

Установа адукацыі

“Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”

Зацвярджаю

Першы прарэктар УА “Беларускі
дзяржаўны ўніверсітэт культуры
і мастацтваў”

Ю.П. Бондар

“ ” 2012г.

Рэгістрацыйны № ВД- /вуч.

ПРАДПРЫМАЛЬНІЦТВА Ў ТЭАТРАЛЬНЫМ МАСТАЦТВЕ

*Вучэбная праграма па спецыяльнасці 1-21 04 01 Культуралогія
напрамку спецыяльнасці 1-21 04 01-02 Культуралогія (прыкладная)
спецыялізацыі 1-21 04 01-02 01 Менеджмент сацыяльнай і культурнай
сферы*

Мінск 2012

Складальнік:

Г.М.Стэльмах, старшы выкладчык кафедры менеджменту сацыяльна-культурнай дзейнасці ўстановы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”

Рэцэнзенты:

В.М. Іўчанка начальнік аддзела навукова-метадычнага забеспячэння развіцця прафесійнага мастацтва ДУА “Інстытут культуры Беларусі” кандыдат філасофскіх навук, дацэнт;

І.А. Алексніна дацэнт кафедры тэатральнай творчасці ДУА “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”, кандыдат мастацтвазнаўства, дацэнт.

Рэкамендавана да зацвярджэння:

кафедрай менеджменту сацыяльна-культурнай дзейнасці ўстановы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў” (пратакол № ад);
прэзідыумам навукова-метадычнага савета ўстановы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў” (пратакол № ад).

ТЛУМАЧАЛЬНАЯ ЗАПІСКА

“Прадпрымальніцтва ў тэатральным мастацтве” – вучэбная дысцыпліна для студэнтаў напрамку спецыяльнасці “Культуралогія” (прыкладная) спецыялізацыі “Менеджмент сацыяльнай і культурнай сферы” факультэта культуралогіі і сацыяльна-культурнай дзейнасці Установы адукацыі “Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт культуры і мастацтваў”. Выкладанне спецкурса “Прадпрымальніцтва ў тэатральным мастацтве” вядзецца з улікам ведаў студэнтаў, атрыманых у межах наступных дысцыплін: “Сацыяльна-культурнае праектаванне”, “Маркетынг у сферы культуры”, “Рэклама ў сферы культуры”, “Фінансавы менеджмент”, “Менеджмент у сферы культуры”, “Сувязі з грамадскасцю” і інш.

Выкладанне спецкурса “Прадпрымальніцтва ў тэатральным мастацтве” накіравана на стварэнне ўстойлівай базы для далейшага засваення дысцыплін сацыяльна-культурнага, культуралагічнага і прадпрымальніцкага цыклаў: “Менеджмент тэатральна-відовішчнай індустрыі”, “Тэхналогіі прадзюсіравання ў музычнай сферы”, “Менеджмент шоу-праграм”.

Праграма дысцыпліны “Прадпрымальніцтва ў тэатральным мастацтве” пабудавана з улікам сучасных патрабаванняў да падрыхтоўкі спецыялістаў сацыяльна-культурнай сферы. Змест дысцыпліны прадугледжвае знаёмства студэнтаў з сучаснымі ўмовамі працы над творчым тэатральным праектам у межах прадпрымальніцкай дзейнасці, раскрыццё і выяўленне спецыфікі кіраўніцкай, маркетынгавай, фінансавай і рэкламнай дзейнасці, спасціжэнне нарматыўна-прававых асноў прадпрымальніцкай дзейнасці ў тэатральным мастацтве і маральна-этычных асноў прафесійнай дзейнасці спецыяліста.

Мэта курса – засваенне студэнтамі тэарэтычных і практычных асноў стварэння арт-праектаў тэатральнай сферы і авалоданне навыкамі іх рэалізацыі.

Курс накіраваны на засваенне ведаў студэнтаў і фарміраванне неабходных уменняў і навыкаў менеджарскай дзейнасці ў тэатральнай

сферы, у тым ліку і як будучых арт-менеджараў, прадзюсераў і антрэпрэнёраў.

