

Монд О.-Л. Сравнительные характеристики российских и американских зрителей музыкального театра



English version: [Monde O.-L. Comparative analysis of musical theatre audience in Russia and the United States of America](#)

Нью-Йоркская киноакадемия, Отделение музыкального театра, Нью-Йорк, США

[Сведения об авторе](#)

[Литература](#)

[Ссылка для цитирования](#)

Изучались социо-демографические характеристики, мотивационные и ценностные предпочтения российских (N = 208, Москва) и американских (N = 218, Нью-Йорк) зрителей музыкального театра. Анализировались данные письменного опроса во время посещения спектакля-мюзикла. Среди московских и нью-йоркских зрителей преобладают женщины (более 60%). Российские зрители в среднем моложе, имеют меньший опыт просмотра мюзиклов, более высокий уровень образования; 36,1% – учащиеся. Среди американских зрителей сравнительно больше пенсионеров, домашних хозяек и временно неработающих; учащихся – 15,1%. Российские зрители в основном желают увидеть яркое шоу (54,8%), американские – интересную историю из современной жизни (47,3%). Российские зрители отдают предпочтение приключенческо-фантастическим сюжетам (49,9%) и теме любви (29,9%), американские – предпочитают «бытовой» (31,1%) и «любовный» (21,1%) сюжеты. Для российского зрителя музыкальный материал и игра актеров – два главных параметра оценки постановки, тогда как для американского – вокал и танец. Художественные предпочтения двух групп зрителей в отношении музыки и вокала значительно различаются.

Ключевые слова: мюзикл, зритель, социо-демографические характеристики, мотивация, ценностные ориентации, эстетические предпочтения, художественные предпочтения

Последнее десятилетие в России ознаменовало собой повышенный интерес к такому виду музыкально-драматического искусства, как мюзикл. При этом зрителю предлагаются как знаменитые западные постановки, так и отечественные. В настоящее время мюзикл как жанр музыкально-драматического искусства находится в точке выбора своего дальнейшего пути развития. Определяется будущее этого жанра, пути его развития и возможности конкуренции как с западными образцами, так и другими, более традиционными для России формами музыкально-драматических представлений. С этой точки зрения нам представляется важным экспериментально-психологическое изучение зрителя музыкального театра.

Целью настоящей работы является сравнительный анализ различных характеристик российских и американских зрителей музыкального театра.

Методы

Испытуемые – зрители московских и нью-йоркских музыкальных театров, пришедшие на просмотр спектакля-мюзикла.

В качестве основного метода исследования мы использовали анкетирование при помощи специально разработанной анонимной анкеты-опросника. Зрители получали анкету при входе в театр и возвращали заполненной, покидая театр. Кроме того, в ряде случаев мы прибегали к

дополнительному устному опросу волонтеров во время антракта. Всего было признано пригодными для анализа 208 анкет московских (группа А) и 218 анкет нью-йоркских (группа Б) зрителей.

Анализировались социо-демографические характеристики, такие как пол, возраст, уровень образования, а также степень подготовленности зрителя, особенности восприятия мюзикла как жанра музыкально-драматического искусства посетителями спектаклей в России и США. Изучались различия в мотивации, ценностных ориентациях, эстетических предпочтениях зрителей музыкальных театров двух стран.

Результаты и их обсуждение

Рассмотрим распределение российских и американских зрителей по полу и возрасту (табл. 1).

Таблица 1

Распределение испытуемых по полу и возрасту (количество человек)

Группа	Возраст, лет											
	Менее 20		21–30		31–40		41–50		51–60		Более 61	
	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж	М	Ж
А	18	38	12	24	12	20	16	22	14	16	4	12
Б	6	6	8	12	28	36	22	38	13	19	9	21

Группа А – российские зрители, группа Б – американские.
М – мужской пол, Ж – женский.

