Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

Факультет культурологии и социально-культурной деятельности
Кафедра менеджмента социально-культурной деятельности

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой
_____ А.В. Макаревич
«11» августа 2026 г.

СОГЛАСОВАНО
Декан факультета
_____ Н.Е. Шелупенко
«31» августа 2026 г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

МЕНЕДЖМЕНТ ТЕАТРАЛЬНО-ЗРЕЛИЩНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

для специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации
профилизации: Менеджмент и маркетинг в сфере культуры

Составитель: Стельмах А.М., доцент кафедры менеджмента социально-культурной деятельности, кандидат искусствоведения, доцент

Рассмотрено и утверждено на заседании Совета факультета культурологии и социально-культурной деятельности
31.08.2026 г., протокол № 11

Рецензенты:

Кафедра менеджмента и коммуникаций Частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А.М. Широкова»

И. А. Алекснина, заведующий кафедрой театрального творчества учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат искусствоведения, доцент

Рассмотрено и обсуждено на заседании кафедры менеджмента социально-культурной деятельности

(протокол от 28 августа 2026 г., № 11)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА……..4
2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ……...6
2.1 Лекции……6
2.2 Хрестоматия……57
2.3 Нормативно-правовые документы, регламентирующие театрально-зрелищную сферу в Республике Беларусь ……77
3. ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ……..154
3.1 Тематика и методические рекомендации к семинарским занятиям….154
3.2 Тематика и методические рекомендации к практическим занятиям……157
4. РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ……..161
4.1 Методические рекомендации по контролируемой самостоятельной работе студентов……..161
4.2 Перечень вопросов к экзамену по учебной дисциплине «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений»……164
4.3 Глоссарий……...167
4.4 Тест для самопроверки студентов……...171
5. ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ……...173
5.1 Учебная программа дисциплины……173
5.2 Основная литература……183
5.3 Дополнительная литература……..184

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебно-методический комплекс по учебной дисциплине «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» представляет собой систему учебно-методических материалов, использование которых обеспечивает приобретение студентами компетентности в области планирования, реализации и продвижения услуг театрально-зрелищных учреждений, удовлетворяющих запросам посетителей.

УМК разработан на основании Положения об учебно-методическом комплексе на уровне высшего образования, утвержденного Постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 08.11.2022 г. №427.

Цель УМК: – обеспечение качественного методического оснащения учебно-воспитательного процесса.

Задачи УМК:

1. Организация активной учебно-познавательной деятельности студентов на лекциях, семинарских и практических занятиях.
2. Обеспечение взаимосвязи теоретической и практической подготовки студентов к работе менеджерами в театрально-зрелищных учреждениях.
3. Формирование у студентов ценностных профессиональных установок, стимулирование самовоспитания профессионально значимых качеств личности театрального менеджера.

Особенности структурирования и подачи учебного материала

УМК содержит весь объем учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» (18 часов лекций, 20 часов семинарских и практических занятий) и позволяет студентам подготовиться к итоговой форме контроля знаний в виде экзамена, который может проходить в устной или письменной форме, форме тестирования (с использованием Google Forms).

Структурными компонентами УМК являются теоретический и практический разделы, раздел контроля знаний и вспомогательный.

В *теоретический раздел* включены 9 лекций, посвященных театрально-зрелищным учреждениям как организациям, осуществляющим профессиональную деятельность по созданию и публичной демонстрации театрально-зрелищных продуктов с целью удовлетворения духовных потребностей населения: правовой основе их функционирования, организационно-управленческой структуре, экономике и финансированию, технологиям создания театрально-зрелищного мероприятия, маркетинговым коммуникациям и брендингу, а также гастрольному менеджменту.

В содержание каждой лекции входят: перечень вопросов лекции; ключевые слова; перечень рекомендованной литературы; текст лекции; вопросы и задания для самоконтроля.

В теоретическом разделе также размещены основные нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность в театральной сфере, и

хрестоматия, с подборкой статей, в которых иллюстрируются и конкретизируются отдельные положения учебной дисциплины).

В *практический раздел* вошли методические разработки семинарских занятий. В содержание каждой включены: перечень вопросов семинара и рекомендованная литература.

А также методические разработки практических занятий, посвященные технологии создания театрально-зрелищного мероприятия: разработке календарного плана-графика; экономико-финансового обоснования; медиаплана продвижения; комплексного райдера для гастрольной поездки.

Раздел контроля знаний содержит:

– методические рекомендации по контролируемой самостоятельной работе студентов;

– требования к экзамену;

– глоссарий;

– контрольные вопросы для самопроверки студентов.

Во вспомогательном разделе размещены следующие материалы: учебная программа дисциплины; списки основной и дополнительной литературы.

Рекомендации по организации работы с УМК

Учебно-методический комплекс «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» предоставляется студентам в виде документа на электронном или бумажном носителе в формате DOC. Работу с его материалами студентам следует сочетать с самостоятельным изучением рекомендованной литературы и Интернет-ресурсов.

Осваивая содержание учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений», студенты осуществляют различные виды учебной работы:

– подготовку докладов и выступление с ними на семинарах;

– подготовку мультимедийных презентаций на практических занятиях;

– подготовку аналитического обзора типологии зрительской аудитории одного из театрально-зрелищных учреждений г. Минска (по выбору студента) с предоставлением письменного анализа;

– проведение сравнительного анализа деятельности одного из театрально-зрелищных учреждений г. Минска (по выбору студента) в советский и постсоветский период на основе материалов из открытых источников с предоставлением реферата-обзора;

– разработку календарного плана-графика подготовки театрально-зрелищного мероприятия (спектакля/концерта/шоу) и предоставление его в табличной форме с пояснительной запиской;

– разработку медиаплана продвижения театрально-зрелищного мероприятия (спектакля/концерта/шоу) с определением каналов, бюджета и контент-плана;

– подготовку к экзамену.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Лекция 1. Введение. Театрально-зрелищное учреждение как социокультурный институт и объект управления

Вопросы лекции:

1. Актуальность, цель, задачи учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений».
2. Театрально-зрелищное учреждение как организация.
3. Типологизация театрально-зрелищных учреждений.
4. Структура зрелищного процесса.

Ключевые слова:

Театрально-зрелищное учреждение, организация, театр, филармония, концертный зал, цирк.

Литература:

1. Ашмаров, И. А. Организация театрального дела [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. А. Ашмаров. – М. : Директ-Медиа, 2019. – С. 5–209. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1990162.
2. Генова, Н. М. Организация театрального дела : учеб. пособие / Н. М. Генова. – Омск : Издательство Омского государственного университета, 2018. – 116 с.
3. Дубянецкі, Э. С. Культуралогія : энцыкл. давед. / Э. С. Дубянецкі. – Мн. : Беларус. Энцыкл., 2003. – 384 с.
4. Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2022. – С. 237–287.
5. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры. – Мн. : Национальный центр правовой информации, 2023. – 280 с.

Вопрос 1. Актуальность, цель, задачи учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений».

Учебная программа по учебной дисциплине «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта ОСВО 6-05-0134-03-2023 по специальности 6-05-0134-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации, профилизации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры».

Актуальность изучения учебной дисциплины обусловлена динамичным развитием театрально-зрелищных учреждений (ТЗУ) в Республике Беларусь и необходимостью овладения студентами современными технологиями управления как творческими коллективами, так и процессами создания театрально-зрелищных мероприятий различной сложности.

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов профессиональных знаний в области управления театрально-зрелищными учреждениями различных форм собственности, включая технологические, финансовые и маркетинговые аспекты создания и продвижения театрально-зрелищных мероприятий.

Задачи учебной дисциплины:

– раскрыть типологию театрально-зрелищных учреждений;

– определить принципы управления театрально-зрелищными учреждениями в современных экономических условиях;

– изучить технологические основы создания театрально-зрелищного мероприятия от замысла до реализации на площадке;

– закрепить базовые знания по маркетинговой деятельности в театрально-зрелищных учреждениях.

Вопрос 2. Театрально-зрелищное учреждение как организация.

Театрально-зрелищное учреждение – это некоммерческая организация целью деятельности которой является обеспечение сохранения ценностей мировой и национальной культуры и искусства через создание и распространение широкого разнообразия культурных благ, удовлетворяющих духовные потребностей населения.

Театрально-зрелищное учреждение является субъектом культурной деятельности и осуществляет подготовку, организацию, показ и проведение спектаклей, концертов или иных публичных выступлений с целью эстетического воспитания физических лиц, формирования и удовлетворения их потребностей в сценическом (музыкальном) искусстве, популяризации произведений сценического (музыкального) искусства, а также художественного творчества исполнительских коллективов и отдельных исполнителей.

Основными принципами деятельности ТЗУ в Республике Беларусь являются:

- ✓ обеспечение права граждан Республики Беларусь на свободу творчества, участие в культурной жизни и пользование услугами, предоставляемыми ТЗУ;
- ✓ создание необходимых условий для гуманизации личности, сохранения самобытности белорусской культуры, национального самосознания и языка;
- ✓ независимость ТЗУ в выборе художественных направлений, репертуара, в принятии решений о публичном исполнении спектаклей, концертов, представлений, публикации рекламных и других материалов, не противоречащих законодательству Республики Беларусь;
- ✓ содействие в сохранении единого культурного пространства, развитие межнациональных и межгосударственных культурных связей;
- ✓ защита исключительных прав авторов и обладателей смежных прав на результаты их интеллектуальной деятельности, используемые ТЗУ.

Вопрос 3. Типологизация театрально-зрелищных учреждений.

Театрально-зрелищными учреждениями являются театры, цирки, филармонии и иные концертные организации.

Театр – это **учреждение, организация или творческий коллектив**, основной деятельностью которых является создание и публичное исполнение театральных постановок.

За более чем тысячелетнюю историю развития театрального искусства сформировалось множество его видов, самые распространенные из которых:

✓ Драматический театр – спектакли, основанные на актерской игре, драматургическом материале (трагедия, комедия, драма и пр.) и режиссерском решении.

✓ Музыкальный театр – спектакли, сочетающие музыку, пение и танец (опера, балет, оперетта).

✓ Кукольный театр – представления с участием тростевых, перчаточных кукол или марионеток, управляемых актерами-кукловодами.

✓ Пантомима – невербальный вид театра, где артисты выражают сюжет только при помощи мимики, жестов и движения тела. Известные мастера – Марсель Марсо, Слава Полунин.

✓ Театр теней – спектакли с использованием большого полупрозрачного экрана и плоских марионеток, которые прислоняются к экрану сзади и становятся видны. Пришел к нам из Китая и широко распространен именно там.

Цирк – это **учреждение, зрелищное предприятие**, устраивающее представления с участием акробатов, жонглёров, дрессировщиков и т.п.

Классифицируются по следующим признакам:

- Конструктивные особенности: стационарные цирки с капитальным зданием; цирки-шапито с передвижными разборными конструкциями купола на мачтах и мобильным зрительным залом и цирки на сцене (концертные) – коллективы, которые не имеют своего манежа и адаптируют цирковые номера для выступления на сценах домов культуры или театров.
- Специфика наполнения программ: классический традиционный цирк, состоящий из набора разножанровых номеров; новый цирк (contemporary circus или cirque nouveau) представляет собой единый театральный сюжет с элементами хореографии, световых спецэффектов и живой музыки; специализированные тематические цирки – на воде, на льду, зооцирк).
- Форма организации: государственные цирковые организации и цирковые студии (любительские коллективы).

Филармония – это учреждение или организация, специально созданные для популяризации и развития музыкального искусства, просвещения населения и воспитания в нём высокого художественного вкуса.

Под определение «иные концертные организации» попадают следующие юридические лица или творческие коллективы:

✓ оркестры (Национальный академический народный оркестр Республики Беларусь им. И. Жиновича), хоровые капеллы и хоры (Государственная академическая хоровая капелла им. Г. Ширмы), хореографические ансамбли (Государственный ансамбль танца Беларуси), вокально-инструментальные ансамбли (БГА «Песняры»);

✓ театры эстрады, специализирующиеся на музыкально-эстрадном обслуживании населения (Молодежный театр эстрады);

✓ специализированные концертные залы, самостоятельно занимающиеся формированием гастрольных программ, не имея при этом постоянной собственной музыкальной труппы (К/з «Минск») и дирекции фестивалей (Центр культуры «Витебск – организатор «Славянского базара»)

КОНЦЕРТНЫЕ ПЛОЩАДКИ: ОСОБЕННОСТИ

ФИЛАРМОНИЯ	КОНЦЕРТНЫЙ ЗАЛ	КОНСЕРВАТОРИЯ
Занимается проведением концертов и активным продвижением музыкального искусства среди широкой публики.	Специально оборудованное помещение для проведения концертов.	Занимается обучением профессиональных музыкантов, проведение концертов не является основным видом деятельности.
Имеет штат постоянных исполнителей (оркестры, хоры, солисты), проводит выступления приглашённых артистов.	Выступают обычно приглашённые исполнители.	Исполнителями чаще всего становятся педагоги, студенты, выпускники.
Широкий репертуар, показывающий разнообразие жанров, стилей и эпох музыки.	Репертуар может быть любым.	Основное внимание уделяется музыке классических жанров.
Может иметь собственные концертные площадки (одну или несколько), проводить гастрольные поездки.	Ведёт деятельность по месту своего нахождения.	Может иметь собственные концертные площадки (одну или несколько), проводить гастрольные поездки.
Может проводить образовательные мероприятия, направленные на развитие музыкальной культуры.	Действует больше как площадка для различных музыкальных мероприятий.	Проводит концерты для всех желающих, но часто это одна из форм практики студентов и часть образовательного процесса.

Вопрос 4. Структура зрелищного процесса.

Зрелище (от древнерусского слова, что означает – видеть, вижу) – то, что воспринимается с помощью взгляда (явление, происшествие, пейзаж, спортивные парады или состязания, интерактивные игры и т.д.).

Зрелищный процесс – это целостная система создания, продвижения и публичного показа культурного продукта (спектакля, концерта, циркового шоу). Как организационно-управленческая цепочка он состоит из 4 условных последовательных этапов: подготовительного (документально-правового), творческо-производственного (создание продукта), маркетингового (продвижение), демонстрационного (собственно зрелище).

Структура зрелищного процесса представляет собой не просто хронологию производства, а систему взаимодействия четырех главных субъектов: от возникновения идеи до ее восприятия аудиторией. Каждый субъект: инициатор (заказчик / режиссер / постановщик), создатель (творческий коллектив), посредник (менеджер / маркетолог), потребитель (зритель), – выполняет свою уникальную функцию, без которой цепочка зрелища разорвется.

Инициатор (заказчик / режиссер / постановщик) формирует концепцию, ставит сверхзадачу и определяет художественную или коммерческую цель зрелища. Заказчик обеспечивает финансирование, определяет рамки бюджета и ставит творческие задачи (дает техническое задание). Режиссер (постановщик) переводит идею или литературную основу (пьесу, либретто, сценарий) на язык сцены: формирует команду и координирует их творческое видение.

Создатель (творческий коллектив) – инструмент материализации идеи: непосредственно создающий продукт. Трансформирует абстрактный замысел инициатора в зрелище, наполняя его формой, смыслом, звуком, движением, эмоциями.

Артисты: актеры, музыканты, цирковые исполнители – непосредственные визуализаторы идей на сцене. Художественно-постановочная часть: сценографы, костюмеры, композиторы, звукорежиссеры и осветители – создают визуальную и аудиальную атмосферу зрелища.

Посредник (менеджер / маркетолог) – связующее звено между создателем и потребителем: обеспечивает жизнеспособность зрелища как экономического продукта.

Потребитель (зритель / слушатель) – соавтор, обеспечивающий обратную связь: интерпретирует увиденное через призму своего культурного опыта, формирует общественное мнение, покупая билет и обеспечивая окупаемость (сарафанное радио, отзывы в соцсетях).

Инициатор нанимает и вдохновляет Создателя. Создатель выпускает продукт и передает его Посреднику. Посредник изучает рынок, «упаковывает продукт» и продает его Потребителю. Потребитель возвращает энергию и деньги обратно в систему, что дает Инициатору ресурсы для запуска нового цикла.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Что является главной целью деятельности театрально-зрелищных учреждений?
2. Назовите основные виды театрально-зрелищных учреждений.
3. Какие коллективы или организации относятся к «иным концертным организациям»?

4. У какой концертной площадки проведение концертов не является основным видом деятельности?

5. Какую роль в зрелищном процессе выполняет «посредник»?

6. Опираясь на таблицу «Концертные площадки: особенности» проведите сравнительный анализ филармонии, цирка, театра по следующим критериям: наличие собственного постоянного штата исполнителей; главная цель / специфика деятельности; репертуарная политика (преобладающие жанры).

Лекция 2. Предпосылки появления менеджмента театрально-зрелищных учреждений

Вопросы лекции

1. Формирование системы театрально-зрелищных учреждений БССР в 1920-30-е гг.
2. Этапы управления театрально-зрелищными учреждениями в условиях плановой экономики.
3. Развитие театрально-зрелищных организаций в период перехода к рыночной экономике (1990-е гг.).
4. Формы и жанры современных театрально-зрелищных мероприятий.

Ключевые слова:

Централизация власти, плановая экономика, рыночная экономика, частное предпринимательство, репертуарный театр, театр-студия, частный театр, иммерсивный формат.

Литература

1. Галковская, Г. Л. Студийные театры Беларуси 1980–1990 годов / Г. Л. Галковская. – Мн. : Белорус. гос. акад. искусств, 2005. – 152 с.
2. История зарубежного театра : в 4 т. / редколл. : Г. Н. Бояджиев, А. Г. Образцова. – М. : Просвещение, 1981–1987. – Т. 1 : Театр Западной Европы от античности до Просвещения / под ред. Г. Н. Бояджиева, А. Г. Образцовой. – 2-е изд. – 1981. – 336 с.
3. Командышко, Е. Ф. Арт-менеджмент : учебник / Е. Ф. Командышко. – М. : ИНФРА-М, 2022. – С. 31–89.
4. Косинова, М. И. Продюсирование проектов в сфере культуры : учеб. пособие / М. И. Косинова. – М. : РУСАЙНС, 2024. – С. 162–187.
5. Стельмах, А. М. От антрепризы к частному театру: развитие частного театрального дела в Беларуси на рубеже XX-XXI вв. / А. М. Стельмах. – Мн. : БГУКИ, 2021. – С. 28–51, 150–166.

Вопрос 1. Формирование системы театрально-зрелищных учреждений БССР в 1920-30-е гг.

26 августа 1919 декретом Совнаркома «Об объединении театрального дела» была запрещена деятельность антреприз (кроме территории Западной Беларуси, которая в 1921–1939 гг. находилась под властью Польши и на которой антрепризы функционировали весь указанный период).

С этого момента начался процесс огосударствления театрально-зрелищных организаций. Ликвидируется множественность форм собственности: закрываются или реорганизуются в государственные театры антрепризы, национализируются театральные здания. При театрах, цирках, филармониях организуются художественно-политические советы, а сами они переводятся в систему государственного пятилетнего планирования.

Агиттеатры, агитбригады, агитпоезда, по сути, являлись составной частью массово-политической и идеологической работы партии большевиков. Массовые действия, митинги-концерты, театрализованные праздники и представления, которые в первые годы являлись отражением формирования нового общества и ярким подтверждением стремления и приобщения людей к искусству.

Идее индивидуального творчества была противопоставлена идея «массового творчества пролетариата». Активно действуют губернские, городские и сельские пролеткульты (сокр. от пролетарские культурно-просветительные организации 1917–1932 гг.), которые создали сеть театральных кружков, народных театров, рабочих клубов, студий, университетов, агитпунктов, где проводились показы на революционные темы. Рабочие массы призывали освобождаться от культуры прошлого и классово-враждебного опыта буржуазных интеллигентских влияний, уверенно идти к смелым импровизационным поискам, опираясь на свою классовую интуицию.

Главное управление по делам литературы и издательств (Главлит, 1922 г.) и Главный комитет по контролю за репертуаром и зрелищами (Главрепертком, 1923 г.) акцентируют внимание деятелей сценического искусства на необходимость пропаганды пролетарских идей для широкого массового зрителя. Кроме того, сфера художественной культуры находилась под надзором НКВД и ГПУ, которые взаимодействовали с партийными органами и органами цензуры.

Период НЭПа (1921–1928) обеспечил качественно иную, децентрализованную систему управления ТЗУ, поставил проблему их выживаемости в прямую зависимость от товарно-денежных отношений. За исключением немногочисленных государственных театров, цирков и филармоний, все остальные коллективы работали на принципах самоокупаемости.

