З. Ф. Хубецова

Санкт-Петербургский государственный университет

**Медийное измерение театрального искусства в Год театра: опыт российских регионов (на материалах РСО-Алания)**

В статье актуализирована проблема трансформации повседневных практик институтов культуры под влиянием массовой коммуникации и на примере театров РСО-Алания показана зависимость между степенью медиатизации учреждений культуры и востребованностью регионального театрального искусства у зрителей.

Ключевые слова: медиатизация институтов культуры, театральное искусство в российских регионах, региональная журналистика, театры Северной Осетии.

Автор: Залина Федоровна Хубецова. Канд. полит. наук, доцент СПбГУ. [z.khubetsova@spbu.ru](mailto:z.khubetsova@spbu.ru)

Z. F. Khubetcova

St Petersburg State University

**Media impact on theatre arts within Year of Theatre: The Russian regions' experience (on materials of North Ossetia-Alania)**

The article actualizes the problem of transforming cultural institutions everyday practices under the influence of mass communication. On the experience of North Ossetia-Alania theaters', it is shown how much the audience's demand for regional theater arts depends on the level of cultural institutions mediatization.

Key words: [mediatization of the culture](https://elibrary.ru/keyword_items.asp?id=9122377) institutions, regional journalism, Art of Theatre in Russian regions, Theatres in North Ossetia.

Author: Zalina Khubetcova. Associate Professor, St Petersburg State University. [z.khubetsova@spbu.ru](mailto:z.khubetsova@spbu.ru)

Медиа настолько изменили характер современной цивилизации, что в академических кругах разгораются нешуточные баталии на тему «Есть ли жизнь вне медиареальности»? И в этом, кажется, проявляется профессиональная деформация представителей медиаотрасли. Мы априори признаем факт медиатизации, экстраполируя знания о закономерностях развития, например, политической сферы, на все сферы жизни общества, включая культуру. Но так ли тотально влияние медиа? Или общество в некоторой степени защищено силой привычек в медиаповедении?

Чтобы ответить на эти вопросы, обратимся к анализу повседневных практик отечественных театров, к которым в 2019 г. — в Год российского театра — будет приковано широкое общественное внимание. Исходя из предположения о большей ориентированности региональной культуры на традиции, анализ степени медийности учреждений культуры будет проведен на материалах конкретного субъекта РФ — Северной Осетии. Выбор данной территории также обусловлен особым — этнонациональным — характером культуры. Известно, что этнические сообщества более консервативны во многих аспектах, в том числе и в медиаповедении.

В Год театра Осетия вступает с развитой театральной инфраструктурой, в которую входят и старейший (функционирует с 1869 г.) на Северном Кавказе Русский академический театр, и система учреждений советского периода (Северо-Осетинский государственный академический театр, ТЮЗ «Саби», Национальный государственный театр оперы и балета — Владикавказский филиал Мариинского театра), и уникальные площадки синкретического искусства, появившиеся в перестроечное и постперестроечное время (Государственный конно-драматический театр «Нарты», Молодежная студия – театр «Амыран», Дигорский драматический театр).

Ни одно из этих учреждений не только не испытывает на себе негативного влияния медиатизации, но и не очень хорошо представлено в медиапространстве. Так, среди упомянутых семи театров только два — Филиал Мариинского и «Амыран» — могут предложить зрителю опцию покупки билетов на официальном сайте, не говоря уже об онлайн-трансляциях спектаклей (у «Нартов» и Дигорского драматического нет даже сайтов, а сайт Осетинского театра находится в стадии разработки); только Молодежный театр имеет профили во всех самых популярных социальных сетях и хостингах — от «Одноклассников» до Твиттера, и только филиал Мариинского обновляет информацию на сайте чаще одного раза в месяц.

При очевидно слабой представленности регионального театрального искусства в Интернете аудитория без особых усилий ориентируется в афише. Консервативный зритель привычно выбирает комедии Осетинского театра, которые были записаны в 1960-1990-х гг. на кинопленку и до сих пор транслируются в эфире регионального телевидения и радио. Молодежь ходит на спектакли «Амырана», которые также знакомы зрителю за счет интенсивных рекламных кампаний на ТВ и радио. «Продвинутая» публика интересуется спектаклями Русского и Музыкального театров — и тут каналы получения оперативной информации не столь важны, сколь важен сам факт включения в региональное культурно-интеллектуальное поле. Дигорский драматический театр популярен у представителей дигорского субэтноса (вне зависимости от возраста). Дошкольников регулярно и организованно водят на спектакли кукольного театра, старшеклассников — на классические спектакли по произведениям из школьной программы в Осетинский и Русский театры. А представления «Нартов» интересны всем, так как джигитовка на лошадях —часть осетинской национальной культуры.

На примере исследуемого региона можно видеть, что повседневные практики институтов культуры не везде трансформировались под влиянием медиа, а медийность не обязательно является главным фактором успеха. Театру гораздо важнее наладить прямой диалог со зрителем, если главная его цель — приобщение к мировому культурному наследию, а не зарабатывание денег. Это становится возможным при финансовой и организационной поддержке со стороны местной власти и в тесном сотрудничестве с системой образования.