

УДК 792.073 (Театральная публика. Зрители)

## ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ ПУБЛИКИ ПО УРОВНЮ ОРИЕНТАЦИЙ НА СЦЕНИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО

© 2023 Е.Н. Гребеник

Гребеник Екатерина Николаевна, старший преподаватель  
кафедры театрального искусства

E-mail: [deepkatya@mail.ru](mailto:deepkatya@mail.ru)

Луганская государственная академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского  
Луганск, Россия

Статья поступила в редакцию 05.06.2023

В настоящий момент важной особенностью существования театра как социокультурного института является его функционирование в рыночных условиях. Спектакли становятся предметом купли-продажи, а гедонистической функции театра противостоит большая конкуренция: кино, интернет, социальные сети, развлекательные шоу и шоу-программы. В связи с этим, чтобы остаться на рынке потребления, театр применяет инновационные технологии и экспериментальные формы, которые влекут за собой потерю уникальности театра и снижению интеллектуального уровня публики. А эффективная реализация идеологической и воспитательной функций театра непосредственно связана с уровнем подготовки театральной публики. Вопросы его типологии, классификации уровня художественного образования, являются решающими при восприятии спектакля. Жанровая направленность и предметная ориентированность театров безусловно зависят от способностей публики воспринимать произведения театрального искусства. В статье представлен анализ социологических исследований взаимодействия индивида с искусством, а также социокультурных процессов, формирующих ориентацию театральной публики на произведения театрального искусства. Особое внимание автор уделяет досуговой деятельности людей и сформировавшимся стереотипам театральной публики. Также был проведен анализ культурно-досугового поведения публики и выведена ее дифференциация по уровню предпочтений и ориентаций на сценическое искусство.

*Ключевые слова:* публика, театр, искусство, образование, произведения театрального искусства, стереотип, досуг

DOI: 10.37313/2413-9645-2023-25-92-79-84

EDN: OCQZXK

*Введение.* Социокультурная и психологическая детерминированность реакций на определенные жизненные обстоятельства определяют характерные черты отношений индивида ко всем феноменам, возникающим в социуме, среди которых и искусство. Вполне естественно, что психология изучает глубину индивидуальной личности, в то время как культурология познает массовые социокультурные процессы и явления, применяет иные категории. В связи с этим в процессе исследования культурной активности и ориентации на вкусовые интересы различных групп публики возникает необходимость под другим углом изучить характер и взаимодействие ее с театром.

Актуальность исследования заключается в эмпирическом обосновании воззрения о трансцендентальной социально-психологической обусловленности отношения индивида к театру, определения его основных закономерностей, содержащих важный практический интерес. Познавание в области структуры и характеристики публики при взаимодействии с театром обусловит

степень рациональности изучения театральной публики.

*Методы исследования.* Методология исследования основана на философско-культурологическом и социологическом анализе культурно-досугового поведения театральной публики. Ключевыми являются аксиологический и системный методы, базирующиеся на изучении театра как детерминированной системы ценностных ориентиров его взаимодействия с публикой, направленные на фундаментальность, результативность театра в процессе социокультурных изменений и общественной ориентации на произведения театрального искусства.

*История вопроса.* Современное поле научных исследований на протяжении долгого времени включало проблематику публики искусства, ее социокультурные функции, фиксируя градацию экономического и культурного развития. При исследовании детерминированности взаимодействия индивида с искусством автоматически затрагивается научное поле изучения индивида и

социума, их социокультурные и психологические характеристики, доказательством чему служит воззрение О. Конта: «человек не только нечто большее, чем биологическое существо, он также больше, чем «сгусток культуры» [2, с. 61]. В современном философско-культурологическом осмыслении принято считать, что искусство – это способ образного познания действительности, формирующий жизненный опыт и мировоззрение индивидов. Однако существуют исследования, подтверждающие, что интерес индивида к искусству театра обусловлен непредвзятым отношением, в зависимости от его особенностей культуры, жизненного опыта и особыми психологическими характеристиками. Это позволяет утверждать, что взаимоотношения между театром и публикой складываются по-разному.

