**Привлечение зрителей на «старые» постановки на примере Музыкального театра Кузбасса.**

Музыкальные постановки на сегодняшний день являются двигателями театрального искусства. Драматическое действие постепенно уходит на второй план, уступая своё место синтезу искусств1. Трудно не заметить, что мюзиклы с огромным успехом ставятся не только в Музыкальных театрах, но и на сценах Драматических театров. Например, в театре Драмы Кузбасса им. А. Луначарского высокую оценку зрителей получила музыкальная комедия «Золотой телёнок», цепляющий внимание знакомым сюжетом, яркими костюмами и необычными декорациями. Главной на сегодняшний день является проблема привлечения зрителя на уже вышедшие постановки с последующим удержанием интереса молодых лиц.

Этой проблемой интересуется большое количество исследователей культуры. Например, в своей работе «Театральный зритель и продвижение спектаклей»2 Никита Большаков и Марина Климашевич провели независимое качественное исследование, в котором не только узнали почему люди не ходят, но и предложили альтернативные идеи привлечения аудитории и улучшения впечатления.

На мой взгляд, решение такой проблемы требует особого подхода, поэтому в данной работе я предлагаю попытку разработки универсальной методики привлечения зрителя на «неактуальные» постановки музыкального театра.

**Объект исследования:** постановки музыкального театра на предмете репертуара Кузбасса им. А. Боброва.

**Предмет исследования:** неактуальные постановки театра - «Безымянная звезда» и «Сильва» на основе статистических данных кассовых сборов и опросов зрителей.

**Цель:** разработать план по привлечению зрителей на неактуальные постановки. Разработка плана необходима для сохранения выдающихся произведений и культуру классических музыкальных театральных постановок и музыкального искусства в целом для нового поколения зрителей.

**Задачи:**

1. Придумать пути привлечения новых зрителей на неактуальные спектакли;

2. Провести анализ постановок – выявить причины их нерентабельности;

3. Выявить барьеры посещения театра и уже вышедших постановок;

4. Выявить факторы привлечения аудитории на «Неактуальные» постановки и способы их продвижения в Массы.

**Материалы:**

1. Отзывы и впечатления постоянных зрителей;

2. Опрос студентов Высших Учебных Заведений, связанных с

культурой;

3. Научные работы по теме.

**Библиографическое описание:**

1. Арнольд, И. В. Репертуар музыкального театра и массовая культура // Музыкальная антропология. 2015. No 2. С. 19-28.

2. Башаров, Ю. Б. Репертуарный политический регулятор: опыт и проблемы // Вестник музыкальных училищ.

2017. No 2(12). С. 85-95.

3. Быков, А. А. Видоизменение репертуара музыкального театра в условиях современного социокультурного

пространства // Вестник Российской академии музыки имени Гнесиных. 2011. No 2(14). С. 44-51.

4. Симонова, Е. П. Репертуарный пласт музыкального театра в конструктивистическом контексте // Музыковедение.

2016. No 3. С. 77-84.

5. Глазунов, А. П. К вопросу о репертуаре современного музыкального театра // Проблемы музыкального искусства.

2019. No 3. С. 31-38.

6. Давыденко, Е. Г. Процесс видоизменения репертуара музыкального театра в современных условиях // Музыкальное

искусство. 2013. No 6. С. 78-84.

7. Колесник, М. М. Репертуар как повод к реализации социально-педагогической работы в музыкальном театре //

Музыкантское образование в России. 2018. No 1(2). С. 35-42.

8. Мирсалиев Р. И. Репертуар и ссылка в

контексте развития музыкального театра // Музыкальная академия. 2014. No 4(7). С. 99-107.

9. Орлова, Ю. Л. Перспективы разработки репертуарной политики в музыкальном театре // Теория и практика

искусства. 2017. No 3. С. 56-65.

**«В небе я зажгу звезду...», или реновация мюзикла «Безымянная звезда».**

Задача привлечения новых зрителей всегда стоит перед театрами. Каждый театр идет по своему пути: кто-то находится в поиске инноваций и современных решений, кто-то готов к чему-то новому, а кто-то незамедлительно принимает новые, порой, дерзкие решения с целью привлечения зрителя.

Мюзикл Владимира Ивановича Подгородинского - это великолепное произведение, которое сразу же завоевало сердца множества зрителей. Однако, для того чтобы привлечь новых зрителей и продолжать радовать поклонников, самым верным решением будет произвести некоторые изменения и адаптировать спектакль под современные требования зрителя.

