

Олена Хобта

## ОБРАЗ АДРЕСАТА В ТЕАТРАЛЬНІЙ ПЕРІОДИЦІ ОДЕСИ ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Установка на читача є дуже важливою загальнотекстовою категорією, «оскільки будь-який текст ЗМІ утримує у собі звернену систему усіх ланок комунікативного ланцюга і автор при його створенні свідомо або підсвідомо враховує фактор адресата, тобто орієнтується на певну групу читачів» [1, 66]. Історик журналістики Б. Єсин зазначає, що «аудиторна, читацька обумовленість друку – особлива обумовленість. Ні наука, ні художня література не мають такої прямої від неї залежності» [2, 7]. Літературознавці визначають на основі тексту образ автора, так само ми можемо реконструювати на його основі образ аудиторії. Читач – поняття соціальне, локально просторове. Воно весь час перебуває у процесі зміни, тому в певні моменти історичного буття взаємовплив періодики й читача трансформується в певні моделі, які теоретично (схематично) можуть повторюватись у різному соціальному оточенні, історичних епохах, але семантика (внутрішня проблемність) цих моделей зумовлені концепцією відображуваної сфери у суспільстві у певний проміжок часу. Якщо говорити про образ читача в періодичному виданні, то слід наголосити, що журналістський текст є лише однією із складових елементів видання, на основі якого реконструюється образ аудиторії. Тут слід звернути увагу і на зовнішній вигляд, географічне розповсюдження, цінову політику, умови передплати, систему розповсюдження. Предметом розгляду цієї статті є образ аудиторії в структурно-семантичній організації часописів.

Об'єктом вивчення обрано театральні газети та журнали Одеси початку ХХ століття. Цей період цікавий сплеском театрального мистецтва та періодики у місті, що подає багатий матеріал. У цей час в одеському просторі побачили світ такі видання як «Театр» [1896–1902], «Вечерняя и театральная газета» [1902–1905], «Сцена и музыка» [1903–1905], «Драматург» [1906], «Современный театр и шантан» [1906–1907], «Театральный обзор газеты «Вечерние вести» [1908], «Театральный листок» [1908], «Антракт» [1909], «Театральное бюро» [1908–1914],

«Дивертисмент» [1907–1911], «Театр-варьете» [1906–1912], «Программа и обозрение зрелищ и театров» [1907–1914], «Артистическое справочное бюро» [1910], «Обозрение театров» [1911], «Театральные отголоски» [1910], «Сцена и жизнь» [1911], «Театр и танцы» [1911], «Южное артистическое бюро» [1912], «Современный театр» [1912], «Театр и коммерческий листок объявлений» [1910], «Сцена» [1912], «Антракт» [1913–1914], «Одесская рампа» [1914], «Театральный курьер» [1913], «Одесское обозрение театров» [1911–1917], «Театральный листок» [1915–1916], «Театр и кино» [1915–1919], «Южный музыкальный вестник» [1915–1918], «Театр» [1919], «Театральный день» [1918–1919], «Театр и искусство» [1919], «Театральный листок» [1918–1919].

Театр на початку ХХ століття «переживав» нелегкий, бурхливий історичний момент, адже «мистецтво завжди привертає увагу всіх соціальних сил – держави, партій, релігійних та інших організацій, які зацікавлені у поширенні своїх інтересів на людей» [3, 477], у результаті чого мистецтво відтворює глибинні суперечності та конфлікти епохи. Соціолог В. Фріче зазначав, що в різні історичні періоди особливого розквіту набував той рід або вид мистецтва, який міг найкраще передати пануючі в цьому суспільстві розумовий та психологічний стани [4, 71]. Театральне мистецтво відобразило суспільний неспокій, сподівання та передчуття невідомого не лише на семантичному і композиційному рівнях, а й у ширшому плані, втілюючись у театральному розквіті, який критики назвали кризою. Основною причиною стало панування «легкого жанру» – мініатюр, фарсів, опереток, шансоньє. Разом з постійними класичними театрами: Міським, Російським, театром Сибіряковського користувалися популярністю «Фарс» В. Вронського і М. Чернова, «Інтимний» під керівництвом Барбе, «Веселий театр», Єврейський театр Болгарової, театр Мініатюр, «Бомонд», «Гармонія», «Мулен-Руж», «Водевіль», «Колізей»; увагу привертали єврейські трупи, зокрема «Летучая мышь» і «ХХ век».