*Результаты исследования.* Проанализировав научную литературу, посвященную изучению непараметрической корреляции по Спирмену, мы выявили наличие допустимых статистических зависимостей среди досуговой деятельности [5]. А также было определено, что в своем досуговом предпочтении индивид не ограничен. Однако возможность совпадений очень мала, а следовательно, характеристика выбора досуговой деятельности не случайна. Иногда досуговая деятельность комбинируется в определенные группы, представляющие аналогичные увлечения. Например, если индивид ориентирован на театр, то его досуговыми предпочтениями будут посещения культурных мероприятий (музеев, выставок, концертов). Существуют примеры другой категории. Когда индивид, предпочитающий чтение художественной литературы, редко проявляет желание посетить стадион, чтобы посмотреть спортивные соревнования. Статистически значимая связь среди этих видов досуга отсутствует, из этого следует, что эти досуговые практики не являются распространенными.

Изучая исследования в области досуга, систематизированной С.Г. Струмилиным [6, с. 192], который опирается на классификацию индивидуально-свободного времени, было определено, что данная классификация тождественна типологиям досуга, которую определил Ю.У. Фохт-Бабушкин [10].

Анализ показал, что ориентация индивида на области досуговой деятельности не случайна, она детерминирована определенным социокультур-

ным поведением. Это позволило вывести характеристику типологий досуга, относящихся к театральному искусству.

Первая типология досуга ориентирована на приобщение к художественной культуре. Основные характерные черты данной типологии: общительные, социально-активные индивиды в большинстве случаев имеют высшее образование, предпочитают посещать заведения искусства и культуры, читают художественную литературу. Также было определено, что данная типология является основной.

Другая типология досуга ориентирована на жизненную активность индивида. Характерные черты данной типологии – физическая активность, творчество и саморазвитие индивида. Основными предпочтениями в досуговой деятельности по данной типологии являются занятия спортом, художественным творчеством, расширение культурных знаний.

Большинство исследователей считают, что формирование социума характеризуется развитием художественных ориентаций социума и социокультурными функциями искусства. Проанализировав социологические опросы, следует обратить внимание на то, что значение досуга в области искусства, зависящее от социокультурного и экономического развития социума, тоже трансформируется.

В процессе исследования выяснилось, что в отношении театральной публики существуют определенные сложившиеся стереотипы. Анализ показал, что стереотипом театральной публики принято считать следующее: ~~что~~ это исключительно культурные, образованные и духовно развитые индивиды. Однако исследования формации театральной публики, опирающиеся на индивидуальные способности и ориентацию театральных предпочтений, показали, что в самой театральной публике существует ограниченное количество индивидов всесторонне развитых и с определенными театральными предпочтениями.

Следует обратить внимание на то, что произведение театрального искусства – спектакль – является театральным текстом со своей сложной знаково-символической системой, нацеленной на восприятие и осознание публики. Осознание в данном случае следует рассматривать как расшифровку текста в соответствии с замыслом и правилами комбинирования послания. В данном случае публика находится в герменевтических

обстоятельствах (осознает или не осознает заложенные смыслы, предложенные театром). Это обуславливается уровнем культурной подготовленности и природными способностями публики сопереживать.

Однако значение образования в культурной деятельности публики неоднозначно. На первый взгляд, уровень образования обеспечивает степень полученных культурных навыков. Однако образование как определенный элемент социокультурного рейтинга индивида обеспечивает соответствующую репутацию, благодаря которой посещение спектаклей детерминируется не только культурной ориентацией, но и является методом, применяемом для демонстрации своего элитарного социального статуса.

Что касается культурной ориентации, то главной задачей остается способность осознавать и умение расшифровывать знаково-символическую систему произведений театрального искусства. Анализ социологических опросов показал, что накапливаемые навыки раннего воспитания и образования, совершенствующиеся в период восприятия культурных ценностей, можно сформулировать, используя термины П. Бурдье, как «личностные потенциалы» или «культурный капитал в инкорпорированном состоянии» [1, с. 64], которые составляют главный фактор ориентации социума на искусство. Именно эти навыки составляют основу взаимодействия образования и эстетических ориентаций социума.

