

**Терентьева Наталья Алексеевна**

соискатель кафедры культурологии и социологии  
Челябинской государственной академии  
культуры и искусств  
dom-hors@mail.ru

## **АУДИТОРИЯ БАЛЕТА: ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

---

---

**Аннотация:**

*Статья посвящена анализу различных подходов к типологии публики как необходимого компонента художественной культуры. Опираясь на идеи М.Е. Илле, А.Н. Сохора, Н.А. Селиверстовой и других исследователей, разработана авторская типология аудитории балетного искусства. Таким образом, восприятие искусства рассматривается как своего рода культура восприятия – тип отношения к художественной действительности, что способствует более точному пониманию механизма привлечения человека к балетному искусству.*

**Ключевые слова:**

*балет, балетное искусство, аудитория балета, типология публики, культура восприятия.*

---

---

**Terentyeva Natalia Alekseevna**

PhD applicant of the Cultural  
and Social Sciences Department,  
Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts  
dom-hors@mail.ru

## **BALLET AUDIENCE: TYPOLOGICAL ANALYSIS**

---

---

**Summary:**

*This article deals with the various approaches to the typology of audience as an essential component of art and culture. Basing on the ideas of M.E. Ille, A.N. Sokhor, N.A. Seliverstova and other researchers, the author develops an original typology of the ballet art audience. The perception of the art is considered as a culture of perception, as a reflection of the artistic reality; this way of interpretation contributes to the more accurate understanding of the mechanism of bringing a person to the art of ballet.*

**Keywords:**

*ballet, ballet art, ballet audience, types of audience, culture of perception.*

---

---

Проблема изучения современного зрителя балетных спектаклей представляется нам весьма актуальной, ибо именно воздействие на него определяется одной из ключевых задач искусства. Хотя мы и выделяем блок потребления как самостоятельный и отдельный от иных подсистем художественной культуры (создание, исполнение, распространение), он, тем не менее, оказывает серьезное, а порой и определяющее воздействие на их развитие.

При разработке авторской схемы внутренних и внешних связей балетной труппы, мы можем классифицировать аудиторию балетного искусства (в наиболее общем виде) в соответствии с двумя основными категориями:

– обычные потребители (массовые реципиенты), которые составляют основное число зрительской аудитории, но подчас не обладают должным уровнем художественного воспитания и подготовки для действительной оценки происходящего на сцене;

– специалисты (критики, ученые-исследователи, профессионалы, чья деятельность протекает в смежных отраслях – актеры, хореографы, музыканты, драматурги, танцовщики и т.д.), задача которых заключается в вынесении экспертных суждений, которые ориентированы на решение ряда задач:

– интерпретация балетного действия для массового зрителя, информирование создателей балетного спектакля о реализации художественного замысла (указание на ошибки, предположения о запросах и ожиданиях аудитории);

– определение концептуальных потребностей в сфере государственной культурной политики, осмысление художественно-культурного содержания конкретных произведений искусства (в данном случае – балетных спектаклей);

– вынесение экспертных оценок, которые требуются для оптимального функционирования балетного искусства.

Подобная обобщенная классификация не является достаточно подробной, не в полной мере отражает специфику восприятия именно балетного искусства, а обобщает аудиторию как необходимый компонент общей художественной культуры (в блоке «потребление»). При рассмотрении в данной статье проблематики восприятия балетных спектаклей зрителями, коснемся данного вопроса более полно и всесторонне.

Прежде всего, необходимо упомянуть о некоторых классификациях публики (аудитории искусства), сложившихся в русле гуманитарного знания (культурологии, искусствоведения, социологии искусства). В основу классификаций авторами закладывались различные критерии и показатели: Г. Дадамян и М.И. Жабский типологизировали публику в зависимости от частоты

посещений [1]. М.Е. Илле выделяет типологию аудитории в зависимости от развитости потребности в восприятии искусства [2]. Уровни развития эстетической потребности как критерии типологизации публики анализирует и В. Бажанова [3]. А.Н. Сохор выстраивал типологию слушателей, оценивая качество восприятия музыкального материала [4]. Социологи И.А. Сурина и Н.А. Селиверстова в качестве критериев классификации аудитории концертных залов выделяли: регулярность и мотивацию посещения, отношение аудитории к формам проведения концертов, а также слушательские предпочтения среди исполнителей и коллективов [5].

Не детализируя более подробно исследовательские концепции восприятия искусства, отметим тот факт, что для большинства авторов характерно рассматривать восприятие как одно из частных проявлений отношения человека к художественной составляющей жизни. Однако, на наш взгляд, большим эвристическим потенциалом наделены те типологии, в которых делаются попытки связать отношение к искусству с более общим пластом – **культурой** (художественной культурой, в частности).

