

УДК 792.2(470+57)"199"
ББК 85.334.3(2)6

П.Б. БОГДАНОВА

ДЕВЯНОСТЫЕ: ПЕРЕМЕНЫ В ТЕАТРАЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

Полина Борисовна Богданова,

Российский государственный гуманитарный университет,
Институт филологии и истории, кафедра истории театра
и кино, доцент, кандидат искусствоведения
e-mail: polina11@mail.ru
Чаянова ул., д. 15, корп. 7, Москва, 125047, Россия

В теоретической статье анализируются условия работы режиссуры в постсоветском театре, в эпоху формирования рыночной экономики и общества потребления. Отмечается общее снижение статуса художника в культурном пространстве по сравнению с поколениями эпохи модерна. Рассматриваются новые методы приспособления к рынку, публике, поиск популярности, иных подходов к общественным связям. Делается вывод о значительном изменении не только статуса, но и творческой психологии режиссуры эпохи постмодерна.

Ключевые слова: творческий статус, центризм, модель театра, постоянная труппа, «открытый» театр, высокая культура, низкая культура, pobrow, популярность, модерн, постмодерн.

Для цитирования: Богданова П.Б. Девяностые: перемены в театральном процессе // Обсерватория культуры. 2016. Т. 1. № 1. С. 122—127.

Общая ситуация в культуре с 1990-х годов существенно изменилась. Та художественная идеология, которая в советский период питала культуру и искусство, в частности театральное, утратила свою актуальность. Понятие

театрального центра перестало существовать. В социуме произошло расслоение, что привело к образованию отдельных самостоятельных и автономных сфер со своим слоем населения, обладающим собственной системой ценностей, своими потребностями в искусстве. Все это и привело к тем изменениям, которые произошли в театре. Театр, как и все искусство, перестал быть носителем идеологии. Он стал просто театром, начал выполнять миссию рядового учреждения культуры и больше не претендовал быть в авангарде общественного процесса.

Статус искусства в целом в значительной степени снизился. Оно больше не играло важной роли в деле просвещения публики, перестало вырабатывать передовые идеи, которые бы воспринимались всем обществом как «эстетические революции».

К 1990-м гг. стало понятно, что роль и место искусства в жизни общества были значительно преувеличены. Заслуга в этом принадлежала, конечно, И.В. Сталину, который еще в 1930—1950-е гг. превратил искусство в средство тотальной пропаганды социалистической идеологии. Эту сталинскую стратегию восприняли и шестидесятники, а вслед за ними и следующее поколение режиссеров. Только они стали проводниками не официальной социалистической идеологии, а некоей контридеологии, основанной на демократических ценностях.

Изменение статуса искусства не могло не привести к изменению статуса творческой, художественной профессии. Художник перестал быть престижной фигурой. Это утверждение касается и режиссерской профессии. Режиссер стал не общественным лидером в прежнем смысле, а только организатором зрелища, профессионалом, который

должен заботиться о спросе на свою продукцию. И гораздо в меньшей степени экспериментатором, новатором, первопроходцем-революционером. Режиссеры, сформированные ценностями еще предыдущих периодов, ощутили смену ситуации в театре болезненно. Они обнаружили, что их влияние больше не распространяется на весь социум, как это было в 1960–1980-е годы. Столкнулись с тем, что отныне они замыкаются кругом своей среды, своего зрителя. Причем зрителя еще прежнего, чьи художественные вкусы и пристрастия сформировались в более благополучные для искусства годы.

В постсоветской реальности произошел и кризис художественного авторитаризма, который с особенной ясностью проявлялся в профессии режиссера. Ибо режиссер по определению фигура авторитарная, каковой он и являлся на протяжении всей режиссерской эры, то есть XX века. Режиссер как жесткий и единовластный организатор зрелища словно утратил энергию, что в свою очередь привело театр 1990-х годов к утере контакта с публикой. В 1990-е гг. в театре воцарилась тягучая пауза, спектакли шли в полупустых залах. И только к нулевым годам ситуация изменилась. Но это произошло с приходом нового поколения режиссуры, так называемого поколения *post*.

