. Это вот все по-разному. Чтобы выяснить наши места, звоним в кассы театра. Некогда посмотреть на сайте или прийти. На сайте не всегда же там соответствует. Если бы все было гладко на сайте, может, и заказывали бы. По телефону это удобно. (Иркутск, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Использование Интернета

В последние годы Интернет становится основным каналом коммуникации театров со зрителем. В то же время как уровень проникновения Интернета, так и степень развития онлайн-площадок очень различаются от региона к региону, что находит свое отражение как в практиках пользования онлайн-ресурсами со стороны зрителей, так и в форматах представленности театров в Интернете.

Профильные сайты и онлайн-рассылка

Одним из ключевых каналов коммуникации между зрителями и театрами становятся профильные сайты, специализирующие на афише мероприятий и на продаже билетов.

У меня есть «Кассир.ру», постоянно приходят их письма счастья, кто откуда приезжает. (Астрахань, мужчина, 42 года, в театр ходит.)

Причем наиболее эффективным источником информации называется даже не сами платформы, а электронная рассылка.

Дааа, вот сейчас это стало так удобно, куда не надо переться за билетами. Я покупаю в Интернете билеты. Я подписана, и мне приходит подписка, как рассылка театральной кассы Иркутска, прямо на почту приходит, каждый месяц рассылка. И там прям сразу можно перейти. Там прям все театры. Это очень удобно. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Конечно, о наличии таких подписок говорят зрители, уже вовлеченные в практики посещения театра. В то же время платформы, агрегирующие информацию о досуге, как правило, являются мультижанровыми и позволяют получить информацию о других видах досуга (концерты, спортивные мероприятия, кино), что говорит об их эффективности, в том числе при коммуникации с потенциальными зрителями.

На почту у меня приходит рассылка с ближайшими всякими мероприятиями

от «Кассир.ру», и еще какая-то есть. (Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)

На таких онлайн-платформах, как правило, доминируют крупные театральные площадки, государственные театры, обладающие большим материальным и административным ресурсом, в результате чего выбор зрителей оказывается сужен и направлен, а малые, частные, новые театры сталкиваются с барьерами в доступе к потенциальной аудитории.

Еще одной проблемой, характерной для региональных театров, является неполная представленность репертуара на таких площадках. Часть информации о репертуаре может вообще отсутствовать на агрегаторах. В других случаях информация оказывается ограничена только названием спектакля и кратким его описанием, тогда как, как было описано ранее, предоставление максимальной информации о постановках крайне важно для привлечения потенциальной публики, которая боится ошибиться, совершая выбор.

Зачастую сам процесс выбора оказывается для такой публики фрустрирующим, а при обилии таких сайтов и несистематизированной информации на них возникает необходимость использования одновременно нескольких ресурсов для получения

наиболее полной информации. В совокупности это приводит к тому, что издержки поиска спектакля и риск ошибиться с выбором оказываются слишком высоки и приводят к отказу от покупки билета. Театры должны работать над систематизацией информации о своем репертуаре как на площадках-агрегаторах, так и на собственных онлайн-ресурсах.

Социальные сети

Социальные сети становятся в данных условиях эффективным каналом получения более полной информации о постановках и репертуаре.

Активная по своим досуговым практикам аудитория использует соцсети целенаправленно для того, чтобы находить там информацию, подписываясь на разные местные паблики и группы, как профильной культурной направленности, так и в целом страницы, рассказывающей о новостях и жизни в городе.

Астраханские паблики, когда с подругами обсуждаем, заходим на сайт театра, смотрим афишу, перекидываем друг другу, если у всех получается, то берем билеты заранее и идем. (Астрахань, женщина, 29 лет, в театр ходит.)

Дальше что-то откроется, Контакт, Инстаграм и начинаешь смотреть. На новостные паблики подписана тоже, смотришь: «Ночь Гарри

*Поттера» — о, почитаю. Ну это из каких-то таких источников, в основном больше новостные.
(Астрахань, женщина, 26 лет, в театр не ходит.)*

Реклама в таких социальных сетях также становится достаточно эффективным способом коммуницировать с потенциальными зрителями, как следует из интервью: «Ну, потому что здесь живу... и вижу рекламу, репертуар. В соцсетях, Инстаграме и «Одноклассниках». (Иркутск, женщина, 41 год, в театр ходит.)

Соцсети для информантов становятся еще и удобной платформой для сбора информации именно об интересных им театрах за счет возможности подписок на страницы конкретных организаций или людей. Столичные театры уже давно эффективно используют данный канал коммуникации со своей аудиторией, в то же время не все региональные театры имеют достаточный опыт SMM. Выделение в штате отдельных специалистов, обучение их работе с инструментами, которые предоставляются социальными сетями, позволят театрам увеличить эффективность своей представленности в Интернете.