Таким образом, на наш взгляд, восприятие искусства можно рассматривать как своего рода **культуру восприятия** – тип отношения к художественной действительности. Подобный подход, безусловно, не претендует на всеохватность и, тем более, не заменяет традиционных трактовок. Он вписан именно по принципу дополнительности и вполне соотносим с классическими подходами к определению культуры: *антропологическими*, в которых культура определяется как совокупность продуктов человеческой деятельности (что вполне применимо к искусству, как в процессе создания, так и восприятию); *ценностными* – трактующими культуру как совокупность духовных и материальных ценностей, создаваемых людьми (о соотношении понятий «духовная культура» и «искусство» уже было сказано нами); *историческими* – утверждающими, что культура есть продукт истории общества и развивается путем передачи приобретаемого человеком опыта от поколения к поколению (культурная преемственность в выражении форм и стилей искусства); *семиотические, символические и герменевтические* – рассматривающие культуру как систему знаков или символов, используемых обществом или осмысляющие ее как множества текстов (по сути, сама природа восприятия искусства может быть понята именно с позиций знаково-символических и текстуальных терминов).

Классифицируем различные типы восприятия балетного спектакля (поскольку именно балетный спектакль предстает наиболее полной и зримой формой репрезентации балетного искусства в городском пространстве), понимаемые нами именно с позиций культуры восприятия балетного искусства аудиторией города.

Первый критерий классификации – **степень востребованности** или **степень выраженности потребности** в постижении балетного искусства:

– **Фанаты балетного искусства** – люди, характеризующиеся состоянием устойчиво-постоянной потребности в восприятии балета, испытывающие готовность к частым контактам с данным искусством. Характерной чертой культуры восприятия балетного искусства фанатами становится элемент *культурно-символического присвоения и закрепления балетного действия как необходимого элемента личной биографии*: фанаты балета посещают все премьеры, знают имена и фамилии артистов, у них есть любимые постановки и любимые исполнители, сам характер приобщения связан с *ценностно-значимой формой сознательного отношения*.

– **Любители балетного искусства** – по мере возможности включающие посещение балета в число наиболее востребованных форм досуга, но, тем не менее, не относящиеся к группе устойчиво-зависимой от его восприятия. Любители балета – зрители, которым он нравится, но не является неотъемлемой частью их жизни, а связан, в большей мере, с *оптимальным типом социокультурных предпочтений* (они благодарны и восхищены, но не более того).

– **Пассивные потребители балетного искусства** – люди, не испытывающие непосредственной потребности в восприятии балета, но участвующие в просмотре вынужденно (например, по целевому приглашению) – характерной чертой такой формы отношения становится *удержание культурной дистанции* между собственной жизнью и восприятием балетного искусства.

– **Разовые посетители** – случайная группа, оказавшаяся в театре вследствие непредвиденных обстоятельств, не обеспечивающая постоянный состав публики театра. Разовые посетители среди зрителей балетного спектакля – не так часты: это могут быть жители близлежащих городов, сел, поселков. Отличительным признаком данной категории публики является ее *культурная неопределенность*. Так, в равной мере, разовый посетитель может стать любителем (а, позднее, и фанатом) балетного искусства, равно как и четко обозначить дистанцию между собственной жизнью и последующими контактами с балетом.

– **Неинтересующиеся балетом** – люди, у которых полностью отсутствует потребность в восприятии балетного искусства, для которых не характерно включение балетных спектаклей в постоянные досуговые занятия и значимые позиции рейтинга социокультурных предпочтений.

Следующий критерий классификации – уровень **освоения балетного искусства**, предполагающий деление на следующие группы:

– **Полноценно-адекватные** потребители **культурно-художественного текста** – люди, которые в полной мере освоили восприятие всех элементов спектакля – хореографии, музыки, драматургии спектакля, живописного оформления балета. Они рационально осмысливают творчество балетмейстера либо исполнителей и, более того, осуществляют своеобразный акт *культурной интерпретации* и последующей *трансляции усвоенного художественного впечатления* (пишут о нем, оставляют отзывы, делятся информацией с другими людьми). Данная группа выступает в качестве своеобразного **культурного посредника** между актерами и публикой, становясь, тем самым, активным участником творческого процесса.

– **Потребители средне-адекватного восприятия** – воспринимающие отдельные элементы художественного замысла спектакля, адекватно декодирующими отдельные элементы культурно-художественного текста балета, но не способные к полноценно-полному прочтению и культурной интерпретации всего художественного замысла.

– **Публика низко-культурного** потребления – люди, которые почти целиком не смогли «расшифровать» художественный замысел спектакля, в целом не ориентированные на восприятие искусства, и в частности – балетного искусства.

Следующий критерий – **содержательно-временная направленность интереса** (ориентированность на классическое наследие или авангардно-экспериментальные постановки):

– **Потребитель-традиционалист** – публика, ориентированная на спектакли классического балетного наследия, не одобряющая авангардных влияний (модерн-постановок), демонстрирующая приверженность классическим культурным текстам и художественным образам.

– **Потребитель модерн и постмодерн-культуры** – зрители, ориентированные на авангардные постановки современных балетмейстеров, рассматривающие классику как «ретро-ориентированные» образцы культуры, связывающие свой интерес с актуальными направлениями балетного искусства.