Сворачивание нэпа в 1928 г. вытеснение частного капитала, объявление коллективизации и осуществление первого пятилетнего плана развития народного хозяйства, обусловили переход к командно-административным методам управления, что прямо отразилось на организации художественного процесса в стране. А именно началось создание аналогичной экономике системы централизованного управления, позволяющей контролировать и диктовать определенную идеологию средствами искусства. При Наркомате просвещения БССР было создано Главное управление по делам художественной литературы и искусства (Главискусство) в задачу которого входило идеологическое и организационное руководство литературными и художественными объединениями, театрами и кино, художественными и музыкальными учебными заведениями.

В 1933 г. в структуре Наркомпроса было создано Управление театрально-зрелищными предприятиями (УТЗП), на которое возлагалось

общее руководство всем театральным делом на территории республики. В январе 1936 г. постановлением Центрального Исполнительного комитета и Совета Народных Комиссаров Союза ССР образован Всесоюзный Комитет по делам искусств (ВКИ), которому были даны полномочия в решении вопросов деятельности подведомственных предприятий и учреждений: утверждение их уставов, структуры, штатов и сметы; нормирование труда и разработка системы оплаты труда работников искусств; подготовка, учет и распределение кадров для различных отраслей искусства. Сформировалась разветвленная бюрократическая система с неограниченными правами непосредственного вмешательства в развитие театрального процесса, основанная на максимально возможном централизме управления искусством.

Вопрос 2. Этапы управления театрально-зрелищными учреждениями в условиях плановой экономики.

К концу 1930-х гг. была централизована и монополизована система политического и идеологического контроля деятельности театрально-зрелищных учреждений в масштабе всей страны и нижестоящие ведомственные инстанции могли принимать собственные решения только в рамках спущенных сверху указаний и ограничений. Централизм власти теоретически обосновывал и организационно внедрял механизм директивного руководства человеком, утверждал в общественном сознании концепцию совершенной государственной организации, подавляющей любую индивидуальную инициативу на всех уровнях.

К концу 1940-х гг. всеми ТЗУ БССР руководило государство. Система цензуры создавала определенные трудности: процветали принципы унификации и единообразия, живого звучания тех или иных спектаклей, концертов или программ удавалось достичь не благодаря, а вопреки существовавшей системе управления и контроля. Однако позитивными моментами являлось: государственное финансирование постановок (а также фестивалей, смотров и других театральных мероприятий); существование театрально-зрелищных учреждений не увязывалось впрямую с доходностью его мероприятий. Коммерческий успех был желательным, но не обязательным условием существования коллективов.

8 мая 1953 г. путём объединения пяти ведомств, в числе которых был и Комитет по делам искусств Указом Президиума Верховного Совета БССР было создано Министерство культуры БССР, которое взяло на себя управление театрально-зрелищными учреждениями в республике. В следствии нескольких реорганизаций Министерства культуры в разные годы в его состав входили Управление по делам искусств (1965), музыкально-репертуарная комиссия (1967), Управление театров и музыкальных учреждений (1980), художественно-методический совет по сценическому костюму (1981) и др.

1960-е – первая половина 1980-х гг. характеризуется окончательным оформлением стандартизации всех процессов. Внедряются научно

обоснованные нормативы управления ТЗУ через систему лимитов материально-технического обеспечения (нормативы на ткани для костюмов, древесину для декораций, световую аппаратуру). Закрепляется жесткая штатно-тарифная сетка, с категориями и фиксированными окладами, не зависящими от коммерческой успешности театрально-зрелищных мероприятий. Вводится строгий гастрольно-конвейерный план, призванный обеспечить проведение ТЗУ БССР установленного количества в году гастрольных мероприятий в регионах страны и других республиках СССР.

1985-1990 – период кризиса плановой системы, что приводит к попыткам реформирования ТЗУ и внедрения рыночных элементов. Комплексный эксперимент (1987–1988 гг.), в котором участвовало 58 драматических театров, 17 музыкальных, 6 юного зрителя и 1 кукольный из 9 союзных республик привел к тому, что ТЗУ были освобождены от вмешательства со стороны органов управления культурой в вопросах регулирования репертуарной афиши, определения количества годовых премьер, формирования творческого коллектива и т.д. Учреждения получили право оставлять у себя сверхплановую выручку от билетов, самостоятельно устанавливать цены на премьерные показы, формировать фонды материального поощрения артистов и заключать прямые договора на аренду и гастроли.

Вопрос 3. Развитие театрально-зрелищных организаций в период перехода к рыночной экономике (1990-е гг.).

Распад Советского Союза (1991) и приобретение страной статуса суверенного государства, изменение экономической модели развития с командной плановой на рыночную, демократизация общественной жизни и творческая свобода, которую получили деятели культуры, привели к принципиальной перестройке структуры художественного творчества. Происходит активизация культурной жизни республики за счет появления новых коллективов, получивших статус театров-студий. Их творческий состав формировался из числа актеров и режиссеров, не нашедших себя в других (профессиональных и любительских) театральных коллективах или стремившихся к экспериментальному творчеству и считавших себя способными на более содержательное и новаторское существование в профессии.

За относительно короткий отрезок времени в стране возникло более двадцати театров-студий, лидерами которых стали В. Барковский, В. Григалюнас, В. Иноземцев, В. Матросов, В. Савицкий, Р. Талипов, М. Трухан. Театры-студии создавались на хозяйственно-расчетной основе, работали по принципу самоокупаемости и были призваны играть спектакли для публики, организовывать постоянную творческую учебу, заниматься экспериментальной деятельностью в направлении создания собственного репертуара и поиска новых средств художественной выразительности.

Параллельно с развитием студийного движения в начале 1990-х гг. в Беларуси происходят изменения в системе функционирования государственных театров. Неудовлетворенные степенью своей востребованности актеры и режиссеры объединялись для самостоятельной работы над любимыми литературными произведениями на малых сценах государственных театров. Ограниченное пространство сценической площадки обусловливало выбор малой формы спектакля и аскетичность декорационного оформления. Камерные постановки: монодрама, пьеса-монолог, драматическое сочинение для двух-трех актеров, – позволяли в сжатом сюжетном и театральном пространстве показать тонкости, мельчайшие нюансы психологического состояния героев.

Одни режиссеры обращались к абсурдистской драме (Д. Бойко, Э. Ионеско, С. Мрожек), другие работали над лирической драмой (Э. Томпсон, Д. Патрик). Главным для всех спектаклей являлось не внешняя привлекательность сценического произведения, а его содержание, возможность заставить зрителя сопереживать событиям, происходившим на сцене. Именно камерность и сдержанность театрального действия позже были взяты за образец белорусскими режиссерами при постановке пьес в рамках антрепризных проектов.

На рубеже XX – XXI вв. в связи с переходом республики к рыночным отношениям в значительной степени интенсифицируется творческая деятельность за счет антрепризной формы существования сценических коллективов, которые организовывались вне стен государственных театров режиссерами или продюсерами с целью постановки спектаклей на собственные средства или деньги спонсоров.

Первые драматические антрепризы в нашей стране возникли в 1997 г. в г. Минске – это были антрепризы «Театральные звезды» режиссера М. Абрамова и «Виртуозы сцены» продюсера. В. Ушакова. Чуть ранее, в начале 1990-х гг. появились частные театры – инварианты антрепризы – коллективы драматической направленности, не имевшие собственной сценической площадки, в функционировании которых соблюдались принципы приглашения актеров из разных театров для работы над конкретной постановкой под руководством продюсера и негосударственное финансирование деятельности: частный театр «На Юбилейной площади» А. Ильиных (Минск, 1991), Малый театр И. Забары (Минск, 1996), «Независимый театр» Г. Фиглина (Гомель, 1992).

В середине 2000-х гг. началась вторая волна развития антрепризы в Беларуси: открылись новые частные театры – товарищество с дополнительной ответственностью Новый театр (ОДО Новый театр, 2004) и театр «Компания» (2006); антрепризы «Виртуозы сцены» и «Белорусские сезоны» реорганизовалась соответственно в Современный художественный театр (СХТ, 2004) и театр современной драматургии «Театральный ковчег» (2006).

Вопрос 4. Формы и жанры современных театрально-зрелищных мероприятий.

В 2020-е гг. структура зрелищного процесса претерпевает изменения под влиянием цифровизации и трансформации психологии потребителя. Классическое разделение на театр, цирк, концерт уступает место новым формам. Посредники (маркетологи) и инициаторы (режиссеры) активно используют технологии для создания уникального пользовательского опыта.

Создаются мероприятия гибридного формата – синтетические шоу, в которых физические возможности артиста соединяются с цифровой средой: мультимедийные перформансы (в которых хореография артистов объединена с проекциями, световыми партитурами, графикой), цирковые шоу, где сложные трюки (акробатика, воздушная гимнастика) вплетены в драматическую канву и сопровождаются живым оркестровым исполнением, вокалом и масштабными 3D-декорациями, а также кросс-жанры (симфонические рок-шоу, спектакли в индустриальных пространствах).

Иммерсивные форматы (шоу с эффектом погружения) характеризуются разрушением «четвертой стены» и изменением роли потребителя: он перестает быть пассивным наблюдателем и превращается в активного участника или соавтора.

Мероприятия с применением информационных технологий (видеомеппинг, дополненная реальность, онлайн-трансляции), которые выступают не просто декорацией, а смыслообразующим элементом сценографии.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Как назывались советские культурно-просветительные организации (1917–1932 гг.), развивавшие сеть рабочих клубов и кружков на революционные темы?
2. Какие органы цензуры контролировали репертуар театров в 1920-е гг.?
3. На каких экономических принципах работали ТЗУ в период НЭПа?
4. Какое министерство в мае 1953 года взяло на себя управление театрально-зрелищными учреждениями БССР?
5. Сопоставьте особенности советского «гастрольно-конвейерного плана» 1960–1980-х годов и современного «иммерсивного формата» 2020-х гг., указав как изменилась роль зрителя (потребителя).
6. Заполните пропуски в хронологической цепочке эволюции финансово-управленческих моделей ТЗУ Беларуси, используя термины из лекции:

   Период НЭПа (1921–1928): большинство коллективов работает на принципах [.....].

1960-е – 1980-е гг.: фиксированные оклады, лимиты снабжения и строгий [.....] план.
Начало 1990-х гг.: появление театров-студий на [.....] основе.

Лекция 3. Правовые основы и организационно-управленческая структура театрально-зрелищных учреждений

Вопросы лекции

1. Организационно-правовые формы театрально-зрелищных организаций Республики Беларусь.
2. Структура управления государственными театрально-зрелищными учреждениями.
3. Устав театрально-зрелищного учреждения как основной локальный нормативный документ.
4. Нормативно-правовая база Республики Беларусь в сфере театрально-зрелищных мероприятий.

Ключевые слова: учреждение, унитарное предприятие, общество с ограниченной ответственностью, учредитель, устав, авторский договор.

Литература

1. Герасимова, Л. К. Основы управления интеллектуальной собственностью : учеб. пособие / Л. К. Герасимова. – Мн. : Издательство Гревцова, 2011. – 253 с.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь: по состоянию на 24 янв. 2022 г. – Мн. : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2022. – 656 с.
3. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры. – Мн. : Национальный центр правовой информации, 2023. – 280 с.

Вопрос 1. Организационно-правовые формы театрально-зрелищных организаций Республики Беларусь.

В соответствии с Кодексом о культуре Республики Беларусь (ст. 50) для осуществления культурной деятельности могут создаваться организации культуры и подразделения юридических лиц, включая обособленные: театры, цирки, филармонии, ансамбли, хоры, оркестры и пр.

Организации культуры по форме собственности подразделяются на государственные и частные, по основной цели деятельности – на коммерческие и некоммерческие. Организации культуры могут быть созданы в форме следующих коммерческих организаций: хозяйственных обществ (открытого или закрытого акционерного общества, общества с ограниченной ответственностью и общества с дополнительной ответственностью), полного и коммандитного товариществ; унитарных предприятий. Организации культуры могут быть созданы в форме следующих некоммерческих организаций: финансируемых собственником учреждений культуры; ассоциаций (союзов); иных формах, предусмотренных законодательными актами (ст. 51).

Гражданский кодекс Республики Беларусь (ст. 63.1) определяет, что хозяйственными товариществами и обществами признаются коммерческие организации с разделенным на доли (акции) учредителей (участников) уставным фондом. Имущество, созданное за счет вкладов учредителей (участников), а также произведенное и приобретенное хозяйственным товариществом или обществом в процессе его деятельности, принадлежит ему на праве собственности.

Полным признается товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества и солидарно друг с другом несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества (ст. 66.1).

Коммандитным товариществом признается товарищество, в котором наряду с участниками, осуществляющими от имени товарищества предпринимательскую деятельность и отвечающими по обязательствам товарищества всем своим имуществом (полными товарищами), имеется один или несколько участников (вкладчиков, коммандитов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности (ст. 81.1).

Обществом с ограниченной ответственностью признается общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных уставом размеров. Участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов (ст. 86.1).

Обществом с дополнительной ответственностью признается общество, уставный фонд которого разделен на доли определенных уставом размеров. Участники такого общества солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам своим имуществом в пределах, определяемых уставом общества, но не менее размера, установленного законодательными актами. При банкротстве одного из участников его ответственность по обязательствам общества распределяется между остальными участниками пропорционально их вкладам, если иной порядок распределения ответственности не предусмотрен уставом общества (ст. 94.1).

Акционерным обществом признается общество, уставный фонд которого разделен на определенное число акций, имеющих одинаковую номинальную стоимость. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций (ст. 96.1). Акционерное общество, акции которого могут размещаться и обращаться среди неограниченного круга лиц, является открытым акционерным обществом (ст. 97.1). Акционерное общество, акции которого размещаются только среди акционеров этого общества и (или) определенного

в соответствии с законодательством об акционерных обществах ограниченного круга лиц, является закрытым акционерным обществом (ст. 97.2).

Унитарным предприятием признается коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия (ст. 113.1).

Учреждением признается организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая им полностью или частично (ст. 120.1).

Ассоциация (союз) является юридическим лицом. Члены ассоциации (союза) сохраняют свою самостоятельность и права юридического лица, гражданина, осуществляющего индивидуальную предпринимательскую деятельность. Ассоциация (союз) не отвечает по обязательствам своих членов. Члены ассоциации (союза) несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в размере и порядке, предусмотренных уставом ассоциации (союза) (ст. 121.3-4).

Вопрос 2. Структура управления государственными театрально-зрелищными учреждениями.



Вопрос 3. Устав театрально-зрелищного учреждения как основной локальный нормативный документ.

Государственные театрально-зрелищные учреждения создаются государственными органами, осуществляющими регулирование и управление в отрасли культуры в соответствии со своей компетенцией.

ТЗУ является юридическим лицом и осуществляет свою деятельность на основании устава, который должен содержать его наименование, содержащее указание на характер деятельности и организационно-правовую форму, место нахождение ТЗУ, предмет и цели деятельности, источники формирования имущества, структуру, компетенцию, порядок формирования и срок полномочий органов управления, порядок принятия ими решений и контроля их деятельности, порядок использования имущества в случае ликвидации ТЗУ, данные о его филиалах и представительствах.

Основной деятельностью ТЗУ является:

создание и показ спектаклей, концертов и других художественных представлений, организация гастролей, проведение творческих вечеров, фестивалей и конкурсов, реализация билетов на указанные мероприятия;

подготовка спектаклей, концертов, представлений по договорам с другими юридическими и физическими лицами для показа на их собственных или арендованных сценических площадках, по телевидению, для трансляции по радио, для съемок на кино-, видео- и иные материальные носители;

организация других мероприятий, проводимых собственными силами или силами приглашенных коллективов, исполнителей;

проведение стажировок ведущими мастерами и деятелями ТЗУ;

предоставление другим организациям по договорам с ними постановочных услуг, сценических постановочных средств для проведения спектаклей и концертов;

изготовление по заказам и договорам с другими юридическими и физическими лицами предметов художественного оформления спектаклей, концертов, представлений;

предоставление сценических площадок для проведения гастрольных и выездных мероприятий другим ТЗУ, для осуществления совместных проектов и программ в соответствии с заключенными договорами;

подготовка, тиражирование и реализация информационно-справочных изданий, копий видеоматериалов и фонограмм, связанных с художественно-творческой деятельностью ТЗУ;

прокат и изготовление костюмов, обуви, оборудования, реквизита, бутафории, гримерных, постижерских и иных принадлежностей;

реализация сопутствующих услуг, предоставляемых зрителям ТЗУ.

ТЗУ может осуществлять предпринимательскую деятельность лишь по стольку, поскольку она служит достижению целей, ради которых оно создано, соответствует этим целям.

Ликвидация, реорганизация ТЗУ осуществляется в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Вопрос 4. Нормативно-правовая база Республики Беларусь в сфере театрально-зрелищных мероприятий.

Нормативно-правовая база Республики Беларусь в сфере театрально-зрелищных мероприятий представляет собой строго упорядоченную вертикаль законодательных актов, обеспечивающих контроль качества культурных продуктов, защиту прав потребителей и государственную безопасность в местах массового скопления людей.

Базовыми законодательными документами являются Кодекс Республики Беларусь о культуре (с изменениями и дополнениями от 15 апреля 2026 г. № 139-З), в котором в статьях 213-216 определяется порядок организации и проведения культурно-зрелищных мероприятий в республике.

В Гражданском кодексе Республики Беларусь (с изменениями и дополнениями от 16 марта 2026 г. № 134-З) в главах 27-29 регулируются общие договорные обязательства (аренду сценических площадок и договоры подряда с артистами). Раздел V посвящен вопросам интеллектуальной собственности. В частности, глава 61 раскрывает «Авторское право и смежные права».

В целом же, вопросы регулирования интеллектуальной собственности в сфере театрально-зрелищных мероприятий рассматриваются в законе «Об авторском праве и смежных правах» (от 17 мая 2011 года №262-З, с изменениями от 17 июля 2026 г. № 170-З).

Закон Республики Беларусь «О массовых мероприятиях» (с изменениями от 17 июля 2023 «292-З), определяющий порядок организации и проведения массовых мероприятий и ответственность за нарушение законодательства о массовых мероприятиях.

Проведение любых театрально-зрелищных мероприятий в Республике Беларусь имеют право только те юридически лица (и индивидуальные предприниматели) официально включенные в реестр Министерства культуры Республики Беларусь.

В соответствии с пунктом 3 статьи 213 Кодекса о культуре организатор театрально-зрелищного мероприятия утверждает **программу мероприятия** – документ, который содержит информацию о мероприятии: его наименование, информацию о месте и времени (сроках) его проведения, проектную вместимость сценической площадки (при отсутствии – планируемое количество зрителей), на которой планируется проведение мероприятия белорусских и (или) иностранных исполнителей и иную информацию (по желанию организатора), которая относится к проведению театрально-зрелищного мероприятия.

В соответствии с пунктами 1-2 статьи 214 Кодекса о культуре для организации и проведения мероприятия его **о**рганизатор обязан получить специальное разрешение – удостоверение на право организации и проведения мероприятия, за исключением случаев, когда получение удостоверения не требуется. В случае, когда театрально-зрелищное мероприятие имеет двух и

более организаторов, одному из которых в соответствии с Кодексом о культуре и (или) иными актами законодательства не требуется получение удостоверения, и другим организаторам также не требуется получение удостоверения.

Удостоверение выдается на право организации и проведения каждого отдельного или нескольких театрально-зрелищных мероприятий, проводимых на территории одной области или г. Минске на протяжении 30 календарных дней в рамках гастролей с участием одного или нескольких исполнителей.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. На какие группы делятсяорганизации культуры в Республике Беларусь?
2. Что является основным локальным документом, на основании которого театрально-зрелищное учреждение осуществляет свою деятельность?
3. Какой государственный орган осуществляет веление Реестра организаторов культурно-зрелищных мемероприятий?
4. Каким законом регулируются вопросы интеллектуальной собственности, авторских и смежных прав в театрально-зрелищных учреждениях?
5. Какой документ, содержащий информацию о месте, времени и исполнителях обязан утврдить организатор театрально-зрелищного мероприятия?
6. Перечислите 3 обязательных правовых условия (документа) согласно Кодекса о культуре Республики Беларусь без выполнения котрыхорганизатор не иммет права запустить рекламу и продажу билетов в Минске на коммерческий концерт зарубежного исполнителя?

Лекция 4. Управление творческим коллективом в театрально-зрелищном учреждении

Вопросы лекции

1. Понятие «творческий коллектив».
2. Штатное расписание театрально-зрелищного учреждения.
3. Мотивация творческих работников и ее нематериальные методы.
4. Конфликты в творческих коллективах.