Также следует заметить, что стереотипом принято считать и значение возрастной категории в культурной ориентации. Нужно иметь в виду не возраст как таковой, а накапливаемые характеристики индивида, определяющие заинтересованность к искусству. В своей работе «Аудитория художественных музеев: история и методология изучения в России» А. Ушкарев, подтверждая данное воззрение, пишет: «Наличие такой устойчивой опосредованной связи порождает у некоторых исследователей соблазн объяснять столь сложные явления, как отношение человека к искусству или художественный вкус, такими простыми причинами, как возраст» [7, с. 39].

Однако существует еще один стереотип. Большинство исследователей считают, что люди посещают театр только в интересах восприятия искусства. В действительности, кроме нравственных стимулов, обусловленных дешифровкой знаково-символической системы произведений театрального искусства, взаимосвязь индивида с искусством детерминирована большим количеством

причин и мотивов. Коэффициент взаимодействия индивида с искусством зависит от классификации мотивов. Существование содержательной мотивации является положительным детерминантом культурной заинтересованности индивида. К данной классификации можно отнести также художественную, социально-культурную, просветительскую и коммуникативную ориентацию на театральное искусство.

Анализ работы А. Ушкарева «Культурный капитал как драйвер потребления искусства» показал, что мотивация посетить определенный спектакль гораздо выше, чем мотивация сводить в театр ребенка. Также в процессе исследования было выявлено, что чем выше совокупность культурных ценностей личности, тем нравственно-содержательнее художественные ориентации и мотивы взаимодействия с искусством [8, с. 180].

В театре существуют определенные мероприятия, важные культурные события. Анализ социологической литературы показал, что данные мероприятия, независимо от своей жанровой характеристики, посещает образованная публика, предрасположенная к престижу соприкосновения с искусством. Данные эмпирических исследований позволяют утверждать о значении престиже-статусных мотиваций осмысления культуры, а также подтверждают выводы о существовании образовательного статуса индивида.

Следует обратить внимание на то, что статусные мотивы занимают важную роль в определении культурных ориентаций образованной и престижной публики. Это обусловлено тем, что уровень образования, социальный статус и престиж часто связаны с определенными ожиданиями и предпочтениями в области искусства. Люди, которые обладают высоким социальным статусом и образованием, стремятся к участию в культурных мероприятиях, которые считаются престижными и «возвышенными». Это может быть связано с посещением оперных выступлений, классических концертов, просмотрами выставок и походами в театр. Такие мероприятия могут быть восприняты как символ статусности, принадлежности к культурной элите. Анализ социологических опросов, проводимых на таких мероприятиях, подтверждает высокую посещаемость образованной публики, что обуславливает связь между статусом и культурной активностью. Также эти опросы можно использовать для изучения предпочтений, интересов публики и для определения тенденций в развитии искусства и культуры [9, с. 4].

Однако следует отметить, что статусные мотивы не являются единственными детерминантами культурной заинтересованности. Индивидуальные вкусы, интересы, личные предпочтения и доступность культурных мероприятий также играют важную роль. Как результат – статусные мотивы могут быть значимыми факторами, влияющими на культурную заинтересованность образованной и престижной публики, но они не являются единственными исключительными детерминантами.

Существует другая публика, которая специализируется на определенном виде искусства и ориентируется исключительно на него. Эта публика может быть заинтересована конкретной формой искусства, такой как опера, балет, современное искусство или любая другая специфическая область. Такую публику составляют индивидуумы, обладающие глубокими знаниями и пониманием выбранного ими вида искусства. Они посещают специализированные мероприятия, выставки, концерты и представления, связанные именно с выбранным видом искусства. Данную группу публики представляет молодежь, любители, профессионалы.