Из приведенных в таблице данных следует, что и среди российских зрителей, и среди американских преобладают лица женского пола – 61,5 и 60,5% соответственно. Возрастные параметры групп А и Б существенно различались. Так, в группе А преобладают зрители более молодого возраста – до 30 лет, с возрастом мюзиклы посещаются реже, меньше всего – зрителей старше 61 года. В группе Б (американские зрители) отмечалась иная тенденция: зрителей в возрасте до 30 лет было меньше, чем зрителей в возрасте от 30 до 60 лет и старше 61 года. Распределение испытуемых по возрастным группам в процентах отображено на рис. 1.

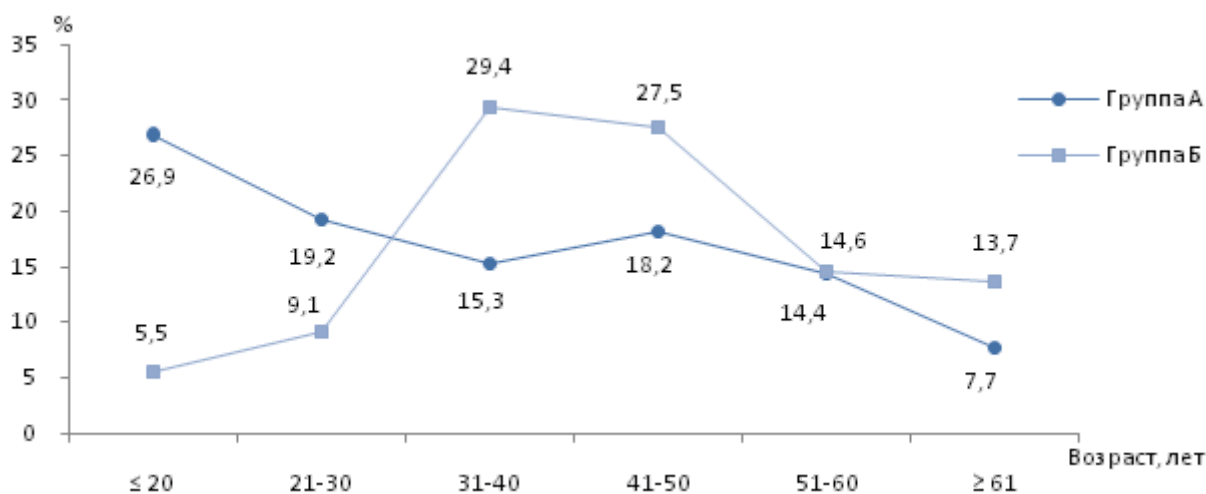


Рис. 1. Распределение зрителей по возрастным подгруппам (в % от количества испытуемых в каждой группе).

Группа А – российские зрители, группа Б – американские.

Соответственно возрастным различиям между группами российских (группа А) и американских

(группа Б) зрителей существенно отличались и род занятий, образовательный уровень (рис. 2). Количество учащихся в группе А в сравнении с группой Б было выше практически вдвое (36,1 и 15,1% соответственно). Работавших было примерно поровну в обеих группах (47,9 и 49,6%), а пенсионеров было значительно больше в группе Б (12,9%), чем в группе А (4,8%). Женщины, имеющие статус домашних хозяек, преобладали в группе Б (12,8% vs 6,7% в группе А); временно неработающих в группе Б было примерно вдвое больше (4,4% и 9,5% в группах А и Б соответственно).



Рис. 2а.

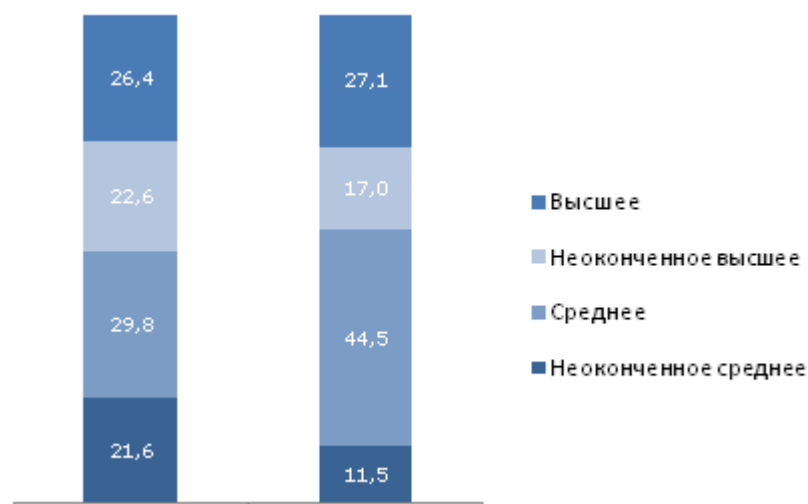


Рис. 2б.

