

Специфика театра и зритель

Бузук Р. Л.

Учреждение образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», Минск



В статье на основе социологического изучения театральной публики дается обоснованная характеристика направлению развития белорусского драматического театра на рубеже XX–XXI столетий. Автор прослеживает сложные процессы, происходящие в реальной и потенциальной зрительских аудиториях, их взаимовлияние. В каждый конкретный период развития общества взаимоотношения театра и его аудитории складываются по-разному. Очевидно и то, что в настоящее время выявляется значительное отставание от многих европейских стран по развитию сети драматических театров. Углубляющийся театральный дисбаланс влияет на снижение театральной культуры, формирование зрительских вкусов и потребностей. Автор анализирует влияние на театральную публику кино и телевидения, обосновывает необходимость проведения постоянного социологического мониторинга взаимодействия театра и аудитории.

Ключевые слова: сценическое искусство, театральная сеть, театр и телевидение, реальная и потенциальная зрительская аудитория, театральная публика.

(Искусство и культура. — 2016. — № 2(22). — С. 44–50)

Specificity of the Theater and the Audience

Buzuk R. L.

Educational Establishment «Belarusian State University of Culture and Arts», Minsk

The article, based on the sociological study of theater audience, presents a reasonable description of the direction of development of the Belarusian Drama Theater at the turn of the XX–XXI centuries. The author traces complex processes which take place in the actual and potential audience, their mutual influence. In any given period of the society development the relations between the theater and its audience are shaped in different ways. It is also clear that at the present time a significant lag from many European countries concerning development of theater network is identified. The deepening theater imbalance affects the decrease in theatrical culture, the formation of audience tastes and needs. The author analyzes the impact on the theater audience of film and television, justifies the need for constant sociological monitoring the interaction of theater and audience.

Key words: performing arts, theater network, theater and television, actual and potential audience, theater audience.

(Art and Culture. — 2016. — № 2(22). — P. 44–50)

Число посещений театра постоянно растет, достигнув к 2015 году свыше 2 млн в год. Абсолютные цифры складываются в довольно оптимистическую картину и успокаивают. Но обратимся к относительным. Здесь несколько иная ситуация. На 1000 человек населения республики в 1990 году приходилось 254 посещения, в 1996-м – 165, в 1997-м – 162, в 1998-м – 181, в 2000-м – 217, в 2015-м году – 205. Однако, обнаруживая резкий спад и последующую затем нестабильную тенденцию незначительного роста, эти данные тоже не свидетельствуют о главном.

А суть в том, что самое главное не число посещений, а размер аудитории. В ней есть свержувлеченный зритель, который приходит в театр 8–10 раз за сезон и даже чаще; есть и случайный, переступающий его порог раз в год и реже. С финансовой точки зрения это абсолютно безразлично, со статистической – тоже. Однако для театра как явления социокультурного – нет.

Установлено ориентировочное соотношение, позволяющее по численности жителей определять общественно нормальный размер потенциальной зрительской аудитории. В областных центрах и небольших городах она для драматических театров составляет

в среднем 7,5% так называемого «зрительского населения» [1, с. 263]. А в Минске – 10–12% жителей в возрасте от 16 до 70 лет [2, с. 119]. Естественно, эти проценты отражают лишь средний уровень. На самом деле интерес к сценическому искусству постоянно колеблется по причинам как зависящим от театра, так с его работой не связанным. Однако процессы, характеризующие взаимоотношения со зрителями, протекают достаточно медленно. Поэтому можно с известными допущениями считать цифры 10–12% характеристикой уровня спроса в масштабе Минска и сегодня.

В целом в 10-е годы нынешнего столетия в Минске 73,4% жителей не посещали театр вообще, 1–2 раза в год – 20,8%, 3–5 раз – 4,6% количества потенциальных зрителей. Постоянными театрами могли считать себя лишь 1,2% опрошенных (посещавших более 6 раз) [3, с. 281]. Если рассматривать ту часть населения, которая приходила на спектакли 3 раза и более, то их было около 150 тыс. по всей республике, еще около 45 тыс. – люди, приходившие в театр 6 раз и более. В общей сложности около 200 тыс. человек. Они-то и составляли активную аудиторию.

