

1. Смаргович, И.Л. Культурно-досуговая индустрия: сущность и содержание / И.Л. Смаргович // Веснік Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў. – 2007. – № 8. – С. 109–115.

2. Смаргович, И.Л. Основные тенденции развития культурно-досуговой сферы в Беларуси на современном этапе / И.Л. Смаргович // Беларуская культура ва ўмовах глабалізацыі : матэрыялы навуковай канферэнцыі, прысвечанай 35-годдзю БДУКМ (3 снежня 2010 г.) : [у 2 т.] / Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў. – Мінск, 2011. – Т. 2. – С. 52–56.

**Киселева Н.И.**, студ. 402 а гр.

Научный руководитель – Домашевич Н.А.

**ОСОБЕННОСТИ ТЕАТРАЛЬНО – ГАСТРОЛЬНОГО  
МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО МУЗЫКАЛЬНОГО АКАДЕМИЧЕСКОГО  
ТЕАТРА**

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь на 2015 г. на первом месте по посещаемости – Национальный Академический Большой театр оперы и балета, на втором – Белорусский государственный академический музыкальный театр, на третьем – Национальный академический театр [2]. Это связано со спецификой музыкального спектакля, сочетающего в себе музыкальную и основу, вокал, хореографию и драматургическую часть в различных сообщениях, что способно удовлетворить эстетические потребности практически любого зрителя. Свою роль играет жанровое разнообразие воплощаемых на сценах музыкальных театров спектаклей: от классического балета до

мюзиклов, незатейливых музыкальных комедий и таких «жанровых модификаций», как рок-опера. Таким образом, в репертуаре музыкального театра Беларуси зритель практически любой категории и эстетической подготовленности сможет найти привлекательный «продукт».

В репертуаре Белорусского государственного музыкального театра более тридцати разножанровых постановок. В его афише представлены классическая оперетта, мюзикл, музыкальное ревю, музыкальная комедия, комическая опера, рок-опера, опера, балет, музыкальные спектакли для детей, разноплановые концертные программы, в том числе и с участием других творческих коллективов и солистов, конкурсы и фестивали, обменные гастроли. Начиная с 2010 г. коллектив музыкального театра начал развивать свою гастрольную географию, в первую очередь, со специальными проектами по Республике Беларусь и по странам СНГ и ближнего зарубежья в рамках программ межгосударственного культурного обмена. Так, за период с 2010 по 2016 гг.) осуществлено более 60 гастрольных поездок со спектаклями и концертными программами в пределах Республики Беларусь (Брест, Кобрин, Барановичи, Гомель, Гродно, Могилев, Витебск, Полоцк, Бобруйск, Борисов, Мир, Несвиж). А также за пределами – в России (большие гастроли в Туле, Калуге, Смоленске, Екатеринбурге), Республике Карелия (Петрозаводск), Литве, Латвии, Польше, Чехии, Испании, Португалии, Китае, Германии. Театр в 2015–2016 гг. активно продолжает расширять творческие контакты с музыкальными театрами Прибалтики и СНГ [3].

Театрально – гастрольная деятельность находится в центре внимания политических элит. Советом министров Республики Беларусь разработан понятийный аппарат, который используется в сфере гастрольной деятельности. В Постановлении № 1130 от 10 сентября 2004 г. под гастрольной деятельностью понимается «деятельность по организации и

проведению с участием артистов концертов, спектаклей, цирковых программ, представлений и иных культурно-зрелищных мероприятий, предусматривающая получение доходов» [1].

Понятие «Театральный менеджмент» следует определять, как управление профессиональными и социально-экономическими процессами в театре с целью экономического эффекта от театральной деятельности в условиях рыночной экономики. Театральный менеджмент представляют в виде системы, состоящей из четырех основных механизмов [5].

Во-первых, это организационно-административный механизм. Он, как правило, оказывается на первом плане театрального менеджмента как система распределения полномочий и функций, фиксируемых в организационных документах. Организационно-административный механизм можно понимать, как аппарат управления театральной деятельностью. Он включает в себя организационные структуры и штатное расписание театра, организационное взаимодействие и организационную культуру. Нам представляется главным в нем обусловленность организационно-профессиональных иерархий устойчивой ориентацией на успешность в реализации театрального продукта.

Во-вторых, это работа с персоналом, которую можно определить, как систему подготовки, подбора и расстановки компетентных театральных специалистов, а также формирование и развитие в них мотивации к инициативному, ответственному и эффективному труду. Актуальным является создание команды единомышленников, формирование и развитие мотивации к продуктивной творческой деятельности.