Рис. 2. Сравнительные данные (а) о роде занятий и (б) образовательном уровне зрителей. А – группа российских зрителей, Б – группа американских зрителей.

Образовательный уровень в группах А и Б различен. Среди российских зрителей музыкального театра больше всего лиц со средним и высшим образованием (29,8 и 26,4% соответственно). В группе Б преобладали лица со средним образованием (44,5%). В ходе эксперимента были собраны данные о том, каким практическим опытом посещения мюзиклов обладают испытуемые. Рисунок 3 дает представление о количестве мюзиклов, которые посетили испытуемые групп А и Б.

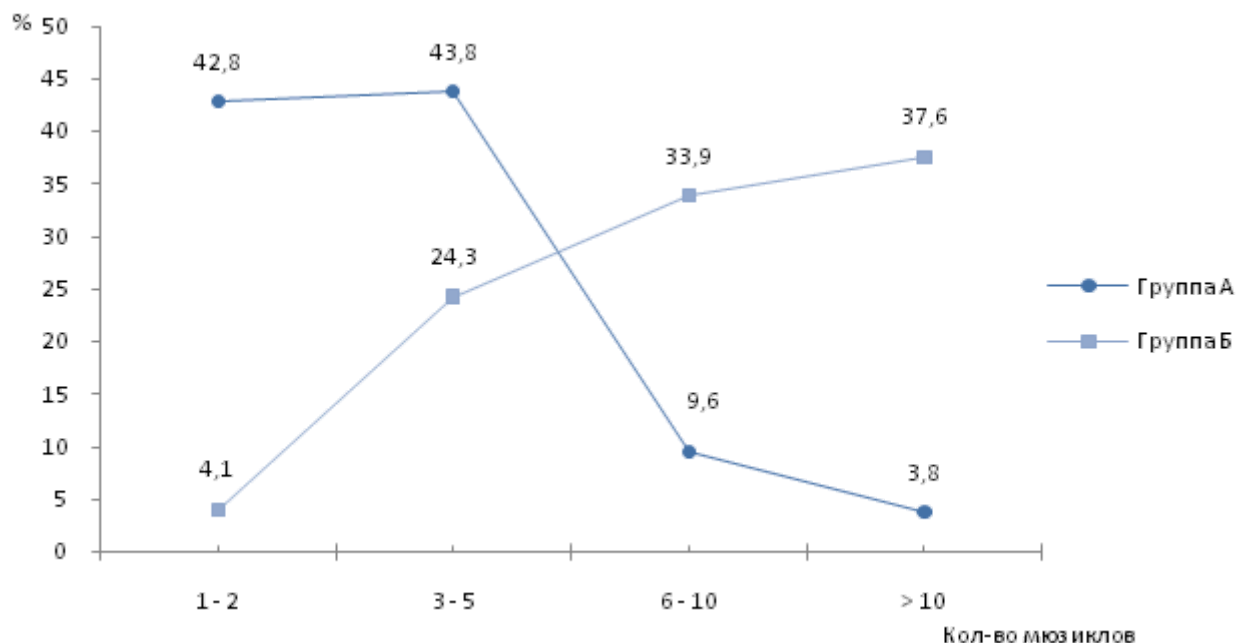


Рис. 3. Количество просмотренных зрителями мюзиклов. Группа А – российские зрители, группа Б – американские.

Из рисунка видно, что в группе Б количество испытуемых, посмотревших более десяти мюзиклов, было наибольшим в сравнении с другими подгруппами, тогда как в группе А наблюдалась иная закономерность – более 86% испытуемых видели не более пяти постановок.

Рассмотрим варианты ответов на вопрос о мотиве посещения спектакля (см. рис. 4).



