

ТЕАТР И ГОРОД
Сов. культура. - 1989. - Ноябрь. - С. 5

ЦВЕТЫ В ФОЙЕ

Уфимский русский драматический театр — один из самых посещаемых сегодня. Интерес к нему местной публики вырос буквально на глазах. Премьеры идут с аншлагом, у входа спрашивают лишние билеты. С успехом прошли его гастроли в Ленинграде. В чем тут причина? Об этом беседа с директором театра В. СТРИЖЕВСКИМ.

— Не так давно мы переехали в новое, прекрасное современное здание. Честно говоря, первое время люди ходили именно на «здание» смотреть. После тяжелых вечеров, когда в партере людей было меньше, чем на сцене, полный зал для нас был праздником. Тогда-то, наверное, и появилось желание праздник этот сделать постоянным. Понемногу думали, что достичь этого можно будет за счет развлекательного репертуара. Но против выступил главный режиссер Михаил Рабинович, его ставка была другая — серьезный репертуар, высокий художественный уровень каждого спектакля. Плюс постоянная работа со зрителем.

— Но в Уфе зритель очень резкий — как в любой столице автономной республики. Кроме того, население очень смешанное, есть и национальный театр, где проблема посещаемости никогда не возникала. Как при этом найти «своего» зрителя?

— К нам приходят не только русские зрители. 11 процентов наших зрителей — башкиры, 21 процент — татары. Безусловно, сказывается то, что во время Великой Отечественной войны Уфа приняла много ленинградских и украинских коллег — они немало сделали для приобщения местного населения к русскому искус-

ству. Большинство башкирского населения одинаково хорошо знает как свой язык, так и русский, потому посещает и башкирский, и русский драмтеатры.

— Определяя репертуар, вы прогнозируете, пройдут ли люди к вам? Или предсказать ничего невозможно?

— Я бы сказал — это загадка. Но на самотек полагаться нельзя. Вот уже несколько лет кандидат философских наук К. Шингарева ведет в нашем театре социологические исследования. Их итоги мы тщательно анализируем. Взять, например, последние шесть спектаклей, на каждом из которых распространялось по 500 анкет. Главный вывод: зритель наш очень молод. 39 процентов — учащиеся школ, профтехучилищ, техникумов, студенты вузов. Эта цифра заставила нас вернуться к «малой сцене». Одно время мы ставили внеплановые молодежные спектакли, и маленький зал на 80—100 мест всегда был полон. Но молодые актеры, взрослые творчески, не захотели довольствоваться внеплановостью. Новую их постановку на «малой сцене» «Прощай, Иуда» по пьесе И. Ирьдинского мы включили в репертуар.

Ставя «Эшелон» Михаила Рошина, мы учитывали, что в Уфу во время войны эвакуировались многие предприятия, и потому были уверены, что те-

ма найдет отклик в душах людей. Репетируя «Колыму» И. Дворецкого, мы также не сомневались, что интерес и спектаклю будет, ибо разоблачение сталинизма — тема далеко еще не исчерпанная.

А беспокоит нас то, что в зале редко встретишь рабочего человека, что большинство все-таки предпочитает развлекательные постановки. Тут и наша прямая вина: мало делаем для воспитания настоящего театрала, совсем не думаем о завтрашних зрителях — сегодняшних детях. Беда в том, что взрослые не ходят к нам вместе с детьми. Драматическое искусство, видимо, считается вполне доступным — во всяком случае папы и мамы спокойно отправляют к нам своих 12—14-летних чад. А ведь их психология такова, что им нужно общение в театре, нужно тут же поделиться своими впечатлениями. Тут-то и необходим близкий старший друг.

Мы решили пригласить в труппу психолога для того, чтобы помочь каждому почувствовать себя в театре самим собой.

Одним словом, за «своего» зрителя надо бороться, в том числе и атмосферой вокруг спектакля.

— В том смысле, что театр начинается с вешалки!

— Нет, он начинается намного раньше — с рекламы. Попробуйте найти наши афиши на окраинах города — увы... Хотя горсправка регулярно выписывает нам счета за их расклейку. А вот еще проблема. Некоторое время назад мы попросили зрителей заполнить анкету.

И что же? 40 процентов из них заявили, что на спектакли ходили бы чаще, если бы по окончании их было на чем вернуться домой. С помощью генерального директора Башавтотранса А. Барсукова решили этот вопрос. Сейчас пытаемся организовать и вызов такси.

Или вот — площадь перед театром. Раньше она как-то не бралась в расчет, есть и есть. А потом задумались: почему бы ее возможности не привлечь к пропаганде театра? Организовали там аллею скульптурных фигур, весной наладим музыкальные позывные о начале спектакля.

— Вячеслав Александрович, вы знаете, что в городе много разговоров и о... буфете нашем?

— Знаю. А начались они с того, что администрация ресторана «Россия» изменила к нам отношение. У нас на прилавке и первые мандарины, и первая клубника, и разные коктейли. Мечтаем о том, чтобы зрители, которые пришли в театр с друзьями, могли заранее заказать столик и посидеть в антракте за легким ужином.

В одном из театров Праги я был удивлен, когда во время антракта девушки с корзиночками предлагали гуляющим в фойе шоколад и цветы. Мне обидно, что не смог уговорить наш Горзелентоз торговать у нас в вестибюля цветами: им невыгодно приезжать в театр на пару часов... Между прочим, детская комната нам тоже невыгодна вроде бы, а мы ее организовали.

Все это не мелочи. Я убежден, что сам воздух театра, необычный его аромат, праздничность должны притягивать к себе людей.

А. ДОКУЧАЕВА.

УФА.