Задачы курса:

- замацаванне ў студэнтаў базавых ведаў па асновах прадпрымальніцкай дзейнасці ў сферы тэатральнага мастацтва;
- вывучэнне студэнтамі тэхналагічных асноў стварэння прыватных тэатральных праектаў;
- азнакамленне студэнтаў з беларускай практыкай рэалізацыі прадзюсерскіх тэатральных праектаў;
- авалоданне студэнтамі ўменнямі і навыкамі аналізу тэатральных спектакляў;
- фарміраванне ў студэнтаў навыкаў распрацоўкі аўтарскіх праектаў у сферы сцэнічнага мастацтва і выкарыстання асобных прадзюсерскіх тэхналогій для іх практычнай рэалізацыі.

У выніку засваення курса студэнт павінен *ведаць:*

- базавыя асновы прадпрымальніцкай дзейнасці ў сферы тэатральнага мастацтва;
- арганізацыйна-творчыя асаблівасці існавання тэатральнага прадпрыемства ва ўмовах рынковых адносін;
- тэхналогію распрацоўкі і рэалізацыі прыватнага тэатральнага праекта;
- прыёмы стварэння ўнікальных камерцыйных прапаноў ў сферы тэатральнага мастацтва.

Студэнт павінен *умець* укараняць у практыку адпаведныя тэхналагічныя аспекты распрацоўкі і сцэнічнага ўвасаблення прыватнага тэатральнага праекта.

Пры выкладанні курса выкарыстоўваюцца праектныя і камунікатыўныя *тэхналогіі* дачынення студэнтаў да вопыту самастойнага вырашэння вучэбных задач.

Вядучай формай навучання з'яўляюцца *лекцыйныя і практычныя заняткі*, па ходзе якіх фарміруюцца і замацоўваюцца арганізацыйна-творчыя навыкі студэнтаў.

Вучэбным планам па спецыяльнасці “культуралогія” на вывучэнне спецкурса “Прадпрымальніцтва ў тэатральным мастацтве” прадугледжана 64 гадзіны, з іх 34 гадзін – аўдыторныя. Прыкладнае размеркаванне аўдыторных гадзін заняткаў: лекцыйных – 22, семінарскіх – 6, практычных – 6. Па завяршэнні курса прадугледжаны залік.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ПРЫКЛАДНЫ ТЭМАТЫЧНЫ ПЛАН

Тэмы	усяго	лекцыі	семін. заняткі	практ. заняткі
1. Уводзіны	2	2		
2. Гісторыя развіцця прадпрымальніцкай дзейнасці ў сферы сцэнічнага мастацтва	4	2	2	
3. Прадзюсер як арганізатар і кіраўнік тэатральнага праекта	4	2	2	
4. Асновы камерцыйнай дзейнасці ў сферы тэатральнага мастацтва	4	2	2	
5. Тэхналогія рэалізацыі прыватнага тэатральнага праекта	6	4		2
6. Фінансавое забеспячэнне прыватнага праекта	6	4		2
7. Дзейнасць прадпрымальніка па арганізацыі гастроляў	2	2		
8. Спецыфіка прасоўвання прыватнага тэатральнага праекта	6	4		2
Усяго...	34	22	6	6

ЗМЕСТ ДЫСЦЫПЛІНЫ

Тэма 1. Уводзіны

Прадпрымальніцтва як самастойны від дзейнасці. Паняцце тэатральнага прадпрымальніцтва.

Прадмет і задачы спецкурса “Прадпрымальніцтва ў тэатральным мастацтве”. Змест асноўных раздзелаў тэматычнага плана. Логіка і паслядоўнасць вывучэння матэрыялу.

Месца спецкурса ў структуры тэхналогій СКД. Сувязь спецкурса з дысцыплінамі цыкла прыкладной культуралогіі. Агляд літаратуры па курсу.