Мюзикл «Безымянная звезда» по мотивам пьесы М. Себастьяна рассказывает нежную, грустную историю о человеческом счастье, о том, что «...ни одна звезда никогда не отклоняется со своего пути...».

Всё действие повествование сократилось до квартиры – места уединения и покоя – Морина (В постановке его имя специально произносится через «О», с целью показать схожесть с Моной: они оба находятся в поисках чего-то высокого, в поисках любви и простого счастья...). Режиссер, следуя за идеей автора, стремился передать мир главного героя: если в оригинале мы познаём его через диалоги, поведение в разных местах, то на сцене его бедно обставленная комнатка с портретами великих учёных и телескопом сама говорит за своего хозяина.

Переосмысливая историю, знакомую многим, важно не потерять мысль автора, которая кроется везде: в декорациях, репликах, костюмах и музыке. Видоизменение мюзикла "Безымянная звезда" – не значит полностью поменять ход сюжета, а лишь предлагает возможность взглянуть зрителю на хорошо известную историю любви и жизни глазами современных героев. А все мы знаем, что в театре действующим лицом может быть всё: начиная самими актерами и заканчивая музыкой.

Основной акцент предполагается на сценическом дизайне и разработке новых костюмов, которые смогут подчеркнуть характеры и эмоциональную составляющую пьесы. Технические возможности современного театра позволяют реализовывать самые смелые идеи и создать эффектные сценарные решения, используя световые и звуковые эффекты.

Интересно начинается и заканчивается сюжетная линия. Одна ночь, которая изменила жизнь всех героев на «До» и «После». Всё начинается вечером, когда местное общество тревожит покой бедного Учителя. И заканчивается всё тоже вечером с тем же обществом – будто подтверждение мысли автора, что всё в этом мире идет своих ходом, и что ни одна звезда никогда не отклонится от своего пути. Временной промежуток, или же «от зари и до

зари» на подмостках лаконично вписывается в сюжетную композицию: завязкой является первая (и, к сожалению, последняя) встреча Моны и Морина на подоконнике; Кульминацией, или же высшей точкой напряжения, считается солнечное утро, которое не предвещало беды. Приезд Грига и сложный выбор в пользу счастья или комфорта... Развязка действия – эхо, некий зов Моны из того самого окна, откуда она зашла прошлым вечером. Грустное напоминание о том, что мы живём в реальном мире, где всё уже давно распределено за нас.

Трудно не заметить насколько важную роль в постановке играет то самое окно – оно невольно выступает в качестве полноценного героя, помогая лавным героям обрести смысл жизни. Но каким же невзрачным, незначительным оно выглядит на общем фоне действия, теряя всю свою значимость.

Визуальное оформление спектакля было позаимствовано у мюзикла со схожим сюжетом – «Астрономия любви». Декорации и костюмы, созданные на рубеже веков, уже давно утратили свою новизну и актуальность. Самые блестящие и яркие представления нуждаются в обновлении. Именно поэтому реновация «Безымянной звезды» не просто придаст новый вид, следовательно, и звучание, но и даст возможность возрождению актуальной на все времена пьесе. Костюмы и декорации мюзикла "Безымянная звезда" требуКомпозиции оригинального спектакля в обновленной обстановке, отражающей современные тенденции и вкусы зрителей, теперь будут играть значимую роль – выступать в качестве отдельных героев, что будет интересно смотреться из зрительного зала.

Целью этого видоизменения было привлечь новую аудиторию, заинтересованную в современных музыкальных и театральных произведениях и искусстве. Оригинальная музыка, написанная Подгородинским, в условиях новых мизансцен, будет восприниматься совершенно иначе. Переосмысливание классических мюзиклов и адаптация их под современные требования поможет привлечь новых зрителей и внести свежий ветер в мировую сценическую культуру.

Видоизменение мюзикла "Безымянная звезда" - это новый взгляд на классическое произведение, способный удивить и поразить своей актуальностью и эмоциональностью. Яркие образы и современные декорации, совладеющие современным реалиям, делают этот спектакль привлекательным как для постоянных поклонников музыкального театра, так и для новых зрителей, жаждущих открытий и эстетических впечатлений. Всегда интересно увидеть нечто новое, особенно когда это касается театра, который у многих ассоциируется с чем-то старым.

Также важно продвинуть проделанный труд в массы. Используя социальные сети и другие современные платформы, есть шанс «достучаться» до широкой аудитории и предложить им незабываемое и захватывающее музыкальное путешествие, которое не так давно преобразилось.

