

Челябинский гуманитарий. 2022. № 2 (59). С. 11–15.

ISSN 1999-5407 (print).

Chelyabinskij Gumanitarij. 2022; 2 (59), 11–15.

ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья

УДК 792.073

DOI 10.47475/1999-5407-2022-10202

ТЕАТРАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ И ЕГО РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ АУДИТОРИИ СОВРЕМЕННОГО ТЕАТРА

Галина Евгеньевна Гун

Магнитогорская государственная консерватория (академия) имени М. И. Глинки,

Магнитогорск, Россия, filosof_gun@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена одному из недостаточно изученных фрагментов сетевой культуры, каким является арт-контент, посвященный театру. Он представляет собой актуальный способ презентации театрального искусства в пространстве современных информационных технологий. Автор предлагает свою периодизацию процесса формирования художественного контента. В заключении делается вывод о том, что для успешного функционирования театров необходимо присутствовать в интернет-пространстве и формировать разнообразный и качественный театральный контент.

Ключевые слова: цифровые технологии, Интернет, арт-контент, театральный контент, искусство, театр, аудитория, зритель.

Для цитирования: Гун Г. Е. Театральный контент и его роль в формировании аудитории современного театра // Челябинский гуманитарий. 2022. № 2 (59). С. 11–15. doi: 10.47475/1999-5407-2022-10202.

Original article

THEATER CONTENT AND HIS ROLE IN FORMING THE AUDIENCE MODERN THEATER

Galina E. Gun

Magnitogorsk State Conservatory (Academy) named after M. I. Glinka,

Magnitogorsk, Russia, filosof_gun@mail.ru

Abstract. The article is devoted to one of the insufficiently studied fragments of network culture, which is art content dedicated to the theater. It is an actual way of presenting theatrical art in the space of modern information technologies. The author offers his own periodization of the process of formation of artistic content. In conclusion, it is concluded that for the successful functioning of theaters it is necessary to be present in the Internet space and form a diverse and high-quality theatrical content.

Key words: digital technologies, Internet, art content, theatrical content, art, theater, audience, viewer.

For citation: Gun G. E. (2022). Theater content and his role in forming the audience modern theater. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 2 (59), 11–15, doi: 10.47475/1999-5407-2022-10202.

Цифровые технологии радикально изменили традиционные каналы получения и распространения информации. Интернет-пространство стало новым пространством коммуникации, в т.ч. для взаимодействия искусства и его аудитории. Сформировалась специфическая digital-среда искусства – арт-контент. Новые информационные технологии помогают зрителям/слушателям/пользователям получать актуальную информацию о событиях художественной жизни и расширять свои знания об искусстве через мобильные цифровые устройства.

Интернет-пространство представляет собой новое поле взаимодействия искусства с аудиторией. Оно выступает частью культурной коммуникации, в которой мультимедийные технологии позволяют создавать сообщения нового типа, а Интернет выступает каналом их трансляции. В результате формируется арт-контент как специфическая сфера digital-среды.

Характер этих изменений непрост и, конечно, является предметом научной рефлексии. Концепции информационного общества, медиа и виртуальной реальности М. Маклюэна, М. Кастельса [9; 10] и др., став изначально основой для понимания социокультурного контекста цифровизации, уже не в

полной мере отражают картину сегодняшнего дня. Новым медиапарадигмам интересно единственно доступное время – здесь и сейчас. Сегодня digital-реальность требует актуальных исследований новых (и продолжающихся меняться!) проявлений цифровизации, общих и частных её аспектов. Количество разного рода публикаций, посвященных этой проблематике велико. Это в основном, – статьи [см. 2; 5; 6] и диссертации [см. 3; 4], число статусных монографических исследований пока невелико, но они есть [см. 6; 7]. Не претендуя на полноту обзора существующей научной литературы по данной тематике, можно назвать, например работу И.В. Гурулева, в которой изложены исторические предпосылки возникновения сетевого искусства и описаны основные его направления [2]. Онтология художественного образа отражена в исследованиях И. Инишева [5] и Е. В. Сальниковой [10]. Вопросам теории и истории цифровых форм искусства и их влиянию на массовую культуру посвящено несколько исследований. Так, Е. А. Шенцева в своей работе рассматривает художественную активность человека в современном сетевом обществе [12], а у Н. Л. Соколовой показан процесс взаимодействия креативных онлайн-практик с массовой культурой [11]. Художественно-эстетические особенности компьютерного искусства отражены в работах С. В. Ерохина [3]. Онлайн-форматы музыкально-театрального искусства освещались и автором [1].