В соцсетях, на сайтах театров, если выставочный комплекс — у них. Сейчас есть аккаунты, проще сделать подписку на соцсети и просматривать ленту новостей. В обед, когда сидишь

*за компьютером на работе. Или в телефоне.
Удобно получать информацию. (Нижний
Новгород, женщина, 44 года, в театр ходит.)*

В соцсетях зрители, вовлеченные в театр, подписываются также на конкретных актеров и режиссеров, личные страницы которых также могут быть эффективно использованы для продвижения спектаклей. Информация о личных страницах может быть размещена на официальных ресурсах сайта, например, в качестве отметок на фотографиях или кьюаркодов у фотографий в помещении театра. В то же время неправильное поведение актеров в социальных сетях может нести серьезные риски для театра, о чем нужно помнить при выборе данной стратегии продвижения.

Не слежу за актерами в соцсетях. Не хочу, наверное, разочароваться. Я же не знаю, что увижу. А так я их люблю на сцене, я их люблю как актеров, люблю их за игру. Испорчу впечатление, потом ходить не захочу. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Группы в мессенджерах

Среди социальных сетей особо выделяется относительно новый формат — группы и каналы в мессенджерах, таких, как Telegram и Вайбер.

Особенной популярностью в регионах пользуется последнее приложение, которое позволяет не только вести переписку, но и организовывать групповые чаты для обсуждения и обмена новостями.

Кто мне предлагает подписку, или что я нахожу, на то я и подписываюсь. Просто рассылка идет в группе в Вайбере.

Такие группы могут вестись как официальными аккаунтами театра, так и не связанными с театром людьми. В любом случае они становятся быстрым и удобным способом коммуникации с потенциальной публикой из числа вовлеченной в театр и другие культурные практики аудитории.

Мне предлагаются эти группы. Взаимореклама «подпишитесь на эту группу». Потом акции бывают, надо подписаться. Меня никто не приглашает, у них идет взаимореклама. От Ватсапа отказалась, потому что там таких групп вообще нет. В Вайбере есть эти группы. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Если группы ведутся неформально или являются результатом самоорганизации заинтересованных в театре пользователей, такие ресурсы, по сути, становятся примером того, как в современных условиях функционирует сарафанное радио.

По словам информантов, роль «сарафана» в распространении информации о спектаклях и в вовлечении их в театр, крайне высока.

Ну, в общем, чаще, наверное, когда увидишь. А вот процентов 30 — это подружки говорили: «Пойдем сходим». Мама у меня тоже: «Наташа, я взяла тебе билет». Мама со мной ходила. (Иркутск, женщина, в театр ходит.)

Сайт театра

Наконец, обратимся к тому, какую роль для действующей и потенциальной аудитории играет сайт театра. Из всероссийского опроса зрителей мы знаем, что больше половины респондентов заходили на сайт перед посещением театра с целью получить информацию о спектаклях и выбрать спектакль, прочитать про конкретный спектакль, купить билеты, узнать историю театра и т. д.⁶ Сайт сегодня является ключевой площадкой для позиционирования театров, рассказа о репертуаре.

⁶ Портрет зрителя драматических театров. Всероссийское исследование театральной аудитории. М.: Российский университет театрального искусства — ГИТИС, 2019. С. 71.

[Если сайта нет] — это плохо. Сайт — это лицо компании. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Если ресурсы агрегаторов или социальных сетей, как правило, ограничены доступными форматами размещения информации и диалога с посетителями, то возможности собственного сайта ограничены только технически.

Захожу на сайт драмтеатра, начинаю смотреть, какие вообще идут спектакли. Потом смотрю, есть ли возможность купить билет. Захожу, если мне понравилось описание. Смотрю, какие есть места. Я не люблю сидеть на галерке, в середине. У меня зрение плохое.

В первую очередь, сайт — лицо театра. По его внешнему виду пользователи формируют свое впечатление о том, что ожидает их в театре, особенно если они ни разу не были в данном театре.

Может, и слышала, не знаю... Молодежный, инновационный, судя по сайту, симпатично сделан. (Краснодар, женщина, 20 лет, в театр ходит.)

Если сайт театра оформлен ярко, динамично, то это формирует ожидания праздничной атмосферы.

Темные цвета и строгие решения, наоборот, формируют ожидания взрослого, скучного театра.

*Пессимистичное, депрессивное, не хочется идти.
(Краснодар, женщина, 30 лет, в театр ходит.)*

Это может оттолкнуть потенциальную публику, которая незнакома с репертуаром театра на личном опыте. В этом контексте для формирования положительных ожиданий театрам важно использовать качественные эмоциональные фотографии, как спектакля, так и зрителей, по возможности добавлять на сайт тизеры и видеофрагменты самих постановок для повышения заинтересованности и подготовки редко ходящих в театр зрителей, которые заранее хотят знать, чего ожидать от похода в театр.

Темные (черно-белые) цветовые решения оцениваются как стильные, однако «сложные для восприятия».
(Краснодар, женщина, 46 лет, в театр ходит.)
«Непривлекательные», <...> «интересно, что там, но активных действий не побуждает». *(Краснодар, женщина, 30 лет, в театр ходит.)*

Из размещенных на сайте фотографий публики потенциальные зрители делают вывод об основной аудитории театра и принимают решение о том, подходит им этот театр или нет: одета ли публика формально, много ли среди зрителей мужчин, какой

средний возраст аудитории — «для молодежи, так много молодых людей». (Краснодар, женщина, 30 лет, в театр ходит.)