Театр, кіно та спорт були основними розвагами жителів міста і цікавили значно більшу частину населення, ніж в сучасному суспільстві. Логічно припустити, що основою читацької аудиторії театральних видань була театральна публіка. І це вірно, але вона була настільки різною: за матеріальним становищем, рівнем освіти, мистецькими уподобаннями, що оголосити її читачем усієї різнобарвної періодики не є доречним.

У театральних періодичних виданнях початку ХХ століття слід виділити декілька моментів, через які простежується «свій» читач. Вони формуються залежно від орієнтації на аудиторію.

1. «Обличчя» видання. Мається на увазі зовнішній вигляд (композиція, формат, ілюстрації), поза семантичним боком та інтерпретаційними особливостями.
2. Завдання, які ставила редакція перед виданням. На початку ХХ століття перший номер будь-якого мистецького видання на першій сторінці розміщував звернення від редакції до читачів, у якому визначав свої цілі та завдання.
3. Жанри, в яких писали працівники певного видання. Проблематика, тематика (рівень заглибленості в тему). Тут найдоцільніше вжити термін Ю. М. Лотмана «спільна пам'ять». Учений зазначає: «Взаємовідносини тексту й аудиторії характеризуються взаємною активністю: текст намагається уподібнити аудиторію собі, нав'язати їй свою систему кодів, аудиторія відповідає йому тим самим. Спілкування зі співрозмовником можливе лише при існуванні деякої спільної з ним пам'яті. Реконструюючи тип „спільної пам'яті“ для тексту та його аудиторії, ми визначимо прихований у тексті „образ аудиторії“» [5, 203].

Незважаючи на спільні риси, схожу структурну побудову, кожен періодичний орган мав своє обличчя, яке, на думку К. Ципльонкова, «визначають не працівники газети, не ті, хто її верстає, а ті, хто її читає, ті для кого вона призначена» [6, 23]. В одеському просторі розвивалися різні за зовнішнім виглядом часописи. Слід наголосити, що на початку ХХ століття семантична і оформлювальна поважність йшли паралельно. Солідне зовнішнє видання було солідним і на змістовому рівні.

За форматом мистецькі періодичні видання поділялися на великі («Театр и кино», «Южный музыкальный вестник»), середні («Театр», «Театральный день»), малі («Театральный листок»). Найуспішніші театральні, як і музичні і кіно- та фотовидання були великого формату, що на той час, як стверджує історик журналістики А. П. Кисельов, стало «однією з головних прикмет солідності видання» [7, 96]. Показовим у цьому плані є функціонування листків. У назвах деяких видань фігурує слово «листок»: «Коммерческий и театральный листок объявленный», «Театральный листок», «Театральный и коммерческий листок

объявленный». Ці газети були переважно маленького формату, бідненько оформлені. На сторінках цих видань перевага віддавалася оголошенням, хроніці, пліткам. Як зазначає газета «Русская мысль», «ці газети мали на увазі наші інтелігенцію, прикажчиків, швейцарів та двірників» [8, 1].

По-різному були прикрашені сторінки різних видань залежно від поважності й солідності видання. Найбільше елементів зображальності розміщував найсерйозніший за рівнем подачі інформації журнал «Театр и кино». Редакція писала: «більше ніж тисяча ілюстрацій на рік. Фотографічні знімки постановок ансамблів, окремих персонажів, декорацій, костюмів, аксесуарів столичних і провінційних театрів, знімки з нових кінематографічних стрічок, карикатури і шаржі, «знімки на льоту» (1919. – № 1). Кожен номер на обкладинці містив великий фотопортрет чи малюнок діячів театрального мистецтва: письменників – С. Юшкевич, акторів – М. П. Арцибашева, артистів кіно – В. А. Полонський, режисерів, антрепренерів.

Мистецькі періодичні видання початку ХХ століття склалися з редакційної та рекламної частини. А. П. Кисельов зазначає, що залежно від гіршої чи кращої кон'юнктури у періодичних виданнях склалося співвідношення редакційної і рекламної частин у пропорції: один до одного [7, 116]. В одеському просторі залежно від серйозності видання ці співвідношення змінювалися. Так, у журналах «Театр и кино», «Южный музыкальный вестник» редакційна частина переважала за обсягом реклами, яка розміщувалася на перших і останніх сторінках, не прігнічуючи і не затмарюючи редакційну. А от у газеті «Театральный листок» рекламна переважала над редакційною. Більше того, порівняно з «п'ялями» реклами, редакційна частина мала сірий і монотонний вигляд, адже рекламна була оформлена значно яскравіше.