Стихийно формирующийся художественный контент весьма гетерогенен, поскольку включает как классические образцы (правда, в более скромных пропорциях по отношению актуальным), так и новые, современные, продвинутые формы вплоть до маргинальных проявлений. Возникающий в результате активности потребителей контента интернет-образ искусства связан с новыми его смыслами.

При экспоненциально растущем интересе к арт-контенту остается недостаточно изученным сегмент сетевой культуры, который посвящен искусству театра. Он представляет собой актуальный способ презентации и информационного обеспечения театрального искусства в пространстве современных информационных технологий.

Процесс формирования отечественного театрального контента имеет свою периодизацию. Предварительный этап это – предистория, т.е. период первоначального формирования театрального видеоконтента. Традиция показа спектаклей как формы проведения досуга, сложилась еще в 1970-1980-х годы. Лучшие советские спектакли показывали по телевидению и в кинотеатрах. Цель была очевидна. Театр – труднодоступный вид искусства, а показ спектаклей на широком экране был призван существенно расширить аудиторию. На экраны вышли спектакли «Школа злословия» (МХАТ), «Васса Железнова» и «Горе от ума» (Малый театр) [6. С. 447]. Со временем видеотрансляции стали регулярными, а репертуар этих показов составлялся на сезон. Демонстрация требовала серьезной подготовительной работы, постановку снимали заранее, посредством профессионального монтажа создавали законченный видеовариант. Главная задача состояла в том, чтобы дать возможность зрителю почувствовать себя участником спектакля. Хотя, конечно, добиться полного ощущения присутствия в театре достичь не удавалось. Вызывая дискуссии и неся определенные потери, трансляции являлись инструментом формирования театральной аудитории.

Но это, конечно, совсем другие технологии. Интернет-трансляции спектаклей – это новый в художественном и технологическом смысле этап демонстрирования спектаклей. За последнее десятилетие трансляции постановок драматических театров приобрели большую популярность, заметно расширилась география транслируемых спектаклей. В Интернете стали доступны показы из известных театров мира, из российских столиц и крупных городов и даже из театральной провинции. Присутствие театра в Сети поддерживалось национальным фестивалем «Золотая маска», который присоединился к показам в кинотеатрах лучших театральных постановок с 2015 года.

Проблема опосредованного (через экран) взаимодействия с публикой при этом сохраняется, поэтому уместна аргументация интернет-скептиков об отсутствии в таких трансляциях настоящей театральной атмосферы и магии живого спектакля. Однако, возможность широкого распространения театрального контента и расширение аудитории очень ценна. Жители российских регионов получают возможность смотреть лучшие спектакли ведущих драматических театров, к тому же снимаются вопросы ценовой доступности.

До марта 2020 года история интернет-показов формировалась эволюционно на коммерческой основе и предоставляла театральный контент профессионального уровня. События пандемийного, 2020, года стали своеобразным триггером, ускорившим процесс вынужденного перехода в интернет-пространство. С введением карантинных мероприятий и закрытием театров произошел полный переход художественного контента в Интернет. Как пишет Е.В. Дуков: «Цифровая цивилизация получила мощный импульс со стороны пандемии» [6. С. 427]. Именно с этого момента можно говорить о новом формате существования театра.

