

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ ТЕАТРАЛЬНОГО ЗРИТЕЛЯ ЛЮБИТЕЛЬСКОГО ТЕАТРА В МАЛЫХ ГОРОДАХ

Зелинская Н. А.

*Зелинская Надежда Анатольевна – магистрант,
кафедра культурологии и искусствоведения, школа культуры, искусства и спорта (ШИКС),
Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток*

Аннотация: в статье анализируются данные проведенного социологического исследования, ставившего своей целью создание «портрета» театрального зрителя любительского театра.

Ключевые слова: любительский театр, зритель, малые города, театральная публика.

Театр – это не только особенное «место притяжения» для любителей театрального искусства, но и один из важнейших структурообразующих элементов социокультурной среды любого города. В малом городе театр является не просто местом проведения досуга, он становится активным элементом культурной жизни города, частью ее культурного имиджа, преобразует и активно мобилизует публику. Несомненно, что город, имеющий стабильную театральную публику, можно считать «театральным».

В «Концепции долгосрочного развития театрального дела в Российской Федерации на период до 2020 года» отмечено, что «в настоящее время в России имеют свои театры 18,8 процента населенных пунктов, обладающих статусом городских поселений и городских округов (далее - города). Лишь менее чем половине жителей российских городов доступно посещение театра в своем городе. В российских городах с численностью населения до 50 тыс. человек практически нет театров (12 театров на 637 городов). Лишь 21,5 процента городов с численностью населения от 50 до 100 тыс. человек имеют театры» [1].

В России неуклонно растет число любительских, народных, студенческих, школьных, учебных и иных театров, студий и групп. Многие из них плодотворно действуют долгие годы, участвуют в фестивалях, получают призы и награды. Иногда коллективы формируются только для постановки одного спектакля. Любительские театры воспитывают в участниках и зрителях уважение и тягу к литературе, театру, искусству. Во многих небольших городах и поселках они нередко являются единственными очагами театральной жизни, потому и заслуживают всяческой поддержки и поощрения.

В городе Находке (численность населения 153 тыс. чел.) [2] в настоящее время существует два театра: муниципальное учреждение «Театр кукол г. Находка» и народный театр «Рампа», не являющийся отдельной бюджетной единицей и существующий при МБУК «Дом молодежи» г. Находка.

Репертуар театра кукол в основном ориентирован на детскую зрительскую аудиторию.

Драматический театр «Рампа» создан в 2005 году и по своей сути является любительским коллективом. Художественный руководитель и режиссер театра — Т. И. Тренькина, имеет высшее профессиональное образование, звание «Заслуженный работник культуры» и 30-летний опыт работы. Театру «Рампа» в 2010 было присвоено почетное звание «Народный». В репертуаре театра 15 спектаклей. В основном это спектакли по классическим произведениям Островского, Гоголя, Чехова.

Как отметил в своей работе И.Л.Куличков, театральная публика по сравнению с аудиторией кинотеатра имеет меньшее разнообразие социально-демографического состава. «Это связано с неравномерностью приобщения к театральному искусству разных социальных групп, невозможностью в силу известных причин, сложившихся в современной России, для малообеспеченных слоев населения, а также для жителей малых городов и отдаленных сел регулярно посещать театр» [3].

Для успешного формирования собственной зрительской аудитории театру необходимо знать, какой зритель ходит в театр, поэтому составление социокультурного портрета зрителя театра способствует изучению и развитию такого явления как театр любительский.

Осенью 2016 года в городе Находке нами было проведено социологическое исследование, целью которого было составление «портрета» зрителя народного театра. Исследование было проведено в форме анкетирования среди зрителей, пришедших на спектакль народного театра «Рампа». В исследование приняло участие 96 человек, использовалась вероятностная случайная (простой случайный отбор) выборка. Генеральная совокупность проведенного опроса – 1140 человек (опрос проводился перед 4 спектаклями, количество мест в зрительном зале – 300, наполняемость зала 95%). Выборочная совокупность – 96 человек. Расчет ошибки выбора – 9,58%. Достаточный размер выборки – 89 анкет. Доверительная вероятность – 95%.

Так кто же он, зритель провинциального театра?

97% зрителей театра «Рампа» составляют жители города Находка. Лишь 3% посетивших спектакли зрителей являются жителями близлежащих сел и деревень.

Театр «Рампа» существует в городе 12-й год, ежегодно подготавливает несколько премьер, показывает свои спектакли 2-3 раза в месяц, что широко освещается в местных СМИ. И тем удивительнее процент впервые пришедших в театр людей – 23%. То есть, практически каждый

четвертый зритель в зале впервые присутствовал на спектакле театра «Рампа». Этот факт говорит о тенденции к обновлению публики театра и к растущей популярности театра среди горожан. А 65% опрошенных являются постоянными театральными зрителями, то есть, посещают театр несколько раз в год и чаще.

Исследование показало, что 88% зрителей, посетивших театр, - это женщины. Причем наиболее активной возрастной категорией стал возраст 50-60 лет. Именно в этом возрасте 25% всех посетивших театр зрителей. Чуть отстает от них соседняя возрастная категория 40-50 лет – 24%. Молодые люди до 30 лет не так часто посещают театр, среди опрошенных их оказалось всего 16%. Интересно, что результат подобного исследования публики двух любительских театров в Ярославской области [4] значительно отличается от нашего: 55,4% опрошенных зрителей были в возрастной категории от 14 до 25 лет. Автором статьи указывается, что именно эта возрастная группа приблизительно одного возраста с участниками театрального коллектива. Актерский состав театра «Рампа» весьма разнообразен (от 15 до 62 лет), потому в данном случае трудно сопоставить и определить зависимость возраста зрителей от возраста актеров театра. Однако подумать о способе популяризации театра среди молодежи города Находки все-таки стоит. Наиболее малочисленная возрастная категория среди зрителей – это люди пожилого возраста старше 60 лет. Таких всего 14%. Те, кто предпочитают в свободное время посещать театр, чаще всего имеют высшее (68%) или среднетехническое (20%) образование.

