

подростки остались «без защиты», зато есть самостоятельность выбора, смотреть или нет.

Нам кажется, что «спасение» заключается в единстве родителей и учителей. Они должны действовать сообща и воздействовать на детей не запретами и агрессией, а проявлять смекалку, сдержанность, деликатность, только так можно добиться результатов. Еще, важны семейные традиции как уже говорилось ранее, совместный просмотр кино с комментариями родителей.

Данное исследование будет продолжаться. Также, мы планируем опросить подростков, учащихся в лицеях и гимназиях. Таким образом, мы сможем увидеть специфику школ разных уровней, что позволит раскрыть новые грани в данном проекте.

Литература

1. Зборовский Г.Е. Социология досуга и культуры: Учебное пособие для вузов.-М., 2006.
2. Чудинова В.П. Детское чтение. Негативные последствия развития медиасреды // Дети и культура / Отв. Ред. Б.Ю.Сорочкин. М.: КомКнига, 2007. С. 131-164.

Сущенко А. Д.,
г. Екатеринбург

ОБРАЗ СОВРЕМЕННОГО ПОСЕТИТЕЛЯ ТЕАТРОВ В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЕЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА)

Проблемы формирования театральной аудитории и предпочтений сегодняшнего зрителя в условиях меняющегося социокультурного пространства деятельности театров занимают одно из ведущих мест в социологии культуры. Функционирование театра как социокультурного института в условиях рыночных отношений и жесткой конкуренции театральных услуг требует от создателей продукта театрального искусства четкого представления о потенциальном зрителе, его социокультурных

характеристиках, а также вкусах и предпочтениях. Исследования Л. Н. Когана, проводившиеся еще на заре становления рынка, показали, что важно выяснить действительные потребности населения в зависимости от их принадлежности к той или иной социокультурной группе, сформировать вкусы и предпочтения посетителей театров.

Нами было проведено исследование (с ноября по декабрь 2010 г.), в ходе которого опрошено в форме личного полужформализованного интервью 6 экспертов из театральной среды (актеров, режиссеров и других творческих работников, а также представителей администрации екатеринбургских театров), 6 экспертов из внетеатральной среды (театральных критиков, культурологов, сотрудников СТД, сотрудников кинотеатров, а также представителей администрации Филармонии) и 20 посетителей театров г. Екатеринбурга (постоянных, которые посещают театры города Екатеринбурга не менее 10 раз за сезон, и нерегулярных). По результатам данного исследования мы выявили образ посетителей театров в представлении деятелей культуры г. Екатеринбурга.

Образ современного посетителя театра эксперты представляют как человека *«со средним либо высшим образованием, молодого и среднего возраста, интеллектуально развитого, тяготеющего и желающего что-то в своей жизни изменить, равнодушного, жизненно активного», «жадного до эмоций, потому что театр - тезаурус эмоций, человеческих ситуаций, историй». «Должен быть обязательно посетитель детский, потому что без этого нет будущего общества. Должен быть посетитель молодёжный со своей идеологией. Посетитель должен быть разбирающийся, интеллектуально развитый. И должен быть посетитель, который равнодушен к себе, он должен идти и понимать, что ему даёт театр, что ему даёт жизнь, куда она идёт, как ему это сопереживание важно для себя».*

Экспертам было предложено проанализировать театры г. Екатеринбурга в зависимости от их популярности у молодежи, людей среднего и старшего среднего возраста, поскольку, на наш взгляд, возраст выступает в качестве базового социально-демографического фактора, который оказывает наиболее сильное влияние на приобщение к искусству и определяет во многом предпочтения человека.

Для молодежи наиболее интересны такие театры, как Коляда-театр, потому что в нем показывают то, что близко молодежи *«по тематике, исполнению»*, Н.В. Коляда *«чувствует их настроения, мысли, и они поддаются»*, театр Музыкальной Комедии, т.к. *«много делает для молодежи с точки зрения современных тем, мюзиклов»*. ТЮЗ *«нацелены на эту аудиторию»*, также отмечают их удачный проект *«Театр за бетонной стеной»*, в рамках которого *«ставили острую современную драматургию, привлекали новых интересных людей»*, это была *«попытка анализировать, разобраться в сегодняшнем дне»*, что вызывает интерес у молодежи. Среди театров у этой возрастной категории также популярны театр Волхонка, различные танцевальные коллективы современной хореографии, в том числе *«Провинциальные танцы»*, любительский театр, для детей, *«в которых вкладывают основы гуманитарного образования»* - театр Кукол. Эксперты уточняли, что особой популярностью у молодёжи пользуются Коляда-театр и театр Волхонка по той причине, что эти театры имеют малый зал, т.е. взаимодействие с актёром происходит почти один на один. *«Это даёт им определенный уровень комфорта, происходит альянс, которого молодёжь ищет в познании искусства и в потреблении искусства»*. В условиях рыночных отношений и конкуренции важно, что именно молодёжь – точка, на которую направлен удар театрального менеджмента.

