

В прошлом театральном сезоне наша газета опубликовала статью «Театр и будни — вещи несовместные», где шла речь о том, что встреча зрителя со спектаклем должна быть праздничной во всем — начиная с оформления афиши и программки и кончая организацией «театрального разезда». Эта статья вызвала заинтересованные (и тоже опубликованные) отклики читателей, где они поддерживали выступление газеты, делились своими предложениями по созданию в театрах города истинно праздничной атмосферы.

Мы понимали, что все эти предложения требуют от театров осмысления, да и само превращение ряда из них в

многих районах города о театре репортаже вообще узнать почти невозможно.

Истина, как известно, познается в сравнении. И потому, вспоминая «визитные карточки» театральных коллективов других городов страны, никак не можешь объяснить себе, что же все-таки мешает афишному хозяйству Свердловска обрести красочность, броскость, изящество? Тем более — мы уверены в этом — в театрах заинтересованы в пропаганде своих лучших работ. Во всяком случае, нам доводилось видеть оригинальные, радующие глаз премьерные афиши, точнее, эскизы афиш, ко многим спектаклям всех жанров. Афиши «Силы судьбы», напри-



# МУЗЫКАНТЫ НАДЕЛИ ФРАКИ...

жизнь — достаточного количества времени. Но вот минул год. Что же изменилось в наших театрах!

\* \* \*

— Мама, смотри, какие они все красивые! — этот восхищенный детский шопот мы уловили на одном из спектаклей нашего оперного театра, когда после антракта в оркестровую яму входили музыканты: мужчины во фраках и с «бабочками», женщины в длинных черных платьях...

Да, оркестр нашего академического театра выглядит в этом сезоне вполне академично. А ведь подтянутость внешняя — это одно из условий собранности в работе.

Писали мы и о внешнем виде зрителей. Приятно отметить, что сразу же после выступления газеты в ТЮЗе появилась табличка, обращенная к юным театралам: «Просим приносить с собой сменную обувь». Это напоминание возымело действие...

Есть радостные перемены и в более «глубинных» сферах театральной жизни, касающихся уже самой атмосферы встречи зрителя с искусством любимых актеров: речь идет о творческих вечерах, бенефисах, организации выставок в театральных фойе.

Как яркий, незабываемый для многих свердловчан праздник прошли юбилейные спектакли М. Вика в театре музыкальной комедии, Е. Захаровой в драматическом театре. Заметными событиями в культурной жизни города стали вечера, посвященные Е. Амман-Дельской, Е. Агурову. А с каким вниманием осматривают зрители в фойе драмтеатра интересные выставки, посвященные В. Ордынскому, К. Максимова, Е. Ляховой. Пожалуй, нынешний сезон был самым богатым на подобные творческие подарки, в которых уважение к мастерам свердловской сцены, к памяти тех, кого уже нет с нами, накрепко связано с воспитанием зрителя, его любви к театру... И все-таки многое еще мешает нам поставить рядом слова «театр» и «праздник».

**ТЕАТР** начинается с вешалки... Мы так хорошо знаем эту фразу, что не очень-то замечаем ее очевидную неточность: театр, если уж быть придирчиво точным, начинается с рекламы.

Легко понять свердловчан, которые продолжают сетовать на то, что «визитные карточки» любимых и уважаемых творческих коллективов, как принято говорить в таких случаях, не на высоте.

За примерами недалеко ходить. Даже на проспекте имени Ленина грубовато сколоченные и неряшливо оформленные щиты для рекламы вряд ли назовешь украшением городского пейзажа. Чем дальше от центра — тем хуже. Во



мер, в театре оперы и балета предполагалось выпустить (коль скоро опера Верди поставлена на итальянском) на двух языках. Но премьера давно уже состоялась, а праздничная, броская афиша так и не появилась на рекламных щитах.

Разумеется, дело не в количестве примеров, которые можно продолжить, упомянув к тому же о других упущениях. Ну, скажем, о «забывчивости» авторов световой рекламы в центре Свердловска. Она пропагандирует все: от холодильников до кинопремьер. И только театральным спектаклям нет места на светящемся табло.