Ключевые слова: творческий коллектив, штатное расписание, гонорар, охрана труда, конфликт.

Литература

1. Ильиных, С. А. Управление творческим коллективом в современном театре: социологический анализ / С. А. Ильиных, М. Р. Шаврукова // Вопросы управления. – 2017. – №3 (46). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-tvorcheskim-kollektivom-v-sovremennom-teatre-sotsiologicheskiy-analiz (дата обращения: 01.08.2026).
2. Кадырова, С. В. Self-management в сфере культуры и искусства : учеб. пособие / С. В. Кадырова, Е. А. Немцева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2021. – С. 104–135.
3. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры. – Мн. : Национальный центр правовой информации, 2023. – 280 с.
4. Халтурина, О. А. Специфика управления театром как структурной единицей креативной индустрии / О. А. Халтурина, Н. Е. Терешкина // Прикладные экономические исследования. – 2023. – №1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-upravleniya-teatrom-kak-strukturnoy-edinitsey-kreativnoy-industrii (дата обращения: 01.08.2026).
5. Шейнов, В. П. Управление конфликтами / В. П. Шейнов. – СПб. : Питер, 2014. – 572 с.

Вопрос 1. Понятие «творческий коллектив».

Творческий коллектив – это категория работников, которым в силу их способностей, профессиональных знаний и умений, опыта и компетентности поручено осуществлять деятельность учреждений культуры.

Творческий работник – физическое лицо, которое создает или интерпретирует культурные ценности, считает собственную творческую деятельность неотъемлемой частью своей жизни, признано или требует признания в качестве творческого работника, независимо от того, связано оно или не связано трудовыми соглашениями, и является членом какой-либо ассоциации творческих работников или нет.

Кодекс о культуре также дает определение «работник культуры» – гражданин, осуществляющий культурную деятельность в должности, предусмотренной квалификационным справочником должностей служащих,

занятых в культуре, а также руководитель организации культуры, подразделения организации культуры, подразделения иного юридического лица, осуществляющего культурную деятельность, и его заместитель (заместители), к должностным обязанностям которого (которых) относятся вопросы осуществления культурной деятельности (ст. 1).

Специфику творческого коллектива определяет тот факт, что своей совместной деятельностью исполнительский коллектив продолжает когда-то и кем-то начатый творческий процесс. Любой творческий коллектив создаёт собственную интерпретацию исполняемого произведения. Его участник, реализующий общий для всех творческий замысел, таким способом проявляет своё индивидуальное творческое начало.

Как организованная группа работников творческий коллектив имеет ряд отличительных признаков. Творчество всего коллектива напрямую зависит от активности и успеха творческой деятельности каждого участника. Дуализм творческого коллектива заключается в том, что творчество требует индивидуализации, в то время как коллектив культивирует единство.

Основная классификация разделяет творческие группы по типу организации, по сфере деятельности (видам искусства), по целям деятельности коллектива.

Виды творческих коллективов по типу организации:

- ·Государственные – это группы работников, занимающихся творческой деятельностью в государственной бюджетной структуре (например, Национальный академический народный хор им. Г. Цитовича, Белорусский государственный заслуженный хореографический ансамбль «Хорошки» и др.)
- ·Частные – это творческие коллективы, действующие на предприятии культуры и искусства, учрежденном частным физическим или юридическим лицом (например, театральный проект «ТриТформаТ»).

По целям деятельности коллективы делятся на виды:

- ·Коммерческие – деятельность таких коллективов в максимальной степени направлена на получение прибыли;
- ·Благотворительные – некоммерческая деятельность с целью поддержки нуждающихся на основе добровольности и свободы выбора ее целей (малоимущих, детей с серьезными заболеваниями, акции в защиту животных и т.д.);
- ·Общественно-просветительские – деятельность, целью которой является повышение общественного социально-культурного уровня населения.

По сфере деятельности различаются следующие коллективы: музыкальные (музыка, пение, хор); хореографические (хореография, балет); литературные (поэзия, проза); труппа (театр, опера, эстрада, цирк); съемочная группа (кинематограф, фотоискусство); художественные

(живопись, графика, скульптура, архитектура, декоративно-прикладное искусство).

Вопрос 2. Штатное расписание театрально-зрелищного учреждения.

Штатное расписание театрально-зрелищного учреждения – это обязательный локальный нормативно-правовой акт, отражающий его организационную структуру, перечень должностей служащих (профессий рабочих), количество штатных единиц и размеры тарифных окладов.

В соответствии с Постановлением Министерства культуры Республики Беларусь № 52 от 8 мая 2024 г. «О типовых штатах и нормативах численности работников театрально-зрелищных организаций» установлены типовые штаты и нормативы численности работников театров и концертных организаций.

Также определено, что руководители ТЗО имеют право по решению местных исполнительных и распорядительных органов вводить дополнительные штатные единицы работников, не предусмотренные типовыми штатами и нормативами численности.

Общим для штатного расписания ТЗУ является ряд блоков: административно-управленческий персонал, персонал художественно-постановочной части, служба по работе со зрителем, инженерная группа, хозяйственный отдел и рабочие

Так для филармонии административно-управленческий персонал установлен в следующих единицах:

Директор	1	на учреждение
Заместитель директора	1	на учреждение
Заместитель директора по административно-хозяйственной деятельности	вводится 1 штатная единица при численности работников более 80 штатных единиц	
Секретарь приемной	вводится 1 штатная единица при численности работников более 80 штатных единиц	
Специалист (инспектор) по кадрам	вводится из расчета 1 штатная единица на каждые 150 штатных единиц работников, но не менее 0,5 штатной единицы на учреждение	
Юрисконсульт	вводится из расчета 1 штатная единица на каждые 100 штатных единиц работников, но не более 1 штатной единицы	
Главный бухгалтер	1	на учреждение
Заместитель главного бухгалтера	1	при численности непосредственно подчиненных работников не менее пяти штатных единиц
Бухгалтер	вводится из расчета 1 штатная единица на	

	каждые 150 лицевых счетов работников. Дополнительно вводится: 1 штатная единица для ведения учета финансово-расчетных операций и учета материальных ценностей; 0,5 штатной единицы для ведения учета гастрольной деятельности приглашенных зарубежных и отечественных исполнителей	
Экономист	1	на учреждение
Специалист по организации закупок (агент по снабжению)	1	на учреждение
Администратор сетей (администратор системный)	0,5	на учреждение
Инженер по пожарной безопасности	вводится в соответствии с требованиями постановления Совета Министров Республики Беларусь от 29 февраля 2016 г. № 163	
Инженер по охране труда	вводится в соответствии с требованиями Закона Республики Беларусь «Об охране труда»	

Специфика комплектования труппы театра и штата концертной организации обусловлена разницей в их конечном культурном продукте. Театр ориентирован на создание целостного сценического действия (спектакля) и долгосрочного репертуара. Концертная организация нацелена на производство разножанровых музыкальных, хореографических или эстрадных номеров и программ.

Штатное расписание театра ориентировано на обеспечение производственно-сценического цикла (художественно-руководящий персонал; художественно-отделочный (бутафорский) цех (участок); швейный цех (участок)). Штат концертной организации – филармонии формируется по принципу автономных творческих коллективов (камерный хор, ансамбль песни и танца (вокально-хореографический), ансамбль эстрадного танца (ансамбль танца) и т.д.) и направлен на высокую мобильность – прокат программ (отдел концертно-фестивальной работы; продюсерский центр (отдел) по работе с молодыми исполнителями)

Оплата труда творческих работников театрально-зрелищных учреждений осуществляется на основе базовой ставки. Расчет оклада работников производится путем ее умножения на квалификационный коэффициент, соответствующий тарифному разряду по Единой тарифной сетке. Тарифные разряды должностей определяются на основании выпусков Единого квалификационного справочника должностей служащих и для творческого состава они составляют в среднем от 7 до 13 разряда.

Обязательные симулирующие и компенсирующие выплаты включают: надбавки за стаж в бюджетных организациях от 10% (при стаже до 5 лет) до 30% (при стаже свыше 15 лет) от базовой ставки; надбавка по контракту (до 50% от оклада и дополнительный поощрительный отпуск); надбавка за специфику деятельности (сложность репетиционного и демонстрационного процессов); за почетные звания («Заслуженный артист / деятель искусств Республики Беларусь», «Народный артист Беларуси»).

В соответствии с Указом Президента Республики Беларусь № 422 от 18 ноября 2024 г. (корректируется Указ № 275 от 31 августа 2023 г. «О поддержке отдельных государственных организаций культуры») с 1 января 2025 г. создание новых постановок, проведение гастролей, оплата коммунальных услуг, эксплуатационных расходов и выплата заработной платы будут осуществляться на паритетной основе (50/50) из средств бюджета и собственных доходов театрально-зрелищных учреждений. Фонд материального поощрения (премии) включает бюджетные ассигнования (20% оклада) и внебюджетные собственные доходы, которые руководитель имеет право направлять на выплату актерам и техническим цехам по итогам успешных премьер, фестивалей или интенсивность труда.

Вопрос 3. Мотивация творческих работников и ее нематериальные методы.

Для творческой личности внутренние стимулы (самореализация, признание, художественная ценность труда) являются часто более значимыми чем внешние материальные факторы. Поскольку государственные ТЗУ ограничены рамками бюджетного финансирования, нематериальные методы мотивации становятся главным инструментом удержания талантливых специалистов и повышения качества культурного продукта.

Специфика мотивации творческих работников обусловлена потребностью последних в признании и успехе: артисту необходима обратная связь не только от руководства, но и напрямую от зрителя (через аплодисменты, рецензии, внимание прессы). Главным демотиватором для творческого работника является отсутствие востребованности («простои» или игра исключительно в массовых сценах). Кроме того, творческий процесс требует глубокого психологического включения, что делает сотрудников ТЗУ подверженными профессиональному выгоранию.

Руководство театрально-зрелищных учреждений Беларуси активно применяет систему нематериальных методов мотивации, включающую: предоставление желаемых ролей и сольных партий; предоставление возможности режиссерских дебютов опытным артистам; участие в престижных гастролях и фестивалях.

Морально-психологическое поощение и общественное признание связано с выдвижением на государственные награды и звания: инициирование руководством ходатайств о присвоении званий

«Заслуженный артист / деятель искусств Республики Беларусь», «Народный артист Беларуси», награждении медалью Франциска Скорины. Институциональное признание включает размещение портретов артистов на досках почета или в фойе театра / филармонии / цирка, в буклетах к спектаклям, на официальном сайте и в социальных сетях.

Организационные методы включают создание приемлемых условий труда: гибкий график репетиций, улучшение бытовых условий артистов в гримерных комнатах, закупка качественного сценического грима и пр. А также решение жилищного вопроса (содействие в получении мест в арендном жилье или помощь в постановке на учет нуждающихся в улучшении жилищных условий через ведомственные каналы Министерства культуры), предоставление льготных путевок в санатории и дома отдыха для сотрудников и их детей через профсоюзные комитеты театрально-зрелищных учреждений.

Вопрос 4. Конфликты в творческих коллективах.

Конфликты в творческих коллективах являются объективной неизбежностью и неотъемлемой частью процесса создания культурного продукта, что связано с тем, что само создание зрелища строится на столкновении индивидуальностей, эстетических концепций и амбиций.

Конфликт в творческой среде – это не признак плохой организации, а естественное состояние живого творческого процесса.

Причины перманентного напряжения в творческих коллективах связаны как с самой природой личности творческого работника (гипертрофированная жажда признания, общественного одобрения у актеров и музыкантов развита сильнее, чем у работников технических сфер) так и с тем, что творческий процесс требует максимального обнажения нервной системы (высокий уровень эмпатии приводит к тому, что рабочие замечания режиссера или художественного совета воспринимаются артистом как глубокое личное оскорбление или профессиональное непризнание).

Дефицит главных ролей (репертуарный план не может обеспечить всех артистов ведущими ролями), появление в труппе фаворитов художественного руководителя также порождает скрытую или явную агрессию со стороны невостребованных артистов.

Любой конфликт в учреждении имеет конструктивный (продуктивный характер), связанный с поиском верной интонации спектакля, эстетикой постановки или трактовки пьесы, что приводит к рождению новаторского художественного решения и созданию качественно итого культурного продукта.

Деструктивный (разрушительный) конфликт, включающий переход на личности, интриги, срыв репетиций, кулуарную борьбу за влияние влечет за собой раскол труппы, уход (увольнение) значимых специалистов, срыв планов премьер.

Для того, чтобы конфликты не разрушили деятельность театрально-зрелищного учреждения руководству организации необходимо использовать стратегии управления ими. Выносить спорные вопросы (распределение ролей, приемка эскизов декораций) на коллегиальное обсуждение авторитетных сотрудников (Художественного совета). Четко определять критерии (количество сыгранных спектаклей, занятость в текущем репертуаре, соблюдение трудовой дисциплины) начисления надбавок и премий из внебюджетных фондов, что снижает чувство несправедливости у творческого персонала. Применять тактику переговоров, когда обе стороны готовы к диалогу и ориентированы на результат (решение спора между режиссером-постановщиком и художником-сценографом по поводу эскизов декораций).

В некоторых случаях применять кадровые решения, связанные с ротацией и перераспределением обязанностей (перевод артиста из текущего репертуара на малую сцену), дисциплинарные взыскания (выговоры за срыв репетиций или нарушение правил внутреннего трудового распорядка вплоть до увольнения по статье), непродление контракта.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Кто такой «творческий работник»?
2. В чем заключается специфика творческих коллективов?
3. Каким документов устанавливаются типовые штаты работников театров и концертных организаций в Беларуси?
4. На основе какого экономического показателя осуществляется оплата труда творческих работников в государственных ТЗУ?
5. Изучите фрагмент штатного расписания административно-управленческого персонала филармонии и выпишите, при каких конкретных условиях (количественных показателях) в штат учреждения вводится должность заместителя директора по административно-хозяйственной деятельности; секретаря приемной; юрисконсульта?
6. Что является главным демотиватором для творческих работников ТЗУ?

Лекция 5. Технология создания театрально-зрелищного мероприятия

Вопросы лекции

1. Спектакль, концерт, цирковая программа как результат деятельности театрально-зрелищного учреждения.
2. Планирование и организация подготовки новых театрально-зрелищных мероприятий от идеи до сценического воплощения.
3. Эксплуатация театрально-зрелищных мероприятий.
4. Типичные риски театрально-зрелищных мероприятий.

Ключевые слова: Спектакль, концерт, цирковая программа, репетиции, эксплуатация, билеты, риски.

Литература

1 Ашмаров, И. А. Организация театрального дела [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. А. Ашмаров. – М. : Директ-Медиа, 2019. – С. 5–209. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1990162.

2 Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2022. – С. 237–287.

3 Командышко, Е. Ф. Арт-менеджмент : учебник / Е. Ф. Командышко. – М. : ИНФРА-М, 2022. – С. 31–89.

4 Косинова, М. И. Продюсирование проектов в сфере культуры : учеб. пособие / М. И. Косинова. – М. : РУСАЙНС, 2024. – С. 162–187.

5 Стельмах, А. М. От антрепризы к частному театру: развитие частного театрального дела в Беларуси на рубеже XX-XXI вв. / А. М. Стельмах. – Мн. : БГУКИ, 2021. – С. 28–51, 150–166.

Вопрос 1. Спектакль, концерт, цирковая программа как результат деятельности театрально-зрелищного учреждения.

Спектакль, концерт, цирковая программа – конечный специфический продукт деятельности театрально-зрелищных учреждений, который может рассматриваться одновременно как художественное произведение (объект интеллектуальной собственности) и как особая услуга.

Спектакль (результат деятельности театра) – целостное сценическое действие, основанное на литературной (драматургической) или музыкально-драматургической основе (пьеса, либретто). Характеризуется наличием сквозного действия, актерским перевоплощением, оригинальных костюмов и декораций. Театральный продукт ориентирован на долгосрочное репертуарное планирование: показ одного спектакля несколько сезонов.

Концерт / концертная программа (результат деятельности филармонии / концертной организации) – публичное исполнение музыкальных, хореографических, вокальных или эстрадных номеров. В отличие от спектакля, концерт может быть дивертисментом (набор отдельных номеров,

не связанных с сюжетом) или тематическим.

Цирковая программа (результат деятельности цирка) – зрелищное представление, объединяющее разножанровые номера (акробатику, жонглирование, клоунаду, дрессуру), демонстрирующее высшие физические и эксцентрические возможности человека и животных.

Любое мероприятие является актом сотворчества большого количества специалистов. Творческий коллектив берет первооснову – текст, музыку и создает собственную уникальную интерпретацию. На этом уровне результат деятельности театра, цирка или филармонии направлен на эстетическое воспитание и удовлетворение духовных потребностей населения.

Для руководства театрально-зрелищного учреждения спектакль, концерт или цирковая программа – это еще и коммерческий продукт – товар / услуга, который(ую) необходимо «упаковать» и продать потребителю (зрителю / слушателю). Особенность этого продукта в том, что его невозможно отделить от источника (артиста) и потреблять впрок: услуга оказывается и потребляется непосредственно в момент демонстрации.

Вопрос 2. Планирование и организация подготовки новых театрально-зрелищных мероприятий от идеи до сценического воплощения.

Процесс планирования и организация подготовки новых театрально-зрелищных мероприятий включает в себя следующие технологические этапы: разработка концепции и аудитории мероприятия, выбор соответствующего литературного, музыкального или художественного материала, определение состава исполнителей. Далее следует финансовое обеспечение мероприятия: определение бюджета и сметы, правовое сопровождение и подписание контрактов с авторами, приглашенными исполнителями и техническими подрядчиками. И завершающими этапами являются репетиции и непосредственно прокат.

Приступая к реализации мероприятия, руководство театрально-зрелищного учреждения обращает внимание на то, насколько его идея будет востребована, а это предполагает умение мыслить в категориях экономики.

Уже при выборе литературного, музыкального или художественного материала становится понятно какими будут затраты по оплате авторских прав автору(ам) и/или переводчику. Т.е. требует ли пьеса, композиции или песни авторских отчислений согласно Международной конвенции об авторских правах или нет. Важна и история постановки пьесы: если произведение уже ставилось на сцене раньше, то необходимо будет выплатить проценты автору с ее каждого будущего публичного исполнения на сцене, а если произведение ставится впервые, то необходимо будет выкупить право на его постановку.

Финансовая смета будущего мероприятия учитывает и сами средства его художественной выразительности: визуальное декоративное оформление, принципы музыкального оформления (написание оригинальной музыки или

подбор уже существующих музыкальных произведений, запись музыкального оформления – т.е. расходы на звуковую студию, оркестрантов и пр.), световое решение программы и т.д.

При определении творческой группы необходимо учитывать не только их артистические возможности. Востребованные актеры, как правило, заняты по основному месту работы в театре или в кинематографических, телевизионных и других проектах. Это существенно усложняет составление реального графика репетиций и его соблюдение.

Репетиционно-производственный этап включает составление производственного-плана графика, разработку режиссерской экспликации, изобразительного и музыкального решения мероприятия, расписание репетиций, а также распределение нагрузки на технические службы: монтаж декораций, установка света, звука, видеопроекции и спецэффектов. Продолжительность репетиционного процесса определяется индивидуально, в зависимости от множества факторов: планирования театром своей работы, загруженности актеров в параллельных репетициях и спектаклях, манеры работы режиссера-постановщика и т.д. И если на первых стадиях репетиционный процесс может и затянуться, то период сценических репетиций является наиболее сложным, требующим максимальной концентрации, и для него необходим очень точный график.

Итогом работы над спектаклем / шоу является создание паспорта. Паспорт мероприятия – свод документов, фиксирующих технические и художественные особенности постановки, предназначенный для документального выражения состояния программы и его соответствия действующим правилам техники безопасности и противопожарным нормам. Составление паспорта служит также способом документальной фиксации расположения декораций, их внешнего вида, технологических особенностей изготовления, сборки оформления и данных, связанных с вопросами обеспечения техники безопасности.

Подготовка премьеры программы подразумевает анализ и выбор средств рекламирования: разработку и печать афиш, буклетов, программок, подготовка видеоролика и т.п. Организуются публикации статей и интервью в прессе, на телевидении и в других средствах массовой коммуникации, что является эффективным средством формирования зрительского интереса.

Премьера по сути своей – это кульминация работы творческого коллектива, результат совместного напряженного труда многих, если не практически всех сотрудников и отделов театрально-зрелищного учреждения за довольно продолжительное, но одновременно и ограниченное время. Премьеру можно назвать лакмусовой бумажкой, проверкой на прочность всей команды, оценкой труда коллектива и, конечно, ее руководства.

