

Зритель пришел в театр

Напряженная творческая работа развернулась с начала сезона во всех театрах страны. Именно сейчас, в первые недели и месяцы нового сезона, перед актерами, режиссерами встала насущная задача — в короткие сроки резко улучшить деятельность художественных коллективов. Большую роль в этом деле должны и могут сыграть административно-хозяйственные цехи.

Рождение спектакля, его жизнь начинается с того момента, когда впервые в день премьеры раздвигается занавес и зритель, заинтересованный пьесой или просто привлеченный рекламой, начинает следить за развитием действия. От того, как в этот первый день зритель воспримет постановку, во многом зависит не только успех спектакля, но и вся его дальнейшая жизнь.

Сперва заинтересовать зрителя, а затем подготовить их к творческому восприятию пьесы и спектакля,

создать у них благоприятное настроение — вот задача административных и технических работников обслуживающих цехов.

К. С. Станиславский говорил, что «театр начинается с вешалки». За этим выражением, давно известным, ставшим уже крылатым, скрывается большой, напряженный труд работников административно-хозяйственных цехов. Там, где этому труду не уделяют внимания, даже хороший спектакль не радует зрителя.

Представьте себе человека, с трудом доставшего билет на спектакль; сначала при входе его толкают в узкой двери; затем он долго стоит у вешалки, потом идет в грязное, давно не отремонтированное фойе, на стенах которого кое-как развешены фотографии артистов, и, наконец, в душном зрительном зале он садится в забытое, неудобное кресло.

О каком праздничном настроении, о какой заинтересованности спектаклем может тут идти речь? Как хорошо ни играли артисты и какие бы необыкновенные постановочные эффекты ни придумал режиссер, ощущение праздника исчезло. В душе у зрителя — лишь чувство горячи и обиды.

Наоборот, если театр сверкает чистотой, если в нем уютно и удобно, если вас встречает вежливый контролер, если вы без труда садитесь на вешалку верхнюю одежду, а в фойе светло и чисто, ощущение праздника, радостного ожидания чего-то хорошего не только не исчезает, но еще более усиливается.

Вот почему ответственна и необходима та, на первый взгляд, малоинтересная работа, которую каждодневно ведут сотрудники административно-технических цехов.

Однако это уже разговор о приеме зрителя непосредственно в театре. Между тем наша работа со зрителем начинается задолго до премьеры — с пропаганды спектаклей через радио и телевидение, афиши и программы, с деятельности упомянутых по распространению билетов и театральным кассирам.

Формы этой работы крайне многообразны, и мне хочется поделиться опытом Малого театра, который за последнее время, думается, значительно улучшил обслуживание своих зрителей.

Прежде всего перед началом театрального сезона по радио выступают директор театра и главный режиссер. Они рассказывают о планах выпускных постановок, об актерах, о творческой молодежи. Такие рекламные передачи посвящаются почти каждой готовящейся постановке, а в день премьеры в «Последних известиях» дается краткая информация. Лучшие спектакли театра записываются на пленку, и миллионы советских радиослушателей знакомятся с искусством наших артистов! Летом этого года, когда труппа была в гастролях на Урале, радиослушатели не только в Москве, но и в Сибири, на Дальнем Востоке познакомились с великим творением Шекспира «Макбет» в исполнении артистов Малого театра. И в нынешнем сезоне нами были подготовлены рекламные передачи по Московскому телевидению: доклады, показ отрывков из новых спектаклей.

К сожалению, эти передачи, как и другие, так и других московских театров, были организованы неинтересно, без выдумки. Малый театр, как и другие, побоялся провести их как рекламные. Думается, режиссуре впредь надо серьезнее отнестись к этим передачам, придав им чисто рекламную увлекательность в лучшем смысле этого слова.

Нужное, хорошее дело — выпуск на экраны фильмов-спектаклей как Малого, так и других театров. «Правда» хорошо, а счастье лучше, «Волки и овцы», Островского, «Горе от ума» Грибоедова, «Васса Железнова» Горького, «Крылья» Корнейчука познакомила чрезвычайно широкий круг людей с мастерством лучших наших

артистов. Но, видимо, следует пересмотреть практику демонстрации этих фильмов. Ведь, что ни говори, в такая пропаганда лучших достижений театра приводит к неживому результату: пока в Москве одного из того же произведения и на экране, и на сцене отталкивает зрителей от посещения спектаклей. «Правда» — хорошо, а счастье лучше и «На всякого мудреца довольно простоты», и величайшему сожалению, в нашем театре уже больше не идут. А ведь это были явления замечательнейшие!

Одной из форм организации зрителя являются конференции. Во Всесоюзном театральном обществе состоялись обсуждения пьес «Крылья», «Макбет» и «Дон Кихот». Устраивались обсуждения спектаклей и на заводах — имени Ильича, Мытищинском лавоустроительном, фабрике Гознак и других предприятиях.

Помимо творческих вопросов, участники конференций говорили об организационной стороне деятельности театра и прежде всего о приеме зрителей, давали хорошие, интересные советы.

Правда, были на этих встречах и такие выступления, которые не доставили нам удовольствия. Многие зрители резко критикуют неинтересное, бесцветное рекламирование, указывая на отсутствие печатного материала, знакомящего зрителя с актерами, особенно с талантливой молодежью. Ведь грех tanta нечего, мы начинаем рекламировать артиста, когда он становится очень уж «взрослым» и маститым.

Большую работу среди зрителей ведет музей Малого театра. В залах музея (в фойе второго яруса) всегда много публики. Перед глазами посетителей как бы проходит вся история театра.

До сих пор я говорил о пропаганде сценического искусства, то есть о вещах, по существу, творческого характера. Однако в сложнейшей проблеме взаимоотношений театра и зрителя есть еще мелкие, сугубо организационные вопросы. Но и от них значительной мере зависит доброе взаимоотношение любителей искусства и творцов этого искусства. Ведь даже то, как вам продают билет на спектакль, связывается с вашим настроением, с отношением к театру.

Мы стараемся, чтобы наши кассиры ясно, точно и быстро отвечали на все вопросы зрителей, связанные с репертуаром и исполнителями, чтобы они в случае необходимости могли даже рассказать содержание того или иного спектакля. Л. Дмитриева, Е. Алексеева, проработавшие тридцать лет в театре, а также Н. Малькевич и В. Незаева всегда с успехом справляются со своим делом.

Мы хотим, чтобы у входа в театр зритель оставил свои домашние и служебные заботы и уже в фойе подготавливал его к нужному восприятию спектакля. Так мы и воспитываем билетеров, гардеробщиков. Коллектив этого цеха у нас работает давно, у него свои привычки и традиции, всех его сотрудников объединяет любовь к Малому театру, глубокое уважение к труду артистов.

Есть еще в театре работники, играющие внешне незаметную роль, но, существуя, делающие крайне важное дело. Это администраторы. Они обязаны руководить культурой приема зрителей. Обязанности их чрезвычайно многогранны и разнообразны, и чтобы успешно справляться с ними, администраторы должны обладать широким кругозором. Думается, настало время поставить вопрос о подготовке квалифицированных кадров театральных администраторов, скажем, о создании при Институте театрального искусства или ВТО одноподготовочных курсов, которые давали бы будущему администратору и хорошую подготовку, и официальное право работать на этой должности.

А. КОЛЕВАНОВ,
главный администратор Академического Малого театра.