

Хотя ритм кажется не первостепенным в мюзиклах, он действительно является неотъемлемой частью различных видов искусства. Язык тела, танцевальные движения в мюзикле должны соответствовать истории и ритму музыки. Скорость ритма также определяет тип и стиль танца и музыкального сюжета. Танцевальные движения меняются с разными ритмами. Сочетание танцевальных движений и ритма может показать внутреннюю силу персонажей. Согласно вышеизложенному, очевидно, что способы отображения танцевальных движений в мюзикле связаны с формированием персонажей, стилем, ритмом, сюжетом и т. д., а также оказывают большое влияние друг на друга.

---

1. Цзе, Цю. О комплексном художественном выражении пения и движения тела в музыкальном исполнении / Цю Цзе. – Сы Чуань : Издательство Сычуань, 2015 – 90 с. = 区洁. 论音乐剧表演中歌唱与形体动作的整合艺术表现, 2015. – 90 页.

2. Цзин, Ян. Исследование навыков пения в мюзиклах и преподавании / Ян Цзин – Нань Цзин : Нанкинская Академия Искусств, 2016. – 26 с. = 杨静. 音乐剧演唱中美声与流行唱法相融之研究及其教学探讨, 2016. – 26 页.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕТИ ИНТЕРНЕТ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОДЮСЕРА**

*Д. Ю. Матуйзо,*

*старший преподаватель кафедры менеджмента социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств»*

На сегодняшний день уже ни у кого не возникает сомнений в том, что сеть Интернет играет громадную роль во многих сферах профессиональной деятельности. Сфера культуры не является исключением. В данной статье мы выделим ряд основных функций, которые выполняет сеть Интернет в рамках продюсерской деятельности.

Особую актуальность данному исследованию придает то, что его результаты могут быть использованы далеко не только собственно продюсером. Существует довольно большой круг специалистов в сфере культуры, которые так или иначе решают задачи, близкие к продюсерским. Это руководители организаций культуры (особенно театрально-зрелищных) и их структурных подразделений, художественные руководители и директора коллективов художественного творчества и ряд других

специалистов. Даже рядовой работник культуры или искусства уже не вправе игнорировать те возможности, которые дает сеть Интернет.

Функция инструмента маркетинговых коммуникаций является, на наш взгляд, самой очевидной и наиболее реализуемой. В контексте данного вопроса весьма уместно будет вспомнить об интернет-маркетинге, который на сегодняшний день является самым востребованным направлением маркетинга.

Под интернет-маркетингом мы понимаем совокупность технологий, направленных на исследование рынка (об этом подробнее будет сказано в рамках следующей функции), продвижение продукта или услуги на рынке, а также формирование прочных связей между производителем и потребителем при помощи возможностей, которые дает сеть Интернет. Именно две последние задачи реализуются при помощи маркетинговых коммуникаций, к которым относятся реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта и личные продажи. Данная тема представляет собой весьма обширный пласт теории и практики, который довольно хорошо разработан, поэтому подробно останавливаться на этом в рамках нашей статьи мы не будем.

Сеть Интернет содержит огромный массив информации обо всех реальных и потенциальных субъектах внешней маркетинговой среды продюсерского проекта. Без тщательного анализа этих данных продюсер не только не сможет успешно реализовать свой проект, но и в принципе создать востребованный культурный продукт. Приведем несколько примеров таких исследований.

Важнейшим инструментом анализа целевой аудитории и, в частности, ее реакции на действия продюсера в рамках проекта является использование социальных сетей, например, ВКонтакте. Работа в соцсетях позволяет не только сформировать так называемое комьюнити (группу поклонников, например, музыкального исполнителя), но и детально изучить потребителя. Это дает возможность составить портрет потребителя на основе использования ряда критериев сегментации – пол, возраст, социальный статус, материальное положение, регион проживания и многие другие. Более того, использование различных способов коммуникации с аудиторией (чаты, опросы, голосования, блоги и т. д.) и методов стимулирования продаж (акции, розыгрыши, репосты сообщений и т. д.) помогают понять поведение потребителя, его реакцию на различные действия в рамках проекта (например, смена имиджа артиста или музыкальной стилистики). На основе этих данных можно не только корректировать свои действия в рамках проекта, но и прогнозировать потенциальный спрос.

Незаменим интернет и при анализе конкурентов. Существует возможность изучить их действия на основе открытых данных, которые они сами же размещают; оценить эффективность этих действий, их сильные и слабые стороны. Только отталкиваясь от этого, появится шанс сформулировать и реализовать конкурентоспособную стратегию реализации нашего проекта. Та же ситуация с партнерами, найти которых проще всего посредством изучения данных в сети Интернет.

Функция канала доставки продуктов и услуг потребителю особенно актуальна для специалистов, занятых в процессах создания, продвижения и реализации (продажи) музыкальных, аудиовизуальных и литературных произведений.

Развитие современных технологий привело к тому, что такие произведения могут не только существовать в физической форме (уже ранее для их фиксации и хранения использовались соответствующие носители информации – бумага, грампластинки, кассеты с магнитной лентой, оптические диски и т. д.), но и в отрыве от какого-либо носителя информации. Речь идет о цифровом способе передачи информации.

