

СПЕЦИФИКА ПОТРЕБЛЕНИЯ ТЕАТРАЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Е. В. Мартищенко,

научный сотрудник Института социологии НАН Беларуси

Исследование особенностей потребительских приоритетов современного зрителя в области театрального искусства представляется актуальным на сегодняшний день, поскольку способствует выявлению закономерностей восприятия форм театрального искусства, что непосредственно связано с социальным бытованием этого вида искусства; теоретическим комплексным и системным осмыслением закономерностей функционирования театра; всестороннего анализа деятельности современного театра, в том числе художественной политики, имиджа театра, прокатной и репертуарной политики, работы со зрителем, принципов организации творческого процесса, выявлению путей и механизмов формирования ценностных ориентаций зрительской аудитории.

В достижении цели эффективным представляется использование традиционного анализа аудитории, который проводится на основе социально-демографических характеристик, учитывающих социальное положение, образование, пол, возраст. Эмпирическая типология зрителей предполагает также учет ценностных ориентаций, потребностей, мотивов тематических интересов респондентов. Не менее значимый критерий типологизации связан с выявлением особенностей массового сознания аудитории, такими его характеристиками, как информированность, языковое сознание.

Осуществление театром социально-значимой функции более полного удовлетворения художественных потребностей населения зависит, прежде всего, от наличия заинтересованных активных зрителей в театральной аудитории, от регулярности их театральных посещений. Активность театрально-зрительской практики сопровождает формирование новых смыслов культурной креативной деятельности. Решение многоаспектных вопросов, касающихся изучения художественных пристрастий и вкусов наших современников, культурных запросов и мотиваций публичных просмотров, стимулирования театрально-зрительской практики может поспособствовать не только повышению эффективности функционирования театра как социокультурного института, но и обозначению перспективы духовного обновления общества в ближайшем будущем.

Из всех аспектов воздействия на зрительскую аудиторию важным представляется анализ влияния *театрального репертуара* на формирование ценностной ориентации зрительской аудитории, выявление жанровых и тематических предпочтений публики. Изучение театрального репертуара содержит в себе изучение театра, зрителя, социального контекста театральной жизни. Поскольку закономерности изменения социальных функций искусства и художественного процесса актуализируются во взаимосвязи «театр–зритель–репертуар», целесообразно рассмотреть механизм формирования репертуарного предложения во взаимосвязанности с потребностями публики, т.е. те причинно-следственные связи, которые определяют реальную картину существования театрального искусства. Вместе с тем следует отразить и механизмы взаимодействия творческой, социальной и производственной сторон, составляющих художественный процесс.

В качестве метода сбора социологической информации целесообразным является метод анкетного опроса с учетом гендерных, возрастных, социально-профессиональных особенностей респондентов, выявление мотивационных, поведенческих механизмов деятельности респондента, включающие его потребности, мотивы, ценностные ориентации.

Начиная с 2011 г., Институт социологии НАН Беларуси по заказу Министерства культуры Республики Беларусь проводит исследование по теме «Изучение стратегии социокультурного поведения территориальных и социально-демографических групп населения Республики Беларусь по различным направлениям культуры».

По результатам анализа эмпирических данных проведенного социологического исследования можно отметить следующее:

1. *Активность посещения театра.* Наиболее предпочтительная частота посещения респондентами театральных учреждений 1–2 раза в год (36,1% опрошенных). Достаточно активными можно назвать респондентов, посещающих театр от 1 раза в неделю до 1–3 раз в месяц – 20,8% респондентов. Также обнаружено, что чем выше уровень образования, тем чаще посещают театральные учреждения. Женщины являются более активными посетителями. Наиболее «театрально включенной» зрительской аудиторией является возрастная когорта от 40 лет и старше.

