

Москва

Общ. зрелищ. театр или
А.М. Островского

СОВЕТСКАЯ КУЛЬТУРА 1989 - 10 авг. - с. 5

БЕЗ АПЛОДИСМЕНТОВ —

«ПУСТЬ НЕУДАЧНИК ПЛАЧЕТ!»

О том, что реклама — двигатель торговли, известно давно. О том, что конкуренция драматических театров может стать драматичной, стало понятно лишь недавно.

Две труппы в Харькове «сгорели», не показав ни одного спектакля. За несколько дней до начала июльских гастролей Калининградский и Кишиневский русский драматический театры свернули рекламу с пьесами А. К. Толстого, Б. Брехта, С. Мрожека, Л. Рауэмовской, Г. Горина и уехали из города. Так печально закончилась для них «заочная» конкуренция с Московским областным драматическим театром имени А. Н. Островского.

Харьковское областное управление культуры тщетно давало «штрафные» свистки, пытаясь защитить права запленированных гастролеров. С бодрым маршем на слова известной арии «Пусть неудачник плачет!» работники подмосковной сцены вступили под гостепри-

имные своды Дворца культуры и техники Харьковского электромеханического завода.

Надо отдать должное дирекции этого популярного в городе учреждения культуры со зрительным залом на 1.600 мест. По прямым договорам здесь гастролеровали неплохие коллективы. И вроде бы никому из работавших в городе театров не мешали. Здесь же здоровой конкуренцией и не пахло. Бесцеремонность, с которой распространялись билеты и расклеивалась реклама, в сочетании с умением любую статью закона прочитать в свою пользу и привели к упомянутой драме вне театральных подмошков.

Впрочем, драма приобретала оттенки фарса, когда гастролеры в лице драматурга — замдиректора (так он представлялся в редакциях харьковских газет) А. Погонченкова сетовали на плохой прием.

Умение сохранять благородную мину при плохой игре бы-

ло свойственно провинциальным предпринимателям прошлого века. Похоже, что именно у них учились организаторы гастролей из подмосковного гастрольного театра, стыдливо опустив на афише слово «областной» и набрав крупным шрифтом «московский».

Впервые выехав в Харьков (чем не повод для серьезного знакомства), коллектив не включил в гастрольную афишу ни одной пьесы драматурга, имя которого носит театр, ни одного классического сочинения. «Фирменным» спектаклем, которым открылись гастроли, стала «Ловушка» Робера Тома, к которой в целях пушией соблазнительности было добавлено «для одинокого мужчины». В рекламе уточнялось также, что действия пьесы В. Мережко «Женский стол в охотничьем зале» происходит «в ресторане». И, наконец, пьеса Эдуардо Де Филиппо «Филумена Мартурано» обрела афишный подзаголовок «Брак по-италь-

янски», будто поставив ее в Театре имени А. Островского сам Витторио Де Сика.

Художественный уровень Театра имени А. Островского оказался весьма невысоким. И это поняли харьковские зрители после двух-трех спектаклей.

Поток зрителей на «столичный» театр заметно схлынул, но перед каждым спектаклем в зал по-прежнему транслировался текст-справка о славной истории театра, о том, что в нем работала В. Пашенная. Говорилось и о том, что творческая юность нынешнего художественного руководителя театра Р. Вартапетова была связана с Харьковом. Но похоже, что в наш город потянула коллектив и его главу не ностальгия, а желание заработать деньги на большой сценической площадке.

А. ЧЕПАЛОВ,
кандидат искусствоведения.
ХАРЬКОВ.