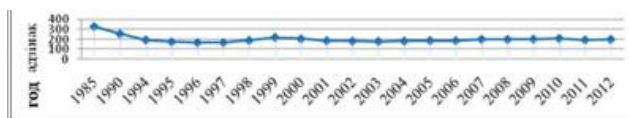


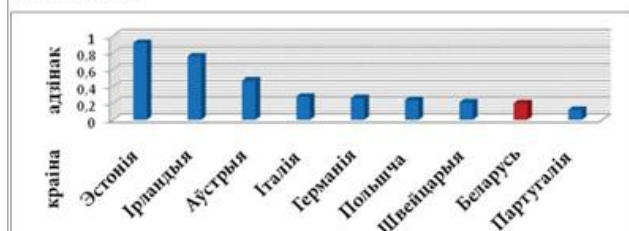
Ці паспрыяе крокавая даступнасць?

Загадка эканамічнай тэорыі: попыт падае, а прапанова расце

На пытанне “Калі вы не наведваеце тэатр ці наведваеце яго вельмі рэдка, то чаму?” 27% рэспандэнтаў адказала: “Там, дзе я жыву, тэатра няма”. Гэта можна інтэрпрэтаваць так: крокавая даступнасць устаноў культуры становіцца адным з ключавых фактараў у прыцягненні гледачоў, а пашырэнне сеткі ўстаноў бачыцца з дадзенага пункта гледжання апраўданым.

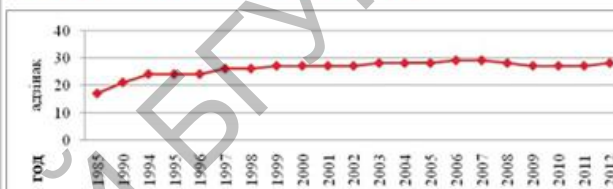


Мал. 1. Колькасць наведванняў тэатраў на 1 000 чалавек насельніцтва (адзінак) за перыяд з 1985-га па 2012 год.



Мал. 2. Наведванне тэатраў у асобных краінах Еўропы на пачатку насельніцтва (адзінак, 2004).

**Загадка эканамічнай тэорыі:
попыт падае,
а прапанова расце**



Мал. 3. Лік тэатраў на канец года (адзінак).

У Савецкай Беларусі ў 1985 годзе колькасць наведванняў тэатраў на 1 000 чалавек насельніцтва (далей — наведвальнасць) складала 330,46 адзінак, а ў Рэспубліцы Беларусь у 2012-м — 200 адзінак. Гэта азначае, што наведвальнасць тэатраў за перыяд 1985 — 2012 гады скарацілася на 39,4%. Аналізуючы дыяграму, можна ўбачыць, што мінімальны паказчык наведвальнасці тэатраў зафіксаваны ў 1996 годзе: 168 чалавек (пік прыпадае на 1985-ы). Такім чынам, вынікі працы тэатраў савецкай Беларусі пераўзыходзяць вынікі працы сучаснікаў.

Конрад Адэнаўэр казаў так: “Падзенне і не небяспечна, і не ганьба; заставацца ж ляжаць — і тое, і другое”. У сувязі з вышэйсказаным варта адзначыць, што ў перыяд з 2003-га да 2012 года з’явілася станоўчая дынаміка ў наведвальнасці тэатраў (попыт на іх паслугі павялічваецца), аднак папярэднія спады былі настолькі значнымі, што вынікам працы тэатраў за перыяд 1985 — 2012 гады — скарачэнне наведвальнасці ўстаноў.

У той жа час, параўнаўшы наведвальнасць тэатраў у краінах СНД, адзначым, што ў 2012 годзе Рэспубліка Беларусь з’яўлялася адным з лідараў (200 наведванняў на 1 000 чалавек насельніцтва), саступаючы толькі установам сферы культуры Расійскай Федэрацыі (237), апырэдджаючы такія краіны, як Азербайджан (63), Арменія (140), Казахстан (143), Кыргызстан (63), Малдова (113), Таджыкістан (46), Узбекістан (95), Украіна (148).

Варта адзначыць, што ў Расійскай Федэрацыі, таксама як і ў Рэспубліцы Беларусь, назіраецца скарачэнне наведвальнасці тэатраў (у параўнанні з 1970 годам гэты паказчык у 2012-м скараціўся на 67%). У той жа час у Беларусі скарачэнне не такое значнае і складае, як адзначана вышэй, 39,4%.

Параўноўваючы лепшыя паказчыкі краін СНД з паказчыкамі еўрапейскага рэгіёна, варта сказаць, што значэнні апошніх значна вышэйшыя, і лідары краін СНД валодаюць сярэднестатыстычнымі, а не выбітнымі паказчыкамі для еўрапейскага рэгіёна. У наведвальнасці ўстаноў культуры Рэспублікі Беларусь ёсць нагода для росту ў параўнанні

з краінамі Еўропы.

Разгледзеўшы попыт на паслугі тэатраў, праройдем да аналізу прапановы. У артыкуле пад прапановай трэба мець на ўвазе лік тэатраў на канец года. У 1985-м гэты паказчык склаў 17 адзінак, а ў 2012-м — 28 (гэта значыць, больш на 64%). Зробім выснову: за перыяд 1985 — 2012 гадоў попыт на паслугі тэатраў падае, а іх прапанова расце. У такіх умовах паўстае пытанне аб мэтазгоднасці пашырэння сеткі ўстаноў сферы культуры. Для адказу на яго неабходна прывесці вынікі даследавання, праведзенага Усерасійскім цэнтрам вывучэння грамадскай думкі ў 2013 годзе. На пытанне “Калі вы не наведваеце тэатр ці наведваеце яго вельмі рэдка, то чаму?” 27% рэспандэнтаў адказала: “Там, дзе я жыву, тэатра няма”. Гэта можна інтэрпрэтаваць наступным чынам: крокавая даступнасць устаноў сферы культуры становіцца адным з ключавых фактараў у прыцягненні гледачоў, і, як вынік, пашырэнне сеткі ўстаноў сферы культуры бачыцца з дадзенага пункта гледжання апраўданым. Таксама на пастаўленае вышэй пытанне 23% апытаных адказала “Не цікаўлюся тэатральным мастацтвам”, а 22% — “Няма вольнага часу”. Гэтыя адказы сведчаць пра тое, што альтэрнатыўныя формы сучасных камунікацый (Інтэрнэт, тэлебачанне) актыўна выцясняюць жывое мастацтва. Такім чынам, каб паспяхова канкурыраваць на сучасным рынку, установам культуры неабходна актыўна ўкараняць навацыі — як прадуктовыя, так і маркетынжавыя.

Для спажывацёў жа паслуг устаноў сферы культуры (з прычыны скарачэння наведвальнасці), хацелася б прывесці такую цытату Вольгі Малышавай: “Калі вам здаецца, што тэатр сумны і несучасны, значыць, вы яшчэ не знайшлі свой тэатр, свайго рэжысёра, сваю форму падачы”.

Для вытворцаў паслуг устаноў сферы культуры (з прычыны значнага пашырэння сеткі) варта адзначыць, што рост на аснове інавацый бачыцца найбольш прыярытэтным для пашырэння аўдыторыі гледачоў.

Святлана БУЛОЙЧЫК, выкладчык БДУКіМ