

Секция «Развитие российского театра и новые подходы к театральному
продюсированию»

**Инструменты медиапродвижения Музыкального театра имени К.С.
Станиславского и Вл. И. Немировича-Данченко в 104-м театральном сезоне
2022-2023 года**

Научный руководитель – Вьюгина Дарья Михайловна

Кильошик Екатерина Вадимовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет
журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: kilyushik_katya@mail.ru

Развитие соцсетей Музыкального театра имени К.С. Станиславского и Вл. И. Немировича-Данченко во время 104-го театрального сезона интересно с точки зрения нескольких факторов.

Первый из них — это нишевость темы: маркетинг исполнительских искусств, и особенно — академических искусств, имеет свою специфику в силу элитарности жанра. Он требует подготовки в виде необходимого минимума образования для восприятия происходящего на сцене, чтения либретто, достаточно стабильного финансового положения и прочих особенностей, которые выделяют в своей книге “Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств” Джоан Шефф и Филип Котлер [1].

Во-вторых, предшествующие два театральных сезона пришлись на эру больших потрясений: пандемии и начала спецоперации РФ на территории Украины. Эти события повлекли за собой ряд серьезных изменений для индустрии:

1. подчеркнули необходимость присутствия театров в онлайн, что стало очевидно во время острой фазы пандемии Covid-19, когда учреждения культуры были закрыты, а затем открыты, но при условии соблюдения определенных ограничений по заполняемости залов [2].

2. привели к закрытию нескольких крупных площадок, которые обеспечивали присутствие театров в онлайн (например, признанной экстремистской организацией в РФ Meta и её “дочек”) и созданию новых, еще не освоенных медиаменеджерами платформ: соцсетей Now, Rekee [3], Yarru.

В-третьих, Музыкальный театр имени К.С. Станиславского и Вл. И. Немировича-Данченко принадлежит к театрам “золотого сечения”, которые, в отличие от “имперских” (например, Большого или Мариинского), не обладают достаточным объемом господдержки и должны с большей активностью бороться за внимание зрителя.

Именно поэтому, исходя из вышеперечисленных пунктов, изучение работы Музыкального театра в области медиапродвижения в относительно стабильный сезон 2022-2023 гг. (по сравнению с сезонами 2020-2021, 2021-2022 гг., на которые пришлись события, которые уже упоминались в этой работе) можно считать очень актуальным для понимания направления развития отрасли.

По итогам исследования, было выяснено, что целевая аудитория сайта Музыкального театра, согласно данным Similarweb [4], — преимущественно молодежь: люди в возрасте от 25 до 34 лет (34,24% от числа пользователей сайта), также много представителей более старшей возрастной группы — от 35 до 44 лет (21,64%). По гендерному признаку в целевой аудитории преобладают женщины — 67,14%.

Что интересно, целевая аудитория сообщества МАМТ ВКонтакте несколько отличается от этих данных: пользователи сообщества — в основном женщины (72%) в возрасте от 45 лет (25,1%). Сегмент молодых подписчиц сообщества в возрасте от 24 до 35 лет суммарно составляет 15,2%.

За последние три месяца сезона 2022-2023 годов прослеживается положительная динамика в показателях посещаемости сайта: с декабря по январь он вырос почти на 1,5%, в сравнении с ноябрем январский показатель показал рост почти на 7%.

Кроме того, наблюдается улучшение в статистике сообщества в соцсетях: например, количество подписчиков в группе МАМТ ВКонтакте [5] увеличилось с 8 391 (сентябрьский показатель) до 10 565 (на момент 3 марта).

Такие изменения связаны с пересмотром подхода к ведению сообщества: пресс-отдел театра стал реже публиковать информацию о днях рождениях артистов или списке составов и уделил больше внимания содержанию контента, посвященного постановкам — такие посты стали носить более образовательный характер и лучше привлекать внимание пользователей.

Росту количества аудитории также способствовало проведение конкурсов на сторонних площадках. Например, в конце февраля-начале марта 2023 в самом крупном сообществе ВК, посвященном творчеству Уильяма Шекспира [6], был проведен розыгрыш билетов на постановку оперы Верди “Макбет”, который за неделю принес сообществу МАМТ ВКонтакте 143 подписчика.

Кроме того, как было выяснено в ходе интервью с представителем пресс-отдела театра Анной Жуковой, МАМТ планирует и дальше уделять внимание разнообразию контента — внедрять новые рубрики и форматы.

Например, в марте в соцсетях была запущена рубрика #Рахманинову150, в рамках которой в сообществе театра ВКонтакте публикуются интересные факты о творчестве и жизни композитора, а также архивные фотографии и истории артистов театра, связанные с его произведениями. Событие приурочено к 150-летию юбилею композитора 1 апреля.

Кроме того, в настоящее время ведётся работа по установлению партнерского сотрудничества с командой ВКонтакте, а также другими крупными медиа.

Помимо всего прочего, театр занимается организацией и проведением образовательной деятельности: существует просветительский проект “МАМТ Клуб”, в рамках которого проходят экскурсии по закулисам и театральным цехам, а также лекции, открытые репетиции и мастер-классы для всех желающих [7].

Проведенное исследование показало, что МАМТ имени Станиславского и Немировича-Данченко ведет активную работу по медиапродвижению спектаклей в сезоне 2022-2023 гг..

Источники и литература

- 1) Котлер Ф., Шефф Дж. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств./Н. Енукидзе. – М.: Классика XXI, 2004. – 687 с.
- 2) Музыка в осаде: как коронавирус повлиял на музыкальную индустрию URL: <https://www.classicalmusicnews.ru/news/coronavirus-influences-music/> (дата обращения: 19.03.20)
- 3) Почему в России до сих пор не появился аналог Instagram (прим.ред.: признан экстремистской организацией и запрещен в РФ)/Forbes/ URL: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/481984-pocemu-v-rossii-do-sih-por-ne-poavilsa-analog-instagram> (дата обращения: 03.01.2023)
- 4) Similarweb. URL: <https://www.similarweb.com/ru/> (дата обращения: 03.03.2023)
- 5) МАМТ им. Станиславского и Немировича-Данченко/ВКонтакте. URL: <https://vk.com/mamtmusic> (дата обращения: 03.03.2023)
- 6) Уильям Шекспир/ВКонтакте. URL: <https://vk.com/aboutwilliamshakespeare> (дата обращения: 03.03.2023)
- 7) МАМТ Клуб/Официальный сайт МАМТ имени Станиславского и Немировича-Данченко. URL: <https://stanmus.ru/studio/about/> (дата обращения: 03.03.2023)