

ДО КАКВА СТЕПЕН БЪЛГАРСКАТА ПУБЛИКА СЕ НУЖДАЕ ОТ ТЕАТЪР?

КРАСИМИРА ФИЛИПОВА

Първото десетилетие на XXI век постави остро пред театъра ни проблема за взаимоотношенията със зрителите. До каква степен днешната публика се нуждае от театър? Различна ли е тя в столицата и извън нея? Поставен в контекста на другите медии, съумява ли театърът да преодолее все по-съмнителния масов вкус?

Пред тези важни въпроси е поставено театралното ни битие, особено сега, когато присъстващият в залата зрител е единица мярка за субсидирането в държавните театри. Не ще и дума, че години наред ние се лутахме в лабиринта на повсеместната еднаквост, която ни попречи да създадем нови рефлексии у публиката. Затова българският театър дълго ще преодолява невъзможността да се оттласне от инерцията да угажда на зрителските вкусове. Социологическите проучвания категорично сочат, че в голямата си част зрителите нямат сетивата да възприемат смислени послания и по-сложен театрален език.

През 2010 г. беше направено едно изследване на потребителските нагласи в няколко града извън столицата, където има държавни театри, което целеше да установи посещаемостта и отношението на аудиторията към местния театър, степента на познаване и оценка, факторите и нагласите, които влияят върху посещаемостта, както и да определи какви промени в театралната политика биха довели до увеличаване на аудиторията въз основа на модела ѝ на поведение.

В голямата си част – над половината от анкетиранияте в градовете Монтана, Ловеч, Русе, Враца и Кърджали например – зрителите нямат спомен кога за последен път са били на театър. Твърдо неходещите на театър са средно 40% от анкетиранияте и респондентите казват, че нямат време за театър, че биха ходили, ако в града идват „известни артисти“. Театърът в тези градове има ниска популярност и очевидно не е алтернатива за свободното време. Едва 7% от анкетиранияте в Ловеч по принцип не харесват театъра си, което означава, че слабата посещаемост не е резултат от липса на интерес към театъра въобще. 78% от анкетиранияте в този град заявяват, че за тях лично гастролите са обстоятелство, което би ги накарало да си купят билети.

Изводите за въздействието, което оказват спектаклите на театъра в Монтана, са тревожни – 84% от анкетиранияте нямат спомен кога за последен път са гледали спектакъл в местния театър. В съзнанието на тези хора епизодичните гастролите са оставили много по-трайни впечатления от постоянния репертоар на местния театър.

Едва 14% от публиката на такъв голям град като Русе се определят като редовна публика, 31% изобщо не ходят на театър, 55% заявяват, че посещават рядко театрални спектакли, като 75% от тях пък са били на театър за последен път преди повече от година или изобщо нямат спомен за последното си посещение.

Да не говорим, че популярността на местните артисти е на твърде ниско ниво, 78% от анкетиранияте не могат да посочат име на актьор от трупата, а 29% посочват имена, които не са от русенския театър.

Само 13% от респондентите в Кърджали са ходили на театър, 31% изобщо не ходят, а 44% са били на театър преди повече от година или не помнят кога.

И във Враца театърът е загубил огромна част от популярността си сред градското население. Едва 13% от анкетиранияте се определят като редовна публика срещу 44%, които не ходят и не са ходили на театър. За степента на фрустрация спрямо театралното изкуство в града особено силно говори фактът, че над 72% от анкетиранияте заявяват, че нямат време за театър. Впрочем това е най-лошият резултат по този показател от всички изследвани градове.

Позволих си да дам тези примери, защото съвкупно резултатите от това изследване индикират криза в извънстоличните ни театри, тъй като само те бяха обект на изследването. А основният фактор, който би оказал позитивно влияние повсеместно, е **гастролът на известни столични артисти**. Дали, ако я караме така, театърът ни няма да се превърне в евтин супермаркет, в който стоката ще се харчи, ако на етикета ѝ стои някой артист, участвал в евтини сапунки и кримки?!

Очевидно е колко е различен профилът на публиката в столицата и извън нея. Години наред в субсидираните държавни театри 40% от броя на зрителите са в 6-те софийски театри, а останалите в 36-те извънстолични. Разбира се, че театърът не е типичен пазарен субект и държавата трябва да държи сметка за пропастта между разходите и приходите в това изкуство. Но доколкото все пак то се развива в условията на уж свободен пазар, не е ли субсидията за едни театрални субекти некоректна намеса в този пазар. От всички нови европейски документи може да се направи изводът, че субсидията, доколкото я има в об-

ластта на културата, следва да е много добре мотивирана. Дали мотивите за субсидиите в театрите, които споменах по-горе, са били коректно мотивирани през годините? ...

Зрителят е крайгълният камък на субсидирането в държавните театри днес, но има много трудности при коректното отчитане на неговия брой. Тепърва трябва внимателно да се тества цялата методика на новия тип финансиране, защото това е пазарен ход в рамките обаче на бюджета. Дали зрителят със закупен билет трябва да е единственият критерий за делегирания бюджет на театрите и няма ли това да комерсиализира репертоара? Виждаме Рей Куни отново в афишите. Привличането на зрителя на всяка цена не е ли пагубно за театъра?

Всъщност целта на една държавна подкрепа в театъра е да осигури условия за креативност и да предостави достъп до това изкуство, защото малкият ни пазар не създава тези условия автоматично. Но ако ще се подкрепят с пари на данъкоплатеца театрални пространства, интересът към които отдавна е изгубен, коректно ли е това към същия този данъкоплатец? Само фактът, че тук или там исторически е имало театрален институт, не е достатъчен, за да аргументира непременно му присъствие в общността, която откровено заявява, че няма нужда от него.



„Боливуд“ авторски спектакъл на Боян Иванов и Татяна Соколова, реж. Боян Иванов . Спектакълът е в програмата на Международния театрален фестивал „Варненско лято 2011“.

Културата като категория на развитието е генератор на човешки ресурси, качество на живот и социална поносимост. Но тя е и генератор на икономическо развитие. Всяка ефективна културна политика трябва да отчита смисъла на инвестирането в различните нейни полета и да изгражда приоритети.

Мисля, че рано или късно силите на пазара в театралното изкуство ще могат да оперират свободно и техният най-точен индикатор все повече ще е интересът и търсенето на публиката. И тъй като **зрителят е важният човек** в театъра, наше задължение е деликатно да формираме неговия вкус, за да не се превърнем в съучастници в процеса на деформацията на неговия профил.



„R & B“, авторски спектакъл на Румен Цонев (Христо Мутафчиев – водещ). Спектакълът е в програмата на Международния театрален фестивал „Варненско лято 2010“.