Ситуация первых 10 годов нынешнего столетия показывает, что относительно численности положение изменилось мало. Более значительные сдвиги происходили в структуре этой аудитории. Наиболее распространенное мнение: надо и впредь всемерно стремиться к ее увеличению. Наша же позиция иная: не увеличение числа посетителей как главный аргумент социальной значимости театра, а формирование и воспроизводство постоянной аудитории, обладающей устойчивым опытом общения с ним, эмоционально-эстетической культурой. На сегодняшний день выбор именно такой стратегии необходим для всех сценических коллективов, как в Минске, так и в других городах.

Конечно, наивно предполагать существование нормативной структуры аудитории, единой для всех коллективов. Она формируется и развивается (или регрессирует) вместе с театром, поэтому возможны и допустимы различные типы отношений. Более того, случайная аудитория необходима каждой

труппе, так как в конечном счете ее представители «рекрутируются» в театральную. Однако многое зависит от соотношения случайных и постоянных зрителей. Нормальная доля случайной аудитории должна быть в пределах 15–25%, а театральной – 50–70% [4, с. 129]. К сожалению, за последние десять лет доля первой существенно увеличилась, а постоянной – сократилась. Есть спектакли, аудитория которых на 60–70% состоит из случайных посетителей.

Цель статьи – выявление форм и вкусовых предпочтений зрительских потребностей в искусстве театра.

Структура аудитории театра.

Совершенно ясно, что театр жив своей постоянной аудиторией. Такие зрители – важнейший ее компонент. Если их число заметно уменьшается, то это приводит к необратимым последствиям в системе «театр–аудитория». Во-первых, сказывается на художественном уровне спектаклей и репертуара. Во-вторых, те, кто обладает устойчивым опытом общения с театром, развитым художественным вкусом, являются социальным «ферментом», который ускоряет процесс развития культуры, формирует мнение о труппе и спектакле среди потенциальных зрителей. Только с учетом этого и следует оценивать факт увеличения размера аудитории. Следовательно, выход из нынешней ситуации видится в первую очередь в изменении стратегии – стабилизации аудитории, формировании в ней постоянного ядра зрителей, привлечении наиболее передовых в социально-культурном отношении групп населения.

Социологические исследования свидетельствуют о некоторых важных изменениях. В частности, в середине 10-х годов нынешнего столетия заметен «отток» зрителей, связанных со сферой промышленности, науки, здравоохранения, культуры. Он сохраняется и поныне. Общая тенденция – увеличение случайной и молодежной аудитории. Наиболее стабильная часть зрителей – группы сферы образования, учащиеся (студенты и школьники). Впервые количественно отмечены в начале 10-х годов посетители из сферы бизнеса, административно-управленческой и безработные. В театре им. Я. Купалы и в Русском театре им. М. Горького доля их выросла в два раза. Хрестоматийным явля-

ется пример непопулярности театра в рабочей среде. Количество зрителей этой группы колеблется от 3 до 5,3%. Общая тенденция – сужение элитарной аудитории. Последнее означает отсутствие у большинства коллективов своей концепции развития, продуманной репертуарной политики, философского осмысления сложных общественных процессов, современных реалий.

По критерию сформированности интереса к театру (частота посещений, знание репертуара, наличие любимых актеров, стремление побывать в сценических коллективах других городов во время отдыха и командировок) можно выделить три группы. Первая составляет около 15% респондентов, для нее характерен устойчивый, высокий и, как правило, реализуемый интерес. Вторая имеет положительное отношение и понимание театра, но посещает его нерегулярно (25–30% опрошенных). Третья группа – это разовая часть аудитории (50–55% участников опроса), многие из этой группы пришли на спектакль впервые по случаю или из любопытства. Вместе с тем 53% опрошенных хотели бы бывать в театре чаще.

Театр и телевидение. Каждый сценический коллектив, включенный в контекст общей художественной культуры региона или города, автономно не существует. Он воспринимается в сравнении и сопоставлении с теле- и кинофильмом, со спектаклем по ТВ. Ориентации на театр стали сближаться, возможности трупп уравниваться, постановки нивелироваться. Смена актерских составов, растущая поляризация в условиях материально-технического и финансового обеспечения также не могли не сказаться на отношении населения к сценическому искусству.

Культурная жизнь столицы и периферийных центров в значительной степени потеряла свою автономию и оказалась подчинена духовному процессу страны в целом. Это произошло во многом благодаря гастролям, обмену с театрами других городов и, конечно же, в силу функционирования такого мощного средства массовой информации, как телевидение.