Тэма 2. Гісторыя развіцця прадпрымальніцкай дзейнасці ў сферы сцэнічнага мастацтва

Вытокі прадпрымальніцкай дзейнасці ў тэатры Старажытнай Грэцыі. Падпісанне першага кантракта аб супрацоўніцтве паміж прадпрымальнікам і акцёрам у Заходняй Еўропе ў XVI ст.

Развіццё прыватнай тэатральнай справы на беларускіх землях. Антрэпрызы канца XVIII пачатку XX стст. як першыя спробы прадпрымальніцкай дзейнасці. Знікненне прыватных тэатральных арганізацый у 20-я гг. XX стст. у сувязі з нацыяналізацыяй прадпрыемстваў.

Сістэма функцыянавання дзяржаўнага савецкага тэатра ва ўмовай камандна-адміністрацыйнай эканомікі. Дзяржава як галоўны тэатральны прадпрымальнік. Спробы пераводу тэатраў на самафінансаванне.

Развіцця мастацтва Рэспублікі Беларусь ў канцы XX ст. Уплыў палітычных, эканамічных і сацыяльна-культурных фактараў на станаўленне беларускага арт-рынку.

Агульная характарыстыка развіцця тэатральнай справы на Беларусі: ад недзяржаўных тэатраў-студый да прыватных тэатраў. Дынаміка змяненняў запатрабаванняў аўдыторыі (культурны крызіс 1990-х гг). Фактары інтарэса глядачоў да тэатральнай прадукцыі.

Тэма 3. Прадзюсер як арганізатар і кіраўнік тэатральнага праекта

Паняцце “прадзюсіравання” (ад англ. produce – вырабляць, ствараць) як віда прадпрымальніцкай дзейнасці ў вобласці кінавытворчасці, якая ажыццяўляе ідэйна-мастацкі і арганізацыйна-фінансавы кантроль над пастаноўкай фільма. Характарыстыка прадзюсерскай дзейнасці ў перыяд станаўлення сусветнага кінематографа. Амерыканская мадэль прадзюсерскай дзейнасці.

Распаўсюджванне і ўкараненне прафесіі прадзюсера ў тэатральнай сферы. Суадносіны паняццяў менеджэр – прадпрымальнік – прадзюсер і прадпрымальнік – антрэпрэнёр – прадзюсер.

Прадзюсер як прадпрымальнік, які здзяйсняе творчы і вытворчы працэс і ажыццяўляе фінансаванне праекта. Прадзюсер як спецыяліст, які забяспечвае кантроль за выкананнем праекта, карэкцыю яго на ўсіх стадыях стварэння мастацкай прадукцыі. Прадзюсер як аўтар, які мае права на карэктоўку працы рэжысёра, мастака, кампазітара і г.д. Асноўныя прафесійныя сферы дзейнасці прадзюсера. Артыстычныя, эканамічныя і арганізацыйныя таленты прадзюсера. Матывацыйны механізм прадзюсерства.

Тэма 4. Асновы камерцыйнай дзейнасці ў сферы тэатральнага мастацтва

Спектакль як канчатковы прадукт і паслуга камерцыйнай дзейнасці прадпрымальніка. Непаўтаральнасць тэатральнага спектакля.

Узаемасувязь эмацыйнага ўздзеяння тэатральнага спектакля на глядацкую аўдыторыю, і адказнасць прадпрымальніка за яго мастацкі ўзровень, фармаванне светапогляду і эстэтычнага густу спажыўцоў.

Прававыя асновы камерцыйнай дзейнасці прадпрымальніка: “Закон аб прадпрымальніцтве”, “Закон аб прадпрыемствах”. Заканадаўчая база Рэспублікі Беларусь у сферы культуры і мастацтва: “Закон аб культуры”,

“Закон аб аўтарскіх і сумежных правах”. Мадэльны закон “Аб тэатры і тэатральнай дзейнасці”. Арганізацыйна-прававыя аспекты дзейнасці прадпрымальніка па арганізацыі тэатральных гастроляў.