В результате видоизменения мюзикла "Безымянная звезда" предполагается увеличение интереса к спектаклю со стороны новых зрителей, а также сохранение приверженности текущей аудитории. Это позволит Музыкальному театру Кузбасса укрепить свою позицию в культурной среде региона и продолжать радовать своих зрителей эмоциональными и качественными выступлениями.

По словам постоянных зрителей, костюмы, как и декорации, уже не смотрятся так уместно. Они не сочетаются с «вечным» сюжетом, не подходят под арии и музыкальное сопровождение, делая постановку более старой. Необходимость реновации костюмов подметила также и директор Музыкального Кузбасса им. А. Боброва – Ольга Юрьевна Карасёва. Много факторов извне невольно «приближают» процесс полного визуального изменения спектакля, в результате чего перед зрителями открывается возможность увидеть старую версию, а после сравнить её с новой. Обновлённая «картинка» произведения может выступать уже в качестве новой, самостоятельной постановки, что даёт ей право считаться премьерным!

Мюзикл Владимира Ивановича Подгородинского всегда будет оставаться незабываемым историческим произведением, однако его видоизменение позволит прожить новую жизнь и привлечь новое поколение зрителей.ют изменений, подчеркивающих его современность и актуальность.

**«Сильва» 2.0: привлечение зрителей на классику.**

Оперетта "Сильва" – прекрасный пример классического музыкального жанра, обладающий своей неповторимой атмосферой и магией. Вместе с тем, она остается незаслуженно забытой и неизвестной широкой публике. Стремление привлечь нового зрителя на уже вышедшую постановку - задача непростая, но довольно интересная.

Как привить зрителям любовь к классике? Как дать «Сильве» вторую жизнь? Вопрос, требующий детального изучения. Например, в статье «Теория потребления: как привлечь зрителей в культуру»3 говорится об ориентеровонности на более широкую аудиторию. Роза Амдилян считает, что до большинства молодого поколения просто не доходит информация о каких- либо важных культурных событиях, исходя из чего театры вами не понимают, почему на сегодняшний день зритель стремительно перестает посещать классику. Интересно, но примерно половина студентов ВУЗов Кузбасса, связанных с культурой, либо не посещала оперетту «Сильва», либо не заинтересованы в её посещении. И первый и второй ответ вполне обоснован - слабая работа СМИ и рекламной кампании. Гораздо труднее привлечь новые лица на уже вышедшую постановку, чем на премьерный показ. Михаил Сабелев4 в своих трудах писал не только о том, что Музыкальный театр выполняет институциональные функции обществе, делая его значимым звеном в социально-культурном развитии региона, но и приводил факты и доводы, связанные с театральным менеджментом в целом. Важно выявить путь развития постановки через рекламу и связь с общественностью, чтобы как можно больше людей смогли лицезреть прекрасное творение музыкально-театрального искусства.

В огромном мире оперетты «Сильва» является некой копией известной на весь мир оперы «Травиата»: история любви «падшей» девушки и благородного парня, против которых выступает весь мир. Либретто, написанное Юрием Димитриным по мотивам Лео Штейна и Белы Йенбаха «Королева Чардаша». Их работа внесла огромный вклад в развитие жанра оперетты, за что хочется увековечить их труд в лице кассовых постановок. Не хочется видоизменять постановку, созданную мастерами своего дела, нет смысла также менять музыкальную составляющую спектакля. Хочется донести до большинства именно первоначальный вариант, который смотрится цельно, органично.Путем всевозможной рекламы есть вероятность привлечения потенциального зрителя: в общественном транспорте, на баннерах, постеры и буклеты в общественных местах. К слову, этот метод хорошо практикуется театрами перед премьерными показами, что положительно сказывается на кассовом сборе.

Простой рекламный постер в современном восприятии теряет свою значимость. Искусство рекламы уже давно продвинулось вперед, воссоздавая

полноценную историю. Так почему бы не использовать её по максимуму? Воссоздание некой истории с интересным сюжетным поворотом заставит потенциального зрителя заинтересоваться постановкой. Привлечение внимания рано или поздно побудит к действию - к посещению оперетты.

Как мы уже выявили, одной из главных причин, почему люди не привлекаются к репертуарным постановкам, считающимся неактуальными, - это недостаток информации и понимания. В современном мире обилия информации и развитых технологий, важно увлечь зрителей и показать им, что эти постановки по-прежнему могут оказать сильное влияние и иметь возможность создать незабываемое искусство.