– **Срединный потребитель** – ориентированный на все новое, что создается в балетном искусстве, но, одновременно, испытывающий потребность в удовлетворении художественного интереса, направленного на классические образцы балета.

По **мотивации обращения** мы можем выделить следующие типы потребителей:

– **Любознательный потребитель** – публика, ориентированная, прежде всего, на познание, на получение дополнительной культурной информации, живо интересующаяся всеми новинками и инновациями в сфере балетного искусства. К этой категории зрителей можно отнести, прежде всего, студентов вузов, хореографических и музыкальных учебных заведений, руководителей и участников хореографических самодетальных коллективов.

– **Развлекающийся потребитель** – потребитель, рассматривающий балет в качестве особого рода культурного шоу, зрелища, привлекающего внимание красотой и эстетикой тела, музыки.

– **Коммуникативный тип** – зритель, связывающий свой досуг с привлекательной атмосферой самого театра, аурой зрительного зала, рассматривающий посещение как способ достижения самоуважения, престижа и одобрения со стороны референтных социокультурных групп. Это так называемые «премьерные» посетители, в основном люди состоятельные, которых теперь много и которые могут позволить себе дорогие места в первых рядах партера. Посещение балета для них – часть общей «программы» формирования культурно-привлекательного имиджа, демонстрации высокого социального статуса и т.д.

– **Духовно-эстетический тип потребителя** – потребитель, рассматривающий балетное искусство как необходимый этап в развитии общей эстетической и духовно-художественной культуры, заинтересованный в развитии собственного духовно-эстетического уровня.

– **Неопределенный тип потребителя** – люди, посещающие балетные спектакли без четкой мотивации, характеризующиеся разовыми и случайными контактами с балетным искусством.

Следующий критерий классификации определяется нами – по глубине и широте осведомленности в информационно-культурном поле развития балетного искусства:

– **знаток балета** – человек, разбирающийся в истории создания балета, обладающий информацией о технике танца, о музыке, информированный в материале имен исполнителей, хореографов, общей истории создания балетного спектакля;

– **культурно-познающий тип потребителя** – человек, не обладающий полной информацией, но испытывающий потребность в освоении балетной техники, музыки, художественного оформления спектакля, готовый к восприятию более полной информации об истории создания произведений;

– **балетный дилетант** – человек, оказавшийся на конкретном балетном спектакле, но не обладающий никакой информацией об истории его создания, не знающий имен хореографов и исполнителей, не освоивший текст либретто.

Последний критерий – **ориентированность социокультурного обращения к балетному искусству:**

– **балетоман** – человек, ориентированный исключительно на восприятие балетного искусства, отслеживающий все новинки и премьеры в жизни театра, разбирающийся в балетном искусстве и направляющий свой интерес на узкоспециализированную балетную сферу (в некотором роде, рассматриваемый нами как культурно-замкнутый и специфически-ориентированный тип художественного потребления);

– **универсальный театрал** – человек, нацеленный на отслеживание всех новинок и премьер в области музыкально-театральной жизни города, понимающий балет как необходимый ресурс формирования общекультурной направленности художественных интересов;

– **нетеатральный потребитель** – человек, не интересующийся никакими формами музыкально-театральной жизни, не связывающий свой интерес с искусством, а направляющий его на альтернативные сферы действительности.

Построение типологии зрителей балетных спектаклей является весьма трудной задачей, тем не менее, способствующей более точному пониманию механизма привлечения человека к балетному искусству, осуществляемому в «живом» исполнении акту концертно-театральной жизни.

#### **Ссылки:**

1. Сохор А.Н. Композитор и публика в социалистическом обществе // Музыка в социалистическом обществе: сб. ст. / сост. А.А. Фарбштейн. Л., 1975. Вып. 2.
2. Илле М.Е. Музыкальные интересы и духовные потребности молодежи // Социс. 1990. № 12. С. 94–102.
3. Фохт-Бабушкин Ю.У. Искусство в жизни людей (Конкретно-социологические исследования искусства в России второй половины XX века. История и методология). СПб., 2001. С. 260, 293.
4. Сохор А.Н. Указ. соч. С. 15.
5. Сурина И.А., Селиверстова Н.А. Московская аудитория концертов классической музыки // Социс. 1996. № 1. С. 129–131.

#### **References:**

1. Sochor, AN 1975, 'Composer and the audience in a socialist society', *Music in socialist society*, in Farbshteyn, AA (comp.), Leningrad, issue 2.
2. Ille, ME 1990, 'Musical interests and spiritual needs of young people', *Sotsis*, no. 12, pp. 94-102.
3. Focht-Babushkin, YU 2001, *Art in people's lives (specifically sociological studies of art in Russia second half of the twentieth century. History and methodology)*, St. Petersburg, pp. 260, 293.
4. Sochor, AN 1975, 'Composer and the audience in a socialist society', *Music in socialist society*, in Farbshteyn, AA (comp.), Leningrad, issue 2, p. 15.
5. Surina, IA & Selivyorstova, NA 1996, 'Moscow audience of classical music concerts', *Sotsis*, no. 1, pp. 129-131.