Камерцыйныя і некамерцыйныя прадпрыемствы ў сферы тэатральнага мастацтва. Фармальныя і нефармальныя арганізацыі. Агульная характарыстыка арганізацыі. Перавагі і недахопы індывідуальнага прадпрыемства. Перавагі і недахопы таварыства. Арганізацыйнае афармленне прадпрыемства. Рэгістрацыя. Статут і ўстаноўчая дамова. Падбор штата (каманды).

Тэатральныя антрэпрызы, прадзюсерскія цэнтры, тэатральныя агенцтвы, гільдыі акцёраў як арганізацыйна-творчыя формы камерцыйнай дзейнасці прадпрымальніка.

Тэма 5. Тэхналогія рэалізацыі прыватнага тэатральнага праекта

Паняцце праекта. Тыпалогія і узроўні культурных праектаў і акцый. Прадпрымальнік (прадзюсер) – мастацкі кіраўнік тэатральнага праекта. Спектакль як фармат прадзюсерскай дзейнасці. Паняцце “прадзюсерскага спектакля”. Паняцце “прадзюсерскага тэатра”. Камерцыйная і мастацкая прывабнасць прадзюсерскіх спектакляў. Адметныя рысы дзяржаўнага і прыватнага тэатра.

Алгарытм распрацоўкі і рэалізацыі прыватнага тэатральнага праекта ад ідэі да сцэнічнага ўвасаблення. Падрыхтоўчы этап праекта: вызначэнне аўдыторыі спектакля, урэгуляванне аўтарскіх правоў на праект, вызначэнне схемы фінансавання. Узаемадзеянне прадзюсера з рэжысёрам спектакля, акцёрамі, мастаком, тэхнічным персаналам (падпісанне кантрактаў). Распрацоўка плану эксплуатацыйнай дзейнасці з улікам занятасці творчага калектыва і загрузанасці памяшканняў.

Рэпетыцыйны перыяд: рэжысёрская эксплікацыя спектакля, яго выяўленчае і музычнае вырашэнне, расклад рэпетыцый. Падрыхтоўка

прэм'еры: арганізацыя рэкламнай кампаніі, правядзенне прэзентацый, прэс-канферэнцый, арганізацыя акцый па сувязях з грамадскасцю.

Кіраванне рызыкамі пры падрыхтоўцы і рэалізацыі прыватнага праекта.

Тэма 6. Фінансавое забеспячэнне прыватнага праекта

Сучасная сфера арганізацыйна-эканамічнага супрацоўніцтва прадпрымальніка: спонсарства, мецэнатства, патранаж. Тыпалогія спонсараў. Матывацыя спонсарскай падтрымкі прыватнага праекта. Паняцце спонсарскага пакета і спонсарскага ліста.

Бізнес-план як базавы дакумент для атрымання спонсарскай падтрымкі. Характарыстыка раздзелаў бізнес-плана прыватнага праекта прадстаўляемага спонсару.

Фандрайзінг як крыніца фінансавання. Пазіцыянаванне творчага прадукта з мэтай фандрайзінга. Product placement у тэатры.

Частковае фінансаванне прыватных праектаў дзяржаўнымі ўстановамі і бюджэтнымі арганізацыямі. Інвестыцыйныя ўкладанні ў сферу культуры.

Сусветныя віды фінансавай падтрымкі праекта: незалежныя вытворчыя кампаніі, фінансаванне спецыялістамі, банкаўскія ссуды, замежны перапродаж і інш.

Тэма 7. Дзейнасць прадпрымальніка па арганізацыі гастроляў

Пракат прыватнага спектакля як аспект прадпрымальніцкай дзейнасці. Паняцце гастрольнага менеджменту. Мэты і характар гастроляў. Распрацоўка графіка гастрольнай дзейнасці, парадку правядзення спектакляў. Побывавы, тэхнічны і гастрольны райдэр.

Схема разліку фінансавых выдаткаў па арганізацыі гастроляў. Распрацоўка рэкламнай кампаніі па аб'яве спектакляў тэатра ў залежнасці ад велічыні і спецыфікі пляцоўкі

Ангажэмент. Дзейнасць арт-менеджэра па арганізацыі ангажэменту.