В постсоветской реальности лидирующую роль в театре стал играть не режиссер, а скорее директор или продюсер, т. е. специалист, ориентированный на новый формирующийся художественный рынок и систему спроса. У продюсера отсутствуют выраженные художественные предпочтения. Он подходит к искусству с коммерческой точки зрения и готов продавать то, что стоит дороже. Совершенно ясно, что продюсерский театр повернул ситуацию в сценическом искусстве в сторону коммерции. Это не могло не привести к потере художественного вкуса и творческому индифферентизму. Однако не стоит упрощать ситуацию, утверждая что коммерческая продукция может быть только низкопробного качества. Вовсе нет. Просто проблема вкуса публики в новой реальности, в которую вступило искусство, несколько трансформировалась. В довольно скором времени, а именно в первой четверти XXI в. возникнет новый тип культуры, который американский социолог и журналист Д. Сибрук назвал «культурой супермаркета» [1, с. 33]. Эта культура смешает высокое и низкое и даст некий третий вариант, в котором коммерческая составляющая войдет в художественную продукцию на равных с художественной составляющей. «Эпоха вкуса», как назвал ее Д. Сибрук, закончится и наступит «эпоха *pobrow*» [1], что означает некий срединный уровень, у которого отсутствует верх и низ.

В театре с 1990-х годов набирает силу новая сценическая форма — антреприза, которая на первое место ставит проблему заработка актеров. Антреприза в своих репертуарных предпочтениях опира-

ется на развлекательные жанры и собирает большие залы не только в столичных городах, но и на периферии. Стоит отметить, что в антрепризе не будут работать «серьезные» режиссеры.

Антреприза в основном ориентируется на «звездный» состав, на узнаваемых по кино и сериалам актеров. Ансамблевость, на которую опирались лучшие режиссеры «эпохи вкуса», будет предана забвению почти повсеместно.

Происходит трансформация прежней театральной модели, работавшей по принципу «закрытого театра», где все подчинялось воле, вкусам и художественной программе руководителя. Антреприза работает по принципу «открытого театра», который измеряется не масштабом целостного театрального организма с постоянным репертуаром и труппой, воплощающей некую монопрограмму его лидера, а масштабом одного спектакля, на который приглашаются актеры из разных театров отыгрывать спектакль столько времени, сколько он собирает публику и приносит доход. Единомыслие, как это называлось прежде, от новой сборной команды не требуется. Не требуется и способность к длительным отношениям с коллективом, интерес к творческому росту, необходимость придерживаться той театральной веры, которую проповедует этот коллектив. Важны только профессиональные качества и готовность работать на результат. Это одно из обстоятельств, которое поставило под удар достижения русской театральной школы и педагогики, базирующихся на принципах МХАТа и К.С. Станиславского. В традициях этой школы всегда важным считался театр процесса, а не результата. Лучшие спектакли О.Н. Ефремова, Г.А. Товстоногова, А.А. Васильева и других режиссеров были поставлены в эстетике и этике именно театра процесса.

С 1990-х годов по принципу антрепризы стал работать МХТ им. А. Чехова, в котором после смерти О.Н. Ефремова не было режиссера-лидера, а был руководитель, исполнявший роль художественного директора, О.П. Табаков. Он начал приглашать на постановки многих режиссеров. И в XXI в. этот театр достиг достаточно заметных результатов, потому что в обширном и пестром репертуаре всегда находилось место «модному» постановщику, который производил какую-либо сенсацию, поднимал репутацию театра и соответственно увеличивал кассу.

В нулевые и десятые годы по принципу антрепризы стали работать уже многие крупные театры, которые завоевывали известность за счет «громких» имен постановщиков, очень часто европейских. Такими театрами стали Государственный театр наций под руководством Е.В. Миронова, Государственный академический театр им. Моссовета и др.