Рис. 4. Мотивационный профиль российских и американских зрителей. Группа А – российские зрители, группа Б – американские.

Несложно заметить, что российские и американские зрители показали существенно различающиеся результаты.

Зрители из группы А, отвечая на вопрос, *зачем* они пришли в театр на мюзикл, в подавляющем большинстве выбрали ответ «посмотреть яркое шоу» (54,8%), тем самым выразив свое отношение к мюзиклу как жанру, существующему в их представлении. Этому соответствует и ожидание «встречи со звездой» (23,6%), так как те шоу, которые российские зрители в большом количестве видят по телевизору или посещают в концертных залах, представляют собой набор отдельных номеров популярных исполнителей.

В группе Б зрители, для которых мюзикл является частью национальной культуры, покупают билет на постановку в надежде увидеть интересную историю (47,3%) и услышать хорошую песню с

запоминающейся мелодией (37,5%).

Несмотря на то что самые близкие показатели в двух группах испытуемых касались отношения к «звездным исполнителям» спектакля – соответственно 23,6% российских и 10,7% американских зрителей стремились увидеть «звезд», за этим скрывались разные ожидания. Так, американский зритель, наученный многолетним опытом, знает, что для «раскрутки» проекта, в который вложены существенные финансовые средства, продюсеры часто прибегают к приглашению известного исполнителя мюзикла, снискавшего любовь зрителей в предыдущих проектах [Kislan, 1995]. И понимают, что наличие такой «звезды» музыкального театра лишь украсит спектакль, уменьшая риск «неполучения удовольствия» от посещения театра. Российскому зрителю под «звездой» предлагается раскрученное масс-медийное лицо или популярный исполнитель, работающий в эстрадно-джазовой стилистике, а иногда и просто актер театра и кино – постоянный участник киносериалов. К сожалению, включение такого человека в состав исполнителей часто негативно сказывается как на общем исполнительском, так и художественном уровне постановки [Монд, 2009].

Эти существенные различия в мотивах посещения спектакля у зрителей двух стран являются крайне важными. История развития мюзикла в США – это последовательное, поступательное движение от развлекательного, опереточного шоу к «драматическому» мюзиклу. При этом его создатели прилагали немало усилий для того, чтобы превратить мюзикл в индустрию. Так или иначе, мюзикл в англоязычных странах (США, Великобритания) давно стал массово посещаемым, это часть национальной культуры. В России мюзикл развивается относительно недавно, и приобретение новых зрителей и сторонников требует немало усилий, как в области подготовки профессиональных кадров, изучения мирового опыта развития музыкального театра, в частности мюзикла, так и формирования общественного мнения. При этом чрезвычайно важно, чтобы потенциальный зритель знал, приобретая билет на мюзикл, попадет ли он на развлекательное шоу или станет свидетелем того, как средствами музыки, вокала и танца рассказывается некая история.

Отвечая на вопрос о цели посещения мюзикла, американские зрители не случайно в 47,3% случаев ответили, что пришли посмотреть «интересную историю». Последняя может быть современной, что особенно ценно в глазах зрителей (и критиков), но может отражать какой-либо иной исторический период. При этом создатели спектакля с необыкновенной тщательностью и вниманием относятся к соблюдению стиля, характерного для отраженного в мюзикле периода времени. Это касается и стиля актерской игры, и моды, и формы гендерных отношений, и отношения к религии, властным структурам и государственным институтам. То есть воссоздаются те системы ценностей, которые были аутентичны на тот момент для общества [Coleman, 2008]. И создатели мюзиклов, взявшись за новый проект, не могут этого не учитывать. Безусловно, учитывается и состояние и настроение современного общества, различных его групп при выборе сюжета и выразительных средств, в том числе стиля музыки и вокально-технической подачи [Монд, 2010а].

В целях изучения ценностных ориентаций зрителей опросная анкета содержала десять вариантов ответов на вопрос о предпочтении тем в постановках мюзиклов: любовь, эротика, война, катастрофа (природная или техногенная), приключения, фантастика, фэнтэзи, историческое событие, бытовой сюжет, политика. Так же как и при изучении мотивационного профиля зрителей, мы отметили существенные расхождения в индивидуальных ценностных ориентациях при анализе результатов русскоязычных и англоязычных респондентов (рис. 5).