Вопрос 3. Эксплуатация театрально-зрелищных мероприятий.

Организация проката предполагает создание оптимальные условия для показа мероприятия максимальному числу зрителей, что позволит обеспечить успех постановки.

Прокатная афиша театрально-зрелищного учреждения формируется на основе действующего репертуара организации и включает календарное расписание публичных показов спектаклей, концертов ил цирковых программ (на стационаре и гастролях). Если репертуар (репертуарная афиша) – это весь перечень готовых и принятых художественным советом продуктов (т.н. творческий фонд учреждения), то прокатная афиша – это инструмент непосредственной коммерческой эксплуатации данного фонда в конкретном месяце или сезоне.

При составлении прокатной афиши руководство театрально-зрелищного учреждения оценивает готовые и принятые художественным советом продукты с точки зрения их коммерческого потенциала и заполняемости зала (мероприятия делятся на «кассовые»: комедии положений, мелодрамы, мюзиклы и «элитарные»: артхаус, психологическая драма, опера). Постановка с высоким индексом привлекательности занимает прочное место в афише в вечернее время с пятницы по воскресенье. Также делается привязка к праздничным и каникулярным дням: в новогодний период репертуарная афиша на 80% заполняется сказками и представлениями, в период школьных каникул приоритет отдается спектаклям для детей. И немаловажными аспектами являются физическая доступность артистов, о которой мы говорили на стадии репетиций) и сложность монтажа декораций. Если постановка требует многотонных конструкций, настройки сложного 3D-видеомеппинга или заливки льда, ее неэффективно ставить на один день. Такие мероприятия группируются блоками (3-5 показов подряд), чтобы сэкономить рабочее время техников сцены.

Прокатная афиша может быть сформирована методом репертуарного чередования: классическая схема, при которой, имея в своем репертуаре некоторое количество мероприятий, театрально-зрелищное учреждение показывает их в определенном порядке в соответствии с календарем, причем чаще всего каждый день название меняется.

Сплошной («бродвейский») прокат подразумевает ежедневный прокат одного единственного мероприятия (которое ставится в афишу непрерывном циклом на одну-две недели или месяц, играясь 10-20 раз подряд), а в выходные и праздничные дни – по два, а то и по три раза. Такая схема характерна для американских и российских мюзиклов. В репертуарном театре она исключена.

Блочный (гибридный) метод – нечто среднее между прокатом репертуарного театра и сплошным прокатом – подразумевает чередование блоков из трех-семи спектаклей одного названия друг за другом (ежедневно) и последующей сменой на блок другого названия. Чаще всего применяется в

музыкальных репертуарных театрах с целью минимизации затрат на технически сложный и дорогостоящий демонтаж и монтаж декораций. Часто блочный принцип внедряется в классическую репертуарную схему, например, театр киноактера одно время показывал спектакли парами.

Ядром эксплуатации театрально-зрелищных мероприятий становится эффективная система распространения билетов, сочетающая традиционные офлайн-методы продажи и высокотехнологичные цифровые инструменты.

Традиционные формы (собственные кассы театрально-зрелищных учреждений; физические точки продаж операторов (сети партнерских касс в крупных ТЦ, салонах связи на вокзалах) и в некоторых случаях бланки строгой отчетности – отпечатанные на специальных типографских бланках с элементами защиты билеты, которые используются на выездных мероприятиях, где отсутствует стабильный интернет для проверки QR-кодов) сохраняют значимость для таких сегментов аудитории как пожилые люди и туристы, например.

Цифровая продажа билетов включает реализацию напрямую через официальный сайт или мобильное приложение ТЗУ (иногда без посреднических комиссий), а также через крупнейшие специализированные платформы (**24afisha.by**, **ticketpro.by**, **bycard.by**, **tce.by**), предоставляющие доступ к своим базам данных, лояльным клиентам и разветвленной сети партнерских точек. Билетные агрегаторы зарабатывают на проценте от стоимости проданных мест (сбор составляет 3-10% и может закладываться в номинал билета либо взыматься оператором сверху как сервисный сбор с покупателя).

В соответствии с п.5. ст. 217 Кодекса Республики Беларусь о культуре, в случае изменения объявленных времени (сроков) и (или) места проведения культурно-зрелищного мероприятия, замены его иным или его отмены гражданин вправе посетить это культурно-зрелищное мероприятие на основании имеющегося входного билета, а также вправе возвратить входной билет и получить стоимость входного билета в полном размере (без учета комиссионного сбора электронных билетных операторов, комиссионного сбора за бронирование входного билета и иных расходов, не входящих в стоимость входного билета), для чего необходимо обратиться к организатору культурно-зрелищного мероприятия с требованием о возврате стоимости входного билета не позднее даты проведения культурно-зрелищного мероприятия.

Организатор культурно-зрелищного мероприятия в случаях возврата входных билетов обязан возвратить стоимость входного билета не позднее семи календарных дней со дня подачи заявления о возврате стоимости входного билета, а в случае отмены культурно-зрелищного мероприятия – не позднее четырнадцати календарных дней со дня подачи заявления о возврате стоимости входного билета.

Возврат стоимости входного билета, приобретенного по безналичному

расчету, осуществляется на текущий (расчетный) банковский счет гражданина или юридического лица.

Вопрос 4. Типичные риски театрально-зрелищных мероприятий.

Управление театрально-зрелищными мероприятиями сопряжено с рисками, связанными как непосредственно с создателями культурного продукта и их физической или творческой дееспособностью (т.н. творческо-артистические риски). Это могут быть и форс-мажорные обстоятельства: внезапная болезнь, травма, потеря голоса и т.п., и срывы репетиционного плана-графика, и неспособность творческого коллектива сдать программу Художественному совету в запланированные сроки, и профессиональное выгорание и внутренние конфликты между режиссером и актерами, в крайней своей степени приводящие к уходу ведущих артистов.

Экономические (коммерческие) риски подразумевают низкую заполняемость зала (риск нераспродажи билетного фонда), кассовый разрыв (временная нехватка оборотных средств на оплату счетов подрядчиков, возникающая из-за задержки перечислений денег со счетов билетных агрегаторов), а также превышение производственной сметы в результате роста цен на материалы (ткани, дерево и пр.) из-за чего изготовление декораций и костюмов швейными и бутафорскими цехами обходится значительно дороже, чем закладывалось в бюджет.

Юридические (регуляторные) риски предполагают возможность отказа в выдаче гастрольного удостоверения, если программа мероприятия нарушает нормы белорусского законодательства или не соответствует критериям. Возможно полное лишение права проводить театрально-зрелищные мероприятия в ситуации исключения из Реестра организаторов культурно-зрелищных мероприятий. Нарушение авторских и смежных прав повлечет за собой иски от правообладателей или претензии Национального центра интеллектуальной собственности (НЦИС) за использование музыки, текстов или хореографии без лицензионного договора и выплаты процентов от сборов.

Технические и постановочные риски при проведении театрально-зрелищного мероприятия обусловлены отказом сценического оборудования (сбои в работе звуковых пультов, световых приборов, проектор для 3D-видеомеппинга и пр.), невыполнением технического райдера (несоответствие сценической площадки концепции программы), логистические сбои и форс-мажоры, связанные с внезапным отключением электроэнергии в здании, прорывом водопровода и т.д.

Пути их минимизации могут включать диверсификацию репертуара (включение в прокатную афишу как крупноформатных мероприятий, требующих высоких затрат на производство, так и мобильных камерных программ, позволяющих минимизировать логистические и технические риски). Формирование резервных фондов, дающее возможность успешно функционировать в периоды сезонного спада посещаемости ТЗУ. Гибкое

ценообразование, делающее коммерчески привлекательным (доступным) мероприятие для аудитории с разным уровнем дохода. Качественную маркетинговую стратегию, предполагающую использование CRM-аналитики билетных операторов для изучения поведения целевой аудитории еще на этапе режиссерского замысла, отказ от неэффективной массовой рекламы в пользу точечного воздействия или комбинированную систему продаж.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. В чем заключаются различия между спектаклем и концертной программой?
2. Каковы характеристики спектакля как культурного продукта?
3. Какие технологические этапы включает в себя процесс подготовки нового мероприятия?
4. Что такое «паспорт спектакля» и какие основные функции он выполняет?
5. В чем разница между понятиями «репертуарная афиша» и «прокатная афиша»?
6. Каким образом кассовый разрыв связан с деятельностью билетных агрегаторов?

Лекция 6. Экономика и финансирование театрально-зрелищных учреждений

Вопросы лекции

1. Финансово-экономическая составляющая функционирования театрально-зрелищного учреждения.
2. Основные статьи доходов и расходов театрально-зрелищных учреждений.
3. Механизмы ценообразования на билеты.
4. Источники финансирования театрально-зрелищных учреждений.

Ключевые слова: производственно-финансовый план, опережающие затраты, прибыль, рентабельность, себестоимость, коммерческая привлекательность мероприятия.

Литература

1 Аликперов, И. М. Фандрейзинг в креативных индустриях : учеб. пособие / И. М. Аликперов. – 2-е изд. – М. : Директ-Медиа, 2023. – 150 с.

2 Об изменении указов Президента Республики Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь, 27 марта 2024 г., № 112 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: https://bspa.by/wp-content/uploads/2024/03/Указ-№-112-новая-ред.-указа-№-300.pdf.

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

4 Стэльмах, Г. М. Сучаснае тэатральнае мастацтва Беларусі ў кантэксце прыярытэтаў дзяржаўнай палітыкі ў сферы культуры / Г. М. Стэльмах // Культура. Наука. Творчество : X Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 12 мая 2016 г.: сб. науч. ст. / М-во культуры Респ. Беларусь. Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: В. М. Черник (пред.) [и др.]. – Мн. : БГУКИ, 2016. – С. 262–267.

Вопрос 1. Финансово-экономическая составляющая функционирования театрально-зрелищного учреждения.

Финансово-экономическое функционирование театрально-зрелищных учреждений в Беларуси сочетает принципы бюджетного субсидирования и элементы рыночной самоокупаемости и представляет собой четко структурированную систему планирования, калькуляции и распределения денежных потоков.

Производственно-финансовый план – основной документ, связывающий творческие показатели учреждения с финансовыми ресурсами и включающий творческо-производственные показатели (планируемое число новых постановок в год; число показов на стационаре и на гастролях; плановая посещаемость зрителей) и финансовые показатели (сводная смета

расходов; график поступления собственных доходов; расчет планового фонда оплаты труда).

Доходы и расходы учреждения: согласно Указу Президента Республики Беларусь № 422 от 18 ноября 2024 г., регулирующему господдержку сферы культуры, создание новых постановок, проведение гастролей, оплата коммунальных услуг, эксплуатационных расходов и выплата заработной платы будут осуществляться на паритетной основе (50/50) из средств бюджета и собственных доходов театров.

Соответственно бюджет ТЗУ может быть составлен на основе подсчета сначала вероятных доходов и соизмерении с ними своих расходов. Либо второй способ – обратный первому: исходя из желаемой творческой программы, подсчитываются расходы, а затем определяется, какими доходами эти расходы возможно покрыть.

Опережающие затраты ТЗУ связаны с тем, что, создавая культурный продукт как социально значимое благо, организация, прежде чем продукт начнет приносить первую прибыль, несет большие расходы по его производству. Эти финансовые вложения могут включать покупку исключительных прав на пьесу у драматургов или иных произведений у других авторов (например, авансовые отчисления композиторам через НЦИС); закупка материалов для изготовления костюмов и сценографии и пр.

Себестоимость театрально-зрелищного продукта – это суммарные затраты на его подготовку (разовые выплаты приглашенному режиссеру, художнику-сценографу, композитору и пр.; расходы бутафорского и швейного цехов на изготовление художественного оформления) и эксплуатацию (постоянные и переменные расходы на проведение конкретного мероприятия: коммунальные расходы за вечер работы зала; амортизация оборудования; комиссия билетных агрегаторов и пр.).

Прибыль: поскольку театрально-зрелищные учреждения Беларуси по своей организационно-правовой форме являются некоммерческими (финансируемыми собственниками учреждений), то понятие «прибыль» здесь имеет свою специфику, связанную с тем, что чистая прибыль (сверхплановая выручка от продажи билетов и услуг) не распределяется между учредителями, а может быть направлена на формирование фонда материального поощрения, частичную модернизацию материально-технической базы и пр.

Коммерческая рентабельность (отношение чистой прибыли к затратам) продукта театрально-зрелищных учреждений редко бывает положительной, поэтому для ее определения используются другие критерии. Например, уровень самоокупаемости мероприятия: отношение чистой выручки с продажи билетов на конкретный спектакль к его эксплуатационной себестоимости (постановки с высокой коммерческой привлекательностью имеют рентабельность выше 100% и окупают социально значимые, но заведомо убыточные мероприятия); или точка безубыточности (кассовая

норма): минимальное количество проданных билетов на один показ (или плановая заполняемость зала в %), необходимое для того, чтобы выручка полностью покрыла расходы на проведение этого показа.

Вопрос 2. Основные статьи доходов и расходов театрально-зрелищных учреждений.

Доходы театрально-зрелищных учреждений включают:

- ✓ выручку от продажи билетов;
- ✓ доход от оказания постановочных услуг;
- ✓ доходы от предоставления сценических средств в аренду;
- ✓ доходы от производственной деятельности бутафорских, швейных, декорационных цехов (при их наличии);
- ✓ доходы от сопутствующих услуг (продажа справочно-информационных изданий, мерча и сувенирной продукции; работа театральных буфетов и кафе; сдача в аренду площадей под торговые точки).

Основные статьи расходов театрально-зрелищных учреждений связаны с:

- ✓ расходами на содержание персонала (начисление заработной платы; отчисления на социальные нужды; премиальный фонд);
- ✓ постановочными расходами на новое мероприятие;
- ✓ текущими эксплуатационными и административно-коммерческими расходами (реклама, печать полиграфии, гастрольные и транспортные расходы и пр.)

Вопрос 3. Механизмы ценообразования на билеты.

На ценообразование в театрально-зрелищных учреждениях влияет несколько факторов: необходимость обеспечения доступности культурного продукта населению, с одной стороны, и максимизация внебюджетной выручки для покрытия эксплуатационных расходов и формирования премиального фонда, с другой.

При формировании стоимости билетов театрально-зрелищными учреждениями учитываются все расходы на организацию одного показа. Сумма затрат делится на плановое количество зрителей при достижении точки безубыточности. И полученная цифра определяет минимальную среднюю стоимость билета.

Формула средней стоимости билета ($Ц_{ср}$):

$$Ц_{ср} = \frac{С_{эксп} \times (1 + \frac{Н_{приб}}{100})}{V_{зала} \times \frac{К_{явки}}{100} \times (1 - \frac{К_{комис}}{100})}$$

$С_{эксп}$ – эксплуатационная стоимость одного показа (в бел. руб.)

$Н_{приб}$[1] – норма планируемой прибыли (в %)

[1] Обычно в ТЗУ закладывается от 10% до 30%.

$V_{зала}$ – полная проектная вместимость зрительного зала (количество мест)

$К_{аншл}$ – коэффициент аншлага / точка безубыточности (в %)[2]

$К_{комис}$ – процент комиссии билетных операторов (в %).

Также стоимость билетов корректируется исходя из коммерческой привлекательности мероприятия – потенциала зрелищного продукта генерировать кассовые сборы и обеспечивать максимальную заполняемость зала. Это включает и медийный вес исполнителей или режиссеров, имеющих широкую известность за пределами ТЗУ. И жанровые предпочтения массовых потребителей зрелищным, музыкальным, легким развлекательным комедиям, мюзиклам, мелодрамам. И наличие у произведения мировой популярности: постановка по классической литературе (или бестселлеру), сказке или культовому фильму имеет изначально более высокую привлекательность, так как зрителю понятен сюжет и минимизируется барьер неизвестности: спектакли «Каренина» (реж. Т. Самбука, 2021, театральный проект «ТриТформаТ), «Сказки Пушкина» (реж. С. Ковальчик, 2023, Национальный академический драматический театр имени М. Горького), балет «Титаник» (пост. С. Микель, 2018, Белорусский государственный академический музыкальный театр). И визуальный масштаб мероприятия: применение компьютерных технологий, масштабного светового оборудования и пр., а также его эксклюзивность и статусность.

Среди прочих факторов, влияющих на стоимость билета: время начала мероприятия (вечерние показы, ориентированные на работающее население, оцениваются выше, чем утренние и дневные (особенно детские спектакли), имеющие сниженную стоимость для обеспечения массовой доступности) и комфортность зрительного зала – ценовые пояса (партер и ложи с лучшей видимостью и акустикой имеют максимальную цену, в то время как боковые места, верхние ряды балкона – минимальную).

Вопрос 4. Источники финансирования театрально-зрелищных учреждений.

Основные источники финансирования театрально-зрелищных учреждений:

1. дотации – бюджетные денежные средства, предоставляемые государством театрально-зрелищных учреждениям на безвозвратной/безвозмездной основе. Их ценность в возможности покрытия текущих затрат. Разные виды дотаций, установленные законом, помогают покрыть убытки и компенсировать издержки;

2. финансирование из бюджетов – это система предоставления денежных средств государственным театрально-зрелищных учреждениям на проведение мероприятий, которые предусмотрены бюджетом (республиканского или местного уровня);

[2] Для стабильно работающих ТЗУ этот показатель устанавливается на уровне 60%–70%.

3. театрально-зрелищная деятельность, рассчитанная на самоокупаемость – дополнительная деятельность, позволяющая покрывать определенные издержки (сборы от продажи билетов и от предоставления сопутствующих услуг; реализация и сдача в аренду основных фондов и имущества ТЗУ; деятельность, приносящая доход и не предусмотренная уставом, соответствующая целям создания ТЗУ и пр.);

4. спонсорская помощь – оказание финансовой и (или) материальной помощи на условиях ее безвозвратности, но при этом, взаимовыгодное сотрудничество.

Перспективные формы негосударственной поддержка сферы театрально-зрелищных услуг:

1. патронаж – покровительство не только финансовое, но и организационное, оказываемое на стабильной и долговременной основе;

2. меценатство – материальная или иная безвозмездная поддержка организаций или отдельных представителей культуры и искусства физическими лицами.

Вопросы предоставления и использования безвозмездной (спонсорской) помощи определены Указом Президента РБ от 01.07.2005 № 300 «О предоставлении и использовании безвозмездной (спонсорской) помощи» с изменениями от 27.03.2024 № 112. Юридические лица и индивидуальные предприниматели Республики Беларусь вправе оказывать организациям, индивидуальным предпринимателям, иным физическим лицам республики безвозмездную (спонсорскую) помощь в виде денежных средств (в белорусских рублях), иного имущества, включая имущественные права (в том числе исключительные права на объекты интеллектуальной собственности) электронные деньги, цифровые знаки (токены), а также в виде работ и услуг на условиях, определяемых Указом.

Безвозмездная (спонсорская) помощь предоставляется безвозвратно на основе добровольности и свободы выбора ее целей в соответствии с Указом (1 пт.).

При предоставлении (получении) безвозмездной (спонсорской) помощи налоги, сборы (пошлины) исчисляются и уплачиваются спонсорами и получателями в соответствии с налоговым законодательством (5 пт.).

Фандрейзинг – деятельность по поиску ресурсов (людей, оборудования, информации, времени, денег и др.) для реализации проектов и/или поддержания существования организации. Источниками ресурсов выступают возможности определенных компаний, частных лиц, фондов или даже государственных органов. Все названные представители могут выступать в качестве инвестора или финансового спонсора, спонсора на условиях бартера, донора, мецената или грантодателя.

Доноры – это организации, деятельность которых предусматривает предоставление безвозвратной помощи (финансовой, технической и пр.) на конкурсном основании.

Грантодатель – лицо или организация, предоставляющие грант(ы).

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Какой документ связывает творческие показатели ТЗУ с его финансовыми ресурсами?
2. Что такое «опережающие затраты» ТЗУ?
3. Какая формула используется для расчета средней стоимости билета?
4. Что обозначает показатель «точка безубыточности»?
5. Каким Указом Президента Республики Беларусь регулируются вопросы предоставления безвозмездной (спонсорской) помощи и в чем его специфика для ТЗУ?
6. В чем заключается главное отличие спонсорской помощи от меценатства с точки зрения взаимной выгоды сторон?