Тэма 8. Спецыфіка прасоўвання прыватнага тэатральнага праекта

Маркетингавая дзейнасць прадпрымальніка для вызначэння найбольш эфектыўных шляхоў продажу творчых прадуктаў: маркетинг-план.

Брэнд у тэатральным маркетингу. Імідж тэатра як фактар зацікаўленасці і датычнасці глядачовай аўдыторыі. Паняцце двухузроўневага брэндынгу. Спектаклі як прадукты-брэнды першага ўзроўня. Тэатр, акцёры, імя рэжысёра як брэнд другога ўзроўня. Персанальны брэндзінг акцёраў і рэжысёраў у сусветнай практыцы: яго асноўныя кампаненты. Атракцыённасць брэндаў. Класіфікацыя і характарыстыка амерыканскіх артыстычных брэндаў.

Тэхналогіі рэкламы як сродак маркетингавых камунікацый для падтрымкі жыццядзейнасці творчага праекта. Крэатыўныя тэхналогіі ў распрацоўцы рэкламы праекта: product placement, вірусны маркетинг (viral marketing), прыём “сарафанна радыё” (word-of-mouth), партызанскі маркетинг (guerrilla marketing), SMS-камунікацыя, мабільны маркетинг і інш.

Віды і асноўныя сродкі распаўсюджвання рэкламнай інфармацыі.

Рэклама ў прэсе. Асноўныя фарматы: графічны рэкламны блок, рэкламная аб’ява, укладышы і прыкладанні. Спецыфіка данясення рэкламнага звароту да спажыўца. Правілы эфектыўнай рэкламы ў друкаваных выданнях.

Тэлевізійная і радыёрэклама. Рэкламны ролік як від “прамой рэкламы”. Эфектыўнасць і недахопы рэкламы на радыё і тэлебачанні. Спецыфіка ўспрымання аўдыё- і відэаінфармацыі.

Рэклама ў інтэрнэце: рэкламныя пляцоўкі і тэматычныя парталы. Банерная і кантэкстная рэклама, пасоўванне сайта ў пошукавых машынах. Размяшчэнне відэаролікаў, рэклама ў online гульнях.

Вонкавая рэклама: білборды, сіці-фармат, піларсы, устаноўкі прызмавіжн.

Этапы правядзення рэкламнай кампаніі. Крыніцы фінансавання рэкламнай кампаніі. Ацэнка эфектыўнасці рэкламы прадзюсерскай прадукцыі. Зваротная сувязь у рэкламнай кампаніі.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ІНФАРМАЦЫЙНАЯ ЧАСТКА

ЛІТАРАТУРА

Асноўная

1. Аб культуры ў Рэспубліцы Беларусь : Закон Рэсп. Беларусь ад 4 чэрв. 1991 г. № 832-ХІІ : в ред. Закона Респ. Беларусь от 4 мая 2012 г. № 356-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2012. – № 55. – 2/1908.
2. Бабков, А. Технология работы со спонсорами / А. Бабков // ART-менеджер: журнал для профессионалов. – М. : Холдинговая компания «Блиц-Информ» – 2003. – № 1. – С. 48–51; № 2. – С. 42–44.
3. Бабкова, С. Артисты и продюсеры: сотрудничество или конфликт? / С. Бабкова // ART-менеджер : журнал для профессионалов. – М. : Холдинговая компания «Блиц-Информ». – 2003. – № 3. – С. 7.
4. Донова, Д. Новомодные штучки, или Несколько слов в защиту театрального маркетинга / Д. Донова // Сцена. – 2004. – № 3. – С. 15–16.
5. Донова, Д.А. Театр и зритель: стратегические основы взаимодействия : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.01 / Д.А. Донова; Рос. акад. театр. иск-ва. – М., 2007. – 174 с.
6. Дымникова, А. Фандрайзинг как особый вид предпринимательской деятельности в культуре / А. Дымникова [Электронный ресурс]. – 2011. – Режим доступа: www.dvinaland.ru/culture/site/Publications/EoC/EoC2002-3/09.pdf. – Дата доступа: 10.09.12.
7. Жданова, Е.И. Управление и экономика в шоу-бизнесе : учеб. пособие / Е.И. Жданова, С.В. Иванов, Н.В. Кротова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
8. Котлер, Ф. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств / Ф. Котлер, Д. Шефф. – М. : Классика XXI. – 2004. – 687 с.
9. Мазуро, О.Е. Театр в условиях рынка: на примере состояния театрального процесса в Беларуси и некоторых стран ближнего зарубежья : По материалам белорусской и российской печати [Электронный ресурс] /