Театры, равно как концертные организации, музеи и галереи, т.е. те институции культуры, чьи современные формы родились в условиях принципиальной иной коммуникативной ситуации XVII—XVIII веков, сразу ощутили всю сложность ситуации. Первыми среагировали музеи, предложив любителям изобразительного искусства виртуальные экскурсии. «Живые» институциональные формы были заменены виртуальными посещениями музеев, театров и концертных залов. С конца марта 2020 года зрителям/слушателям/пользователям было предложено осваивать новые форматы и виртуальные площадки для художественной коммуникации.

Каковы результаты этого перехода? Авторский мониторинг интернет-трансляций в апреле-мае 2020 года на основе анализа онлайн-афиши журнала «Театрал» показал, что в апреле было анонсировано 629 ежедневных

трансляций, т.е. в среднем 21 трансляция в день. Из них подавляющее большинство – 395 спектакля (т.е. 63 % от общего количества) составили драматические спектакли и только 142 музыкальных спектакля (т.е. 23 %) [1].

Трансляции лучших драматических спектаклей стали бесплатно доступны в ежедневном режиме на площадке Theatre HD. Особая активность наблюдалась в социальных сетях «Фейсбук», «Твиттер», «ВКонтакте» и «Инстаграм». Мы далеки от мысли устанавливать прямую корреляцию между количеством подписчиков и интересом к театру. На наш взгляд, показатели интернет-активности, скорее, иллюстрируют престижное потребление, нежели интерес к искусству. Тем не менее, интернет-статистика этого периода весьма показательна, поскольку она лишняя раз продемонстрировала дисбаланс возможностей столичных и региональных театров, а вот показатели интернет-активности региональных театров оказались сопоставимы [1].

На интернет-площадках в этот период проходят крупные и статусные события. Так, в мае 2020 года Союз театральных деятелей провел онлайн-конференцию «Театр и новая реальность. Предлагаемые обстоятельства», которая зафиксировала, что репетиционный процесс в театральных коллективах не остановился, театры работают и организуют онлайн-трансляции своих спектаклей. Правда, перспективы на следующий сезон были неопределенными и существовало понимание, что выбирать придется между частично заполняемым залом или полностью закрытым театром.

В этот период происходит и содержательное обновление театра. Новой формой театрального искусства становится цифровой театр, который Е.В. Дуков определяет как «гибридизацию театра и цифровых экранных форм» и считает, что это - «условно новое явление медиа» [6. С. 429]. Думается, к этому определению еще нужно добавить уточнение о том, что эта гибридизация происходит не на уровне формы, а рождает новое содержание. Практика сценического показа спектаклей с последующей съемкой в цифровом качестве для трансляций онлайн не является собственно цифровым театром. Он подразумевает представления, которые создаются специально для трансляции в Интернете.

Примером цифрового театра может служить проект Союза театральных деятелей России, фонда Alma Mater и фестиваля «Точка доступа», запущенный в условиях карантина в марте-апреле 2020 года, театр по телефону «Алло». Был объявлен старт «Спонтанной программы», в рамках которой «любой желающий мог предложить интерактивный онлайн-спектакль [цит. по:б. С.429].

Интересным оказался проект М. Зыгаря «Мобильный художественный театр», который, к слову, был придуман задолго до пандемии и предлагал зрителям/слушателям/потребителям аудиопроменады по Москве и Петербургу, т.е. являлся театрализованным гидом по столицам. Кроме этого, у М. Зыгаря был знаменитый спектакль «1000 шагов с Кириллом Серебренниковым», который был выдвинут на «Золотую маску». В период карантинных ограничений МХТ (не путать с МХТ имени П.Чехова!) перешел на аудиоспектакли с участием звездных исполнителей. Были выпущены аудиоспектакли «Отравленный пояс» К. Дойля с П. Деревянко, «Академия смеха» К. Митани с участием М. Виторгана и «Елизавета БАМ» Д. Хармса с Ю. Пересильд. Главное ноу-хау проекта – это способ доступа зрителей/слушателей/потребителей к театральному контенту: все спектакли в полном соответствии с названием проекта были доступны в приложении мобильного телефона.