Кстати, значение его в общем подъеме культуры очень велико. Значит ли это, что оно вытесняет театр? Чтобы иметь право так утверждать, нужно сравнить данные

о средней частоте посещения театра одним жителем города в дотелевизионное и в телевизионное время. Но, к сожалению, дотелевизионных данных у нас нет, ведь основная часть исследований поведения человека в сфере художественной культуры относится к периоду распространения телевидения. Однако сопоставление ряда косвенных, сопутствующих сведений позволяет усомниться в справедливости категоричности мнений о том, что последнее изменило место театра в структуре интересов зрителей, что оно отбирает их прежде всего у коллектива, не выявившего свою художественную специфику, и, наоборот, расширяет аудиторию тех, у которых она есть.

Чтобы знать, имеет ли театр свою художественную специфику, зритель, во-первых, должен его посетить и составить об этом мнение и, во-вторых, уметь эту специфику понимать. Иными словами, часто рассматриваются взаимоотношения телевидения и подготовленного зрителя, а не проблема «телевидение-театр» в широком плане. Настоящий театр покинет не имеющий художественной специфики коллектив и без влияния домашнего экрана. У тех же, у кого сформировалась устойчивая потребность в общении с искусством сцены, телевидение ее не отнимет, и отнять не может. Но точно так же оно не способно само по себе, без участия самого театра, привить и любовь к данному искусству. Среди жителей городов много выходцев из села и небольших поселков. Они вне всякого сомнения смотрят телевизор, но не все обязательно пошли бы в театр при отсутствии его.

В свое время делалось немало прогнозов относительно того, что кинематограф, а в последствии и телевидение сделают театр ненужным. Время и действительность опровергли это. Прав был еще К. Станиславский, когда говорил: «Хороший театр будет всегда существовать и стоять во главе нашего актерского искусства. Заметьте, что я сказал *хороший* театр, потому что плохому не удастся тягаться с хорошим кино. Приятнее смотреть и слушать на экране Шалапина, чем смотреть в театре... среднюю или плохую труппу актеров» [4, с. 277].

Вместе с тем нельзя не учитывать, что телевидение существенно повлияло на всю структуру культурной деятельности людей, и особенно на выбор между общественно

организованными и индивидуальными, домашними формами досуга. Даже молодой человек, посещающий кинотеатр 50–60 раз в год, вдвое–втрое больше фильмов смотрит по ТВ [5, с. 214]. Сопоставление свидетельствует в пользу домашнего экрана.

Возьмем другой пример. За десять лет городской подросток просматривает (в кино и по ТВ) не менее тысячи фильмов, которые и составляют его зрительский багаж к тому времени, когда он получает возможность самостоятельно посещать «взрослый» театр. Следовательно, сегодняшний зритель, в особенности молодой, – это прежде всего (если судить по затратам времени) теле- и кинозритель. Какой бы аспект мы не взяли (факторы или мотивы посещения, выбор спектакля, предпочтение тех или иных коллективов, актеров, других деятелей и т. д.), характер массовых ориентаций в сфере сценического искусства во многом определен телевизионным и кинематографическим опытом зрителя, сложившимся на его основе установками и пристрастиями. Поэтому, изучая структуру и ориентации городской аудитории, мы специально выделили проблему взаимоотношения театра и телевидения в аспекте ее осмысления.

Мы не склонны считать зрительские самооценки вполне объективными показателями. Скорее всего, они выявляют определенные установки, ориентации тех или иных групп. Однако при всей субъективности эти оценки представляют несомненный интерес, поскольку показывают, какие стереотипы сложились в массовом сознании по данной проблеме.

Рассматривая эту взаимосвязь, в первую очередь важно выяснить, как зрители оценивают влияние телевидения на частоту посещений театра. Мнения разделились: более половины ответивших (63,1%) считают, что никакого влияния нет, 32,7% стали ходить в театр реже и только 4,2% – чаще [5, с. 214].

При всех издержках, которые несет замена живого контакта с телевизионным вариантом, выбор в пользу последнего может быть продиктован и мотивами эстетического порядка. Ибо художественный уровень лучших работ, транслируемых по ТВ, выше многих местных постановок. Не случайно 26% опрошенных из тех, кто перестал ходить в театр,

вполне удовлетворяются просмотром спектаклей по телевизору [5, с. 218].

Интересны данные исследования мнения минчан о ТВ как феномене культурной жизни [6, с. 46–47], тем более что среди опрошенных многие принадлежат к потенциальной театральной аудитории. При ответе на вопрос «Какие телепередачи вы обычно смотрите?» 81,5% поставили на первое место кино- и телефильмы. Данные предпочтения практически не зависят от возраста: у молодежи до 20 лет и у респондентов старше 60 лет те же 83,2%.