О.Е. Мазуро // Актуальные проблемы культуры и искусства, 2001–2006: информационно-аналитический сборник / НББ; составитель: А.В. Гарбачова, В.А. Грынкевич. – Минск, 2008. – 21 с.

10. Михеева, О. Альтернативный театр и другие... Из истории становления новых театров Беларуси 1980 – 90 гг. / О. Михеева; под науч. ред. Т.А. Ратобильской. – Минск : ООО Ковчег, 2005. – 64 с.

11. Новикова, Г.Н. Технология арт-менеджмента / Г.Н. Новикова. – М. : МГУКИ, 2006. – 178 с.

12. О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи : Указ Президента Респ. Беларусь, 1 июля 2005 г., № 300 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2005. – № 1/6586.

13. О проведении культурно-зрелищных мероприятий : Указ Президента Респ. Беларусь, 19 окт. 2010 г., № 542 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2010. – №253. – 1/12043.

14. О театре и театральной деятельности : постановление Межпарламентской ассамблеи государств – участников СНГ, 24 нояб. 2001 г., № 18–12 // Эталон–Online [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2002.

15. Об организации гастрольно-концертной деятельности : Указ Президента Респ. Беларусь, 13 мая 2008 г., №259 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2008. – № 119. – 1/9691.

16. Об упрощенной системе налогообложения : Указ Президента Респ. Беларусь, 9 марта 2007 г., № 119 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 3 янв. 2009 г. № 1 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 1/8417. Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 14, 1/10360

17. От антрепренера до предпринимателя XXI века // Предпринимательство в Беларуси. – 2000. – № 2. – С. 36.

18. Павлова, Е. Фандрейзинг в театре / Е. Павлова // Сцена. – 2004. – № 3. – С. 17–18.

19. Смелянский, Д.Я. Продюсер в театральном процессе России. Организационно-творческий аспект : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.01 / Д.Я. Смелянский; Рос. акад. театр. иск-ва. – М., 2000. – с. 22
20. Стельмах, А.М. Сценическое искусство Беларуси: современные организационно-творческие модели / А.М. Стельмах // Весн. Беларус. дзярж. ун-т культуры і мастацтваў. – 2010. – № 2. – С. 61–67.
21. Стельмах, А.М. Театральная антреприза и предпринимательство / А.М. Стельмах // Арт-менеджмент как вид управленческой деятельности : сб. ст. / Беларус. гос. ун-т культуры и искусств; под ред. С.Б. Мойсейчук, А.И. Степанцова. – Минск, 2011. – С. 79–86.
22. Стэльмах, Г. Арганізацыйна-творчыя механізмы функцыянавання беларускай тэатральнай антрэпрызы / Г. Стэльмах // Роднае слова. – 2011. – № 1. – С. 105–109.
23. Шапран, С. Госгастроль вскоре может появиться в нашей стране / С. Шапран // БДГ. – 2003. – 15 окт. – С. 14.
24. Шапран, С. Удавка на частные театры / С. Шапран // БДГ. – 2003. – 5 нояб. – С. 13.
25. Шейган, Р. Гастроли / Р. Шейган // ART-менеджер: журнал для профессионалов. – М.: Холдинговая компания «Блиц-Информ», 2002. – № 2. – С. 56–58; № 3. – С. 3–7.