Тематически театр тоже обновился. Онлайн фестиваль Corona Drama, задуманный драматургом Е. Алексеевой, был организован для представления пьес на тему эпидемии. На участие было подано около 80 заявок с пьесами самых разных жанров. Данное мероприятие напоминало театр быстрого реагирования и, скорее, зафиксировало настроение растерянности, чем подарило открытия. Но проект еще раз зафиксировал возможности театра быстро и чутко реагировать на все происходящее, говорить со своим зрителем на самые злободневные темы.

Довольно быстро у зрителя стала накапливаться усталость от объемов театрального предложения, которое, к тому же, конкурировало за его внимание с другим, нетеатральным арт-контентом. Стали понятны и негативные аспекты такого взаимодействия со зрителем/слушателем/потребителем. В первую очередь, это – невысокое качество транслируемых спектаклей, чреватое потерями части аудитории. Не оправдались ожидания театральных деятелей в части количественного охвата зрителей, поскольку выяснилось, что аудитория театральных онлайн-трансляций была сравнительно невелика. В итоге, отношение к интернет-трансляциям спектаклей изначально неоднозначное, стало еще более поляризованным. Как отмечает Е. А. Хаунина, иллюзия, что живой театр можно заменить интернет-версиями, рассеялась и стало окончательно понятно, что «атмосферу и энергию зрительного зала невозможно заменить ничем» [6. С. 452]. Однако, для части российских театральных практиков все-таки осталась близкой идея, что «театр в сети может быть таким же живым, интеллектуальным и проникновенным, как и театр офлайн» [там же].

Основные итоги этого периода, в первую очередь, связаны с осознанием того, что нужно вернуться к системной работе с видеозаписями и начать планомерно работать с онлайн-зрителями спектаклей.

Начало следующего, третьего, этапа совпадает с открытием сезона 2020-2021 годов, которое ожидалось с большими надеждами и позиционировалось как начало посткарантинного сезона, в котором, наконец, будут реализованы все планы и состоятся все назначенные премьеры. Это надежды оказались излишне оптимистичными. В сентябре-октябре 2020 года происходит частичное открытие театров, которые несмотря на ограничения посещаемости, смогли принять своих зрителей. Функционирующие театры сумели

адаптироваться к ограничениям. Возможность работы «вживую» привела к определенному снижению и стабилизации активности в Интернете.

Театральный контент, который появлялся на привычных платформах, начал коммерциализироваться. Сократилось число бесплатных трансляций. При этом театры сосредоточили внимание на профессиональном подходе к съемкам, и качество видеоматериала стало существенно лучше.

Это был противоречивый и неоднозначный сезон, который хоть и не был омрачен сплошным локдауном, но и не давал уверенности в завтрашнем дне и не позволял планировать театральную жизнь надолго. Стало понятно, что в ближайшее время не произойдет ожидаемого повсеместного открытия театров. Невозможность в полном объеме показывать своё искусство «вживую» в течение столь длительного периода изменила отношение к онлайн-инструментам. Стала актуальной идея параллельного оффлайн и онлайн-форматов на принципах дополнительности. Причем, их соотношение каждый театр искал сам, исходя из своих возможностей.

Итоги сезона 2020-2021 годов превзошли ситуацию сезона 2021-2022. К этому моменту для театров стала очевидна необходимость постоянной интернет-активности. Причем, эта активность отчетливо разделяется на два потока, предполагающих стабильное параллельное функционирование оффлайн-показов и их онлайн-обеспечения. При этом происходит очевидное разделение функций форматов, которые существуют параллельно, синхронизированы и дополняют друг друга. Оффлайн-показы, пусть в усеченном виде, но существуют. Онлайн-демонстрации театральных трансляций становятся константой художественной жизни при условии, что весь профессионально снятый видеоконтент доступен только на коммерческой основе. Значительная часть интернет-активности становится инструментом их рекламного продвижения и информационного обеспечения.

Можно сказать, что это – стадия уверенного освоения технологий создания театрального контента на новом уровне с параллельными оффлайн-показами и онлайн-трансляциями. И хотя площадки интернет-активности в последнее время изменились, и те платформы, которые были популярны всего несколько месяцев назад, теперь не функционируют, художественные институции активно пользуются другими площадками и параметры интернет-активности сохранились.