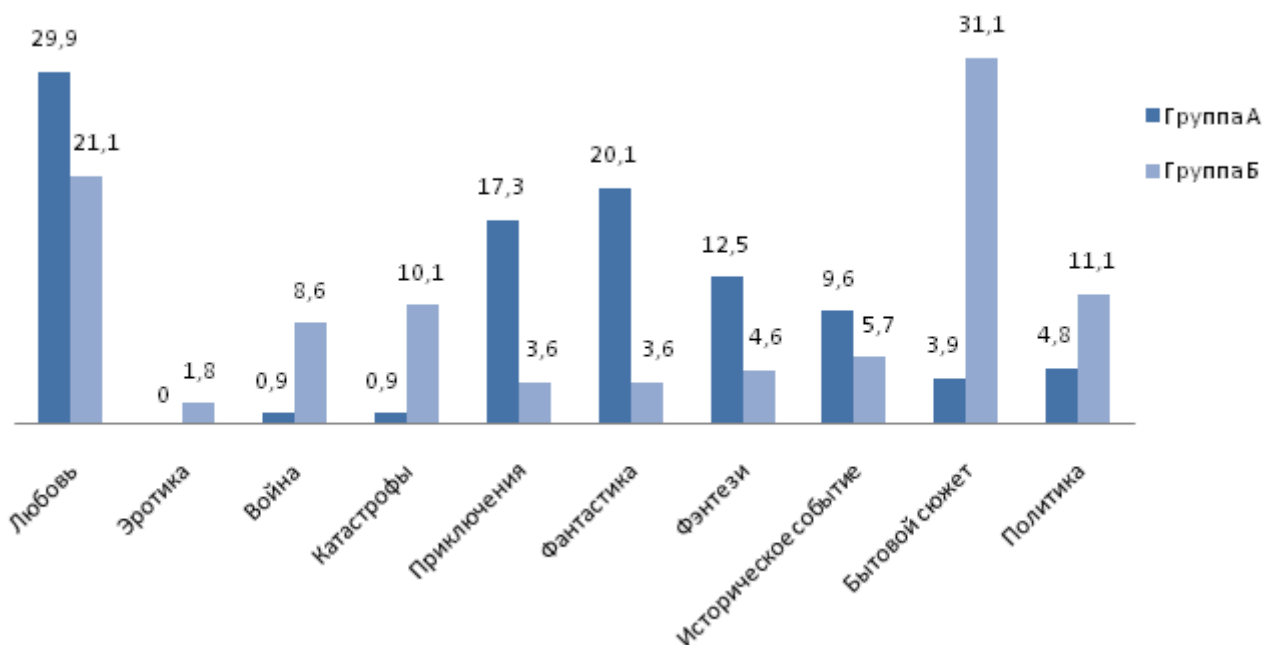


Рис. 5. Ценностные ориентации зрителей.
Группа А – российские зрители, группа Б – американские.

Так, московские зрители свои предпочтения отдали теме любви (29,9%), а также приключениям, фантастике, фэнтези, что в совокупности составило 49,9% (соответственно 17,3% + 20,1% + 12,5%). В то время как американские зрители первенство своих предпочтений отдали бытовому сюжету (31,1%), теме любви (21,1%) и политике (11,1%). Их одинаково мало интересовали эротика, приключения, фантастика, фэнтези, которые расположились на последних строчках проранжированного списка предпочтений тем. По сравнению с российскими зрителями, в этой группе отмечались более высокие показатели по темам войны, катастрофы, исторического события.

Если использовать типологию зрителей по их отношению к искусству, разработанную Ю.Н.Давыдовым [Давыдов, 2008], то большинство американцев можно отнести к «гносеологическому типу», для которого свойственно восприятие искусства преимущественно в его социально-познавательной, социально-публицистической функции, а российский зритель тяготеет к «компенсативному типу», стремящемуся найти в искусстве то, чего нет в реальной жизни. По-видимому, эскапизм российских зрителей можно считать временным, кризисным явлением. Есть все основания ожидать, что по мере появления на сценических подмостках спектаклей, сценарная идея которых основана на современных бытовых, психологических, социальных конфликтах, ценностные ориентации российской зрительской аудитории преобразуются.