Лекция 7. Маркетинговые коммуникации и брендинг театрально-зрелищных учреждений

Вопросы лекции

1. Маркетинг в театрально-зрелищных учреждениях.
2. Структура зрительской аудитории театрально-зрелищного учреждения.
3. Брендинг в театрально-зрелищных учреждениях.
4. Технологии рекламы и PR как инструменты маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: маркетинг-план, сегментация аудитории, 5С, 5Р, брендинг, реклама, PR.

Литература

1 Ашмаров, И. А. Организация театрального дела [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. А. Ашмаров. – М. : Директ-Медиа, 2019. – С. 5–209. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1990162.

2 *Етерскова, А. В.* Управление репутацией театра и компоненты её построения [Электронный ресурс] / А. В. Етерскова // Вестник МГУКИ. – 2015. – №5 (67). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-reputatsiey-teatra-i-komponenty-eyo-postroeniya (дата обращения: 01.08.2026).

3 Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2022. – С. 237–287.

4 Нуралиев, С. У. Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 303 с.

5 Смоликова, Т. М. Связи с общественностью в сфере культуры : учеб. пособие / Т. М. Смоликова. – Мн. : РИВШ, 2023. – 290 с.

Вопрос 1. Маркетинг в театрально-зрелищных учреждениях.

Маркетинг в театрально-зрелищных учреждениях рассматривается нами как управление творческим процессом, основанное на экономической доказательности принимаемых управленческих решений в сфере театрально-зрелищного производства.

Маркетинг увязывает возможности создания спектаклей, концертов и программ с возможностью их реализации потребителю. При использовании маркетинга в деятельности театрально-зрелищных учреждений их продукция рассматривается как товар (факт наличия постановки) и как услуга (факт демонстрации ее потребителю).

Являясь произведением искусства спектакль, концерт или цирковая программа как товар должны отвечать определенным техническим требованиям: качество звука и света, продолжительность показа, качество костюмов, декораций и реквизита. Но зритель не приобретает собственно

спектакль, концерт или цирковую программу. Покупая билет, он получает право на услугу[3] – просмотр мероприятия. Количество таких услуг (просмотров) зависит от качества постановки.

Маркетинговое планирование учреждения – процесс создания и практической реализации основной программы действий организации маркетинг-плана.

Маркетинговое планирование включает: формулировку миссии ТЗУ; формулировку стратегических коммерческих, социальных, культурных, организационных целей и задач на планируемый период; разработку маркетинговых программ на основе стратегических решений.

Стратегические цели могут включать интенсивное развитие организации, рост объема продаж (дохода), рост прибылей или диверсификацию ее деятельности (как расширения ассортимента услуг, так и круга потребителей).

Маркетинг-план учреждения устанавливает что, для кого производить и как реализовывать, включая такие аспекты как:

- конкретные показатели объема услуг и продукции, прибыли, суммы бюджета, объема и сегментов рынка, конкуренция и пр.;
- риски;
- стратегия маркетинга (товарная, ценовая, сбытовая, стимулирования и мотивации персонала)
- программа действий (кто, когда и что должен делать)
- баланс бюджета затрат и оптимизация прибылей;
- порядок контроля сбыта.

В систему маркетинга ТЗУ входят 5 основных понятий или 5P: product – продукт, place – место, price – цена, promotion – продвижение, people – люди (персонал).

Применительно к сценической деятельности структура маркетинга выглядит следующим образом:

- спектакль, концерт, цирковая программа как товар;
- распространение спектакля, концерта, цирковой программы (показы, гастроли) в определенных временных рамках;
- цена на продукцию (цена всех прав на спектакль, концерт, цирковую программу, цена на производственно-технические услуги, цена на билеты);
- поддержка спектакля, концерта, цирковой программы средствами рекламы и PR-технологий;
- творческий коллектив (актеры, музыканты, режиссер) и службы по работе со зрителем (контролеры, кассиры, администраторы), напрямую создающие пользовательский опыт и атмосферу.

[3] По определению Ф. Котлера, услуга – это любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном не осязаемы и не приводят к завладению чем-либо.

Для более глубокого аудита внешней и внутренней рыночной ситуации театрально-зрелищными учреждениями может использоваться концепция 5С: company – компания, customers – потребители, competitors – конкуренты, collaborators – партнеры, context – контекст (внешняя среда).

На практике концепция маркетинга 5С включает:

- внутренний аудит деятельности учреждения (ее финансовые возможности, компетенции творческого коллектива и состояние материально-технической базы);
- изучение целевой аудитории учреждения (возраста, культурных потребностей, мотивов посещения, платежеспособности и пр.);
- анализ других субъектов сценической деятельности: репертуарная афиша, ценовая политика, прокат;
- оценка эффективности взаимодействия со СМИ, НЦСИ, билетными платформами, спонсорами и пр.;
- анализ факторов внешней среды (PEST-анализ), на которые учреждение не может повлиять, но должно учитывать.

Вопрос 2. Структура зрительской аудитории театрально-зрелищного учреждения.

Основу маркетинга театрально-зрелищного учреждения составляет всестороннее изучение социокультурных потребностей зрителей и создание предпосылок для превращения их в реальный зрительский спрос и его последующее удовлетворение.

Один из крупнейших американских специалистов в области маркетинга У. Фокс в самом общем виде суммировал вопросы, которые специалисты, проводя маркетинговые исследования, должны поставить перед собой:

- Кем?
- Где?
- Каким образом? (покупается, продается, применяется
- Почему? продукция организации)
- Когда?
- В каком количестве?

Театрально-зрелищные мероприятия часто создается по социально-творческому заказу государства и направлены на воспитание зрительского вкуса, обеспечение доступа заинтересованных потребителей к произведениям непосещаемым массовой аудиторией.

Предпринимались различные попытки сегментировать зрительскую аудиторию (на основе частоты посещений различных мероприятий, на основе отношения людей к разнообразным видам зрелищных развлечений и т.п.). Однако среди всех критериев сегментации можно выделить так называемые поведенческие (например, критерий выгоды от потребления данных услуг, которую ищет зритель), имеющие субъективный характер и касающиеся поведения потребителя.

Основным принципом сегментации рынка театрально-зрелищных услуг является территориальный принцип. Существует два типа населенных пунктов – городские и сельские. В соответствии с этим можно условно выделить два типа рынка – городской и сельский, а потребителей можно разделить на проживающих в городских и в сельских населенных пунктах.

Основными демографическими критериями сегментирования потребителей выступают: пол, возраст, этап жизненного цикла семьи, уровень доходов населения.

Все группы потребителей одновременно присутствуют на рынке и образуют своеобразную потребительскую пирамиду спроса. Поведение потребителя существенно меняется в зависимости от того, что он покупает.

Вопрос 3. Брендинг в театрально-зрелищных учреждениях.

Брендинг в театрально-зрелищных учреждениях – это стратегический инструмент создания устойчивой идентичности организации: уникального узнаваемого и ценностного образа в сознании потребителя (зрителя). Учреждение имеющее сильный бренд легко конвертирует его в финансовую выгоду: гарантирует стабильный выкуп билетного фонда и помогает ТЗУ достичь безубыточности.

Брендинг в театрально-зрелищных учреждениях носит многоуровневый характер и складывается из трех элементов:

1. бренд театрально-зрелищного учреждения: миссия, ценности, фирменный стиль и пр. – фундамент, определяющий стратегию позиционирования театра, филармонии, цирка на рынке театрально-зрелищных услуг;
2. бренд личности: известные артисты, режиссеры, дирижеры и пр. как медийные лица выступают аспектом привлекательности продукта. Потребитель идет в театр, цирк, филармонию не просто на пьесу, концерт или программу: он идет на «конкретного режиссера» или «любимого актера», что позволяет учреждениям использовать стратегии премиального ценообразования;
3. бренд мероприятия: спектакли-бренды («Паўлінка»), фестивали («Белая вежа»), ежегодные проекты («Тыдзень сучаснай беларускай драматургіі» в РТБД), создающие автономную идентичность для конкретных творческих результатов учреждения.

Многоуровневый бренд театрально-зрелищных учреждений снижает расходы на рекламу, дает возможность использовать автоматизированные цифровые инструменты продвижения (CRM-аналитику, ретаргетинг), повышает окупаемость культурного продукта.

Вопрос 4. Технологии рекламы и PR как инструменты маркетинговых коммуникаций.

Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК) – концепция, которая объединяет все способы и средства коммуникации (рекламу, PR, личные продажи, стимулирование сбыта, каналы интернет-маркетинга,

комплекс директ-маркетинга) в единый комплекс, в основе которого лежит не столько сильная рекламная идея, сколько мощный информационный повод, дающий театрально-зрелищному учреждению возможность организации социально-значимого диалога с потенциальными потребителями. Маркетинговые коммуникации позволяют ТЗУ четко позиционировать себя на рынке с учетом желаний потребителя и обозначить ценность своего продукта относительно постановок конкурентов.

Рекламная коммуникация театра для пропаганды театрального искусства

СМИ	Газеты, журналы, телетекст	радио	телевидение
Наружная реклама	Крупно- и малогабаритные плакаты, газосветные установки, бегущая строка		
Почтовая реклама	Рассылка печатных материалов, информационные письма		
Реклама на транспорте и в метро	Плакаты, наклейки и надписи в салоне и снаружи	Трансляция в метро	Метро-ТВ
Реклама в местах продажи	Вывески, витрины, надписи, этикетки, упаковки, привлекающие внимание предметы	Трансляторы, громкоговорители	Презентации, интервью
Компьютерная реклама	Сеть интернет, носители информации		ролики
Печатная реклама	Проспекты, каталоги, справочники, листовки, пресс-релизы, купоны		

Практика PR имеет целью достижение и поддержание взаимопонимания между театрально-зрелищным учреждением и общественностью. В то время как реклама всю коммуникацию разворачивает вокруг товара.

Media relation (взаимоотношения со СМИ) – это разработка концепции и стратегии взаимоотношений со СМИ, включающая такие мероприятия как: формирование пула изданий / журналистов; инициирование информационных поводов / новостей; предоставление информации прессе (выпуск и распространение пресс-релизов, организация и проведение брифингов, пресс-конференция, круглых столов и пр.; анализ и мониторинг прессы и др.

Corporate affairs (управление корпоративным имиджем) и это разработка концепции и стратегии управления имиджем и формирования репутации учреждения.

Special event (организация и проведение специальных мероприятий) – разного рода мероприятия (форумы, выставки, конкурсы, шоу, презентации,

концерты, фестивали и т.п.) для потребителей, партнеров, инвесторов и других контактных аудиторий.

Мониторинг упоминаний, работа с негативными отзывами, формирование лояльных сообществ – для управления репутацией учреждения (SERM).

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Перечислите все элементы системы маркетинга 5P применительно к деятельности филармонии?
2. Для чего в театрально-зрелищной сфере используется концепция 5C?
3. Назовите основные критерии сегментации рынка театрально-зрелищных услуг?
4. Из каких уровней складывается брендинг ТЗУ?
5. Каково главное отличие целей PR и рекламы?
6. Что включает в себя Media relation театрально-зрелищного учреждения?

Лекция 8. Гастрольный менеджмент

Вопросы лекции

1. Понятие «гастроли»: их цели и формы.
2. Механизм организации гастролей.
3. Риски гастрольной деятельности театрально-зрелищных учреждений.
4. Специфика организации гастролей для различных типов театрально-зрелищных учреждений.

Ключевые слова: творческий коллектив, штатное расписание, гонорар, охрана труда, конфликт.

Литература

1 Ашмаров, И. А. Организация театрального дела [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. А. Ашмаров. – М. : Директ-Медиа, 2019. – С. 5–209. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1990162.

2 Генова, Н. М. Организация театрального дела : учеб. пособие / Н. М. Генова. – Омск : Издательство Омского государственного университета, 2018. – 116 с.

3 Коленько, С. Г. Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2022. – С. 237–287.

4 Суминова, Т. Н. Арт-менеджмент. Теория и практика : учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства / Т. Н. Суминова. – М. : Академический проект, 2020. – 655 с.

5 Стельмах, А. М. От антрепризы к частному театру: развитие частного театрального дела в Беларуси на рубеже XX-XXI вв. / А. М. Стельмах. – Мн. : БГУКИ, 2021. – С. 28–51, 150–166.

Вопрос 1. Понятие «гастроли»: их цели и формы

Понятие «гастроли» – как деятельность по планированию и организации публичных выступлений артистов за пределами их постоянного ареала функционирования, служит для обозначения различных видов деятельности, объединенных общим термином:

1. Турне – представляет собой цикл выступлений, которые организуются коллективом в различных местах в течение одной поездки. На всем протяжении турне коллектив не возвращается в родной город.
2. Одноразовое представление с ночевкой
3. Выезд – понимается как представление в ближайшем городе или районе, которое может включать в себя и другие мероприятия – «уроки мастерства», «мастер-классы», ночевка на месте не требуется.

Гастрольная деятельность театрально-зрелищных учреждений выступает способом расширения зрительской аудитории, повышения авторитета организации и получения дополнительного дохода.

Цели гастролей могут быть самыми разными: финансовые мотивы, желание «обкатать» конкретную постановку, раздобыть деньги на турне у государственных или частных компаний, обеспечить актеров работой и дать возможность набраться опыта.

Формы организации гастролей:

- ✓ гастроли «на гарантии» осуществляются принимающей стороной, которая полностью выкупает право на показ спектакля, концерта, программы за фиксированную сумму (гарантированный гонорар). Выезжающий коллектив получает оговоренные деньги независимо от того, сколько билетов будет продано;
- ✓ гастроли «на процент» напрямую зависят от потребительского спроса и заполняемости зала. Выручка от реализации билетного фонда делится между выезжающей и принимающей стороной: коллектив получает оговорённую долю (в %) от общих сборов мероприятия;
- ✓ гастроли «на паритете» – на равных (50/50) взаимных условиях;
- ✓ фестивальные гастроли – выезд коллектива для участия в масштабных конкурсах или демонстрационных форумах («Белая вежа», «Славянский базар в Витебске»);
- ✓ совместные гастроли – объединение нескольких театрально-зрелищных учреждений (совместные гастроли театрального проекта «ТриТформаТ и государственного Президентского оркестра Республики Беларусь со спектаклем «Каренина»);
- ✓ обменные гастроли – договоренность двух театрально-зрелищных учреждений (из разных областей Беларуси или в рамках межгосударственных соглашений) о взаимных визитах.

Финансовые расходы по организации гастролей складываются по следующей схеме: аренда сценической площадки + транспортные расходы + питание + проживание.

В зависимости от количества предложений, которые театр имеет или менеджер находит сам, руководство регулирует ценовую политику и выбирает, что ему предпочтительнее по прибыльности и престижу.

Любая гастрольная деятельность подвержена сезонным изменениям. Летние месяцы – июль, август – считаются мертвым сезоном, то есть своего рода отпуском для актеров.

Вопрос 2. Механизм организации гастролей.

Процесс организации гастролей начинается с понимания, что везти и куда везти. Два этих вопроса тесно взаимосвязаны. Отталкиваясь от места проведения гастролей, социально-демографической структуры населения, культурных традиций региона, а также репертуара театрально-зрелищных учреждений за последние два года и планирующихся к выпуску

мероприятий, можно составить предложения для каждого конкретного места предполагаемой поездки. Необходимо также учитывать наличие площадок и их оснащенность, ведь далеко не каждая программа приспособлена к показу на иных подмостках.

Руководству театрально-зрелищного учреждения необходимо подобрать оптимальные сроки поездки и выступлений – принципиально, чтобы турне не совпадало с другими крупными событиями в городе, иначе появляется риск пустых залов. Также при планировании гастролей следует учитывать стационарный график работы ТЗУ, чтобы поездки не совпадали с выпуском новых постановок, не тормозили репетиционный процесс.

Вопрос транспортировки декораций и документального сопровождения этой транспортировки тоже крайне важен. Если при перевозке декораций по территории Беларуси достаточно наличия товарно-транспортной накладной и путевого листа, то для оформления всего пакета документации при пересечении границы с неминуемым прохождением таможенных процедур ТЗУ возможно придется прибегнуть к услугам таможенных специалистов, знакомых со спецификой перевозки театральных декораций, костюмов, реквизита, музыкальных инструментов, имели представление о режиме временного вывоза.

Для того чтобы принимающая сторона могла соответствовать бытовым и техническим запросам гастролирующего коллектива, театрально-зрелищное учреждение должен иметь наготове райдер на проведение спектаклей на гастролях и на выезде. Райдер – документ, включающий в себя перечень условий и требований, которые предъявляет ТЗУ к организаторам от принимающей стороны.

В зависимости от специфики условий, излагаемых в райдере, различают бытовой (в нем излагаются бытовые условия), технический (звуковое оборудование, свет и т.д.) и гастрольный райдер (рекламная информация о состоявшихся гастролях театра).

В зависимости от состава предъявляемых требований выделяют смешанные райдеры, содержащие одновременно технические и бытовые условия; райдеры с элементами договора, где оговариваются расчеты сторон, условия возмещения убытков в результате отмены спектаклей.

Расходы ТЗУ, связанные с гастрольной деятельностью, включают:

- суточные участников гастролей (не путать с заработной платой);
- расходы, связанные с размещением и проживанием коллектива;
- транспортные затраты (авиабилеты, железнодорожные билеты для участников гастролей);
- расходы, связанные с транспортировкой декораций (аренда автотранспорта, оплата работы водителей и стоимость горючего, таможенные сборы и вознаграждение специалистам за подготовку документов в случае международных гастролей);
- медицинскую страховку для участников гастролей (также в

случае международных гастролей);

- визовые расходы (в случае международных гастролей);
- аренду площадки;
- аренду недостающего оборудования;
- расходы на рекламу и продвижение;
- местные трансферы для участников гастролей (аэропорт/вокзал – гостиница – театр – гостиница – аэропорт/вокзал).

Чтобы минимизировать расходы, нужно заранее спланировать график приезда и работы коллектива на гастролях. Предпочтительно появление технической группы заранее для монтажа и подготовки сцены, а приезд актеров может состояться позже, что сократит строку расходов по проживанию и суточным выплатам.

Вопрос 3. Риски гастрольной деятельности театрально-зрелищных учреждений.

Деятельность театрально-зрелищных учреждений на гастролях значительно больше сопряжена с рисками, нежели работа на стационарной площадке. Перемещение творческого коллектива, транспортировка оборудования и костюмов, выход к незнакомой зрительской аудитории могут быть сопряжены с целым комплексом проблем.

1. Логистические и транспортные риски включают задержку грузового транспорта в пути (поломка автомобиля, очереди на границах (при международных гастролях) и пр.); риск порти и деформации уникальных костюмов, хрупкой бутафории и музыкальных инструментов.
2. Технические и постановочные риски, возникающие из-за несовпадения параметров домашней сцены и принимающей площадки. Несоответствие звуковых пультов или световых приборов концепции привозимого спектакля или шоу. Отсутствие полноценных репетиций на новой сцене: риск совершить ошибку в мизансцене.
3. Творческо-артистические риски обуславливаются внезапной болезнью артиста, потерей голоса, травмой, при неверном перемещении по площадке, а осуществление экстренного «ввода» дублирующего состава затруднено ограниченностью выездного штата. Нарушение трудовой дисциплины из-за плотных графиков переездов и психологического утомления коллектива.
4. Проблемы со сроками действия документов.
5. Финансовые риски (особенно в случае гастролей «на процент» или «на паритете») при низкой заполняемости зала.

Минимизировать данные проблемы возможно за счет заключения договоров о проведении гастролей «на гарантии»; заблаговременного контроля транспортировки грузов и технического соответствия принимаемой площадки декорациям и реквизиту; страхования гастрольных туров (на случай порчи имущества при доставке и отмены показов по болезни артистов).

Вопрос 4. Специфика организации гастролей для различных типов театрально-зрелищных учреждений.

При организации гастролей театров (особенно музыкальных) наиболее сложной является логистика, так как спектакль (особенно оперный или балетный) требует транспортировки масштабных жестких конструкций декораций, сотен костюмов и реквизита. Спектакли привязаны к геометрии домашней сцены, наличию штакетных подъемов и световых партитур. Невыполнение технического райдера принимающей стороной вынуждает гастролирующее театрально-зрелищное учреждение в срочно порядке перестраивать мизансцены, либо, в крайнем случае, отказаться от показа спектакля.

Специфика гастролей филармоний связана с высокой мобильностью концертных программ (как сольных, так и сборных) и формируется по принципу автономных творческих коллективов.

В отличие от театра, филармонии (оркестру, хору, ансамблю) практически не нужны объемные декорации. Акцент смещается на качество звукового оборудования, микрофонов, акустику зала и наличие настроенных музыкальных инструментов (например, рояля определенного класса). Также филармонические коллективы чащи практикуют гастроли в форме турне с ежедневной переменой городов, что требует четкого соблюдения графика – выверенного тайминга.