На втором месте программы новостей: их назвали 71,3%. Но здесь весьма существенны различия в возрастных группах: до 20 лет – 57,9%, старше 60 лет – 84%, т. е. чем старше зритель, тем больше внимания. Начиная с 40 лет новости на первом месте – выше кинофильмов. Статистически значимы и различия по полу. Женщины отдают предпочтение кинофильмам – 87,7%, затем новостям – 69%, мужчины – новостям – 74,1%, фильмам – 73,9%.

На третьем месте спортивные и развлекательные программы: их регулярно смотрят 48% минчан. Но если среди молодежи до 20 лет – 63,5%, то в группе старше 60 лет только 27,7%, т. е. в 2,5 раза меньше; у мужчин – 58,2%, у женщин – 39,7%. Собственно культурные программы смотрят 23,8% минчан, в том числе 30,3% – женщины, и 15,9% – мужчины; 13,7% – молодежь и 28,6% – старше 60 лет.

Телеканал «Культура» часто привлекает 11,7% минчан, редко – 45%, не смотрят его – 40,9% и вообще не слышали о нем – 2,3%. Последнее, возможно, объясняется отчасти тем, что во многих домах не обеспечен хороший прием этого канала. Но главная, основная причина – он пока не стал любимым и популярным у минчан. Косвенно об этом свидетельствует и то, что заметных отличий в ответах разных демографических и социальных групп нет.

Сегодня необходимо обеспечивать возможности каждому потенциальному зрителю общаться с живым сценическим искусством. Это реально лишь при условии всемерного развития сети театров. Несмотря на некоторые позитивные сдвиги в этом деле, возможности театрального обслуживания населения в Беларуси пока невысоки. Если

недавно на 1 млн человек у нас приходилось 3 театра, то в России – 3,2, в Англии – 8,9, во Франции – 9,6, в Швеции – 13,6, в Австрии – 24 театра. Не лучшая ситуация и в сравнении столиц. В Минске на 1 млн населения 7 театров, а в Москве – 20. В Вене – 63 [7, с. 394].

Сеть театров нашей страны стационарирована в городах, составляющих лишь 10% общего числа поселений городского типа. В них проживает около 40% всего населения. А 6 больших (с населением свыше 100 тыс. человек), 8 средних (от 50 до 100 тыс.) и 82 малых (до 50 тыс. человек) не имеют театры. Если добавить, что только Минск имеет театры всех видов – и музыкальные, и драматические, и детские, картина неравномерности возможностей постоянного общения со сценическим искусством станет еще более ощутимой.

Рамки телевизионной аудитории, конечно же, значительно шире, чем театральной. И если не каждый телезритель интересуется театром и бывает в нем, то основная часть зрителей – те, кто имеет определенный телевизионный опыт, что, безусловно, оказывает влияние на характер их ориентаций. Нами установлено, что сформировалась довольно значительная группа потенциальных зрителей, у которых интерес к сценическому искусству и регулярный просмотр телеспектаклей и театральных передач сочетаются со сравнительно редким посещением театров. Так, передачи о театре регулярно смотрят две трети опрошенных (в том числе 47,1% – систематически и только 11,1% – случайно).

Плюсы и минусы телевидения. Следует различать два основных направления зрительских интересов. С одной стороны, ежедневное общение с телевидением и сравнительно редкое – с театром приводит к тому, что некоторая часть зрителей, и особенно молодежи, по-настоящему не осознает специфику театра как особого вида искусства с его преимуществом непосредственного, живого контакта. Такие зрители в основном удовлетворяются телевизионным вариантом спектаклей и прекращают (либо значительно ограничивают) свои контакты с театром. Как правило, они пассивные потребители художественной информации и не отличаются высоким художественным вкусом. С другой стороны, телевидение способно как бы дополнять и расширять реги-

ональные рамки сценического искусства. Знакомя публику с лучшими постановками, оно существенно влияет на формирование запросов, которые, как мы видим, далеко не всегда находят удовлетворение в местных театрах. Дополняя активный, живой контакт с театральным искусством, телевидение способствует воспитанию высоких художественных потребностей. Рост эстетических вкусов такой группы связан с избирательностью просмотра и тоже с некоторым сокращением посещаемости театров – особенно тогда, когда они не могут удовлетворить возросшие требования.