Изучение эстетической значимости составляющих компонентов спектакля основывалось на анализе ответов, касающихся оформления фойе, зала, сцены, костюмов, декораций, грима (включая прически), игры актеров, качества вокала, танца, музыки. Испытуемым предлагалось выбрать из трех вариантов ответов: «да» (понравилось), «нет» (не понравилось), «затрудняюсь ответить».

Здесь различия двух групп проявились в первую очередь в количестве зрителей, использовавших последнюю формулировку в качестве ответа на поставленные вопросы. Так, если в группе Б (американские зрители) вариант «затрудняюсь ответить» выбрали лишь 4,1% зрителей, и то только относительно категории грима и причесок, то в группе А (российские зрители) при ответе на каждый вопрос зрители испытывали затруднения в среднем в 35% случаев. Во многом это находит свое объяснение в том, что никакого специального оформления фойе и зала в театре не было. На грим и прически испытуемые обеих групп обращали мало внимания или не имели возможности их рассмотреть. Поэтому мы исключили результаты ответов на эти вопросы из своего анализа и сосредоточились на тех, которые касались оформления самой постановки – костюмов, декораций, а также игры актеров, качества пения, танца и музыки. На рисунке 6 представлена диаграмма эстетических предпочтений зрителей обеих групп.

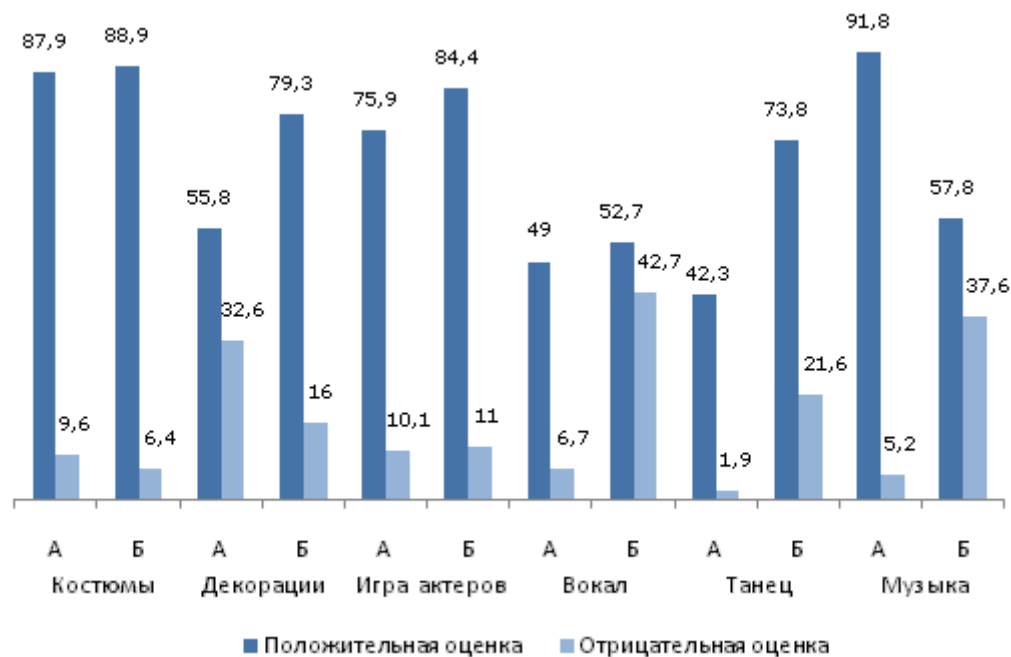


Рис. 6. Эстетические предпочтения зрителей.
Группа А – российские зрители, группа Б – американские.

Наиболее заслуживающим внимания, на наш взгляд, в результатах анализа является тот параметр, по которому отмечается наибольшее число расхождений. Это – музыка.