В 1990-е гг. начал формироваться художественный рынок [2] в России. Особенно активно это происходило в сфере изобразительного искусства. Поя-

вилось множество галерей, торгующих предметами живописи и другой художественной изобразительной продукцией. Что касается театра, то тут дело обстояло сложнее. По-прежнему заказчиком театральной продукции являлось государство. Оно финансировало театры и потому было вправе требовать от них соответствующей продукции. Но на практике существовало много противоречий. Режиссеры, будучи на содержании у государства, выдвигали при этом лозунг о свободе творчества и не собирались выполнять государственный заказ. Такового в 1990-е, нулевые и последующее десятилетие практически не было. Хотя государство в самое последнее время стало задумываться о том, почему оно должно кормить театры. И стало ставить вопросы о содержании и качестве художественной продукции, подводя театры к тому порогу, за которым должна начаться либо цензура, либо хозяйственная и организационная самостоятельность театральных коллективов, к которой они, впрочем, готовы не были.

Практически, начиная с 1990-х гг. театры стали все больше и больше зависеть от зрителя. Это был основной покупатель продукции. Он же и заказчик. Его роль активизировалась по сравнению с предыдущими периодами. Он во многом навязывал театру свои вкусы. И театр должен был эти вкусы учитывать.

Зритель и стал новым участником театрального процесса. Его чрезвычайная активность, с которой он выдвигал свои новые запросы к искусству, привела к тому, что театр стал быстро трансформироваться и в большей степени выполнять заказ зрителя, чем руководствоваться собственными художественными соображениями.

Прежде режиссер выбирал материал пьесы и формировал замысел, исходя из своих эстетических, художнических взглядов, из своего мировоззрения. Теперь режиссер уже не может не считаться со зрительским вкусом и зрительскими требованиями к театру. Причем, зритель с нулевых годов — это уже не та интеллигентская прослойка, которая являлась основным потребителем искусства театра в 1950–1980-е годы. Теперь это средние слои населения, офисные менеджеры, представители бизнеса, у которых не сформировано идеологических и культурных требований. Но возникла необходимость развлечься, отдохнуть, провести досуг. Такому зрителю не предложишь «сложных» решений, которые выдвигали режиссеры в предыдущие эпохи, когда зритель был в подчиненном положении, а режиссер — лидером, возвышающимся над зрителем, просвещающим его и преподающим ему некие жизненные и эстетические уроки. Понятно, что в такой ситуации «выигрывал» образованный зритель, для которого существовали ценности культуры и художественного творчества. Зритель в XXI в. уже не разделяет эти ценности. Он скорее подвержен влиянию моды, идет за сенсациями, предпочитает попу-

лярных творцов. Такой зритель в принципе не может оценить адекватно художественную новацию. Ему безразличны стили, которыми пользуется художник. Он реагирует скорее на сильные эффектные зрелища, чем на углубленные художественные интенции. Новый зритель не образован эстетически, но образован в плане рекламы, клипов, всевозможных видеоинсталляций. Поэтому ему важнее четкий и эмоциональный видеоряд, а не глубина внутренних проживаний актера. Ему ближе всякого рода перформансы, зрелищность, а не изыски психологического театра, который, кстати, в XXI в. уже почти исчез из арсенала театрального искусства.

Меняется вместе с тем и актерское творчество. Критериями в подходе к актеру становится его популярность, способность работать на результат, т. е. освоить требования разных постановщиков, отсюда — профессиональная гибкость и мобильность. В XXI в. театры и режиссеры не занимаются «воспитанием» актера (эта практика шла еще от классического МХАТа). А режиссер, приглашающий того или иного исполнителя в свой спектакль, в большей степени использует уже имеющиеся у актера возможности, а не стремится открыть новые. Это приводит к нивелировке актерского стиля. В принципе, в каждой следующей постановке нового режиссера актер пользуется уже проверенными, зарекомендовавшими себя приемами. И если такой режиссер, как Г.А. Товстоногов, некогда, собирая свой актерский коллектив, стремился к тому, чтобы его актеры росли творчески и совершенствовали свои возможности, то в XXI в. режиссеры скорее эксплуатируют актерские таланты и бренды.