От чего зависит успешное привлечение зрителей на неактуальные постановки? Требуется разработать инновационные маркетинговые стратегии и использовать современные средства коммуникации, чтобы донести до людей эстетику и значимость этих постановок, отшлифовать их аспекты и создать привлекательные коллажи искусства. Важно воздействовать на эмоциональный и интеллектуальный уровень зрителя, чтобы воспламенить его этим незаконченным произведением искусства.

Коммуникационная стратегия должна быть сбалансированной, достигая широкой аудитории путем использования различных средств. От контента в социальных сетях, блогах и интернет-ресурсах до традиционной рекламы, пресс-релизов и прямых коммуникаций. Важно создать образы, которые уносят зрителя в мир, где эта неактуальная постановка оживает и переосмысляется для современной публики5.

В конечном счете, для успешного привлечения зрителей на неактуальные постановки, требуется не только внешние факторы, но и внутреннее отношение к самому процессу. Коллектив, работающий над постановкой, должен вложить свою душу и страсть, чтобы превратить неактуальное в актуальное, чтобы показать зрителям, что это искусство вполне может пробудить их интерес и эмоции.

Привлечение зрителей на неактуальные постановки - это сложная задача, требующая разностороннего подхода, креативности и глубокого понимания современных тенденций. Однако, благодаря нашей страсти к искусству и разнообразию инструментов, мы можем воскресить это забытое искусство и перевоплотить его в актуальное, вызывающее дискуссию и восхищение среди зрителей. На примере «Сильвы» можно придумать множество путей развития и привлечения зрителя, которые будут смотреться новаторски и интересно.

**Заключение.**

В мире театра мы нередко сталкиваемся с ситуацией, когда давно известные музыкальные спектакли перестают привлекать зрителей. Новые произведения и новые тенденции проникают в музыкальный мир, оставляя старые шедевры уделом лишь небольшой аудитории истинных ценителей.

Однако, какая бы не была ситуация, у каждого музыкального произведения есть свое обаяние и потенциал, способный заинтересовать широкую публику. Задача состоит в том, чтобы найти подходящий способ привлечь зрителей на неактуальные музыкальные спектакли и показать им, какие богатства и эмоции могут быть ими открыты.

Если преобразовывать проделанные наблюдения и исследования в «Шаги», то можно выделить следующее:

**Первый шаг** в этом направлении - это понять, что заинтересовывает современного зрителя. Время меняется, и наш взгляд на искусство театра тоже меняется.

Сегодня люди хотят не только наслаждаться одним из старейших видов искусства, но и быть частью чего-то большего, экспериментировать и получать новые впечатления. Именно поэтому произведения, которые казались неактуальными, могут быть интересны и сегодняшней аудитории – если подходить к ним с новой, современной перспективы.

**Второй шаг** – это создание привлекательных образов и визуальных решений для привлечения зрителей на неактуальные музыкальные спектакли. Мы живем в эпоху мультимедийных технологий, поэтому использование световых эффектов, проекций, декораций может дать постановке новую жизнь и привлечь внимание публики. Важно создать ощущение, что каждый спектакль – это уникальное и неповторимое событие, которое нельзя упустить.

**Третий шаг** – это использование современных медиаплатформ для продвижения музыкальных спектаклей. В наше время социальные сети, видеохостинги, стриминговые сервисы и другие цифровые платформы позволяют достичь широкой аудитории и создать интерес к неактуальным произведениям. Рекламные кампании, видеоролики с выступлениями артистов, интервью с солистами – все это может помочь в популяризации музыкальных спектаклей и поднять их интерес и востребованность.

Привлечение зрителей на неактуальные музыкальные спектакли – это задача, требующая внимания, творчества и инноваций. Однако при достаточном подходе и использовании современных средств медиапродвижения, любое музыкальное произведение имеет потенциал стать интересным и популярным, доставляя радость и эмоции зрителям.

*ПРИМЕЧАНИЯ:*

1. Интервью с Ольгой Юрьевной Карасёвой – Директором Музыкального театра Кузбасса им. А. Боброва «https://vk.com/ video-129149373\_456240070».
2. «Театральный зритель и продвижение спектаклей в Российской Федерации. Результаты качественного исследования» - Лаборатория будущего театра ГИТИСа, 2021.
3. Московский международный салон образования - обсуждение феномена выставки Серова в Третьяковской галерее и проблем маркетинга в музеях, кино, театрах и библиотеках «https://special.theoryandpractice.ru/vystavka-serova».
4. «Влияние музыкального театра на формирование провинциальной культуры: на материале Кемеровской области» - Сабелев Михаил Михайлович.
5. «Театральное дело: наука и практика» - Сборник статей по материалам дипломных работ продюсерских факультетов.