Из каких источников узнают зрители о предстоящих спектаклях театра?

Самый частый способ получения информации – «сарафанное радио» (от друзей, знакомых). Так ответили 53% опрошенных. А для 32% из них этот источник информации является единственным. Лишь 6% зрителей узнали о спектакле благодаря телевидению, а 9% - из газет. Зато афиши являются достаточно популярным способом оповещения зрителей: 43% опрошенных узнают о дате спектакля именно благодаря афишам. О существовании сайта театра «Рампа» знает 19% зрителей, а 14% зрителей находят в интернете другие источники информации о предстоящих спектаклях «Рампы». Из данных исследования видно, что театр осуществляет рекламную деятельность, которая способствует формированию популярности театра у публики. И наиболее значимым в этой деятельности является распространение афиш. Однакостораживает достаточно низкий процент использования СМИ в рекламных целях. В проводимых ранее подобных исследованиях [5, с. 27] процент респондентов, указавших газеты и телевидение как источник информации, в несколько раз выше. Немаловажное влияние на недостаточность рекламного освещения оказывает и факт отсутствия в театре специалиста в области разработки рекламы. Отсюда следует вывод, что рекламная деятельность театра требует усовершенствования и более тесного сотрудничества со СМИ.

Интересно, что существуют значительные различия в использовании того или иного источника информации в зависимости от категории публики. Так, 91% тех, кто впервые пришел на спектакль театра «Рампы», узнали о спектакле от друзей или знакомых («сарафанное радио»), в то время как постоянные зрители театра предпочитают узнавать о спектаклях из афиш (55% тех, кто посещает народный театр несколько раз в год и чаще).

В настоящее время в Находке не существует отдельного здания драматического театра. МБУК «Дом молодежи», в стенах которого существует народный театр «Рампа» уже много лет, является учреждением, которое оказывает услуги в сфере культуры: организация и проведение различных культурно-досуговых мероприятий; организация деятельности кружков, творческих коллективов; создание любительских объединений, клубов по интересам, учебных групп, курсов; и др., а также вынуждено заниматься коммерческой деятельностью: сдавать в аренду помещения под проведение торговых ярмарок и т.д. Зрители, приходя на спектакль, могут столкнуться в фойе с распродажей товаров очередного арендатора, что негативно влияет на имидж театра как «храма искусства». Несомненно, подобные «выставки» мешают созданию определенного театрального настроения и глубокого настроения на предстоящий просмотр спектакля. Мы разделяем мнение авторов статьи «Факторы формирования театральной потребности населения малого уральского города» [5, с. 28], которые считают, что одним из важных факторов, влияющих на потребность в театре, является работа театрального буфета, так как именно он является одним из главных компонентов в театре. Отсутствие возможности организации театрального буфета косвенно влияет на постановку спектаклей. Режиссер театра при постановке спектакля учитывает нежелательность антракта: зрителю в антракте нечем себя занять, нет комфортного места для беседы со знакомыми, обменом мнениями о спектакле. Вопрос о необходимости для драматического театра отдельного здания задавался зрителям, участвующим в опросе: 92% из них считают, что театру «Рампа» отдельное здание нужно.

Проведенное нами исследование сделало возможным выявить особенности «портрета» театрального зрителя в малых городах. Итак, согласно результатам опроса, это житель города Находки, чаще всего женщина, в возрасте 40-60 лет, имеющая высшее образование; доверяет информации о театре, полученной от знакомых и друзей; читает афиши, является постоянным зрителем театра и считает, что городу нужен театр, имеющий свое отдельное здание. Понимание этих особенностей способствует

поиску и привлечению зрителя в театр, что особенно актуально для любительского коллектива, а также для регулирования успешности проводимой театром рекламной деятельности.

Таким образом, проведенное нами социокультурное исследование публики народного театра позволяет сделать вывод о востребованности театрального искусства в малых городах, перспективности дальнейшего его развития. Отсутствие в городе профессионального драматического театра частично компенсируется деятельностью театра народного. Любительское театральное искусство не только не утрачивает своей актуальности, но и является важнейшим звеном социально-культурной жизни города.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 10.06.2011 N 1019-р О Концепции развития театрального дела в Российской Федерации на период до 2020 года // Собрание законодательства РФ, 20.06.2011 [Электронный ресурс]: № 25, ст. 3650 Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=115357&div=LAW&dst=100058%2C0&rnd=0.7796992739839474/> (дата обращения: 14.01.2017).
2. Города России – Город Находка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://xn----7sbiewbaadnema7p.xn--p1ai/sity_id.php?id=113/ (дата обращения: 14.01.2017).
3. *Куличков И. Л.* Публика театра как эстетическая категория // Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки, 2005. № 7 (47). С. 220-223.
4. *Гришкина Н. И.* Социокультурный портрет публики современного любительского театра // Вестник БГУ, 2009. № 6. С. 259-262.
5. *Грунт Е. В., Юрьева А. В.* Факторы формирования театральной потребности населения малого уральского города // Социум и власть, 2012. № 1 (33). С. 24-29.