Дадатковая

1. Алпатова, И. Шаг назад, два шага вперед / И. Алпатова // Театральная жизнь. – 1999. – № 4. – С. 25–30.
2. Галковская, Г.Л. Студийные театры Беларуси 1980–1990 годов / Г.Л. Галковская. – Минск : Беларус. гос. академия искусств, 2005. – 152 с.
3. Гаробчанка, Т.Я. На мяжы стагоддзяў: Сучасны беларускі драматычны тэатр / Т.Я. Гаробчанка. – Мінск : Беларус. навука, 2002. – 367 с.
4. Дадамян, Г. Театр одного продюсера / Г. Дадамян // Театральная жизнь

[Электронный ресурс]. – 2012. Режим доступа :<http://www.teatrnazarova.ru/gazeta/2012/06/театр-одного-продюсера>. – Дата доступа : 30.07.12.

5. Ивченко, В.Н. Социальный портрет театральной аудитории 1990-х гг. : По материалам социологического исследования / В.Н. Ивченко // Аперат. інф-цыя па прабл. к-ры і маст-ва / Нац. бібліятэка Беларусі. – 2000. – Вып. 3. – С. 4–16.
6. Келли, Т. Сценический менеджер / Т. Келли // ART-менеджер : журнал для профессионалов. – М. : Холдинговая компания «Блиц-Информ» – 2003. – № 2. – С. 35–38.
7. Мазура, В.Я. Новыя тэатральныя праекты і формы дзейнасці ў сучасным беларускім сцэнічным мастацтве / В.Я. Мазура // Аперат. інф-цыя па прабл. к-ры і маст-ва / Нац. бібл. Беларусі. – 1998. – Вып. 4. – С. 4–13.
8. Мазура, В.Я. Сучасная беларуская антрэпрыза як альтэрнатыва традыцыйнай тэатральнай мадэлі: стан, праблемы і шляхі развіцця / В.Я. Мазура // Аперат. інф-цыя па прабл. к-ры і маст-ва / Нац. бібл. Беларусі. – 2001. – Вып. 2. – С. 4–19.
9. Мамедов, Э. Еще раз об антрепризе / Э. Мамедов // Сцена. – 2004. – № 3. – С. 13–14.
10. Орлова, Т. Театр ищет новые формы : заметки об особенностях театрального процесса текущего сезона / Т. Орлова // Беларуская думка. – 1996. – № 4. – С. 142–145.
11. Рэзалюцыя усебеларускай тэатральнай канферэнцыі “Тэатральнае мастацтва Беларусі і праблемы нацыянальна-культурнага адраджэння” // Тэатральная Беларусь. – 1994. – № 2. – С. 35–36.
12. Стельмах, А.М. Антреприза как явление массовой культуры / А.М. Стельмах // Вестн. молодежн. науч. общ-ва. – 2005. – № 2. – С.76–78.
13. Стельмах, А.М. Некоторые аспекты режиссуры спектаклей современной белорусской антрепризы / А.М. Стельмах // Вес. ин-та совр. знаний. – 2010. – № 4. – С. 13–18.

14. Стэльмах, Г.М. Сучасная рэжысёрская інтэрпрэтацыя класічных твораў у прыватных тэатрах / Г.М. Стэльмах // Музыкае і тэатральнае мастацтва: праблемы выкладання. – 2011. – № 2. – С. 31–35.
15. Стрельцова, Е. Королева-то, голая : История антрепризы / Е. Стрельцова // Театральная жизнь. – 2001. – № 3. – С. 2–7.
16. Тэатральная антрэпрыза: мастацтва або камерцыйная крама? / [“Круглы стол” з удзелам мастацкіх кіраўнікоў незаржаўных тэатраў Мінска; падрыхт. Л. Грамыка] // Мастацтва. – 1999. – № 8. – С. 2–5.
17. Экономические основы культурной деятельности: индивидуальные предпочтения и общественный интерес в 3 т. / под общ. ред. А.Я. Рубинштейна. – СПб. : Алетейя, 2002. – Т. 1 : Рынок культурных услуг: публика театра 90-х годов / отв. ред. А.Я. Рубинштейн, Ю.У. Фохт-Бабушкин. – СПб. : Алетейя, 2002. – 634 с.