В театре 1960–1980-х гг. актеры опирались на свою индивидуальность, свое внутреннее человеческое и художническое содержание. Поэтому в эти десятилетия (и еще раньше) существовала целая плеяда первоклассных актеров-личностей, таких как: И.М. Смоктуновский, Е.П. Леонов, И.М. Чурикова, А.С. Демидова, В.С. Высоцкий и др. А одна из лучших ролей С.Ю. Юрского — Чацкий в «Горе от ума» на сцене Российского государственного академического Большого драматического театра становилась не только театральным, но и общественным событием. В театре XXI в. таких ролей у актеров нет. Равно как и отсутствуют актеры-личности в прежнем понимании.

Для поколения режиссеров-шестидесятников и семидесятников очень важным был вопрос новаторства. В принципе театр эпохи «оттепели» ставил своей задачей соответствовать новому духу времени, вырабатывать иные средства сценической выразительности. Особенно актуальной проблема новаторства была для следующего поколения — А.А. Васильева, Л.А. Додина, В.В. Фокина и др. У новых поколений режиссуры в XXI в. новаторство уже не является важным моментом профессионального самоутверждения. Для них гораздо

важнее новые средства воздействия на зрителя. Они активно пользуются всем арсеналом наработанных средств театра и умело сочетают в своем творчестве чужие приемы и стили. Эта режиссура отличается эклектичностью, что вовсе не является недостатком в ситуации постмодерна.

В период модерна театральный процесс распределялся на генеральные линии развития — мейнстрим — и боковые — периферийные. С 1990-х гг. в эпоху утвердившегося постмодерна эта структура изменилась [3]. Исчез мейнстрим, и театральный процесс стал распадаться на отдельные направления, за каждым из которых стояла своя субкультура. Поскольку общество оказалось сильно расслоено, постольку практически каждый слой стал присваивать себе тот или иной культурный тренд. Так, существовал тренд бывшей советской интеллигенции, представителями и выразителями которой в театре стали П.Н. Фоменко на новом этапе своей деятельности, поколение семидесятников, продолжавшее активно работать, а также их последователи, такие режиссеры, как С.В. Женовач, Е.Б. Каменькович. За трендом «новой драмы» стояла субкультура российской провинции, ее молодежи, представителей тех слоев обедневшего населения, которые больше всех восприняли постсоветские реалии. Во второе десятилетие XXI в. возникло направление, которое можно назвать игровым, за ним стояла субкультура новой постсоветской режиссуры больших столичных городов — Москвы и Санкт-Петербурга: К.Ю. Богомолов, А.А. Могучий, Д.А. Крымов и др. Культурных тенденций, которые появились с 1990-х гг., было гораздо больше. В данной статье ограничиваюсь только названными.

Американский социолог и журналист Джон Сибрук, автор книги «Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры» пишет: «...массы, состоящие из неотесанных необразованных хамов с бутылкой пива... в социальной иерархии располагались ниже, чем потребители элитарной культуры» [3, с. 33]. Культурный статус таким образом мог заменять социальный, утверждает он. У нас именно так и было, когда интеллигенция, потреблявшая высокую культуру, несмотря на свою бедность, считала себя высшим классом именно в силу обладания высоким культурным вкусом. Впрочем, это была иллюзия, которая только служила оправданием социальной бедности. Смешанный тип культуры, в котором исчезла оппозиция высокого и низкого, основан на соединении в едином пространстве различных и равнозначных культурных трендов, за каждым из которых стоит своя субкультура. Интересно, что культура советской интеллигенции, бывшая в свое время мейнстримом, с 1990-х гг. превратилась лишь в один из трендов.