Конечно же, при телевизионном просмотре спектакль неизбежно теряет ряд своих достоинств. Телеэкран способен передавать скрытые, порой незаметные для зала постановочные элементы, оттенки, детали игры актера, его мимику и т. д. Поэтому отсутствие понимания специфики телевидения при показе, невысокий уровень телережиссуры, операторов могут в некоторых случаях мешать и даже наносить ущерб художественным вкусам зрителей, не только не пропагандировать, а скорее компрометировать некоторые постановки, усиливая их слабости. В качестве одного из неудачных примеров можно привести показ по телевидению хрестоматийного купаловского спектакля «Павлинка». Записанный из зрительного зала без учета сценических особенностей постановки и телевизионной специфики, он оставил у большинства впечатление художественно слабого произведения, послужил поводом для замечаний и критических выступлений. Однако многие претензии следует отнести не к самому спектаклю и коллективу купаловцев, а к тем, кто обеспечивал телевизионный показ. К сожалению, такие случаи не единичны.

Со времени изобретения книгопечатного станка и развития печати образованное население было, если можно так выразиться, литературоцентристским: эстетические представления о мире формировались в основном литературой. Резкое развитие кино привело к тому, что у нас выросли поколения, которые можно назвать киноцентристскими: во многом стиль мышления, система ценностей, стандарты поведения, эстетические представления формировались у них не посредством литературы, как раньше, а

некоторые вообще знакомы с литературными произведениями только по кино.

Как отразилось на судьбе театра отношение к нему этих и последующих поколений? Социологи и театроведы заметили, например, что воспитанный на кино и телевидении зритель требует от театра жизнеподобия. Вот цитаты из анкет: «Мне не нравятся спектакли, которые ставятся без декораций или с примитивными декорациями»; «Я против условности в декорациях – сейчас не времена Шекспира». Почти половина нынешних зрителей больше всего ценят спектакли жизнеподобные.

Трудно представить, к чему приведут эти сложные процессы, но успокаивать себя тем, что театр существовал почти 3000 лет и будет существовать впредь, по меньшей мере, недальновидно – хотя бы потому, что пусть и относительно недавно, но у него появились серьезные конкуренты: кино – более 100 лет назад и телевидение – более 50.

Конечно же, невозможно строить оптимистичные (впрочем, как и пессимистические, как и вообще любые другие) прогнозы на основе лишь одной переменной, например росте уровня образования. Известно, что среди зрителей доля с высшим и незаконченным высшим образованием почти в 10 раз больше, чем их доля в населении республики в целом. Но театр – составная часть сложнейшего явления – культуры, и его судьба связана с целым комплексом происходящих в ней процессов, которые, к сожалению, мы представляем себе весьма приблизительно.

Заключение. Если учесть силу инерции, характерную для процессов, происходящих в культуре, ждать в ближайшее время столь утешительного прогноза, очевидно, не следует. Нам кажется, что именно это соображение должно определять сегодня театральную политику.

Предстоит трудная, постоянная, кропотливая работа по воспитанию каждым сценическим коллективом своего зрителя. Нужно помнить, что категорически противопоказана погоня за увеличением числа посетителей любой ценой. Театр должен удерживать тех, кто уже пришел в него, увеличивать не аудиторию вообще, а именно постоянную. Для этого следовало бы восстановить естественную преемственность поколений

зрителей, которая сейчас обрывается на подростках. Необходимо воспитывать в будущих посетителях театра высокую культуру. Вместе с тем, в свое время В. Мейерхольд отмечал, что никогда не следует формально подготавливать их к пониманию пьесы: «Натаскивать зрителя – значит лишать его той душевной чистоты и той наивности, которая так ценна в зрителе, когда он является на спектакль для соучастия в театротворчестве» [8, с. 483].

Театр ныне еще очень слабо ориентируется в рыночных отношениях. Коммерциализацию своей деятельности он видит лишь в установлении максимально возможных цен на билеты и в поиске спонсоров. Это хотя и важные аспекты в новых условиях, но не единственные.

Исходным и главным в теперешней социально-экономической обстановке должно стать глубокое знание «потребителя» сценического искусства – знание не вообще, а очень адресное, конкретное и дифференцированное. Нужно изучать социально-профессиональный и образовательный портреты как реального, так и потенциального зрителя, а также численность, территориальное распределение и т. д. Это способствовало бы лучшему, более глубокому самоопределению театров и укреплению их связей с аудиторией.

