



Кризис «жанра» или мерило популярности?

Занятные дела творятся в театральной сфере Тюменской области. Один местный билетный оператор приобрел множество билетов на спектакли Тюменского драматического театра.

И можно было бы подумать, что руководитель онлайн-проекта захотел устроить массовый культурный отдых для сотрудников организации – но нет. Теперь оператор перепродает эти билеты. По завышенной цене, естественно. Что бы это значило?

А вариантов несколько. Во-первых, это свидетельствует о популярности Тюменского драматического театра. Предприниматели не стали бы покупать билеты на мероприятие, заведомо не могущее собрать аншлаг или хотя бы значительную публику. С другой стороны, если из-за завышенной цены часть билетов окажется не приобретенной реальными людьми, в зале будут зиять дыры, а это, наверно, не так приятно для актёров. Но, тем не менее, театр всё равно получает материальную прибыль. С третьей стороны – зачем популярному билетному оператору открыто наживаться на разнице в цене билетов драматического театра? Не свидетельствует ли это о кризисе внутри кампании? Или больше – внутри самой системы продажи билетов на культурные мероприятия на Интернет-сайтах?

А что вы думаете по этому поводу?