В группе А (российские зрители) именно по этому вопросу встретилось наименьшее число затруднений (2,8%) в определении своей позиции. Российский зритель активно выразил свое позитивное отношение к музыкальному материалу, часто даже оставляя на полях эмоциональные замечания типа «Спасибо за доставленное удовольствие!», «Порадовала красивая музыка» и т.п. Иными словами, в этой части его эстетические ожидания оправдались. Примерно такая же картина отмечалась по оценкам игры актеров, где также было мало (13,9%) отказов в выражении отношения. В 75,9% игра актеров устроила зрителей, а в 10,1% – нет. Также встречались записи типа: «Молодцы, все играли прекрасно!» или, напротив, «Главный герой какой-то невыразительный, а остальные – неплохо справились со своими ролями».

Зрители группы Б (американские зрители) очевидно увереннее себя чувствовали при ответе на все вопросы об эстетических предпочтениях. Уделяя особое внимание музыкальному материалу, они отдавали первенство вокалу и танцу, достаточно «придирчиво» их оценивая.

Интересным представлялось проанализировать и художественные предпочтения зрителей, посещающих постановки мюзиклов. Перед ними ставилась задача выбора того жанра музыки, вокала и танца, на представление которого они хотели бы попасть. Во избежание неточностей трактовки наименований жанров анкеты были снабжены примерами с именами композиторов, известных исполнителей или музыкальных коллективов (групп). В таблице 2 представлены варианты ответов испытуемых двух групп. Мы видим, что художественные ценности российских и американских зрителей существенно отличаются.

Таблица 2
Художественные предпочтения зрителей

Категория	Жанр	Группа А		Группа Б	
		Кол-во человек	%	Кол-во человек	%
Музыка	классическая	19	9,1	33	15,1
	народная	6	2,8	9	4,1

	этно	15	7,2	9	4,1
	поп-рок	44	21,2	54	24,7
	джаз	76	35,6	20	9,1
	диско	39	18,8	26	11,9
	кантри	4	1,9	49	22,5
	другое	5	2,4	18	8,3
Вокал	академический	11	5,3	33	15,1
	эстрадно-джазовый	74	35,6	27	12,3
	народное пение, этно	12	5,8	22	10,1
	мюзикл	16	7,7	33	15,1
	поп-рок	23	11,1	51	23,4
	рок	32	15,4	36	16,5
	другое	40	19,2	16	7,3
Танец	классический	58	27,8	67	30,7
	современный	46	22,1	23	10,6
	джаз	22	13,9	53	24,3
	народный	17	8,2	6	2,7
	характерный	30	14,4	12	5,5
	хип-хоп	21	10,1	47	21,6
	другое	14	6,7	10	4,5

Если в группе Б (американские зрители) поп-рок был преобладающим жанром как в музыке, так и вокале, то из опрошенных группы А (российские зрители) большинство предпочли джазовую музыку и певцов, работающих в эстрадно-джазовой стилистике. Классическому танцу испытуемые обеих групп отдали первенство в своих предпочтениях. Эта информация, с одной стороны, существенно дополняет психологический портрет зрителя музыкального театра, с другой, может оказаться полезной и создателям мюзиклов.

Заключение

По результатам сравнительного анализа характеристик российских и американских зрителей музыкального театра, которые посещают постановки мюзиклов, можно заключить следующее.

Среди московских и нью-йоркских зрителей преобладают женщины (более 60%), по другим социо-демографическим характеристикам российские и американские зрители различаются. Российские зрители в среднем моложе, имеют меньший опыт просмотра мюзиклов, более высокий уровень образования. Среди американских зрителей сравнительно меньше учащихся, больше пенсионеров, домашних хозяек и временно неработающих.

Мотивом к посещению мюзикла у российского зрителя является желание увидеть яркое шоу, предпочтительно с участием звезд эстрады и кино, а у американского посетителя театра – посмотреть интересную историю из современной жизни общества, членом которого они являются.

Ценностные ориентации двух групп различны: американцы отдают предпочтение таким сюжетам, как «бытовой» и «любовный», в то время как российские зрители тяготеют к приключенческо-фантастическим.