Постсоветское общество с 1990-х гг. вступило в век имиджей и миражей. В «культуре супермаркета», характеризующей общество потребления, «хорошо» с точки зрения вкуса стало означать «по-

пулярно» [3, с. 47]. Поэтому требование публичности — стало неперенным требованием времени. Важно всегда и везде «присутствовать» — на страницах газет, на экране ТВ, в Интернете. Разные режиссеры при этом ориентируются на разную публику. С более традиционными запросами к театру и более радикальными. Поэтому художники выбирают соответствующие стратегии. Эти стратегии включают в себя не только эстетические ориентации художника, но и имидж, публичную позицию в СМИ, декларацию принципов взаимоотношений с властью, публикой. Радикальные художники должны выбрать более агрессивную стратегию, позиционировать себя как конфликтную фигуру по отношению к традиционному театру, опираться на особые формы и средства выразительности. В результате возникает имидж, который тиражируется в СМИ.

Надо отметить, что эта часть художественной работы в условиях рынка приобрела гораздо большее значение, чем прежде в условиях советской театральной культуры. Тогда, в 1930–1940-е гг., режиссер позиционировал себя как художник, проводящий в жизнь советскую идеологию. Но в эпоху оттепели стратегия усложнилась, поскольку лучшие и более прогрессивные режиссеры позиционировали себя как активные члены общества с гражданской позицией, которая могла расходиться в принципиальных моментах с государственной идеологией. Это была своего рода двойная игра: для государства и власти и для интеллигенции, последняя, как правило, являлась основным потребителем художественной продукции. С 1950-х гг. и существовала эта особая публика — интеллигенция, со своими художественными, социальными и политическими запросами. Лучшие режиссеры-шестидесятники ставили спектакли именно для этой наиболее просвещенной в художественном и идеологическом отношении аудитории. Государству бросали «куски» в виде каких-нибудь «Сталеваров», которые должны были показать, что художник обслуживает государственный заказ на идеологически выдержанную продукцию в социалистическом духе. Таким образом, некая двойная игра и была стратегией советских поколений режиссеров. Старшее поколение, шестидесятники, были при этом в большей степени ориентированы на социальные проблемы, на улучшение общественной ситуации. Более молодое — семидесятники, ориентировались и на социальные, и на эстетические субъективистские вещи. Но оба поколения работали в оппозиции к официозу, более или менее выраженной.

Итак, основным заказчиком и потребителем искусства была интеллигенция как наиболее передовая общественная группа. Режиссура выражала претензии на высоту владения профессией, на глубину художественного высказывания, на независимость мнения, на оппозиционность. При этом вы-

ступала как публичный художественный лидер, как сила, направляющая общественное сознание. Вот суть стратегии режиссуры в эпоху модерна.

Режиссер в постсоветской реальности, в условиях рынка, должен не столько вести зрителя за собой, сколько подстраиваться под него, нравиться ему, становиться популярным, модным. Эта новая стратегия во многом изменила психологию и практику режиссуры. Способом самоутверждения новых поколений режиссеров стало стремление к известности самыми разными средствами. Важно стало излагать некие новые, заостренные, привлекающие внимание идеи; быть радикальным, эпатажным, смелым, ниспровергая старые истины. Так К. Серебренников в начале своей карьеры сделал довольно громкое заявление, высказавшись, что «духовность — это убежище для бедных», когда ему говорят об идеализме и духовности, он готов взяться за револьвер [4]. Или К.Ю. Богомолов уже во втором десятилетии нового века заявил, что собирается разрушить театр-храм [5]. Подобные заявления, претендующие на радикальность, хотя и содержат в себе определенный смысл, все же цель подобного рода заявлений — выстрелить в воздух и произвести фейерверк, пусть недолгий, но эффектный.

Другой способ самоутверждения — это количество постановок. Чем их больше, тем режиссер выглядит более востребованным. Поэтому разные режиссеры, кто вынужденно, кто добровольно, включаются в гонку, переходя из театра в театр, занимая в своих постановках «звезд» первой величины, не брезгуя эпатажем, шокирующими сюжетами и темами, всякими средствами привлечения внимания. Понятно, что такой путь — это путь внешней экспансии, завоевания территорий, а не путь самоуглубления и художественного поиска. Но таковы требования рынка, и многие режиссеры сегодня идут у него на поводу. В этом заключен драматизм положения нынешней режиссуры.