Таким, чином театральні періодичні видання початку ХХ століття сформувалися вже у певну систему, яка містила, різні за рівнем висвітлення подій видання, що мали відповідний до змістового наповнення зовнішній вигляд і орієнтувалися на різного читача.

Зовнішній вигляд тогочасних театральних видань відображав образ читача саме тому, що його формування перебувало у нерозривній єдності із «внутрішнім світом» часописів, тобто рівнем висвітлення інформації, жанрами, тематикою. Театральні видання, які оперували серйозними журналістськими матеріалами, історичними і теоретичними розвідками

про театр, професійно висвітлювали культурно-духовне життя країни, були переважно великого формату, багаті ілюстровані («Театр и кино», «Дивертисмент», «Южный музыкальный вестник»). Часописи, які містили програмки, хроніку тощо – малого формату, бідно ілюстровані. Глянувши на зовнішній вигляд театральних видань початку ХХ століття, навіть не читаючи їх, можна охарактеризувати читачку аудиторію.

На початку ХХ століття редакція кожного театального видання у першому номері формулювала основні цілі й завдання, які окреслювали певне коло читачів. Для всіх театральних видань спільним було – відображати театральне, музичне, спортивне життя у місті, країні та за кордоном; пропонувати інформацію про майбутні події. Крім того, редактори всіх театральних видань усвідомлювали, що формують смаки своїх читачів. Як слушно зазначає дослідниця театральної критики Н. Толченова, «друкуючи театральну і кінорецензію, газета не лише відгукується на ці явища, а перш за все виховує ставлення до них у читача, формує його художнє світосприйняття» [9, 3]. За естетичним напрямом усі газети і журнали можна поділити на дві групи: одні намагалися чогось навчати читача, прищеплювати гарний смак, інші проголошували «мистецтво для всіх». Такий штучний поділ, створений деякими журналами при визначенні функцій та завдань періодичного видання, спричинив поділ періодики на групи, кожна з яких висвітлювала творчість певних театрів. Одні з них висвітлювали лише життя постійних театрів, не торкаючись проблем так званих нижчих видів.

Редакція журналу «Сцена и жизнь» підкреслювала своє прагнення не робити видання «вузьким і обмеженим, в якому була б зацікавлена лише відома каста, бо мистецтво у всіх його видах, в яких формах воно б не втілювалося, буде основою для захоплених обговорень» (1911. – №1. – С. 1). А. Л. Камишніков, редагуючи «Театр и кино», втілюючи у своєму журналі інтереси іншого табору, зазначав у вступному слові: «У таку хвилину загальної розруки й розпаду, у хвилину, коли нікого не турбує, але всі потребують розваг, ми засновуємо журнал, що має на меті виокремлювати, зберігати і доносити до читача справжнє мистецтво, ті рідкісні елементи творчості, навчати народ краси та правди, порівнюючи тимчасове і вічне» (1915. – № 1. – С. 3). Основним, у чому відображався цей розподіл, було ставлення до мініатюрного мистецтва.

Незважаючи на певне пожвавлення мистецьких подій, історики зазначали: «Починаючи з 1907 р. до Жовтневої революції, театр переживав тяжку епоху роздвоєності, кризи, переорієнтації своїх основних функцій, призначень, традицій» [10, 211]. Театральна криза виявилася не в зменшенні кількості театральних закладів чи одноманітності їхнього стилю – навпаки, повсюдно виникали нові трупи, школи, гуртки, іноді діаметрально протилежні у своїх спрямуваннях: від класичної гри до сучасно розважальних форм. Місто переповнилося безліччю різноманітних театральних утворень – мініатюр, або «театрів-бородавок», опереток, новаторських труп, студій, об'єднань. Музикант І. Ніжний писав у спогадах: «У ті роки розквітав так званий легкий жанр, на естраді панували куплетисти, виконавці жанрових пісень і пісеньок, різні каскадні пари, опереточні гастролери і гастролерки, починали „золотий вік“ різноманітних театрів мініатюр, фарсів, водевілів» [11, 70]. Періодика відобразила цей процес на своїх сторінках. Так, кореспондент «Одесского обозрения театров» Тайфун порівнював театри мініатюр з грибами: «Недавно відкрився „Водевіль“, потім „Одеон“, сьогодні „Большой Ришельевский“. Усього разом з „Театром миниатюр“, „Малым“, „Художественным“ – шість розсадників мініатюрного мистецтва. Уже дуже багато навіть для легковажкої Одеси» (1913. – 1 листопада. – С. 15). Очевидно, кількість не завжди тотожна якості, особливо на етапі політичного вибору й творчої анархії.