На этом этапе, например, московские театры освоились в виртуальной реальности. Благодаря portalу mos.ru любой ценитель театрального искусства может посмотреть виртуальные премьеры и спектакли. На платформе Okko программа «Искусство онлайн» открывает доступ к коллекции спектаклей, концертов, виртуальных экскурсий и другого видеоконтента от ведущих культурных площадок страны. Бесплатно доступно около 300 записей, в коллекцию входит еще и платная подборка спектаклей.

Важно подчеркнуть, что на третьем этапе меняется представление об оптимальной регулярности предоставления контента. Если раньше его можно было предоставлять с определенной периодичностью (раз в день, в неделю, в месяц и т.д.), то сейчас, чтобы выжить в новой среде, нужно обновляться в реальном времени, здесь и сейчас.

Возникли и новые трудности. Этап пандемийных ограничений и стремительного роста театрального контента породил ситуацию, когда исчез дефицит информации о театре, и зритель/слушатель/пользователь оказался в ситуации её избытка. Теперь ничто не ограничивает количество контента, разве что возможности театральных сайтов. Новый ресурс, которого сейчас не хватает театру — это внимание зрителя. С ним нужно работать, его необходимо изучать, за него нужно конкурировать, его необходимо правильно ориентировать в интернет-пространстве. В перенасыщенной информационной среде театру нужны новые инструменты для управления новостями и мнениями, система упорядочивания контента, агрегация новостей, рейтинги, списки, тренды, т.е. разнообразные инструменты для навигации зрителя в пространстве театрального контента.

Каковы перспективы и что делать театрам? Для развития театрального дела и успешного функционирования отдельных театров необходимо развивать цифровые платформы с разнообразным театральным контентом (спектакли, репетиции, перфомансы, встречи и т.д.), которые адресованы самому широкому зрителю. Думается, что преимущество получают театры, которые успели сориентироваться в новых информационно-коммуникативных реалиях и сформировали свои digital-платформы, функционирующие в постоянном режиме с анонсами программ и качественным контентом, предлагаемым к просмотру. Хорошим примером в этом смысле может стать платформа BDT-digital, созданная БДТ имени Г. А. Товстоногова (Санкт-Петербург). Театры, которые не будут поддерживать собственные цифровые платформы и формировать свой контент, могут оказаться проигравшими в конкуренции за молодые поколения зрителей.

Список источников

1. Гун Г. Е. Музыкальный театр в режиме «онлайн» // Известия УрФУ. Серия «Проблемы образования, науки и культуры». 2020. № 4 (201). Т. 26. С. 93–99.
2. Гурулев И. В. Типология и художественные стратегии сетевого искусства: 1994-2004: дис. ... канд. искусствоведения. Москва, 2005. 348 с.
3. Ерохин С. В. Эстетика цифрового компьютерного изобразительного искусства: дис. ... д-ра филос. наук. Москва, 2010. 360 с.

4. Ершова Д. Е. Современный арт-контент как феномен культурной коммуникации: автореф. дис. ... канд. культурологии. Санкт-Петербург, 2018. 24 с.
5. Инишев И. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества // Логос. 2012. Т. 85, № 1. С. 184–211.
6. Искусство в контексте пандемии: медиатизация и дискурс катастрофизма / под ред. Е. В. Сальниковой, В. Д. Эвальд, А. А. Новиковой. Москва : Издательские решения, 2020. 664 с.
7. Контур будущего: технологии и инновации в культурном контексте : коллективная монография / под ред. Д. И. Кузнецова, В. В. Сергеева, Н. И. Алмазовой, Н. В. Никифоровой. Санкт-Петербург : Астерион, 2017. 550 с.
8. Кастельс М. Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич, под науч. ред. А. И. Черных. Москва : ГУ ВШЭ, 2016. 564 с.
9. Маклюэн М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. Москва : Кучково поле, 2003. 464 с.
10. Сальникова Е. В. Феномен визуального. От древних истоков к началу XXI века. Москва : Прогресс - Традиция, 2012. 575 с.
11. Соколова Н. Л. Популярная культура в эпоху «новых» медиа: социальный анализ культурных практик: дис. ... д-ра филос. наук. Самара, 2010. 354 с.
12. Шенцева Е. А. Теоретико-методологические основания изучения художественной активности человека как феномена сетевого общества : дис. ... канд. филос. наук. Новосибирск, 2010. 186 с.