Эстетические ожидания имеют разные основания: для российского зрителя музыкальный материал и игра актеров – два главных параметра, на которых строится оценка постановки, тогда как для американского – вокал и танец, что, по сути, и отличает этот жанр от музыкально-драматического спектакля.

Художественные предпочтения значительно различаются в отношении музыки и вокала, в отношении танца оценки более схожи.

Различия в ценностных ориентациях, мотивационном профиле, эстетических и художественных предпочтениях во многом определены местом мюзикла как жанра музыкально-драматического искусства в культуре двух стран – России и США [Deer, Dal Vera, 2008; Монд, 2010a]. Малая изученность проблемы в сочетании с ее актуальностью дают основания для продолжения и углубления исследований по этой теме [Монд, 2010b, 2010c]. Анализ результатов проведенного исследования позволяет предположить, что мюзикл в России может стать массовым и народным представлением [Монд, 2010c]. Для этого сюжеты мюзиклов должны затрагивать актуальные темы, ставить важные вопросы и, в идеале, давать ответы на них. Последнее возможно, если мюзикл будет созвучным аутентичной системе ценностей современного российского общества.

Выражение признательности

Автор выражает благодарность за помощь в подготовке содержательной части анкет профессору, доктору психологических наук Зазыкину В.Г., а также декану факультета музыкального театра Нью-Йоркской киноакадемии Винсенту Полу Бойлу за оказанную организационную поддержку.

Литература

Давыдов Ю.Н. Труд и искусство // Избранные сочинения / сост. Сапов В.В. М.: Астрель, 2008.

Монд О.-Л. Русский мюзикл: быть или не быть? [Электронный ресурс] // Relga: электрон. науч.-культуролог. журн. 2009. N 6. URL: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=2365&level1=main&level2=articles> (дата обращения: 20.09.2010).

Монд О.-Л. Перспективы развития школ мюзикла как базового элемента системы дополнительного профессионального образования вокалистов // Дополнительное профессиональное образование: традиции и инновации: монография / под общ. ред. В.В.Огурцова. Красноярск: СибГТУ, 2010а. С. 193–204.

Монд О.-Л. Изучение психологических особенностей восприятия мюзикла зрительской аудиторией и его прикладное значение // Психология и педагогика: методика и проблемы практического применения: материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф. Новосибирск: Изд-во Новосиб. гос. техн. ун-та, 2010b. Ч. 1. С. 319–325.

Монд О.-Л. Социально-культурологический взгляд на американский музыкальный театр // Наука в современном мире: материалы III Междунар. науч.-практ. конф. М.: Перо, 2010с. С. 74–80.

Coleman B. New Horizons: the Musical at the Dawn of the Twenty-first Century // W.A.Everett, P.R.Laird (Eds.). The Cambridge Companion to the Musical. New York; London: Cambridge University Press, 2008. P. 284–301.

Deer J., Dal Vera R. Acting in Musical Theatre // A Comprehensive Course. London; New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2008.

Kislan R. The Musical: A Look at the American Musical Theatre. New York; London: Applause Theatre and Cinema Books, 1995.

Поступила в редакцию 27 января 2011 г. Дата публикации: 27 апреля 2011 г.

[Сведения об авторе](#)

Монд Ольга-Ли́за. Кандидат педагогических наук, практикант отделения музыкального театра, Нью-Йоркская киноакадемия, 100 East 17th Street, Union Square, 10003, New York, NY, USA.

E-mail: lisa.monde@gmail.com

[Ссылка для цитирования](#)

Монд О.-Л. Сравнительные характеристики российских и американских зрителей музыкального театра [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. науч. журн. 2011. N 2(16). URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: чч.мм.гггг). 0421100116/0019.

[Последние цифры – номер госрегистрации статьи в Реестре электронных научных изданий ФГУП НТЦ "Информрегистр". Описание соответствует ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Библиографическая ссылка".

Дата обращения в формате "число-месяц-год = чч.мм.гггг" – дата, когда читатель обращался к документу и он был доступен.]

[К началу страницы >>](#)