Стоит напомнить, что поколение А.А. Васильева, Л.А. Додина, прибегая к невероятно длительным и углубленным репетициям, стремились к получению высокого художественного качества своих спектаклей. Они утверждали себя как мастера. Само это слово «мастер» в культуре модерна заключало в себе очень большой смысл. «Мастер» — синоним посвященного, избранного, знающего некие скрытые тайны художественного ремесла.

Режиссура поколения *post* усматривает в этом режиссерский авторитаризм и отрицает его, отказываясь от жесткого диктата по отношению к публике. И в принципе соглашается с позицией невмешательства, собственной «авторской смерти», избегает оппозиций «хорошо — плохо», «высокое — низкое». Предпочитает моду подлинному авторитету, основанному на профессиональных достижениях. Главный критерий состоятельности того или иного ре-

жиссера — зрительский успех у своей аудитории вне зависимости от качества его художественной продукции. Так К.С. Серебренников или Д.А. Крымов, будучи дилетантами в профессии режиссера, выпускающие спектакли подчас очень средних художественных достоинств, имеют громкие имена и признание публики, слышат популярными фигурами. Для сравнения можно привести пример того, как воспринимался один из первых и лучших спектаклей А.А. Васильева «Первый вариант “Вассы Железновой”». Этот спектакль, обладая высоким художественным совершенством, нравился достаточно узкой аудитории, которая была способна его оценить по достоинству. Успех А.А. Васильева был основан на признании его несомненного таланта и высокого мастерства, а не на его популярности, и само понятие «популярность» было неприменимо к серьезному художнику.

Есть еще одно отличие режиссера поколения *post* и режиссера эпохи модерна. Критерием состоятельности последнего выступала сложность и глубина художественных решений, объемность личностного содержания. Художник-модернист всегда непростой творец, понимание которого требует от публики определенно высокого уровня мышления и вкуса. Рыночная ситуация, ориентация на спрос выдвинули иные критерии — доступность, простота восприятия, занимательность. Публика в условиях рынка, как уже говорилось, не обладает высокими художественными запросами, она требует понятного искусства, часто принимая за новации внешне эффектные, но вторичные театральные идеи и приемы.

Вместе с тем поколению *post* свойственен больший демократизм в противовес высокой, иногда с налетом снобизма и превосходства позиции поколения А.А. Васильева, Л.А. Додина, В.В. Фокина. Режиссеры поколения *post* более доступны благодаря социальным сетям, не создают загадочный имидж творца, сидящего в башне из слоновой кости. Публикуют бытовые фото, демонстрируют своих детей, что создает впечатление их большей открытости.

Режиссерам поколения *post* вместе с тем не свойственна борьба и противостояние с органами власти, чиновниками, как это было свойственно предыдущим поколениям. Те боролись за свои спектакли, прибегали к различным средствам, в том числе и компромиссным, чтобы выпустить их в свет. И если поколение О.Н. Ефремова и Ю.П. Любимова умело играть с партийными и государственными органами и отстаивать свои позиции, то поколение А.А. Васильева и М.З. Левитина иногда вели игру в непризнанных гениев. Правда, другие их коллеги из того же поколения умели лавировать, подключать авторитетных, признанных официозом защитников и все-таки добиваться прохождения спектаклей. Жесткий идеологический контроль и был главным тормозом в работе шестидесятников и семидесятников.

У поколения post были другие условия становления. Они сформировались в более свободные времена и не знали власти цензуры и идеологической прессы. Поэтому они не озабочены общественной проблематикой и не высказываются по поводу социальных проблем. К.Ю. Богомолов признается в одном из интервью, что ставит не о политике или социуме. А скорее об эстетике. Его как художника раздражает низкопробная культура, являющаяся отличительной чертой времени. И отношение к ней у режиссера скорее вкусовое, нежели идеологическое. Он «троллит», как он выражается зритель, «троллит» политику [6, с. 3], то есть высмеивает, вышучивает, дурачит. И такое «развлечение» ему самому доставляет немалое удовольствие. Это его игра с жизнью и социумом. И игра — единственная форма взаимодействия с миром, которая ему присуща. От серьезных отношений он, похоже, закрыт. И не собираются их обсуждать публично.