А разве не пришлось бы кстати на «празднике театра» подарок телефонных служб города? Автоответчики установлены, как известно, во многих кинотеатрах. И только вопрос по телефону: «А что сегодня на сцене?» некому задать.

И «кто сегодня играет» узнать тоже затруднительно. Афиши драмтеатра, например, безмолвны на сей счет.

Необходимо коснуться «визитных карточек» театра теперь уже в его стенах. И здесь лед еще не везде тронулся. Скольким из нас приходилось брать в руки нарядливо оформленные, некалостые, напечатанные на плохой бумаге листочки, которые даже не хочется называть театральной программкой. А ведь можно все сделать по-другому. И делают, но от случая к случаю... Мы сами, признаемся, бережно храним программки «Петра Леоного», которые продавались на премьеры оперы в театре имени Луначарского. Броская обложка, отличные иллюстрации, рассказ об авторах музыки и драматургии... Правда, теперь, когда отшумели премьерные овации, этой программки больше не купишь. Все вошло в обычную колею. Наступили — увы — театральные будни.

**К СОЖАЛЕНИЮ**, игнорировали критику в свой адрес работники общепита, захотев лишний раз подтвердить упрямую веру в то, что пища, так сказать, «духовная» — это нечто, не имеющее отношения к пище «материальной».

Черствое пирожное и бутерброд с колбасой на булочке трехдневной давности, купленные в буфете театра опе-

ры и балета, снова вызвали активное желание категорически опровергнуть эту «устоявшуюся позицию». Очень захотелось, чтобы соответствующие товарищи съездили в другие города, чтобы они побывали в буфетах театров Москвы и Ленинграда, где можно отведать и ароматного чаю из ситовара, и выпить чашечку (именно чашечку, а не граненый стакан) крепкого кофе, посидеть за столиком с крахмальной скатертью, на которой стоит букетик цветов.

Кстати, о цветах. О тех цветах, что зритель рад бы, да не может подарить артисту, чья игра покорила его. По-прежнему цветами в театрах — в прямом смысле слова — «не пахнет»: по-прежнему их здесь не продают.

Когда мы писали статью о празднике театра, мы, конечно же, понимали, что, говоря о «транспортных проблемах», касаемся вопросов, наиболее трудно разрешимых. Вот почему на быстрый ответ мы здесь менее всего рассчитывали. Но все же надеемся, что он рано или поздно поступит.

Уверенности добавило выступление центральной прессы, где говорилось об интересном эксперименте в Воронеже. Там в театрах установили довольно несложное приспособление — счетчик, который регистрировал «транспортные» запросы зрителей. Каждое нажатие кнопки отчетливо выявляло, на какие городские маршруты к моменту окончания спектакля будет спрос. Эти данные по телефону передавались диспетчеру, и тот к моменту окончания спектакля направлял к театральному подъезду нужное число автобусов, такси соответствующих маршрутов. По заверениям руководителей театра, это резко подняло посещаемость. По заверениям автотранспортников, это же сделало все рейсы автобусов доходными.

Все мы читаем одни и те же газеты. Казалось бы, руководство автотранспортных объединений Свердловска, руководство театров и учреждений культуры заинтересуются новинкой, внедрят опыт воронежцев... И уж во всяком случае сообщат редакции о своих планах по улучшению обслуживания «особых пассажиров» — зрителей, тем паче, что в откликах на статью в «Вечернем Свердловске» химмашевцы прямо писали: плохая связь их поселка с городом — главная причина, почему они реже, чем хотелось бы, выезжают на спектакли драмы, оперы, музыкальной комедии. Но никакого ответа наша газета по поводу «театрального разезда» не получила.

Разговор о том, что еще не сделано, оказался у нас сегодня более подробным, чем «информационная» часть. И это естественно: ведь мы, как тысячи и тысячи свердловчан, любим театр и очень хотим, чтобы каждое свидание с ним было ничем не омрачаемым праздником. А настоящая любовь всегда требовательна...

Н. ЗЕНОВА,  
Л. МАКОВКИН