В-третьих, экономический механизм, под которым мыслится система ресурсного обеспечения, включающая финансовые и материально-технические ресурсы, хозяйственное взаимодействие, ресурсное обеспечение, механизмы хозяйственного расчета и экономического

стимулирования. Очевидно, что сейчас управлять театром без экономического механизма абсолютно невозможно.

В-четвертых, информационный механизм – соотношение и взаимосвязь управленческих решений, планирования, учета и контроля. Именно он является исключительно менеджментным механизмом, поскольку соединяет в управлении театром предыдущие три механизма и приводит в действие совокупную театральную жизнь. Менеджер – это управленец, который в силу должностных обязанностей принимает решения по различным вопросам театральной деятельности [4].

Рассматривая театральный менеджмент как совокупность принципов, средств и форм организации театральной деятельности отметим, что современное сценическое искусство не может обойтись без реализации организационно-технических и экономических методов воздействия на зрительскую аудиторию. Одной из составляющих особенностей менеджмента является организация театрально-гастрольного тура, которым занимается тур-менеджер, ведь менеджер стремится выстроить его так, чтобы, во-первых, расстояния между городами были минимальными, а во-вторых, даты выступлений стояли как можно плотнее. Также в должностные обязанности тур-менеджера входит: 1) организация рекламы проектов (СМИ, наружная реклама), договоренности с прессой, составление макетов афиш, банеров, составление текстов аудиорекламы на радиостанциях. 2) исполнение условий райдера артиста (технические и бытовые условия). 3) прием гастрوليрующей группы. Расселение, организация питания. Проведение спектакля, концерта, шоу. Выполнение всех сопутствующих обязанностей. 4) контроль за работой администраторов / ивент-менеджеров. Исполнение администраторских обязанностей по необходимости. Число зарубежных гастролей музыкального театра, в период с 2010 по 2016 г. увеличивается. Во многом

выезд за рубеж связан с участием в международных фестивалях, где показывается 1–2 спектакля.

Таким образом, Белорусский государственный музыкальный театр стремительно развивает гастрольную деятельность со странами СНГ и ближнего зарубежья, соблюдая развитие современного театрального менеджмента и испытывая на себе закономерности рыночных механизмов и экономических отношений, господствующих в обществе. Реагируя на меры культурной политики государства и социально-культурные процессы в обществе, главные усилия театрального менеджмента должны быть направлены на стремление к максимальному учету потребностей рынка запросов и интересов широкой публики. Организация гастролей за рубежом – сложная и многоэтапная задача, требующая не только опыта и высокопрофессиональных знаний, но и постоянного контроля и мониторинга на протяжении всей работы. Помимо необходимости перевезти театральный реквизит, зачастую негабаритный, хрупкий и нестандартный, руководству необходимо решать еще и вопросы по таможенному оформлению такого груза, а также решению проблем, возникающих в процессе гастрольной деятельности.

---

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 10 сентября 2004 г. № 1130 «Об утверждении Положения о порядке организации гастрольной деятельности на территории Республики Беларусь» [Электронный ресурс] / Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. – Минск, 2015. – Режим доступа : <http://pravo.levonevsky.org/bazaby09/sbor48/text48984.htm>. – Дата доступа : 26.02.16.

2. Белорусское телеграфное агентство [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belta.by>. – Дата доступа : 27.02.16.

3. Белорусский государственный академический музыкальный театр [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http:// www.musicaltheatre.by](http://www.musicaltheatre.by). – Режим доступа : 27.02.16.

4. Алешина, И.В. Паблик Рилейшенз для менеджеров и маркетеров / И.В. Алешина. – Москва, 2008. – 168 с.

5. Ропо, А. Менеджмент театральной постановки: конфликт, коммуникации и компетентность [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.culture29.ru/upload/medialibrary/334/334daf78e52be55dc624c3f4620ce3d3.pdf>. – Дата доступа : 27.02.16.

**Клепча Н.Д.**, студ. 311 а гр.

Научный руководитель – Макарова Е.А.

## **ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ БЕЛАРУСИ В СМИ ПОСРЕДСТВОМ РЕКЛАМНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

На сегодняшний день туризму придан статус одного из приоритетных направлений в развитии экономической деятельности Республики Беларусь. В условиях современного рынка возрастает конкурентность среди туристической деятельности, что вызвано массовым открытием туристических фирм по различным направлениям.

Согласно данным, предоставленным Национальным статистическим комитетом Республики Беларусь, с 2005–2015 гг. число организаций, занимающиеся туристической деятельности возросло с 402 до 1 364 организаций [4, 6]. Что делает рынок переполненным различного рода туристическими предложениями как выехать за рубеж, так и совершить путешествие по регионам Беларуси. Также стоит отметить, что возрастает