Анализируя структуру художественной ориентации и предпочтения современной публики, следует заметить, что данная публика в своем репертуарном предпочтении нацелена на выбор спектаклей, в которых задействованы популярные актеры. В последнее время данная закономерность усиливается, возводя актера в статус главного элемента театрального процесса. Однако, принимая во внимание особые характеристики определенных спектаклей, отметим: ориентация публики может заключаться в предпочтении зрелищности, экспериментальной постановки, классической драматургии, определенного режиссера.

В то же время театроведам известно, что присутствие любительской, непрофессиональной публики для театра имеет большое значение, поскольку советы друзей, стремление отдохнуть, обеспечивает театру привлечение новых «потребителей». Исследования показывают, что неискушенная публика открыто заявляет свою заинтересованность в произведениях искусства. Следует отметить, что подготовленная часть театральной публики предпочитает театральные эксперименты (авангардные, иммерсивные спек-

такли), в то время как неискушенная публика отдает приоритет классическим спектаклям, представляющих в социокультурном обществе вершину театрального искусства [11].

Отсутствие специфических норм восприятия у неподготовленной публики говорит о том, что такая публика может воспринимать произведения театрального искусства только с помощью своего жизненного опыта. Однако этот жизненный опыт может служить начальным этапом для осознания и восприятия спектакля, хотя в некоторых случаях сами произведения театрального искусства предлагают свои особые семантические коды, символы, метафоры и эстетические свойства, которые могут быть расшифрованы и истолкованы публикой с разным уровнем подготовки. В свою очередь подготовленная публика, имеющая более глубокий опыт познания в области театра и других видов искусства, часто ориентируется на внутренние и содержательные аспекты представления, а не только на внешние атрибуты. А для более искушенной публики, имеющей богатый опыт и критику в области театра, потребность в специфических театральных впечатлениях может стать главной мотивацией. Эта публика ориентирована на необычные, оригинальные и уникальные произведения театрального искусства – перформансы, театральные эксперименты, выходящие за рамки традиционных форм и жанров. Коллективная закономерность формирования публики заключается в развитии художественной осведомленности, возникающей в процессе формирования художественных ориентиров, и развлекательная функция произведений театрального искусства переориентируется на нравственные и содержательные характеристики. [3].

Отсюда следует, что способность осознавать и воспринимать знаково-символическую структуру произведений театрального искусства не врожденная, а накапливаемая. Эмпирические исследования подтверждают, что способность к дешифровке обусловлена возрастом, наличием образования, культурной заинтересованностью индивида к искусству.

Исследования публики театра, выполненные в 60-20-е гг. XX в., дали возможность воссоздать социокультурную типологию публики, сформулировать ее культурно-психологические характеристики. Уникальность результатов заключается в осмыслении того, что взаимодействие социума с искусством не случайны, они обусловлены как

объективными свойствами и интеллектуально-культурными возможностями общества, так и внешним воздействием социокультурной среды.

В процессе исследования культурной активности и вкусовых интересов различных групп публики потребовалось под иным углом изучить характер и взаимодействие ее с театром. Данный анализ позволил выявить разнообразные подходы в исследовании аудитории искусства и сформулировать типологию публики, соответствующую современным задачам. Выяснилось, что публика – это отдельные индивиды с особыми вкусами и интересами. Одним достаточно посетить театр, филармонию, цирк и т.д. Для данной группы публики любые предложенные разнотипные культурные произведения искусства являются равноценными. [4].

Другая группа публики характеризуется развитой потребностью в разграничении искусства. Для такой группы посещение драматического театра не может возмещаться посещением оперы или балета. В связи с этим разграничение потребностей публики приводит к индивидуализации в потреблении произведений искусства.

Таким образом, анализ литературы и социологических опросов позволил дифференцировать публику по уровню предпочтений и ориентаций

на сценическое искусство. Критерии, определяющие соответствующие группы публики:

группа А – публика ориентирована на театр как на определенный вид искусства;

группа Б – публика ориентирована на определенный тип театра (драматический, оперный, музыкальный и т.д.);

группа В – публика ориентирована на определенный театр;

группа Г – публика ориентирована на определенные репертуарные предпочтения;

группа Д – публика ориентирована на определенный творческий коллектив, актера или режиссера.