Наибольшую специфику проката имеют гастроли цирков, которые подчинены регламентам ветеринарии и повышенным требованиям к технике безопасности.

Если цирковой коллектив осуществляет передвижение со своим шапито, то гастроли предполагают предварительную работу по установке разборного купола на мачтах и мобильного зрительного зала в специально отведенном для этого месте. Включение в гастроли животных влечет за собой обязательное присутствие дрессировщиков и ветеринарных врачей, организацию специального транспорта (вагонов/фургонов) и оперативное согласование условий содержания и рационов животных с региональными ветеринарными службами. Сложнейшие подвесные системы для воздушных номеров требуют фиксации в паспорте мероприятия и ежедневного тщательного контроля со стороны инженеров по охране труда перед каждым выходом артистов на манеж.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. В чем главное различие между понятиями «выезд» и «турне»?
2. В чем заключается главный финансовый риск при проведении гастролей «на процент» или «на паритете»?
3. Какие виды райдеров выделяют в зависимости от специфики излагаемых в них условий?
4. Что отличает организацию гастролей филармонии от театра?

5. Из приведенного общего списка расходов театрально-зрелищного учреждения выпишите статьи затрат, которые возникают при организации международных гастролей, дополнив его своими вариантами.

6. Сформулируйте какие 3 действия необходимо предпринять руководству театра на этапе планирования гастролей?

СТЕФАН ЛЭНГЛИ (США)

ИДЕЯ ДЛЯ ТЕАТРА. МЕНЕДЖЕР ДЛЯ ИДЕИ

Ежегодно в Америке и Европе ставятся тысячи пьес и мюзиклов. Некоторые театральные компания приглашают для работы профессионалов, которые этим зарабатывают себе на жизнь. Большинство же использует студентов и любителей. Одни постановки успешны с точки зрения интереса публики, достигают высокого художественного уровня или служат определенным коммерческим целям, например, получения дохода.

Другие же терпят неудачу во всех направлениях. Этот факт широко известен, но все-таки огромное количество людей и на постсоветском пространстве продолжает стремиться сделать карьеру в театре или смежных областях. Почему? Что мотивирует человека на карьеру в театральном бизнесе? Попробуем разобраться в этом вопросе.

Идея, стоящая за театральной карьерой, постановкой или организацией — это, прежде всего, ответ на вопрос «почему». Любой театр, пьеса или постановка начинается как чья-то личная идея. Но дальше идеи начинают свою собственную жизнь, передаваясь от человека к человеку. Если случается провал, что в театре бывает нередко, то причиной может быть то, что первоначальная идея была потеряна, изменена или скомпрометирована. Или же мотивация, стоящая за идеей, была нечетко понята.

МОТИВ СЛАВЫ

Наиболее заметными представителями Мира искусства, разумеется, являются актеры и исполнители — эти чарующие фигуры на сцене или экране, чья магия так завораживает нас. Замечено, что большинство людей, занятых в исполнительских видах искусства, начинают именно из желания стать исполнителями, и, конечно же, знаменитыми.

Любой театр, пьеса или постановка начинается как чья-то личная идея.

Нет ничего плохого в надежде достичь в своей профессии выдающихся результатов. Действительно, человек, у которого такая мотивация отсутствует, вряд ли далеко продвинется. А для артиста сильное «эго» вместе с полным посвящением себя творческому процессу является самым главным. Это особенно необходимо в исполнительском искусстве, где успех зависит от сотрудничества многих людей. Люди почему-то полагают, что актеры могут играть, имея меньшую подготовку, чем другие деятели искусства, с намного более коротким периодом обучения и за гораздо меньшую зарплату. Артисты, которые желают добиться успеха в серьезной музыке, опере или танце, должны потратить огромное количество времени, денег и энергии, прежде чем они посмеют надеяться на прослушивание в лидирующей профессиональной организации. Большинство звезд и хитов, которым

приписывается «успех за одну ночь», на самом деле являются результатом долгих лет тяжелой работы и самопожертвования.

Помимо поиска славы в широком смысле, люди включаются в театральную деятельность, чтобы получить признание и престиж. Например, если вы являетесь продюсером на Бродвее или в местном театре, то это может открыть вам двери в определенные социальные круги. Многие средства для развития сценического искусства были приобретены за счет щедрых даров состоятельных меценатов, которые хотели утвердить свое социальное положение, увидев свои имена «высеченными в граните».

Любой театр, пьеса или постановка
начинается как чья-то личная идея.

МОТИВ ДЕНЕГ

Можно предположить, что «сделать деньги» было первоначальной целью производства по крайней мере половины всей театральной продукции в Америке. Однако получение выгоды — не самая лучшая мотивация, если вы надеетесь создать что-то стоящее с художественной точки зрения. Статистика убедительно показывает, как мало реального дохода приносит театральная деятельность, будь это Бродвей или провинциальный театр.

Коммерческое инвестирование в деятельность театра, как ставки на скачках, подразумевает повышенную степень риска, и здесь нет большого различия между профессиональным инвестором и новичком. В театре есть продюсеры, сценаристы, декораторы, актеры и менеджеры, чьи профессиональные качества поддерживаются солидными достижениями. Это делает их проекты менее рискованными, чем проекты остальных. Кроме того, для обеспеченного человека подобное инвестирование может быть бо лее увлекательным способом потерять деньги, чем за день на скачках. Это может принести психологическое вознаграждение — в связи с включением в творческий процесс, социальное вознаграждение — знакомство с интересными и заслуженными людьми, или культурное — когда проект оказывается успешным с точки зрения искусства.

Если большинство шоу на Бродвее стремится получить доход, то местные и любительские театры также имеют цель превышения дохода над расходами, даже когда шоу организовано некоммерческой организацией. Зачастую целью становится получение денег для каких-либо конкретных нужд: новая форма для футбольной команды, музыкальные инструменты для школьной группы, организация путешествия класса в столицу, новый танцевальный зал в клубе. Такие попытки, конечно, мотивированы причинами, имеющими мало отношения к театральному искусству.

МОТИВ СОЦИАЛЬНОГО СЛУЖЕНИЯ

Любое искусство имеет как социальную, так и образовательную ценность, но чтобы быть настоящим искусством, оно должно отражать универсальные истины бытия. Театр, ориентированный на оказание услуг, включает такое разнообразие форм, как:

- промышленная выставка (с намерением продемонстрировать или прорекламировать произведенную продукцию, например, машины или обувь);

- драма-терапия (психологический прием, посредством которого пациенты могут выразить или обозначить свои проблемы через изображение придуманных характеров);

- ролевая игра (в которой участники сознательно принимают роли, чтобы достичь более полного понимания какой-либо жизненной ситуации, нежели могли бы обеспечить книга или лекция);

- агитационно-пропагандистская деятельность (с намерением распространить определенную точку зрения посредством театрализованной агитации, тем самым поощрить аудиторию к будущим действиям);

- партизанский театр (также политичный по содержанию и пропагандистский по цели).

За исключением промышленных выставок, эти типы театров обычно не привлекают профессиональных актеров. Сами представления обычно происходят вне традиционного театрального пространства, и аудитория не платит за вход. Художественные достижения при таких условиях обычно являются вторичными.

ГУМАНИСТИЧЕСКАЯ МОТИВАЦИЯ

Не каждый, кто работает в театре, должен стараться быть артистом, но каждый должен обладать представлением о гуманистической природе искусства и его конечного продукта. Это является первейшей необходимостью для профессиональных и любительских театров. Американцам традиционно нравится придавать материальную, социальную и политическую ценность как своей собственности, так и своей деятельности. Можно надеяться, что новые поколения будут больше ценить качество жизни с позиций красоты и радости, чем материальных благ. В поисках более глубокого понимания жизни, люди могут прийти к осознанию гуманизирующей силы искусства и его способности раздвигать границы сознания и постигать смысл существования человека.

МЕНЕДЖЕР ДЛЯ ИДЕИ

Театральные менеджеры первого столетия существования профессионального театра в Америке, примерно с 1750 по 1850, были довольно наивными в отношении финансовых моментов, которые влияют на успешный переход от аграрной к индустриальной нации. Бизнесмены, которые сменили их и управляли американским профессиональным театром в течение следующего столетия, примерно с 1850 по 1950, в какой-то момент покидали «живой» театр и переходили в более прибыльные коммерческие предприятия. К концу 1950-х гг. — на границе третьего столетия существования американского театра — начала появляться новая порода арт-менеджеров.

Много лет назад Джордж Бернард Шоу определил роль менеджера таким образом: «...Каждый художественный руководитель в театре должен работать рука об руку с жестким бизнесменом, чья основная работа будет состоять в том, чтобы урезать все расходы бюджета наполовину». Примечательно, что созданный менеджерами второго столетия образ прижимистого, скупого, похожего на Плюшкина или Скруджа театрального менеджера и продюсера сохраняется по сей день. Но сегодня мы подходим к пониманию, что, при безусловной важности экономики, если театр хочет выжить, менеджер должен принимать на себя и художественную ответственность. Доклад группы экспертов Фонда Рокфеллера «Исполнительское искусство: проблемы и перспективы», опубликованный в 1965 году, обозначил новые виды ответственности, определяя хорошего арт-менеджера как «человека, хорошо разбирающегося! в искусстве, которым он занимается; импресарио, исследователя рынка, дипломата, просветителя, эксперта по связям с общественностью, проницательного человека с опытом, служителя общества, неутомимого — но законопослушного — лидера, тирана и вечного студента искусства».

Коммерческое инвестирование в деятельность театра, как ставки на скачках, подразумевает повышенную степень риска.

Очевидно, что это неординарное существо! Но ведь и искусство — неординарная деятельность.

Современный арт-менеджер должен быть человеком, имеющим вкус, чувствительным и эрудированным, чьи склонности и образование позволяют ему искать, распознавать и развивать художественную оригинальность, в какой бы форме она ни появилась. Это может потребовать от человека стать инициатором и «двигателем», Дягилевым, Марго Джонс. Новые управленческие, финансовые и рекламные технологии в искусстве могут не иметь никакой ценности, если они не подкреплены такими качествами.

Как хороший арбитр, менеджер должен быть способен постоянно следить за мячом и линией ворот, а также доверять правилам и наслаждаться игрой. Когда лидеры теряют цель, следующие за ними практически всегда делают то же самое. Для того, чтобы заслужить уважение и установить власть, основанную на общем согласии, необходимо обладать обостренным чувством справедливости, проявляющимся в готовности пожертвовать личными интересами ради блага других и ради достижения художественных целей.

Наиболее ценным качеством является
непреодолимое интеллектуальноелюбопытство...

ОБУЧЕНИЕ И ПОДГОТОВКА АРТ-МЕНЕДЖЕРОВ

Какой вид подготовки способен сформировать человека с качествами и способностями, необходимыми для успешного управления театром в XXI веке?

Основные образцы поведения, симпатии и направления, которые в конечном итоге составляют стиль жизни, развиваются рано. Формальное образование может только выделить и расширить врожденные и приобретенные склонности. Мы можем обучить врачей, музыкантов и менеджеров необходимым им навыкам, но мы не может создать ученого или гуманиста как такового. В искусстве необходим широчайший запас человеческой впечатлительности, глубокие знания потребностей жизни, инстинктивная отзывчивость на движения человеческого сердца. Раннее и продолжительное приобщение к искусству, сопоставление различных мировых культур также может расширить гуманистическую направленность.

Наиболее ценным качеством является непреодолимое интеллектуальное любопытство...

Нет ничего удивительного, когда ребенок двенадцати лет хочет стать актером или балериной, но было бы более чем странно, если бы ребенок захотел стать арт-менеджером. Действительно, даже для учащегося колледжа, выбравшего карьеру в арт-менеджменте, это решение казалось бы преждевременным. Точно так же, как педиатр должен сначала освоить общую медицину, театральный менеджер должен сначала изучить искусство. Первые менеджеры американского театра, как и американские практикующие врачи двести лет назад, не имели ни ресурсов, ни знаний, чтобы прийти к узкой специализации. Они все занимались «общей практикой». Менеджеры следующего столетия, скорее фокусники и шарлатаны, были неудачниками с профессиональной точки зрения, специалистами «без портфеля». Современные арт-менеджеры должны быть хорошо обучены профессии, которой они служат, и привержены ее идеям.

Образование высокого качества, на любом уровне и за любую цену, получить сложно. Наиболее ценным качеством является непреодолимое интеллектуальное любопытство, без которого невозможно жить полной и осмысленной жизнью. На самом деле, это любопытство (пытливость) является такой мотивационной силой, которая может побудить человека преодолевать огромное множество препятствий, в том числе и несоответствующее или слабое образование. А если эта сила умножена на энергию и решительность, тогда можно ожидать достижения выдающихся результатов.

Поскольку сосредоточенность на театральном менеджменте в начале обучения может привести к некоторой ограниченности восприятия, необходим хотя бы один учебный курс для того, чтобы дать студентам возможность понять, что арт-менеджмент является практически осуществимым выбором карьеры.

Не так много людей в наше время добиваются профессионального статуса и лидерства без преимуществ, которое имеет базовое профессиональное образование. После его получения открываются следующие возможности для выбора карьеры:

- продолжить образование на более высоком уровне;
- попытаться получить подготовку на рабочем месте;
- поступить в интернатуру;
- посещать специализированные симпозиумы, семинары и конференции;
- путешествовать и руководствоваться своими собственными замыслами;
- совмещать что-либо или все из перечисленного выше.

Не каждый готов или способен продолжать свое обучение после окончания высшего учебного заведения. Магистерские программы по бизнес-администрированию в высшей школе бизнеса или магистерские программы по финансовому менеджменту, специализирующиеся на арт-администрировании, могут быть вполне реальной альтернативой.

Магистерская программа по арт-менеджменту продолжается от 2 до 3 лет и включает опыт практической работы под профессиональным наблюдением (руководством) в организациях исполнительских искусств, курсы по экономике, праву, бизнесу и гуманитарным предметам, а также несколько специальных семинаров, непосредственно связанных с искусством, которые преподаются профессионалами-практиками. Работа в классе делает акцент на аналитике и оригинальности мышления; текущая практика ставит проблемы и проверяет новые теории.

Вместо того чтобы продолжать образование, можно прямо выйти на рынок труда и даже основать свой собственный бизнес или театральную компанию. Этот подход часто являет собой слишком долгий путь к успеху и требует изрядной доли везения, чтобы пробиться без предварительного профессионального образования.

Стажировки (интернатуры) в организациях искусств сейчас воспринимается как неотъемлемая часть их деятельности. Практически любая компания или организация — коммерческая или некоммерческая — имеет или хотела бы иметь стажеров, работающих в различных направлениях. Ими могут быть студенты вузов или пожилые люди, на основе оплаты труда или без нее, краткосрочно или долгосрочно, профессионально или непрофессионально заинтересованные в искусстве. Практически каждый человек может пройти стажировку в организации, связанной с искусством. Но лучше, если у интерна есть руководитель-советник (глава учебной программы, профессионал из какой-либо организации, связанной с искусством), который может помочь попасть на правильную позицию в подходящей организации, урегулировать возникающие проблемы и содействовать в переходе в штат.

Симпозиумы, семинары и конференции, посвященные определенным аспектам арт-менеджмента (финансам, маркетингу, фандрайзингу и т. д.) или конкретным процедурам (подсчет расходов, графический дизайн, корпоративные грантовые исследования и т. д.), часто предлагаются в

различных частях страны множеством организаций, сообществ, ассоциаций, советов и колледжей искусств. Они обеспечивают новичкам «погружение» в среду, студентам факультетов арт-менеджмента — получение дополнительного образования, практикующим профессионалам — возможность освежить свои знания. Эти краткие сессии, однако, не претендуют на замену собой более традиционных методов обучения.

Поездка молодого человека за рубеж, чтобы «окончательно сформировать характер», является традиционной частью образовательного процесса на протяжении веков. Путешествие, которое включается в себя некоторые виды формального и неформального обучения, надолго останется в памяти. Знакомство с иностранными культурами и языками также является большим преимуществом для менеджера, поскольку искусство становится все более интернациональным благодаря туризму, фестивалям, культурному обмену и широкому использованию средств массовой информации.

Наконец, имеет значение и непрерывно продолжающееся образование. Для занятого профессионала очень легко настолько погрузиться в ежедневную работу, что совсем не остается времени на продолжение и профессионального, и личностного развития, которое требует чтения, посещения представлений и выставок, посещения семинаров и симпозиумов, чтобы идти в ногу со временем и держаться на высоком уровне профессионализма.

РОЛЬ ПРОДЮСЕРА И СОВЕТА ПОПЕЧИТЕЛЕЙ

Продюсер в коммерческом театре и совет попечителей в некоммерческой компании или организации, связанной с искусством, имеют общую характеристику. Они оба несут ответственность за деятельность, которую начинают, и в разной степени включены в такие фундаментальные функции менеджмента, как планирование, организация, финансирование, отбор персонала, руководство и контроль.

Продюсер или совет несет финансовую (и личную) ответственность за финансовую и правовую деятельность компании или организации, которой они руководят. Исполнительные сотрудники ответственны за свои методы ведения бизнеса, но продюсер и совет дают начало этому бизнесу, определяют его цели и, в конце концов, именно они принимают почести или критику за результаты.

Продюсеры и попечители могут делегировать обязанности и ответственность, но они всегда должны заботиться о позиции, которую они занимают на вершине организационной иерархии и об особых обязательствах, которые ей сопутствует.

По своей сути театр — это очень простой процесс.

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА

В наступившую эпоху огромных центров исполнительских видов искусства, пышных мюзиклов с автоматизированными сценическими

эффектами, легко забыть, что по своей сути театр — это очень простой процесс.

Всего четыре элемента необходимы для создания театрального представления:

1) творческий материал (идея, сценарий, рукопись);

2) человек, который интерпретирует материал (актер, танцор, певец, священник);

3) место для показа материала (театр, двор, улица, церковь, поляна в лесу);

4) аудитория, которая смотрит (воспринимает; представление.

Чем больше это театральное действие формализовано, тем больше оно требует персонала, оборудования и денег. От первого театрального фестиваля Дионисия в Афинах в 535 г. до н. э. примерно до Второй мировой войны, большинство компаний и предприятий, связанных с исполнительскими видами искусства, могли быть организованы и достаточно хорошо управляемы одним артистом-менеджером с небольшой группой работников, или, в случае коммерческой деятельности, — независимым продюсером или импресарио.

По своей сути театр — это очень простой процесс. Но в связи с движением в экономике от индивидов к корпорациям общей собственности, со сложным налоговым законодательством и другими государственными правилами, с растущей силой профсоюзов, продюсеру или художественному руководителю предприятия любого масштаба, имеющего отношение к исполнительским видам искусства, требуется главный менеджер, который способен действовать в подобных условиях. С начала 1970-х гг. под влиянием роста модернизирующих технологий, в больших компаниях возникла необходимость нанимать дополнительный персонал для менеджмента, состоящий из специалистов по финансам, маркетингу, связям с общественностью, фандрайзингу, туризму и развитию.

До какой бы степени ни разделялась ответственность, менеджер — это человек, который участвует в соединении двух или более элементов из перечисленных выше, тем самым содействуя воплощению в жизнь театрального представления. С точки зрения экономиста, это человек, помогающий соединить трудовой ресурс и капитал с целью получения конечного продукта. Для социолога театральный менеджер может быть кем-то, кто оказывает влияние на организационное поведение в данной внутренней или внешней театральной среде, кто сводит вместе идею, артиста, место и аудиторию. Более конкретно, менеджер выполняет следующие функции:

1) планирование;

2) организация;

3)отбор персонала;

4) руководство;

5) контроль.

Таким образом, менеджер — это человек, который принимает решения, в противоположность тому, кто только дает советы или высказывает мнение. В соответствии с этим определением, юристы и бухгалтеры не являются менеджерами. Точно так же не являются менеджерами профессиональные консультанты и эксперты, поскольку они, по большей части, только дают советы, с помощью которых менеджер может принимать решения.

Что же включает процесс принятия решений?

Менеджер — это человек, который сводит вместе идею, артиста, место и аудиторию.

Менеджер — это человек, который сводит
вместе идею, артиста, место и аудиторию.