Практика свидетельствует, что постоянный социологический мониторинг взаимодействия театра и аудитории – эффективное средство, способствующее, с одной стороны, повышению уровня сценического искусства, с другой – повышению уровня культуры населения в целом и его различных социально-демографических групп в частности.

Мы знаем театры, где немало свободных мест, и те, куда на многие спектакли попасть очень трудно, – там интересно! И потому видеть их спектакли становится настоящей потребностью публики, нравственной необходимостью. Такие постановки захватывают целиком, пробуждают готовность к соучастию, сопереживанию, к эмоциональному обновлению и духовному порыву. К. Станиславский отмечал: «Зритель, как артист, является творцом спектакля, и ему, как исполнителю, нужна подготовка, хорошее настроение, без которых он не может воспринимать впечатлений и основ-

ной мысли поэта и композитора» [9, с. 264]. Театр должен не «учительствовать, а образами увлекать зрителя и через образы вести к идее пьесы <...> Не может быть большого искусства без большой мысли и большого зрителя» [10, с. 315; 339].

ЛИТЕРАТУРА

1. Жидков, В. С. Принципы типологии театров / В. С. Жидков, Б. Я. Рубинштейн, Б. Я. Семенов // Театр и наука (Современные направления в исследовании театра): сб. ст. / М-во культуры СССР. Ин-т истории искусств; ред.-сост. Н. А. Хренов. – М.: ВТО, 1976. – С. 251–269.
2. Дадамян, Г. Проблемы аудитории театров / Г. Дадамян // Проблемы социологии театра: сб. ст. / М-во культуры СССР. Ин-т истории искусств; ред.-сост. Н. А. Хренов. – М.: ВТО, 1974. – С. 111–130.
3. Юдциц, Г. Социально-демографическая аудитория театра Беларуси и ее динамика (Социологическое измерение) / Г. Юдциц // Беларусь. сучас. мастацтвазнаўства і крытыка: Праблемы адаптацыі да новых рэальнасцей: зб. / М-ва культуры Рэсп. Беларусь. Беларус. саюз. літ.-маст. крытыкаў. Беларус. акад. мастацтваў; адк. рэд. Р. Б. Смольскі. – Мінск: Арты-Фэкс, 1998. – С. 276–289.
4. Станиславский, К. С. Собр. соч.: в 8 т. / К. С. Станиславский. – М.: Искусство, 1954–1961. – Т. 6: Статьи, речи, отклики, заметки, воспоминания. 1917–1938 /

сост., ред. и коммент. Н. Н. Чушкина и Г. В. Кристи. – 1959. – 466 с.

5. Богданович, Л. Театр и телевидение / Л. Богданович // Проблемы социологии театра: сб. ст. / М-во культуры СССР. Ин-т истории искусств; ред.-сост. Н. А. Хренов. – М.: ВТО, 1974. – С. 212–226.

6. Культурный комплекс г. Минска и пути повышения эффективности его работы / В. А. Бобков, А. С. Майхрович, А. В. Рубанов, С. А. Шавель. – Минск: МНИИ соц.-эконом. и полит. проблем, 2001. – 63 с.

7. Смольскі, Р. Б. Беларускі тэатр 90-х: праблемы рэфармавання і развіцця / Р. Б. Смольскі // Гуманітарныя і сацыяльныя навукі на зыходзе XX стагоддзя / НАН Беларусі. – Мінск, 1998. – С. 394–401.

8. Мейерхольд, В. Э. Статьи. Письма. Речи. Беседы: в 2 ч. / В. Э. Мейерхольд; общ. ред. и вступ. ст. Б. И. Ростоцкого. – М.: Искусство, 1968. – Ч. 2: 1917–1939. – 643 с.

9. Станиславский, К. С. Собр. соч.: в 8 т. / К. С. Станиславский. – М.: Искусство, 1954–1961. – Т. 3: Работа актера над собой в творческом процессе воплощения / ред. В. Н. Прокофьев. – 1955. – 502 с.

10. Станиславский, К. С. Собр. соч.: в 8 т. / К. С. Станиславский. – М.: Искусство, 1954–1961. – Т. 6: Статьи, речи, отклики, заметки, воспоминания. 1917–1938 / сост., ред. и коммент. Н. Н. Чушкина и Г. В. Кристи. – 1959. – 466 с.

Поступила в редакцию 23.03.2016 г.