*Выводы.* Анализ отечественной и зарубежной литературы, исследующей публику, показал, что на протяжении долгого времени социологи опирались на социально-демографические, объективные и социально-психологические характеристики, которые не способны в полной мере воссоздать тенденцию социокультурного поведения. А данный Представленный в данной работе анализ позволил определить критерии публики, выступающие за грани традиционного изучения массы театральных посетителей. Основным преимуществом данного подхода является его практическая значимость.

1. Бурдые, П. Формы капитала / П. Бурдые. – Текст : непосредственный // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3, № 5. – С. 60–74.
2. Конт, О. Социальная психология: учебное пособие / О. Конт ; отв. ред. А. Л. Журавлев. – М. : ПЕР СЭ, 2002. – 351 с.
3. Радаев, В. В. Социология потребления: основные подходы / В. В. Радаев, – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – М., 2005. – С. 5–18.
4. Рубинштейн, А. Я. Сегментация театрального рынка / А. Рубинштейн, Н. Скоморохова, Г. Гедовиус, – Текст : непосредственный // Художественная жизнь современного общества. В 4-х т. [Искусство в контексте социальной экономики / Отв. ред. А. Я. Рубинштейн]. – СПб., 1998. – Т. 3. – С. 226–248.
5. Социология культуры: учеб. пособие / Е. Н. Нархова, Д. Ю. Нархов ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2019. – 302 с.
6. Струмилин, С. Г. Проблемы экономики труда: монография / С. Г. Струмилин ; [отв. ред. и авт. предисл. М. Я. Сонин]; Академия Наук СССР, Институт экономики. – М. : Наука, 1982. – 470 с.
7. Ушкарев, А. А. Аудитория художественных музеев: история и методология изучения в России / А. А. Ушкарев, – Текст : непосредственный // Культура и искусство. – 2017. – № 7. – С. 36–49.
8. Ушкарев, А. А. Культурный капитал как драйвер потребления искусства / А. А. Ушкарев, – Текст : непосредственный // Обсерватория культуры. – 2018. – №15(2). – С. 178–187.
9. Ушкарев, А. А. Статусная мотивация потребления искусства / А. А. Ушкарев, – Текст : непосредственный // Культура и искусство. – 2018. – № 6. – С. 1–12.
10. Фохт-Бабушкин, Ю. У. О культурных потребностях москвичей / Ю. У. Фохт-Бабушкин, – Текст : непосредственный // Культура и культурные потребности москвичей. – М., 2010. – С. 11–108.
11. Хренов, Н. А. Публика в истории культуры. Феномен публики в ракурсе психологии масс: монография / Н. А. Хренов. – М. : Аграф, 2007. – 496 с.

## **DIFFERENTIATION OF THE PUBLIC BY THE LEVEL OF ORIENTATIONS TO STAGE ART**

© 2023 E.N. Grebenik

*Ekaterina N. Grebenik, Senior Lecturer of the Department of Theater Arts*

*E-mail: [deepkatya@mail.ru](mailto:deepkatya@mail.ru)*

**Lugansk State Academy of Culture and Arts named after Mikhail Matusovsky  
Lugansk, Russia**

At the moment, an important feature of the existence of the theater as a socio-cultural institution is its functioning in market conditions. Performances become the subject of sale and purchase, and the hedonistic function of the theater is opposed by great competition: cinema, the Internet, social networks, entertainment shows and show programs. In this regard, in order to remain in the consumer market, the theater uses innovative technologies and experimental forms, which lead to the loss of the uniqueness of the theater and a decrease in the level of the public. The effective implementation of the ideological and educational functions of the theater is directly related to the level of training of the theatrical public. The questions of his typology, the classification of the level of art education, are decisive in the perception of the performance. The genre orientation and subject orientation of theaters certainly depend on the ability of the public to perceive works of theatrical art. The article deals with the analysis of sociological studies of the interaction of the individual with art, as well as the study of sociocultural processes that form the orientation of the theater audience towards works of theatrical art. The author of the article pays special attention to the leisure activities of individuals and the formed stereotypes of the theatrical audience. The author also carried out an analysis of the cultural and leisure behavior of the public and derived the differentiation of the public according to the level of orientations and preferences for the performing arts.