Таким образом, поколение post в большей степени иронично, нежели серьезно. Но за их спектаклями не стоят большие социальные проблемы, национальные конфликты, войны. Такое впечатление, что они еще не покинули свои детские комнаты и продолжают самозабвенно играть, доставляя себе

и другим немало удовольствия, но не отваживаясь на серьезные взаимоотношения со взрослым, малопривлекательным для них миром.

Список источников

1. Сибрук Д. Nowrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. Москва : Ад Маргинем Пресс, 2012. 304 с.
2. Костина А.В., Кожаринова А.Р. Конструктивный социальный потенциал массовой культуры: специфика проявления в информационном обществе. Москва : URSS : Ленанд, 2015. С. 52.
3. Кравченко С.А. Социология постмодернизма. Москва : Изд-во МГИМО, 2010. 400 с.
4. Серебренников К. Раз в месяц публика хочет быть раздражена // Современная драматургия. 2002. № 1. С. 178.
5. Сквозное действие. Константин Богомолов [Электронный ресурс] // Телеканал Театр. URL: <http://telekanalteatr.ru/skvoznoe-dejstvie-konstantin-bogomolov.html> (дата обращения: 04.09.2015).
6. Быков Д.А. Режиссер года 2015: Константин Богомолов [Электронный ресурс] // GQ: мужской журнал. 08.09.2015 г. URL: http://www.gq.ru/moty/gq_chelovek_goda_2015_8578/128318_rezhisser_goda_2015_konstantin-bogomolov.php (дата обращения: 23.09.2015).

P.B. BOGDANOVA

THE NINETIES: CHANGES IN THE THEATRICAL PROCESS

This article is of theoretical nature. It analyzes the operating conditions of stage direction in the post-Soviet theatre, the period when the market economy and consumer society were formed. In the cultural space, generally reduced status of an artist could be noticed, in comparison with the previous generations, referred by the author to the modern era. In this context, there are reviewed the new ways to adapt to the market, public, to find popularity or new approaches to public relations. It is concluded that not only the status of the post-modern stage direction significantly changed but also its creative psychology did.

Key words: creative status, centrism, model of theatre, permanent troupe, “open” theatre, high culture, low culture, nobrow, popularity, modernism, post-modernism

Citation: Bogdanova P.B. The Nineties: Changes in the Theatrical Process, *Observatory of Culture*, 2016, vol.1, no. 1, pp. 122–127.

About author

Polina Borisovna Bogdanova,

Russian State University for the Humanities,
Institute of Philology and History, Associate Professor
of the Department of History of Theatre and Cinematography, Candidate of Art Studies
e-mail: polina11@mail.ru
Chayanov st., 15, build. 7, Moscow, 125047, Russia

References

1. Sibruck D. Nowrow. Kul'tura marketinga. Marketing kul'tury. Moscow, Ad Marginem Press, 2012, 304 p.
2. Kostina A.V., Kozharinova A.R. *Konstruktivnyi sotsial'nyi potentsial massovoi kul'tury: spetsifika proyavleniya v informatsionnom obshchestve*. Moscow, URSS, Lenand Publ., 2015, p. 52.
3. Kravchenko S.A. *Sotsiologiya postmodernizma*. Moscow, MGIMO University Publ., 2010, 400 p.
4. Serebrennikov K. Raz v mesyats publika khochet byt' razdrazhena. *Sovremennaya dramaturgiya*, 2002, no. 1, p. 178.
5. Skvoznoe deistvie. Konstantin Bogomolov. Available at: <http://telekanalteatr.ru/skvoznoe-dejstvie-konstantin-bogomolov.html> (accessed 04.09.2015).
6. Bykov D.A. Rezhisser goda 2015: Konstantin Bogomolov. *GQ: muzhskoi zhurnal*, 08.09.2015. Available at: http://www.gq.ru/moty/gq_chelovek_goda_2015_8578/128318_rezhisser_goda_2015_konstantin_bogomolov.php (accessed 23.09.2015).

ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИИ И СТАТЬЯМ, ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫМ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ В ЖУРНАЛЕ «ОБСЕРВАТОРИЯ КУЛЬТУРЫ»

Редакция принимает только оригинальные, не публиковавшиеся ранее научные статьи и иные материалы научного характера по культуре и искусству в соответствии с тематикой основных разделов. Текст статьи направляется по электронной почте на адрес **observatoria@rsl.ru** в формате Microsoft Word.

Весь текст набирается шрифтом Times New Roman Cyr, кеглем 12 pt, с полуторным междустрочным интервалом. Объем статьи — от 18 до 30 тысяч знаков с пробелами (с учетом реферата, ключевых слов, примечаний, списка источников).

СТРУКТУРА ТЕКСТА:

Сведения об авторе/авторах — имя, отчество, фамилия, место работы (в именительном падеже), подразделение, должность, ученая степень, ученое звание, адрес электронной почты, почтовый адрес организации, — размещаются перед названием статьи в указанной выше последовательности.

Индексы УДК и ББК, раскрывающие тематическое содержание статьи.

Название статьи.

Реферат — краткое изложение статьи по следующей структуре: актуальность проблематики и новизна решения, главные содержательные аспекты. Объем — 100—200 слов. Размещается после названия статьи.

Ключевые слова по содержанию статьи (8—10 слов) размещаются после реферата.

Основной текст статьи желательно разбить на подразделы (с подзаголовками).

Список источников оформляется в соответствии с принятыми стандартами (ГОСТ 7.0.5-2008), выносится в конец статьи. Источники даются в порядке упоминания в статье. Отсылки к списку в основном тексте даются в квадратных скобках [номер источника в списке, страница]. При оформлении списка источников автоматическая нумерация текстового редактора не используется.

Примечания нумеруются арабскими цифрами, оформляются как сноски в конце статьи. Если работа выполнена в рамках гранта РГНФ (или другой организации), эта информация приводится в виде первого примечания к названию статьи.

Подписуточные подписи оформляются по схеме: название/номер файла иллюстрации — пояснения к ней (что/кто изображен, где; для изображений обложек книг и их содержимого — библиографическое описание; и т. п.). Имена файлов в списке должны соответствовать названиям/номерам предоставляемых фотоматериалов.

Иллюстративные материалы предоставляются в электронной форме отдельными файлами в форматах TIFF/JPG разрешением не менее 400 dpi, не допускается предоставление иллюстраций, импортированных в Microsoft Word, а также их ксерокопий.

Материалы на английском языке — информация об авторе/авторах (в том числе официальное название учреждения на английском языке), название статьи, реферат, ключевые слова (в том же объеме и порядке, как в русском тексте) — в отдельном файле MS Word по электронной почте. Журнал также публикует список источников на английском языке (и/или в транслитерации) в целях обеспечения отслеживания цитируемости в международных базах данных. Рекомендации по подготовке раздела References опубликованы на сайте журнала или направляются по запросу автора.

Предоставляя свои статьи в журнал, авторы гарантируют, что они обладают исключительными правами на передаваемый для публикации материал, который является их оригинальным, нигде ранее не публиковавшимся произведением. Правовые вопросы, связанные с публикацией в журнале, включая обязательства сторон (автора и издателя), регулируются на основе Публичной оферты и подписанного автором Акцепта.

Полная версия Требований опубликована на сайте журнала: <http://observatoria.rsl.ru/ru/s3/s17/s364/treb/>

Статьи, оформленные без учета вышеизложенных требований, к публикации не принимаются.

Авторы несут ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации. Редакция не всегда разделяет мнения авторов и не несет ответственности за недостоверность публикуемых данных. Редакция журнала не несет никакой ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.