ПЛАНИРОВАНИЕ

Коммерческий продюсер решает, что именно (драма, комедия, мюзикл, шоу одного актера) и где (театр, парк, кабаре, тур) будет произведен конечный продукт. Совет попечителей некоммерческого театра определяет миссию или главную художественную цель, политику и задачи для компании. Принимая эти факторы как данное, исполнительные менеджеры должны затем придумать наилучшую стратегию для достижения максимального успеха. Это требует определения приоритетов, установления основных сроков и составления бюджета. Во время первоначального процесса планирования менеджеры по персоналу обычно работают в тесной связи с продюсером или советом для того, чтобы быть уверенными, что мотивационная идея или миссия не «затеряется». Поскольку решения, принимаемые на этой стадии, могут играть значительную роль в осуществлении проекта, они не должны быть слишком категоричными. Творческие проекты имеют тенденцию органически расти и развиваться, и в большинстве случаев с расширением персонала компании и с художественным развитием проекта многие планы подвергаются изменениям.

ОРГАНИЗАЦИЯ

После того, как общий план выработан, доступные ресурсы должны быть организованы с целью максимизации их ценности и полезности. Например, как должны делегироваться полномочия и ответственность? На этой стадии хорошо бы создать схему организации, отражающую все рабочие должности и цели подчинения.

Эта схема тоже может изменяться, когда с расширением персонала и его профессиональной ориентации можно обнаружить, что кто-то может справляться с двойной работой, или что двум ценным работникам лучше работать порознь, или какая-то должность не является необходимой. В связи с этим может быть полезным выработать рабочие руководства, инструкции, предназначенные для описания круга обязанностей каждого специалиста, причем описание должно быть таким четким, чтобы' любой, прочитав его,

мог выполнить необходимую работу без предварительной подготовки. По этой причине рабочие инструкции являются чем-то типа «книги для чайников». Если для проекта или театра работники подбираются в первый раз, инструкции обычно пишутся первым человеком, который находится на позиции непосредственного начальника, а затем пересматриваются и дополняются его последователями.

ПОДБОР ПЕРСОНАЛА И АКТЕРОВ

Прерогативой коммерческого директора является не только подбор главного менеджера и лидирующих артистов, но также и обладание «правом вето» на все принятия и увольнения, связанные с реализацией проекта. В действительности, некоторые продюсеры играют очень активную роль, в то время как другие оставляют все, за исключением выбора пьесы и финансирования, на откуп главному менеджеру. В некоммерческих театрах совет, нанимает одного-двух людей для художественного и административного руководства, а затем позволяет им принимать участие в отборе пьес и персонала. Если же компания не справляется с поставленной задачей, следует заменить имеющихся лидеров теми, кто более привержен линии совета. Однако совету не следует вмешиваться напрямую в отбор актеров либо другой процесс принятия решений о приеме на работу, за исключением подбора высшего персонала. В коммерческом секторе отведенное нанятым работникам время значительно короче, нежели в некоммерческом — возможно, потому, что репутация продюсера зависит от успеха или провала его последнего шоу, в то время как репутация некоммерческого театра основывается больше на успехе или провале последнего сезона.

Подбор персонала и актеров является долгим, сложным процессом. Первейшей задачей должно быть установление единства и принципа командной работы, как на сцене, так и вне ее. В обеих областях более целесообразно находить людям подходящий для них тип работы и роли, нежели подгонять типы работы и роли под имеющихся людей. Естественно, что при этом должна сохраняться верность главной, мотивирующей идее. Трудность заключается в том, чтобы найти решение, которое повышает качество какой-либо работы без уступок со стороны проекта. Творческая энергия — самая сложная из всех, когда речь идет о ее применении в ежедневной работе.

РУКОВОДСТВО (НАБЛЮДЕНИЕ)

Когда работники входят в организацию, они должны быть правильно сориентированы, подготовлены и обеспечены постоянным наблюдением. Эффективное руководство кадрами ставит своей целью ориентирование всех работников в одном направлении, поощрение каждого на достижение главных целей проекта, на понимание результата, на то, чтобы идти дружно «в ногу» под одними знаменами.

После того, как главные цели определены, пьеса или сезон выбран, финансирование получено и персонал с актерами набраны, все последующие решения являются вторичными. Нравится это кому-то или нет, но все главные решения уже приняты и являются бесповоротными. Многие проекты потерпели поражение просто из-за того, что их первоначальный замысел был забыт или поставлен под угрозу на пути своего претворения в жизнь. Хороший руководитель должен пристально следить за конечной целью и поощрять командную работу и активность, необходимые для ее достижения.

КОНТРОЛЬ

Контроль над проектом имеет отношение к анализу и корректировке слабых сторон и к осознанию и укреплению сильных. Здесь имеет значение проверка и балансировка, сдвиги и адаптация, изучение и оценка, замедление и ускорение — но всегда подталкивание проекта к намеченной цели.

Участие менеджера в контроле означает объективность и способность держать свои симпатии и антипатии в подчинении художественным целям проекта. К сожалению, внесение изменений или корректировок в управление организацией обычно приводит к тому, что задевает интересы одного или более людей. Обеспечение продуктивной критики, подталкивание работника к переподготовке, смещение работников старой закваски на более низкие или менее оплачиваемые должности, увольнение сотрудника — это не те обязанности, которым рады большинство менеджеров.

Но они являются неотъемлемой частью процесса, который принято называть «контроль за продукцией». Поскольку человек является главным в художественной работе, то в театре задеть чьи-то чувства может быть более болезненным,

Хороший руководитель должен пристально следить за конечной целью и поощрять командную работу и активность, необходимые для ее достижения, нежели в других предприятиях, где конечный результат оценивается более рационально. Однако иногда бывает необходимо уволить директора или ведущую актрису, или менеджера по маркетингу, или вахтера. Настоящий профессионализм заключается в том, чтобы заметить, когда в проекте начинаются проблемы, почему они возникают и что конкретно можно сделать, чтобы поправить дела.

Идеальный менеджер для театрального проекта не обязательно обладает ученой степенью и даже основным образованием в сфере экономики, менеджмента или искусства. Идеальный менеджер для идеи — это тот, кто воплощает эту идею в жизнь и заставляет ее работать.

В. БАБКОВ

ЗАЧЕМ ИНДУСТРИИ КУЛЬТУРЫ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ?

Маркетинговые исследования связывают организацию или проект с потребителем через информацию, необходимую для принятия менеджерских решений, а также являются составной частью всех этапов информационно-управленческого процесса, включая определение требуемой информации, сбор, обработку и анализ информация

Уже более десяти лет страна живет в условиях рынка. За это время произошли глобальные изменения в экономике, социальной сфере, отношениях между людьми, произошла переоценка ценностей. Изменилась и сфера культуры. Многие организации культуры и искусств сегодня испытывают потребность в изучении аудитории, конкурентов, состояния рынка искусств. Вузы культуры продолжают подготовку специалистов, невостребованных рынком и обществом, так как не знают реального спроса на рынке труда индустрии культуры. Отсутствие регулярного проведения маркетинговых исследований в сфере культуры и искусства очевидны. Театры, музеи, фестивали, галереи не знают своей аудитории, не знают, какую цену назначать на билеты, какой сервис предложить потребителю и т.д. И как следствие, мы имеем полупустые концертные залы, нашумевший в прессе финансовый провал мюзиклов «Норд-Ост» и «Чикаго», невозможность планирования элементарной рекламной кампании, выстраивания отношений со спонсорами. Даже в тех секторах индустрии культуры, которые связаны с производством товаров, а именно — с выпуском оборудования, компакт-дисков, с книгоизданием, — маркетинговые исследования проводятся спорадически и то лишь накануне или во время проведения выставок.

В обязанности любого руководителя входит принятие решений. Насколько они будут правильными, зависит от точности предоставленной ему информации. Как получить такую информацию? Ответ очевиден: прежде всего — провести маркетинговые исследования.

Большинство специалистов сходится в оценке динамики роста рынка маркетинговых исследований и консалтинга. Вот уже три года подряд эксперты говорят о росте на 30-50% за год. Ожидания на ближайший год также весьма радужные — рост на 30-35%. Эти оценки основаны на том очевидном факте, что потенциал рынка в настоящее время задействован менее чем на четверть.

Так что потенциально рынок маркетинговых исследований и консалтинга может расти в ближайшие 3—5 лет не то что на 35, а на 95% в год.

При наличии нескольких сотен компаний, предлагающих маркетинговые исследования; отмечается отсутствие интереса этих компаний

к индустрии культуры в силу специфичности и незначительного сегмента рынка. Та информация, которая предлагается Государственным информационным вычислительным центром Министерства культуры, Государственным институтом искусствознания и Институтом социальной экономики, не востребована «игроками» на рынке культурных индустрии, так как не нацелена на решение конкретных проблем конкретных организаций и проектов, а предоставляет статистическую и социологическою информации узкого сегмента рынка индустрии культуры. Проще говоря, эту информацию организации культуры и руководители независимых проектов не готовы купить.

Таким образом, в сфере маркетинговых исследований четко проступают очертания никем пока не занятой ниши. Причины ее возникновения следующие:

- стоимость исследовательских услуг маркетинговых компаний, слишком высокая для организаций культуры и независимых проектов;
- специфика рынка искусств, где невозможно применять традиционные методики исследований;
- содержание специалистов дорого для маркетинговых кампаний по причине редких заказов;
- организациям культуры трудно содержать маркетинговые отделы из-за высокой стоимости специалистов.

Вывод: необходимо специализированное агентство или другая организация, которая заполнит данную нишу.

Перспективные направления исследовательской деятельности

Исследования в области бизнеса:

- характеристика отрасли и тенденций ее развития;
- изучение возможностей приобретения/диверсификации;
- анализ различных долей рынка;
- исследование в области внутренней политики работы с персоналом.

Ценообразование:

- анализ затрат;
- анализ прибыли;
- эластичность цены;
- анализ спроса:

а) потенциал рынка;
б) возможности сбыта;
в) прогноз сбыта;

- анализ цен конкурентов. Продукт:
- разработка концепции и ее проверка;
- создание и тестирование нового культурного продукта;
- тестирование рынка;
- проверка существующих продуктов;
- тестирование дизайна упаковки;

- изучение продуктов конкурентов. Распределение:
- изучение расположения мест потребления культурных продуктов.
- анализ работы каналов распределения.
- изучение степени охвата различных каналов.
- изучение возможности экспорта. Продвижение:
- исследования в области мотивации покупателей;
- исследования в области СМИ;
- тестирование текстов рекламных сообщений;
- анализ эффективности рекламы:

а) до начала рекламной кампании;

б) во время рекламной кампании;

- анализ рекламы конкурентов;
- анализ имиджа товаров;
- анализ возможности стимулирования персонала, занятого реализацией;
- анализ территориальной структуры персонала, занятого реализацией;
- изучение возможностей выплаты премий, предоставления купонов.

Поведение покупателей:

- лояльность к культурному продукту;
- отношение к культурному продукту;
- степень удовлетворенности товаром;
- покупательское поведение;
- покупательское намерение;
- осознание бренда;
- изучение возможности сегментирования.

Предложения на рынке маркетинговых исследований

Набор предложений маркетинговых агентств и других исследовательских центров во всем деловом мире, как правило, следующий:

1. Исследование и анализ рынков, а именно:
- классификация рынков и видов рыночного спроса;
- определение подходов к проведению рыночных исследований;
- оценка и прогнозирование спроса.

2. Изучение потребителей:
- изучение факторов, определяющие оценки и поведение потребителей;
- изучение отношения к организациям культуры, их товарам и услугам;
- изучение системы ценностей потребителей, уровни удовлетворения их запросов и поведения потребителей.

3. Изучение конкурентов:
- выявление приоритетных конкурентов и определение силу их позиции;
- исследование конкурентоспособности товаров и услуг индустрии культуры и эффективности маркетинговой деятельности;
- исследование конкурентоспособности организации в целом.

Последний пункт хотелось бы прокомментировать следующим образом: прямая конкуренция в сфере культуры характерна в основном для производителей товаров культурой индустрии, тогда как в сфере услуг (посещение выставки, спектакля или концерта) в силу уникальности каждого предложения уместно было бы говорить о конкуренции за свободное время потребителей. Тут индустрия культуры вступает в жесткую конкуренцию с туризмом, телевидением и т.д.

Маркетинговое исследование может дать ответы на следующие вопросы:

- Каково существо проблемы, на которую надо обратить внимание?
- Почему эта проблема возникла?
- Для кого это является проблемой?
- Какие решения подобной проблемы уже существуют, насколько они успешны и почему?
- Какая продукция, услуги, информация или их комплекс должны быть предложены для ее разрешения?
- Кому это должно быть адресовано?
- Каким образом они должны быть предложены?
- Где они должны быть предложены?
- Кто должен быть информирован о том, что они предлагаются?
- Каким образом надо оповещать людей о предлагаемых услугах?
- Какая информация должна быть обращена к людям?
- Какой язык и образы должны быть использованы?
- Кто и какие группы могли бы оказать поддержку вашей организации или проекту и почему?

Маркетинговое исследование также поможет организации получить более полное представление о своем окружении, потенциальных добровольцах или спонсорах.

Последовательность этапов процесса маркетинговых исследований

1. Определение проблемы

Одной из наиболее важных функций маркетинговых исследований является оказание помощи при определении проблемы, требующей решения. Только после точного установления проблемы может быть разработан план исследований с целью предоставления необходимой информации. Этапом процесса определения проблемы является постановка целей конкретного исследовательского проекта или проектов. Каждый проект должен иметь одну или несколько целей, без которых невозможен переход к следующему этапу процесса.

2. Выбор проекта исследований

Выбор проекта исследований зависит от того, что уже известно о проблеме. Если почти ничего не известно об исследуемом явлении, то наиболее эффективным будет разведочное исследование. Как правило, разведочное исследование используется в случае, когда решаемая проблема

является пространственной, неопределенной. Оно может включать анализ опубликованных данных, опрос компетентных людей, групповое интервью с фокусировкой дискуссии или изучение литературных источников, в которых могут рассматриваться аналогичные ситуации. В любом случае и одно из наиболее важных характеристик разведовочного исследования является его гибкость.

Поскольку на данном этапе исследователям почти ничего не известно по проблеме, они должны быть готовыми следовать своей интуиции в отношении возможных областей, тактики исследований.

С другой стороны, если проблема сформулирована точно, однозначно, необходимо использовать описательные, или каузальные исследования. Данные варианты проекта не допускают гибкость при сборе данных. В описательном проекте определяется частота появления или возможная степень ковариации двух переменных. В каузальном проекте используются эксперименты по установления причинно-следственных взаимоотношений между переменными.

3. Определение метода сбора данных

Часто требуемая информация уже существует в форме вторичной информации или данных, собранных ранее для других целей. Такие данные могут существовать во внутренней информационной системе компании в качестве обратной связи по гарантийным талонам, отчетов торговых представителей или заказов от оптовых покупателей. Если сама фирма не обладает необходимой информацией, ее можно получить в хорошей библиотеке имеющей литературу по бизнесу, а также в форме статистических данных, публикуемых правительственными организациями, и отчетов торговых ассоциаций. Наконец, если ни один из данных источников не оказался полезным, можно обратиться к коммерческим исследовательским организациям, возможно, требуемые данные уже собраны ими. Хотя организации или продюсеру и придется заплатить за эту информацию, но это, как правило, значительно ниже стоимости первичных исследований. В любом случае до того, как начать расходовать средства, время на реализацию исследовательского проекта и исследователи должны изучить имеющееся источники информации.

Если требуемая информация отсутствует в форме, непригодной для решения проблемы и исследователям ничего не остается, как приступить к сбору первичной информации. Здесь исследователи должны ответить на несколько вопросов: «Следует ли собирать данные путем наблюдений или анкетирования? Как следует проводить наблюдения — лично, по телефону или по почте?»

4. Разработка форм, заполняемых по результатам наблюдений

После того как исследователи определились с методом исследования, они должны разработать форму, в которую будут заносить результаты наблюдений или анкету, которая наилучшим образом удовлетворяет

потребностям проекта. Предположим, будет использоваться анкета. Какова должна быть ее структура, следует ли дать определенный набор альтернативных ответов, из которых опрашиваемый выбирает один, или позволить ему ответить своими словами? Должна ли быть цель опроса ясна опрашиваемым или следует ее замаскировать? Следует ли использовать рейтинговую шкалу? Если да, то какую?

Уникальность проведения маркетинговых исследований в культурной индустрии состоит в том, что эта сфера имеет отношение одновременно к двум секторам экономики — коммерческому и некоммерческому; к производству товаров (книги, ноты, музыкальные диски, сценическое и выставочное оборудование и т.д.) и услуг (спектакль, выставка, концерт); сфера культуры и искусств обуславливает специфичность самого товара (оркестр, театральная труппа, картины, дирижер и т. д.). Важной особенностью является то, что в сфере культуры, как нигде, одним из основных факторов является престижность потребления (автор и исполнитель произведения, место и время показа, цена услуги, отклики в СМИ и т. д.)

Поэтому специализированное агентство маркетинговых исследований или другая организационная структура, которая возникнет в ближайшем будущем, будет обладать неоспоримыми преимуществами, но и столкнется с определенными проблемами. Для определения таких проблем и преимуществ предлагается воспользоваться методом критического анализа.

SWOT-анализ

Сила:	**Слабость:**
1. свободная ниша на рынке маркетинговых исследований; 2. возможность стать законодателями по многим параметрам проведения исследований; 3. принятие участия в формировании рынка индустрии культуры; 4. возможность получать гранты для проведения исследований в некоммерческом секторе экономики; 5. совместное проведение исследовательских проектов; 6. наличие литературы, совпадающей концептуально публиковать методики и отчеты; 7. есть 1—2 года для прорыва и закрепления на рынке	1. отсутствие высококвалифицированных специалистов в этой сфере; 2. необходимо время для подготовки специалистов; 3. отсутствие заинтересованности у инвесторов 4. проект не принесет быструю отдачу, т.к. нацелен на перспективу
Возможности:	Угрозы:
1. рынок индустрии культуры находится на подъеме, поэтому через 1—2 года возникнет острая необходимость в	1. появление конкурентов в этой сфере; 2. форс-мажорные ситуации

проведении подобного рода исследований; 2. решение проблемы создаст PR ресурс, привлечет внимание СМИ и широкой общественности, всегда интересующимися сферой искусств и финансовыми взаимоотношениями в этой сфере; 3. использование зарубежных разработок; 4. переход от исследовательской и аналитической деятельности к прямому участию в рынке; 5. вывод российской индустрии культуры на международные рынки; 6. перерастание проекта в программу	

ПАСПОРТ СПЕКТАКЛЯ

Наименование театра (концертного зала), адрес

ПАСПОРТ

СПЕКТАКЛЯ (КОНЦЕРТА)

Регистрационный № _____

1. Наименование спектакля (концерта) _____

предполагаемая дата премьеры «__» _____ 202_ г.

2. Автор пьесы, сценария _____

3. Режиссер _____

4. Художник (количество эскизов) _____

5. Художник по костюмам (количество эскизов) _____

6. Конструктор _____

7. Дата акта приемки макета постановки (число, месяц, год) _____

8. Монтировочный лист спектакля по картинам _____

9. Фотографии по картинам _____

10. Описание оформления (опись работ) _____

11. Комплект чертежей (листов) _____

12. Расчет на прочность узлов и деталей конструкций всех элементов декорационного оформления (стенки, станки, лестницы и т.д.) с учетом наибольшего количества людей, одновременно находящихся на станках, лестницах _____

13. Система управления механизмами спектакля, концерта _____

13.1. характеристика электропривода _____

(электропривод переменного тока с односкоростным, двухскоростным двигателем, с двумя электродвигателями, электропривод постоянного тока с двигателем-генератором)

13.2. технические характеристики электродвигателя декорации _____

13.3. тип электродвигателя _____

13.4. мощность электродвигателя, кВт _____

13.5. число оборотов в минуту _____

13.6. завод-изготовитель _____

14. Организация, мастерская, изготовлявшая декорационное оформление_____

15. Дата акта сварных соединений металлических конструкций декораций _____

_____

(номер удостоверения сварщика, фамилия, имя, отчество)

Вид сварки, применявшийся при изготовлении _____

Данные о присадочном материале: _____

16. Дата акта пропитки декораций и их масса _____

17. Дата приемки декорационного оформления _____

18. Партитура света _____

19. Партитура музыкально-шумового оформления _____

20. Техническое состояние декорационного оформления: _____

Год	Хорошее	Среднее	Плохое	Аварийное
202_				
202_				
202_				

21. Сведения о ремонте, замене канатов, механизмов и электрооборудования:

Дата	Перечень работ, проведенных при ремонте	Расписка ответственного лица

22. Стоимость постановки

_____

23. Прочие сведения

_____

24. Лицо, ответственное за техническое состояние декорационного оформления _____

25. Заключение.