2. *Информационное обеспечение театральных услуг.* Большинство (63,3%) респондентов не испытывает недостатка в

информации о театральных услугах. Наиболее распространенным источником информации о предстоящих постановках являются афиши и рекламные постеры (56,9%), на втором по популярности месте Интернет-источники (45,6%). Причем, было выявлено, что сетью Интернет чаще пользуются женщины, чем мужчины; респонденты в возрастной категории до 40 лет; респонденты, имеющие высшее образование. Билеты на спектакли респонденты в большинстве своем приобретают в кассах учреждения (65,2%). Заказ билетов через Интернет не пользуется популярностью (6,5%).

3. *Предпочитаемые респондентами группы посещения театральных учреждений.* Жители Беларуси посещают театральные учреждения чаще с семьей и друзьями, причем женщины предпочитают с друзьями, а мужчины – с семьей. Самые молодые респонденты посещают театр с друзьями, наиболее возрастные могут проводить досуг в театре самостоятельно.

4. *Причины последнего посещения театра.* В качестве основных причин последнего посещения театра были названы: «просто хотелось отдохнуть, приятно провести вечер» и «посоветовали друзья, знакомые, родственники», либо сопровождение ребенка на детский спектакль.

5. *Наличие (отсутствие) желания чаще посещать театральные учреждения и условия, при которых посещения были бы чаще.* Подавляющее большинство респондентов изъявляют желание чаще посещать театральные учреждения (79,2%). Наиболее активна в подобных пожеланиях самая возрастная группа (от 40 лет и старше). Среди условий более частого посещения театра наиболее распространенным является «наличие свободного времени» и «интересный репертуар».

6. *Экономические аспекты.* Медианное значение максимальной цены на билеты в театр, превышение которой вынудило бы респондента отказаться от посещения составляет 100 000 бел. руб. Более молодые респонденты готовы платить дороже за посещение театрального учреждения.

7. *Жанровые предпочтения театральной зрительской аудитории.* Наиболее значимыми характеристиками спектакля являются (в порядке убывания): зрелищность; участие любимых актеров; классическая драматургия; экспериментальный характер спектакля и постановка спектакля популярным режиссером. Наиболее возрастная группа отличается от остальных тем, что в большей степени ориентируется на такую характеристику спектакля, как участие любимых актеров и классическую

драматургию произведения. Наиболее популярным жанром является комедия, затем – мюзикл, мелодрама, драма, эстрадный жанр и трагедия. Молодые больше предпочитают комедии в отличие от более старшей возрастной группы, предпочитающей мелодрамы. Женщины выбирают мелодрамы, мужчины – комедии.

8. *Значение театральных фестивалей в культурной жизни потребителей театрального искусства.* Театральными фестивалями в республике интересуются мало. Наибольшую активность в отслеживании событий театральных фестивалей проявляют женщины; респонденты старше 40 лет и имеющие высшее образование.

9. *Оценка респондентами просмотренного спектакля.* В целом по выборке все спектакли получили от респондентов положительные оценки. Наивысшие оценки получил Национальный академический Большой театр оперы и балета Республики Беларусь – 72,5% его опрошенных зрителей говорили о том, что спектакль очень понравился.

10. *Оценка необходимости развития сектора дополнительных услуг в театральных учреждениях.* Достаточно большое количество респондентов заявляет о необходимости развития сектора дополнительных услуг в театральных учреждениях – 42,9% опрошенных. Еще 27,1% согласны с тем, что это делать необходимо, но при этом не должно пострадать качество основных услуг.

Итак, анализ данных проведенного социологического исследования позволил сделать вывод о том, что современную зрительскую аудиторию театральное искусство привлекает в основном своей эстетической и развлекательной функцией. Вместе с тем нельзя не отметить и осознание респондентами значимости воспитательной и образовательной функции театра. Важным является и тот факт, что многие характеристики культурного портрета зрителя старшего поколения ныне свойственны и молодежи (возраст до 30 лет). Лидирование в некоторых позициях ответов на вопросы анкеты возрастной когорты до 29 лет говорит о достаточно высокой культуре данной зрительской театральной аудитории. Молодежь – это будущее страны, и поэтому полученные в данном социологическом исследовании результаты вселяют в нас надежду, что будущее Беларуси носит позитивный в аспекте «культурного» воспроизводства характер.