Для людей среднего возраста наиболее интересны такие театры, как театр Музыкальной Комедии, поскольку он ассоциируется с *«красивой жизнью»*, представляет *«разнообразный репертуар»* (классический, детские

спектакли, развлекательные, а также мюзиклы). Театр Оперы и Балета, т.к. *«это клуб любителей направления, а также в плане общения друг с другом», «красиво, элитарно».* Среди театров у этой возрастной категории также популярны театр Драмы, театр Волхонка, Театрон. Люди среднего возраста также посещает театр Кукол, если у них есть дети.

Для людей старше среднего возраста наиболее интересны такие театры, как театр Оперы и Балета, Театр Драмы и театр Музыкальной Комедии. У них *«срабатывает привычка ходить в театры»,* это также связано *«с традициями»,* представлениями о театре, *«нежеланием открыть, а желанием сохранить», «желанием трудиться душой на театральных представлениях»,* а также *«потребностью в общении».* В качестве весомой причины можно отметить *«дешевизну билета»* на некоторые театральные постановки в этих театрах. Среди театров у этой возрастной категории популярен также Камерный театр по причине того, что там показывают спектакли, поставленные по классическим произведениям.

Также мы выявили основные мотивы, которые, по мнению экспертов, побуждают зрителей пойти в театр в настоящее время.

1. Эстетическая потребность – *«потребность постоянной работы души», «людям надоело бездарное искусство по телевидению», «получить эстетическое удовольствие».*
2. Потребность в общении – *«провести свободное время», «женское одиночество», «место, где можно пообщаться».*
3. Информативная потребность – *«познакомится с премьерой, т.е. быть в курсе театрального события, театральной жизни».*
4. Потребность в соблюдении культурной традиции – *«привычка», «истинные театралы, это переходит по наследству, пообщаться с театром», «в России есть традиция ходить в театр, и эта традиция держит репертуарный театр».*
5. Потребность в социализации - *«желание увидеть со сцены свои собственные проблемы».*

6. Потребность подтвердить своё социальное положение, престиж, мода – в театре *«можно продемонстрировать свою состоятельность, блеснуть нарядами», «престижно стало ходить, особенно у бомонда», «для молодёжи – это статусность: можно сказать, что был в Коляде, Театр танца – ориентируюсь в современных танцах».*

7. Потребность в отдыхе и развлечениях - *«скука», «отсутствие ярких впечатлений», «настроение, в театре человек отдыхает эмоционально».*

Таким образом, мотивы, побуждающие посетителей пойти в театр, различны: наряду с художественными мотивами, которые имеют огромное значение при посещении театра, присутствуют и внехудожественные, которые не менее важны для посетителей театров в настоящее время.

В целом современный образ посетителя театров г. Екатеринбурга у деятелей культуры сформирован достаточно четко, эксперты выделяют специфику целевой аудитории того или иного театра г. Екатеринбурга. Образ современного посетителя театров, представленный экспертами, во многом совпадает с реальным образом, который мы получили по результатам опроса посетителей театров. Однако важно понимать, что в условиях рыночных отношений необходимо создать постоянную аудиторию в каждом театре города, глубоко анализировать потребности посетителей театра и постепенно формировать вкусы и предпочтения, что позволит театру развиваться как виду искусства и решить актуальные проблемы действительности. А для этого необходимо создание системы индивидуальной информации будущего потребителя для обеспечения точечной работы со зрителем, которая представляется нам эффективным способом не только поддержания постоянной аудитории театра, но и открытия новых сегментов целевой аудитории. Театры, как и другие учреждения культуры, чтобы адаптироваться к меняющимся экономическим и правовым условиям своей деятельности, должны видеть общество в целом, работать с каждой социокультурной общностью в зависимости от ее особенностей, а значит, представлять

разнообразный репертуар, который будет ориентирован на различные социокультурные характеристики посетителей театров.

Тунева Е.А.,

г. Пермь

СООТНОШЕНИЕ ЧАСТНОГО И ПУБЛИЧНОГО В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТА

В новом XXI веке появляется потребность в углубленном и всестороннем изучении проблем, связанных с влиянием новейших информационных технологий, в частности Интернета, на общество и развитие общественных отношений. Данными проблемами занимается, в первую очередь, такая отрасль социологии как социология Интернета, поэтому изучение этих проблем с точки зрения социологического анализа будет способствовать развитию теории данной отрасли.

Интернет был создан как средство свободной коммуникации, которое является универсальным социальным пространством, и которое явилось новой развивающейся формой социального взаимодействия в информационную эпоху [1]. Он имеет отношение к реальной жизни людей. В нашем обществе формируют реальность и физический, и виртуальный миры. Поэтому между виртуальным пространством и реальностью существует значительное взаимовлияние, а процессы, происходящие в Интернет-пространстве, трансформируют реальные процессы в обществе.

Говоря об Интернете, как об объекте социологического исследования, мы рассматриваем виртуальное пространство как существующую реальность, которая имеет свои закономерности развития и формы существования.

Интернет ещё не стал всеобъемлющим, но он уже сегодня изменяет нашу жизнь. Этот процесс идет быстрее, чем кто-либо мог себе представить. Из технического изобретения он превратился в абсолютный феномен, влияющий на все стороны жизни человечества. Не вызывает никаких сомнений тот факт, что развитие Интернет-технологий открывает перед