Сайт театра играет также важную практическую функцию: именно он становится источником наиболее актуальной информации о времени начала спектаклей, актерском составе, премьерах, контактных данных театра, потенциальных изменениях в афише и т. д. Поэтому театр должен предлагать зрителю эту информацию в удобном виде: контактные данные театра и карта, как до него добраться (возможно указание близлежащих кафе, интересных объектов, рекомендации «для театралов»), фотографии зрительного зала и из зрительного зала на сцену, продажа билетов. На сайте должна быть создана страница каждого спектакля с информацией о сюжете, команде создателей, актерском составе, с изображениями и видеофрагментами постановки.

Краткий анонс, хочу понимать, на что иду и когда. Предложение, карта отзывов, карта отдыха по фото... (Краснодар, мужчина, 21 год, в театр ходит.)

Сегодня зрители в регионах высказывают неудовлетворенность тем, как театры ведут собственные сайты, и указывают, что зачастую информация на них не обновляется, поэтому им приходится прибегать

к офлайн-инструментам покупки билетов и получения актуальной информации. В то же время хорошо функционирующий сайт позволяет снизить издержки и увеличить охват потенциальной аудитории.

Я звонила в кассу, либо — Интернет. Потому что в Интернете не всегда достоверно. Раз в две недели позвонил и узнал. Недостоверно время, спектакль, наличие свободных мест. (Иркутск, женщина, 28 лет, в театр ходит.)

Театры без сайтов привычны нашим информантам в регионах. Они указывают, что если у театра нет сайта, но есть страницы в социальных сетях, то это нормальная практика, которая, однако, затрудняет процесс поиска информации и покупки билетов. Дискомфорт, невозможность разобраться в расписании, проблемы с покупкой билетов приводят к отказу от похода в театр у публики, для которой театр не является приоритетным способом проведения свободного времени.

Я, наоборот, хорошо отношусь [к театрам, у которых нет сайтов, а представлены только в соцсетях], только пока их найдешь и подпишешься... Много где, и надо искать. (Краснодар, женщина, 46 лет, в театр ходит.)

Заключение

Данное исследование посвящено определению особенностей восприятия театра наименее активными категориями зрителей с точки зрения выявления потенциальных возможностей привлечения новой аудитории и увеличения посещений текущей аудиторией исходя из их потребностей. Театр как особый вид культурного досуга воспринимается потенциальной и текущей аудиторией неоднозначно. С одной стороны, театр — особое, красивое зрелище, обладающее для вовлеченной в него публики определенным сакральным смыслом. С другой стороны, театр скучный, не успевающий за современными тенденциями вид искусства. Театральная публика в восприятии тех, кто редко ходит в театр, — это пожилые люди, чопорные, в основном женщины, «не такие, как я». С точки зрения потенциальной аудитории, театру важно демонстрировать с помощью доступных ресурсов, что публика очень разная и любой зритель найдет свое место.

Для потенциальных зрителей важны особенности физической среды: комфорт пребывания, пешая доступность до кафе, наличие буфета, ведь поход в театр — это приключение, особый выход свет. Среди всех характеристик постановки для аудитории

наиболее важен профессионализм актеров и всей команды, в то же время не нужно бояться ошибок, ведь живое в театре — это то, ради чего зрители в него ходят.

Барьерами посещения театра становятся физические (время начала спектакля, стоимость билетов) и аттитюдные, связанные с восприятием театра как скучного, несовременного, провинциального. Особую роль в формировании этих установок играет опыт посещения театра в прошлом, в молодом возрасте и в школьные годы.

С точки зрения продвижения театра в регионах сохраняют важные позиции традиционные каналы распространения информации — СМИ, наружная реклама, работа распространителей и билетных касс. В то же время большая часть зрителей использует цифровые ресурсы для получения информации и покупки билетов: сайты билетных агрегаторов и городских афиш, группы и паблики в социальных сетях и мессенджерах, сайт театра.

Лаборатория будущего театра ГИТИС

Руководитель Лаборатории будущего театра ГИТИС *Г. А. Заславский*

Куратор исследовательских программ *О. В. Иванов*

ТЕАТРАЛЬНЫЙ ЗРИТЕЛЬ И ПРОДВИЖЕНИЕ СПЕКТАКЛЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РЕЗУЛЬТАТЫ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Руководитель издательства ГИТИС *Н. В. Разевиг*

Ответственный редактор *А. А. Таги-заде*

Корректор *С. И. Выгузова*

Верстка *Б. В. Зипунов*

Подписано в печать 12.04.2021. Формат 60×90/16.

Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. п. л. 12,25. Тираж 100 экз.

Издательство ГИТИС. 125009, Москва, Малый Кисловский пер., 6.

Тел.: +7 (495) 137-69-31 (доб. 132, 169), e-mail: kniga2@gitis.net

Отпечатано с готового оригинал-макета
в ООО «Фотоэксперт».

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5