References

1. Gun, G. Ye. (2020). Muzykal'nyy teatr v rezhime «onlayn» [Musical theater in the “online” mode]. *Izvestiya UrFU. Seriya «Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury»* [Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture], 4 (201), vol. 26, 93–99. (In Russ.).
2. Gurulev, I. V. (2005). *Tipologiya i khudozhestvennyye strategii setevogo iskusstva: 1994–2004* [Typology and artistic strategies of network art: 1994–2004]. Moscow, 348 p. (In Russ.).
3. Yerokhin, S. V. (2010). *Estetika tsifrovogo komp'yuternogo izobrazitel'nogo iskusstva* [Aesthetics of digital computer fine arts]. Moscow, 360 p. (In Russ.).
4. Yershova, D. Ye. (2018). *Sovremennyy art-kontent kak fenomen kul'turnoy kommunikatsii* [Modern Art Content as a Phenomenon of Cultural Communication]. Sankt-Peterburg, 24 p. (In Russ.).
5. Inishev, I. (2012). «Ikonicheskiy povorot» v teoriyakh kul'tury i obshchestva [“Iconic turn” in the theories of culture and society]. *Logos*, 1, vol. 85, 184–211. (In Russ.).
6. *Iskusstvo v kontekste pandemii: mediatizatsiya i diskurs katastrofizma* (2020) [Art in the context of a pandemic: mediatization and the discourse of catastrophism]. Moscow: Izdatel'skiye resheniya Publ., 664 p. (In Russ.).
7. *Kontury budushchego: tekhnologii i innovatsii v kul'turnom kontekste* (2017) [Outlines of the future: technologies and innovations in a cultural context]. Sankt-Peterburg: Asterion Publ., 550 p. (In Russ.).
8. Kastel's, M. (2016). *Vlast' kommunikatsii* [Communication Power]. Moscow: GU VSHE, 564 p. (In Russ.).
9. McLuhan, M. (2003). *Ponimaniye media. Vneshniye rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man]. Moscow: Kuchkovo pole, 464 p. (In Russ.).
10. Sal'nikova, Ye. V. (2012). *Fenomen vizual'nogo. Ot drevnikh istokov k nachalu XXI veka* [Phenomenon of the visual. From ancient origins to the beginning of the XXI century]. Moscow: Progress – Traditsiya Publ., 575 p. (In Russ.).
11. Sokolova, N. L. (2010). *Populyarnaya kul'tura v epokhu «novykh» media: sotsial'nyy analiz kul'turnykh praktik* [Popular culture in the era of “new” media: social analysis of cultural practices]. Samara, 354 p. (In Russ.).
12. Shentseva, Ye. A. (2010). *Teoretiko-metodologicheskiye osnovaniya izucheniya khudozhestvennoy aktivnosti cheloveka kak fenomena setevogo obshchestva* [Theoretical and methodological foundations for studying the artistic activity of a person as a phenomenon of a network society]. Novosibirsk, 186 p. (In Russ.).

Информация об авторе

Г. Е. Гун – доктор культурологии, проректор по научной работе, заведующая кафедрой философии, культурологии и социально-гуманитарных дисциплин.

Information about the author

Galina E. Gun – Doctor of Cultural Studies, Vice-Rector for Research, Head of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Social and Humanitarian Disciplines.

Статья поступила в редакцию 10.06.2022; одобрена после рецензирования 12.07.2022;
принята к публикации 12.07.2022.

The article was submitted 10.06.2022; approved after reviewing 12.07.2022;
accepted for publication 12.07.2022.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflicts of interests.