Коли одні видання містили на своїх сторінках програми цих театрів, новини з життя артистів цього жанру, то інші вважали розквіт мініатюрного мистецтва кризою театру. Публіка, яка відвідувала заклади, де панувало мініатюрне мистецтво, відрізнялася від тієї, яка відвідувала концерти консерваторії, вистави постійних класичних театрів. Тому виражаючи своє ставлення до мініатюрного мистецтва, редакція тим самим формувала свого читача.

Різні жанри передбачають різний ступінь усвідомленості адресата, різну ступінь обсягу спеціальних знань, знайомство адресата з різними культурними контекстами. Так, за визначенням теоретика журналістики В. А. Тиригіна, адресата рецензії можна охарактеризувати як «естета», це підготовлений, ерудований читач, який слідкує за подіями культурного життя. Адресат світської хроніки – «обиватель». Це читач, який орієнтується на сенсацію, на розвагу, на некритичне споживання інформації. У нарисі адресатом виступає «інтелектуал», здатний творчо мислити, що

вміє подивитися на звичайне свіжим поглядом. Він уважний, критично налаштований читач [1, 67].

Деякі видання дотримувалися здебільшого інформаційно-популярного спрямування, уміщуючи на своїх сторінках переважно програми, хроніку театрів, лібрето, ілюзійонів, цирку. У коротких замітках щотижневиків намагалися відгукнутися на всі події сучасного театрального й музичного життя, не торкаючись серйозних творчих проблем. Обсяг таких видань становив приблизно 8–10 сторінок.

Журнали мали вже солідніший обсяг – понад 18 сторінок; виходили щотижня, двічі на місяць, щомісячно. Крім хроніки, рецензій, статей про вітчизняних й іноземних зірок, така преса подавала достатньо публіцистичних, наукових, історично-пізнавальних матеріалів про театр. Провідними жанрами тут були: проблемна стаття, фейлетон, нарис, хроніка, огляд преси, рецензія.

Отже, періодичні видання на структурно-семантичному рівні відображують образ адресата. Читацькою аудиторією гарно оформлених видань великого формату була місцева інтелігенція, діячі театрального, музичного, кінематографічного мистецтва, що підтверджують листи до редакції, звернення зі сторінок цих журналів письменників, драматургів, антрепренерів до читачів, тобто публіки. Читацьку аудиторію «листоків» та видань подібного плану становила менш освічена категорія населення, яку цікавив передусім легкий жанр (розвага), програмки. Вона ще просто не «доросла» для того, щоб читати серйозні театрознавчі публікації, адже для цього треба мати певний рівень обізнаності.

#### БІБЛІОГРАФІЯ

1. *Тырыгина В. А.* Образ аудитории в разных типах текстов СМИ // Средства массовой информации в современном мире: Материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В. И. Конькова. – СПб., 2002.
2. *Есин Б. И.* О методике историко-журналистских исследований // Методика изучения периодической печати: Сб. ст. – М., 1997.
3. Большая Советская Энциклопедия: В 30 т. – М., 1972. – Т. 10.
4. *Фриче В.* Социология искусства. – М.; Л., 1926.
5. *Лотман Ю. М.* Семиосфера. – СПб., 2000.
6. *Цыпленков К.* Лицо газеты. – М., 1963.
7. *Киселев А. П.* История оформления русской газеты (1702–1917). – М., 1990.

8. Русская мысль. – 1906. – № 10.
9. *Толченова Н.* Театр и кинорецензия. – М., 1959.
10. *Мухранели И. Л.* Театральный журнал «Любовь к трем апельсинам» // Из истории журналистики конца XIX – начала XX в. – М., 1973.
11. *Нежный И.* Былое перед глазами: Театральные воспоминания. – М., 1969.