



Театр МОСТ – ТЕАТР  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ  
ЭПОХИ



## О ТЕАТРЕ

**Театр МОСТ** — это современный театральный центр интеллектуальной культуры Москвы, камерный театр новой эпохи, объединяющий художественные традиции почти трёх столетий с инновационными образовательными и культурными проектами.

МОСТ работает в формате **погружённого театрального опыта**, где ключевыми ценностями становятся близость к зрителю, живой диалог и персональный контакт, невозможный на больших площадках. Театр располагает **двумя камерными сценами в самом сердце Москвы**, оснащёнными для проведения спектаклей, лабораторий, лекций, документальных театральных проектов и образовательных инициатив.

Труппа театра — уникальный культурный феномен Москвы. На сцену выходят **профессиональные актёры ведущих театральных школ**, а также **учёные, кандидаты и доктора наук**, специалисты в области медицины, бизнеса, инженерии, искусства и гуманитарных наук. Такой междисциплинарный состав создаёт интеллектуальную среду, в которой искусство становится инструментом мышления.

Театр МОСТ — это:

— **33 спектакля**

— **22 000+ зрителей ежегодно**

— участие в международных театральных фестивалях в России и зарубежом

— собственная **Театральная школа МОСТ**, формирующая новое поколение артистов и режиссёров

— культурные проекты, изучающие наследие XX века, поэтические эпохи, биографии писателей и ключевые темы гуманитарных наук

## ЗАДАЧА

**В условиях растущего интереса москвичей к интеллектуальным форматам досуга и камерным культурным пространствам перед театром стоит задача масштабного развития коммуникаций. Для выхода на аудиторию 18-35, усиления присутствия в социальных сетях и расширения культурного влияния требуется новая коммуникационная стратегия, учитывающая современные тренды, медиапотребление и язык молодых городских сообществ.**

## 1. Коммуникационная стратегия

Опишите ключевые месседжи, позиционирование, voice & tone, канальную модель, медиаплан, коммуникационные смыслы, потенциал роста театра в эпоху «интеллектуальных аудиторий».

## 2. Инструменты выхода на ЦА 18–35 лет

SMM-форматы, спецпроекты, событийные механики, коллаборации, вирусные элементы, работа с культурными трендами, UGC и др.

## 3. Концепция развития социальных медиа

- новый образ цифрового бренда
- рубрикатор
- контент-матрицу
- визуальную концепцию
- tone of voice
- механики роста
- план интеграций и инфлюенсеров
- работу с сообществами вокруг интеллектуальной культуры, студентов, театралов и креативного класса Москвы

### 1. **Молодёжь 18–35 лет**

- особое внимание: студенты, молодые профессионалы
- культурно любопытные, ищущие новые интеллектуальные форматы досуга

### 2. **Социально активные молодые люди**

- следящие за трендами
- интересующиеся культурой во всех аспектах

### 3. **Лидеры мнений в сфере культуры**

- театральные критики
- блогеры о культуре
- кураторы, модераторы сообществ

### 4. **Москвичи, часто посещающие театры**

- аудитория камерных театров
- предпочитающие глубокий зрительский опыт

### 5. **СМИ и социальные медиа**

- городские lifestyle-медиа
- телеграм-каналы о культуре
- театральные и образовательные медиа
- студенческие медиа

### 6. **Специалисты в области театра и культуры**

- педагоги
- режиссёры
- театроведы
- представители культурных институтов

*Все идеи должны быть реалистичными и реализуемыми.*  
Участники могут предлагать как масштабные концепции, так и

## ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

точечные решения — главное, чтобы они были продуманными и релевантными.

**Целостное, стратегически выстроенное и визуально оформленное решение, включающее:**

### 1) Чёткое позиционирование театра МОСТ

- подробно обоснованная роль театра в культурной экосистеме Москвы
- обновлённый образ бренда «театр интеллектуальной эпохи»
- формирование уникального конкурентного преимущества в нише камерных театров

### 2) Концепт работы с аудиторией 18–35 лет

- конкретные тактические инструменты
- форматы, которые действительно будут работать на поколение Z и молодых миллениалов
- механики вовлечения и удержания
- возможность вирусности и UGC
- реалистичные точки контакта, от digital до офлайна

### 3) Концепт развития социальных сетей

- визуальная концепция: стиль, айдентика, moodboard
- tone of voice и принципы коммуникации
- рубрикатор
- SMM-стратегия роста и контент-план
- предложения по Reels/TikTok-форматам
- планируемая динамика аудитории на 3–6 месяцев
- идеи коллабораций с инфлюенсерами и креативными сообществами

### 4) Практическая реализуемость

## КОНТАКТЫ

**ДАРЬЯ ЧУДНАЯ,**  
**Театр «МОСТ»**  
**@spasemagacolla**

