

ВНИМАНИЕ: ЭКСПЕРИМЕНТ

ТЕАТРАЛЬНЫЙ БИЛЕТ

С 1 января этого года некоторые из московских театров участвуют в эксперименте. На страницах нашей газеты об этом рассказывали художественные руководители коллективов, ведущие артисты. Сегодня мы предлагаем вниманию читателей «ВМ» статью, в которой говорится об экономической стороне эксперимента.

Хозрасчет в нашем театре имени Моссовета приобретает все большее значение, так как эксперимент, в который мы вступили с первого дня этого года, требует активизации экономической деятельности. А это в свою очередь создает условия для улучшения творческой работы коллектива.

Сегодня уже можно сказать, что хозяйственная инициатива руководителя театра должна стать нормой. Нам необходимо научиться пользоваться предоставленными экспериментом правами. Путь к этому лежит через творчество и расширение

традиционных форм работы со зрителем, но никак не через коммерциализацию.

Эксперимент дает театру возможность увеличить доходы за счет надбавок и скидок к действующим ценам на билеты в размере до 50 процентов, а также за счет дополнительных услуг, оказываемых зрителям.

Сколько должен стоить билет на спектакль — теперь определяем мы сами. Применяя систему гибких цен, наш театр увеличил цены только на вечерние спектакли. Стоимость билетов на представления и на спектакли, идущие на Малой сцене, осталась прежней. Чем мы при этом руководствуемся? Прежде всего художественным уровнем спектакля и зрительским к нему интересом. На все вечерние спектакли текущего

репертуара мы увеличили цену до 2 рублей 50 копеек, а на премьерные спектакли — до 3 рублей.

Одновременно мы (не пользуясь предоставленной экспериментом возможностью увеличить цену билета на детские спектакли) снизили основную предельную стоимость билета до 1 рубля. Экономически показ детских спектаклей стал невыгодным. Но разве это определяет важность работы с юными зрителями?

Важно, чему мы их учим, что показываем. Следуя этому, мы увеличили количество представлений для детей.

Однако коллектив понимает и то, что творческий взлет невозможен без финансового успеха.

Практика показывает, что действовавшие ранее цены на билеты не отражали, да и сегодня еще не отражают в полной мере истинного спроса на театральные спектакли, эстрадные представления, концерты зарубежных гастролеров и не учитывают духовных и физических затрат артистов, обслуживающего персонала, эксплуатацию зда-

ний и других важных факторов.

Отсутствие постоянных социологических исследований запутало ценообразование. Сплошь и рядом билет на продленную кинопрограмму стоит дороже, чем посещение театра. А задумывались ли вы над тем, что содержание театрально-концертного здания требует неизмеримо больших затрат, чем эксплуатация кинотеатра?

И вот мы повысили цены на билеты. Сократилось ли после этого количество наших посетителей? Нет, нет и нет.

Мы задумались над тем, кто же ходит на наши спектакли? Захотелось расширить зрительскую аудиторию за счет рабочих. Правда, были опасения, что новая цена отпугнет рабочего зрителя. Практика показала, что и эти страхи напрасны. Среди наших зрителей — и заводская, фабричная аудитория, и работники сельского хозяйства.

Сейчас решили заключить договоры с заводами, фабриками, научно-исследовательскими институтами и другими организациями, которые внесут определенные суммы

на развитие театра, а мы, в свою очередь, будем обеспечивать эти коллективы билетами на спектакли, предоставлять свое помещение для проведения торжественных вечеров и других мероприятий. Думается, это будет обоим полезное дело. Значительное распространение должны получить в условиях эксперимента входные билеты для студентов и старших школьников. С моей точки зрения, цены на такие билеты не должны превышать 50 копеек.

Думая об активизации работы билетной кассы, предлагаем наполовину сократить все виды брони на билеты.

А как прекрасно было бы, если б театральный билет стал не только важным знаком, имеющим денежное выражение, а еще и визитной карточкой театра, чтобы уже по ней зритель чувствовал внимание, уважение к себе со стороны коллектива.

Мы ищем сегодня различные новые формы контакта со зрителем. И понимаем, что даже в самый прекрасный день, когда в театре аншлаг, необходимо думать о зрителе, ибо без зрителя нет театра.

В. ШКОЛЬНИКОВ,
директор - распорядитель Театра имени Моссовета, заслуженный работник культуры РСФСР.

ВЕЧЕРНЯЯ
МОСКВА 23 сеп