Сеть Интернет превратилась, помимо прочего, в своего рода магазин, где в электронном формате продаются музыкальные произведения, книги, кинофильмы и многое другое. Данный способ реализации культурного продукта имеет ряд существенных преимуществ перед использованием традиционных носителей информации. К ним можно отнести следующие: удобство для потребителя (приобрести и воспользоваться продуктом можно где угодно и с различных электронных устройств); возможности бесконечного тиражирования (ранее один оптический диск можно было продать только один раз, теперь же файл можно продавать бесконечно); более широкие возможности дистрибуции (размещать произведение теперь можно на всевозможных интернет-площадках по всему миру), а также ряд других.

Вместе с тем существуют и проблемы, главной из которых является так называемое пиратство – нелегальное использование культурного продукта, в результате чего создатели и правообладатели теряют значительные средства.

Отдельно стоит упомянуть, что посредством сети Интернет можно реализовывать не только продукты, но и услуги. Речь идет о таких формах, как онлайн-обучение (например, пению, игре на музыкальных инструментах и т. д.); трансляции концертов, спектаклей и иных культурно-зрелищных мероприятий и т. д.

Выше мы упоминали о том, как использование сети Интернет позволяет работать с различными продуктами и услугами. Однако на сегодняшний день можно с уверенностью заявлять о том, что появился и ак-

тивно развивается целый пласт особых культурных проектов – интернет-проекты. Они создаются и существуют только в пространстве сети Интернет и носят преимущественно аудиовизуальный характер. Это видеоблоги, циклы развлекательных и познавательных передач (многие из них связаны с музыкальным творчеством), онлайн-аукционы, онлайн-музеи и ряд других.

С каждым годом различные компьютерные программы и электронные ресурсы, использующие возможности сети Интернет, все больше укрепляют свои позиции и вытесняют традиционные способы связи, такие как почта и телефонная связь (в том числе мобильная). На наш взгляд, это связано с несколькими основными преимуществами первых над последними: многофункциональность – возможность передавать информацию в разных формах (аудио-, видео- и фотоматериалы, множественные электронные форматы фиксации и хранения данных); скорость передачи информации от источника к источнику; сравнительно невысокая стоимость использования ресурсов на базе сети Интернет; возможность вовлечь в процесс коммуникации большое количество субъектов одновременно или в короткий промежуток времени, а также ряд других преимуществ.

Из недостатков таких технологий можно выделить проблемы с безопасностью при передаче данных и частые нарушения принципов конфиденциальности. Современные принципы документооборота уже предусматривают не только использование электронных документов с электронной подписью, но и признание имеющими юридическую силу документов, отправленных и полученных посредством факсимильной связи (по сути, отсканированный документ), если обе стороны договорного процесса на это согласны (это указывается в самом документе). Сообщения, передаваемые посредством электронной почты, признаются даже в суде практически наравне с письмами на бумажных носителях. Последнее, однако, не распространяется на сообщения в различных мессенджерах (Viber, Telegram и т. д.). Также важно понимать, что продюсер не может исключить из своего коммуникационного арсенала как личные встречи (они дают возможность лучше узнать субъекта и произвести на него дополнительное впечатление при помощи, в том числе невербальной коммуникации), так и традиционные формы связи. Многие люди среднего и старшего возраста по-прежнему отдают предпочтение телефонной связи и личным встречам, а документооборот многих организаций, особенно государственных, до сих пор преимущественно бумажный.

На сегодняшний день сеть Интернет представляет собой огромное хранилище всевозможных данных. Это не только различные документы

(международные, государственные и локальные нормативно-правовые акты, служебная документация и т. д.), но и аудио-, фото- и видеоматериалы, мультимедийные материалы, компьютерные программы и многое другое. Отдельно стоит выделить категорию профильных компьютерных программ, которые используются при создании музыкальных и аудиовизуальных произведений (нотные редакторы, DAW-платформы, плагины, фото- и видеоредакторы и т. д.). Все это позволяет продюсеру получить мощнейший инструментарий для решения практически любых задач, связанных с созданием, продвижением и реализацией культурных продуктов и услуг.

В современном динамично развивающемся мире практически для любого специалиста ключевым показателем является обучаемость, а постоянное повышение квалификации и развитие профессиональных компетенций выступают залогом конкурентоспособности на рынке труда. Сеть Интернет предлагает широчайшие возможности для обучения, начиная с материалов для самообразования (статьи, электронные пособия, аудиокниги, видеозаписи выступлений специалистов и т.д.), заканчивая полноценными дистанционными курсами, разработанными и проводимыми серьезными учебными заведениями.

Такое дистанционное образование, хоть и не способно на сегодняшний день целиком заменить традиционную вузовскую систему, имеет перед последней ряд неоспоримых преимуществ. К ним можно отнести следующие: максимально быстрое реагирование на запросы рынка в специалистах определенного профиля; удобный формат, позволяющий обучаться практически без отрыва от основной деятельности и привычного образа жизни; возможности привлечения к преподаванию специалистов-практиков, систематическую работу которых обеспечить на базе вуза (по крайней мере, в нашей стране) практически не представляется возможным в виду ряда причин.

Таким образом, очевидно, насколько широкие возможности предоставляет как продюсеру, так и многим другим специалистам в сфере культуры сеть Интернет. Использование этих возможностей носит обязательный характер и является залогом конкурентоспособности на рынке культурных продуктов и услуг.