*Key words:* public, theatre, art, education, works of theatrical art, stereotype, leisure

DOI: 10.37313/2413-9645-2023-25-92-79-84

EDN: OCQZXK

1. Burd'ye, P. Formy kapitala (Forms of capital) / P. Burd'ye. – Tekst : neposredstvennyy // Ekonomicheskaya sotsiologiya. – 2002. – T. 3, № 5. – S. 60–74.
2. Kont, O. Sotsial'naya psikhologiya: uchebnoye posobiye (Social psychology: textbook) / O. Kont ; otv. red. A. L. Zhuravlev. – M. : PER SE, 2002. – 351 s.
3. Radayev, V. V. Sotsiologiya potrebleniya: osnovnyye podkhody (Sociology of consumption: basic approaches) / V. V. Radayev. – Tekst : neposredstvennyy // Sotsiologicheskiye issledovaniya. – M., 2005. – S. 5–18.
4. Rubinshteyn, A. YA. Segmentatsiya teatral'nogo rynka (Segmentation of the theatrical market) / A. Rubinshteyn, N. Skomorokhova, G. Gedovius. – Tekst : neposredstvennyy // Khudozhestvennaya zhizn' sovremennogo obshchestva. V 4-kh t. [Iskusstvo v kontekste sotsial'noy ekonomii / Otv. red. A. YA. Rubinshteyn]. – SPb., 1998. – T. 3. – S. 226–248.
5. Sotsiologiya kul'tury: ucheb. posobiye (Sociology of culture: textbook. allowance) / Ye. N. Narkhova, D. YU. Narkhov ; Ministerstvo nauki i vysshego obrazovaniya Rossiyskoy Federatsii, Ural'skiy federal'nyy universitet. – Yekaterinburg : Izdvo Ural'skogo universiteta, 2019. – 302 s.
6. Strumilin, S. G. Problemy ekonomiki truda: monografiya (Problems of labor economics: monograph) / S. G. Strumilin ; [otv. red. i avt. predisl. M. YA. Sonin]; Akademiya Nauk SSSR, Institut ekonomiki. – M. : Nauka, 1982. – 470 s.
7. Ushkarev, A. A. Auditoriya khudozhestvennykh muzeyev: istoriya i metodologiya izucheniya v Rossii (The audience of art museums: history and methodology of study in Russia) / A. A. Ushkarev. – Tekst : neposredstvennyy // Kul'tura i iskusstvo. – 2017. – № 7. – S. 36–49.
8. Ushkarev, A. A. Kul'turnyy kapital kak drayver potrebleniya iskusstva (Cultural capital as a driver of art consumption) / A. A. Ushkarev. – Tekst : neposredstvennyy // Observatoriya kul'tury. – 2018. – № 15(2). – S. 178–187.
9. Ushkarev, A. A. Statusnaya motivatsiya potrebleniya iskusstva (Status motivation for the consumption of art) / A. A. Ushkarev. – Tekst : neposredstvennyy // Kul'tura i iskusstvo. – 2018. – № 6. – S. 1–12.
10. Fokht-Babushkin, YU. U. O kul'turnykh potrebnostyakh moskvichy (On the cultural needs of Muscovites) / YU. U. Fokht-Babushkin. – Tekst : neposredstvennyy // Kul'tura i kul'turnyye potrebnosti moskvichy. – M., 2010. – S. 11–108.
11. Khrenov, N. A. Publika v istorii kul'tury. Fenomen publiki v rakurse psikhologii mass: monografiya (Public in the history of culture. Phenomenon of the public from the perspective of the psychology of the masses: monograph) / N. A. Khrenov. – M. : Agraf, 2007. – 496 s.