Декорации спектакля изготовлены и устанавливаются в соответствии с Правилами по охране труда для театров и концертных залов.

В паспорте пронумеровано _____ страниц.
Пронумеровано всего _____ листов, в т.ч. чертежей на _____ листах.

_____
(дата составления паспорта)

Руководитель театра

(подпись) (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО
Специалист по охране
труда

_____ _____
(подпись) (инициалы, фамилия)

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ ТЕАТРАЛЬНО-ЗРЕЛИЩНУЮ СФЕРУ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Закон Республики Беларусь от 30 декабря 1997 г. № 114-З «О массовых мероприятиях»…….
Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры 20 ліпеня 2016 г. № 413-З(извлечения)……55
Гражданский кодекс Республики Беларусь 7 декабря 1998 г. № 218-З (извлечения)……..63
Постановление Совета министров Республики Беларусь от 29 ноября 2011 г. № 1610 «О размерах авторского вознаграждения за воспроизведение произведений науки, литературы и искусства в издательской деятельности»……68
Закон Республики Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-з «Об авторском праве и смежных правах» (извлечения)……....71

ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
30 декабря 1997 г. № 114-З

О массовых мероприятиях

Принят Палатой представителей 4 декабря 1997 года
Одобрен Советом Республики 19 декабря 1997 года

Изменения и дополнения:

Закон Республики Беларусь от 11 июня 1998 г. № 166-З (Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1998 г., № 25–26, ст.428) <H19800166>;

Закон Республики Беларусь от 7 августа 2003 г. № 233-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2003 г., № 93, 2/982) – новая редакция <H10300233>;

Закон Республики Беларусь от 29 ноября 2003 г. № 253-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2003 г., № 136, 2/1002) <H10300253>;

Закон Республики Беларусь от 6 октября 2006 г. № 166-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 166, 2/1263) <H10600166>;

Закон Республики Беларусь от 21 июля 2008 г. № 416-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2008 г., № 184, 2/1513) <H10800416>;

Закон Республики Беларусь от 9 ноября 2009 г. № 51-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 276, 2/1603) <H10900051>;

Закон Республики Беларусь от 9 ноября 2009 г. № 53-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 276, 2/1605) <H10900053>;

Закон Республики Беларусь от 4 января 2010 г. № 99-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2010 г., № 5, 2/1649) <H11000099>;

Закон Республики Беларусь от 8 ноября 2011 г. № 308-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011 г., № 127, 2/1860) <H11100308>;

Закон Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 84-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 17.12.2013, 2/2082) <H11300084>;

Закон Республики Беларусь от 10 января 2015 г. № 242-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 22.01.2015, 2/2240) <H11500242>;

Закон Республики Беларусь от 20 апреля 2016 г. № 358-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 22.04.2016, 2/2356) <H11600358>;

Закон Республики Беларусь от 17 июля 2018 г. № 125-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 25.07.2018, 2/2563) <H11800125>;

Закон Республики Беларусь от 24 мая 2021 г. № 108-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 25.05.2021, 2/2828) <H12100108>;

Закон Республики Беларусь от 17 июля 2023 г. № 292-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 22.07.2023, 2/3012) <H12300292>

Настоящий Закон устанавливает порядок организации и проведения собраний, митингов, уличных шествий, демонстраций, пикетирования и иных массовых мероприятий и направлен на создание условий для реализации конституционных прав и свобод граждан, обеспечения общественной безопасности и порядка при проведении этих мероприятий на улицах, площадях и в иных общественных местах.

Свобода массовых мероприятий, не нарушающих правопорядок и права других граждан Республики Беларусь, гарантируется государством.

ГЛАВА 1
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Законодательство о массовых мероприятиях

Законодательство о массовых мероприятиях состоит из Конституции Республики Беларусь, настоящего Закона и иных актов законодательства.

Статья 2. Основные понятия, применяемые в настоящем Законе, и их определения

Для целей настоящего Закона применяются следующие основные понятия:

массовое мероприятие – собрание, митинг, уличное шествие, демонстрация, пикетирование и иное массовое мероприятие;

массовое мероприятие на платной (возмездной) основе – иное массовое мероприятие, которое проводится с организацией платного доступа (участия) на него (в нем) граждан;

иное массовое мероприятие – спортивно-массовое, культурно-зрелищное, иное зрелищное или культурное мероприятие, религиозное мероприятие, проводимые в специально не предназначенных для этой цели местах под открытым небом либо в помещении;

собрание – совместное присутствие граждан в заранее определенном месте под открытым небом либо в помещении в установленное время, собравшихся для коллективного обсуждения и решения вопросов, затрагивающих их интересы;

митинг – массовое присутствие граждан в определенном месте под открытым небом, собравшихся для публичного обсуждения и выражения своего отношения к действиям (бездействию) лиц и организаций, событиям общественно-политической жизни, а также для решения вопросов, затрагивающих их интересы;

уличное шествие – организованное массовое движение группы граждан по пешеходной или проезжей части улицы (дороги), бульвара, проспекта, площади в целях привлечения внимания к каким-либо проблемам или публичного выражения своих общественно-политических настроений либо протеста;

демонстрация – организованное массовое движение группы граждан по пешеходной или проезжей части улицы (дороги), бульвара, проспекта, площади, в том числе с использованием автотранспортных средств и иных средств передвижения, в целях привлечения внимания к каким-либо проблемам или публичного выражения своих общественно-политических настроений либо протеста с использованием плакатов, транспарантов и иных средств;

пикетирование – публичное выражение гражданином или группой граждан общественно-политических, групповых, личных и иных интересов либо протеста (без шествия), в том числе путем голодовки, по каким-либо проблемам с использованием или без использования плакатов, транспарантов и иных средств. К пикетированию приравнивается совместное массовое присутствие граждан в заранее определенном общественном месте (в том числе под открытым небом) в установленное время для совершения заранее определенного деяния, организованное (в том числе через глобальную компьютерную сеть Интернет или иные информационные сети) для публичного выражения своих общественно-политических интересов или протеста;

существенный вред, причиненный правам и законным интересам граждан, организаций либо государственным или общественным интересам, – срыв массового мероприятия, временное прекращение деятельности организаций либо нарушение движения транспортных

средств, гибель людей, причинение тяжкого телесного повреждения одному или нескольким потерпевшим;

ущерб в крупном размере – ущерб на сумму, превышающую в десять тысяч и более раз размер базовой величины, установленный на день совершения правонарушения.

Статья 3. Сфера действия настоящего Закона

Действие настоящего Закона распространяется на граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства в пределах их прав и свобод, предусмотренных законодательством.

Порядок организации и проведения массовых мероприятий, установленный настоящим Законом, не распространяется на:

собрания коллективов работников, политических партий, профессиональных союзов, религиозных и иных организаций, проводимые в помещениях в соответствии с законодательством, уставами указанных организаций (положениями о них);

собрания, проводимые в соответствии с законодательством о республиканских и местных собраниях;

пикетирование для сбора подписей избирателей по выдвижению кандидатов в Президенты Республики Беларусь, в депутаты, проводимое в местах, не запрещенных для этой цели местными исполнительными и распорядительными органами;

собрания, митинги и пикетирование, организуемые кандидатами в Президенты Республики Беларусь, в депутаты, их доверенными лицами в порядке, предусмотренном статьей 45^1 Избирательного кодекса Республики Беларусь.

Порядок организации и проведения массовых мероприятий, установленный настоящим Законом, за исключением части четвертой статьи 4, части четвертой статьи 6 в случае, если по решению местных исполнительных и распорядительных органов организаторами массовых мероприятий на платной (возмездной) основе выступают иные организации либо граждане, части первой, абзацев пятого–восьмого, десятого и одиннадцатого части второй, абзацев четвертого–восьмого, одиннадцатого и двенадцатого части третьей, частей четвертой–шестой статьи 11, абзаца четвертого части первой и части второй статьи 12 настоящего Закона, не распространяется на массовые мероприятия, проводимые по решению государственных органов.

ГЛАВА 2
ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Статья 4. Организаторы массового мероприятия

Организаторами собрания, митинга, уличного шествия, демонстрации, пикетирования, в котором предполагается участие до 1000 человек, и иного массового мероприятия независимо от количества предполагаемых участников могут выступать граждане Республики Беларусь, постоянно проживающие на ее территории, достигшие восемнадцатилетнего возраста и обладающие избирательным правом, указанные в данном качестве в заявлении о проведении массового мероприятия и принявшие обязательство в письменной форме по его организации и проведению в соответствии с настоящим Законом, а также политические партии, профессиональные союзы и иные организации Республики Беларусь, зарегистрированные в установленном порядке, за исключением организаций Республики Беларусь, деятельность которых приостановлена в соответствии с законодательными актами.

Организаторами собрания, митинга, уличного шествия, демонстрации, пикетирования, в котором предполагается участие свыше 1000 человек, могут выступать только политические партии, профессиональные союзы и иные организации Республики Беларусь.

Политические партии, профессиональные союзы и иные организации Республики Беларусь, являющиеся организаторами массового мероприятия, определяют лицо (лиц), ответственное (ответственных) за организацию и проведение массового мероприятия, из числа членов руководящего органа политической партии, профессионального союза или иной организации Республики Беларусь. Лицо (лица), представившее (представившие)

документы руководящего органа политической партии, профессионального союза или иной организации Республики Беларусь о назначении его (их) ответственным (ответственными) за организацию и проведение массового мероприятия и указанное (указанные) в этом качестве в заявлении о проведении массового мероприятия, принимает (принимают) обязательство в письменной форме по его организации и проведению в соответствии с настоящим Законом.

Организаторами массовых мероприятий, проводимых по решению государственных органов, могут выступать организации, в том числе государственные органы, а также граждане, уполномоченные Президентом Республики Беларусь, Советом Министров Республики Беларусь либо местными исполнительными и распорядительными органами на организацию и проведение этих массовых мероприятий.

Организаторы массового мероприятия вправе отказаться от его проведения, письменно известив руководителя местного исполнительного и распорядительного органа или его заместителя, принявших решение о разрешении проведения массового мероприятия, и оповестив об этом участников массового мероприятия, в том числе через глобальную компьютерную сеть Интернет.

Лица, допустившие нарушение порядка организации или проведения массового мероприятия, в течение одного года после наложения административного взыскания за такое нарушение, а также лица, имеющие неснятую или непогашенную судимость за совершение преступлений против мира и безопасности человечества, преступлений против общественной безопасности, преступлений против общественного порядка и общественной нравственности или преступлений против государства и порядка осуществления власти и управления, не могут выступать организаторами массового мероприятия.

Статья 5. Заявление о проведении массового мероприятия

Заявление о проведении массового мероприятия (далее – заявление) подается его организатором (организаторами) в местный исполнительный и распорядительный орган, на территории которого планируется проведение массового мероприятия, если иное не предусмотрено частями второй и третьей настоящей статьи.

Если массовое мероприятие намечается проводить на территории нескольких административно-территориальных единиц либо предполагаемое число участвующих в нем будет превышать 1000 человек (для собраний, митингов, уличных шествий, демонстраций и пикетирования) или 1500 человек (для иных массовых мероприятий), заявление подается в соответствующий областной исполнительный комитет.

В городе Минске заявление подается в Минский городской исполнительный комитет.

Заявление подается в письменной форме не позднее чем за 15 дней до предполагаемой даты проведения массового мероприятия, за исключением случаев подачи заявления о проведении массового мероприятия, предусмотренного частью десятой статьи 45 Избирательного кодекса Республики Беларусь, которое подается не позднее чем за пять дней до предполагаемой даты проведения массового мероприятия.

В заявлении указываются:

цель, вид, место проведения, источник финансирования массового мероприятия;

дата проведения, время его начала и окончания;

маршрут движения, информация о транспортных средствах (марка, модель, регистрационный знак транспортного средства, фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется), место жительства (пребывания) лица, которое будет управлять транспортным средством), если массовое мероприятие будет проводиться с их использованием;

предполагаемое количество участников;

фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется) организатора (организаторов), его (их) гражданство, дата рождения, место жительства, место работы (учебы), номер контактного телефона, а в случае, если организатором (организаторами) являются политическая партия, профессиональный союз или иная организация Республики Беларусь, – название (наименование) таких политической партии, профессионального союза

или иной организации Республики Беларусь, их юридический адрес, а также фамилия, собственное имя, отчество (если таковое имеется) лица (лиц), определенного (определенных) ими в качестве ответственного (ответственных) за организацию и проведение массового мероприятия, его (их) дата рождения, место жительства, номер контактного телефона;

сведения об использовании пиротехнических изделий (вид, количество) и открытого огня, если массовое мероприятие будет проводиться с их использованием;

меры по обеспечению общественного порядка и безопасности при проведении массового мероприятия;

меры, связанные с медицинским обслуживанием, уборкой территории после проведения на ней массового мероприятия;

дата подачи заявления.

К заявлению прилагается обязательство в письменной форме организатора (организаторов) или лица (лиц), ответственного (ответственных) за организацию и проведение массового мероприятия, по организации и проведению массового мероприятия.

Заявление, оформленное в соответствии с частью шестой настоящей статьи, регистрируется местным исполнительным и распорядительным органом в день его подачи.

Срок подачи заявления исчисляется со дня его регистрации в местном исполнительном и распорядительном органе.

Организаторам массового мероприятия не может быть отказано в приеме заявления, если оно оформлено в соответствии с частью пятой настоящей статьи и подано в срок, установленный частью четвертой настоящей статьи.

Организатор (организаторы) массового мероприятия вправе отозвать свое заявление до его рассмотрения по существу и принятия по нему решения руководителем местного исполнительного и распорядительного органа, письменно уведомив об этом местный исполнительный и распорядительный орган, в который было подано соответствующее заявление. В случае отзыва организатором (организаторами) массового мероприятия своего заявления местный исполнительный и распорядительный орган прекращает рассмотрение заявления по существу, а организатор (организаторы) прекращает (прекращают) подготовку к данному массовому мероприятию.

Статья 6. Порядок рассмотрения заявления и вынесение по нему решения

Руководитель местного исполнительного и распорядительного органа или его заместитель обязаны рассмотреть заявление и не позднее чем за пять дней до даты проведения массового мероприятия в письменной форме сообщить его организатору (организаторам) о принятом решении. В случае поступления заявления о проведении массового мероприятия, предусмотренного частью десятой статьи 45 Избирательного кодекса Республики Беларусь, руководитель местного исполнительного и распорядительного органа или его заместитель в письменной форме сообщают организатору (организаторам) такого массового мероприятия о принятом решении в течение трех дней со дня регистрации заявления в местном исполнительном и распорядительном органе.

В решении должно быть указано о разрешении или запрещении проведения массового мероприятия, а также мотивы, по которым его проведение запрещено.

Решение руководителя местного исполнительного и распорядительного органа или его заместителя о разрешении или запрещении проведения массового мероприятия принимается с учетом даты, места, времени его проведения, количества участников, погодных условий, оплаты услуг по охране общественного порядка, оказываемых органами внутренних дел (далее – услуги по охране общественного порядка), расходов, связанных с медицинским обслуживанием, уборкой территории после проведения на ней массового мероприятия, и других обстоятельств, влияющих на обеспечение общественной безопасности, по согласованию с республиканскими органами государственного управления (их территориальными подразделениями), ответственными за обеспечение общественного порядка и безопасности.

Порядок оплаты услуг по охране общественного порядка, расходов, связанных с медицинским обслуживанием, уборкой территории после проведения на ней массового мероприятия, определяется Советом Министров Республики Беларусь.

Руководитель местного исполнительного и распорядительного органа или его заместитель при рассмотрении заявления в целях обеспечения прав и свобод граждан, общественной безопасности, а также нормального функционирования транспорта и организаций вправе по согласованию с организатором (организаторами) массового мероприятия изменить вид массового мероприятия, дату, место и время его проведения.

Статья 7. Обжалование решения о запрещении проведения массового мероприятия либо об изменении вида массового мероприятия, даты, места и времени его проведения

Решение руководителя местного исполнительного и распорядительного органа или его заместителя о запрещении проведения массового мероприятия либо об изменении вида массового мероприятия, даты, места и времени его проведения может быть обжаловано в судебном порядке.

Статья 8. Подготовка массового мероприятия

Подготовка массового мероприятия осуществляется его организатором (организаторами) и иными уполномоченными им (ими) гражданами.

До получения разрешения на проведение массового мероприятия его организатору (организаторам), а также иным организациям и гражданам запрещается публично призывать к организации и проведению массового мероприятия, в том числе объявлять в средствах массовой информации, глобальной компьютерной сети Интернет или иных информационных сетях о дате, месте и времени его проведения, изготавливать и распространять в этих целях листовки, плакаты и иные материалы.

Статья 9. Место и время проведения массового мероприятия

Массовое мероприятие может проводиться в любых пригодных для этой цели местах, за исключением мест, указанных в части третьей настоящей статьи.

Местными исполнительными и распорядительными органами определяются рекомендованные места для проведения массовых мероприятий, отвечающие требованиям настоящего Закона к таким местам, а также места, где их проведение запрещается, с сообщением об этом в средствах массовой информации.

Проведение массовых мероприятий не допускается:

в местах, использование которых для этих целей запрещено решениями соответствующих местных исполнительных и распорядительных органов;

на объектах метрополитена, железнодорожного, водного и воздушного транспорта;

на расстоянии менее 200 метров от зданий официальной резиденции Президента Республики Беларусь, Национального собрания Республики Беларусь, Совета Министров Республики Беларусь, подземных пешеходных переходов, станций метрополитена;

на расстоянии менее 200 метров от здания, в котором проводится заседание Всебелорусского народного собрания;

на расстоянии менее 50 метров от зданий республиканских органов государственного управления, местных представительных, исполнительных и распорядительных органов, дипломатических представительств и консульских учреждений, судов, органов прокуратуры, территорий организаций, обеспечивающих обороноспособность, безопасность государства и жизнедеятельность населения (общественный транспорт, предприятия водо-, тепло- и энергообеспечения, учреждения дошкольного образования, учреждения общего среднего образования);

на расстоянии менее 100 метров от зданий организаций здравоохранения;

на расстоянии менее 300 метров от территорий ядерных установок, объектов, предназначенных для производства или хранения радиоактивных веществ и материалов, в том числе хранения ядерных материалов, отработавших ядерных материалов и (или)

эксплуатационных радиоактивных отходов, на территориях этих объектов и в их санитарно-защитных зонах;

на расстоянии менее 100 метров от зданий, сооружений, в которых осуществляются производство, хранение или реализация оружия, боеприпасов, взрывчатых веществ и материалов, производство или хранение пиротехнических изделий;

на расстоянии менее 200 метров от зданий, сооружений, в которых находятся организации, на которые возложены функции редакций телевизионных и радиовещательных средств массовой информации, а также радиотелевизионных передающих станций и радиопередающих станций;

на расстоянии менее 100 метров от территорий объектов и производств, на которых эксплуатируются потенциально опасные объекты с химическими, физико-химическими, физическими процессами, где возможно образование взрывоопасных сред (смесь газов, паров с воздухом и другими окислителями), и получаются, используются, перерабатываются, хранятся, транспортируются опасные вещества, указанные в приложении 1 к Закону Республики Беларусь от 5 января 2016 г. № 354-З «О промышленной безопасности».

Места для проведения массовых мероприятий, а также объекты метрополитена, железнодорожного, водного и воздушного транспорта, которые могут использоваться участниками массовых мероприятий для прибытия к месту (убытия с места) проведения массовых мероприятий, могут быть оборудованы стационарными средствами видеонаблюдения и иными техническими средствами обеспечения безопасности.

Проведение массовых мероприятий за пять и менее дней до выборов, референдума, отзыва депутата разрешается только в специально предназначенных для проведения массовых мероприятий местах под открытым небом и в помещениях, за исключением массовых мероприятий, проводимых по решению государственных органов.

Собрания, митинги, уличные шествия, демонстрации и пикетирование могут проводиться с 8 до 22 часов.

Иные массовые мероприятия могут проводиться в указанное в заявлении время, а если время их проведения решением руководителя местного исполнительного и распорядительного органа или его заместителя изменено, – во время, определенное в данном решении.

Запрещается проведение одновременно нескольких массовых мероприятий в одном месте или по одному маршруту движения.

Статья 10. Порядок проведения массовых мероприятий

Массовые мероприятия, а также выступления их участников проводятся в определенное время и в обусловленном месте в соответствии с целями, указанными в заявлении.

Запрещается проведение массовых мероприятий, если их целью является осуществление пропаганды войны или экстремистской деятельности.

Организатор (организаторы) массового мероприятия или лицо (лица), ответственное (ответственные) за организацию и проведение массового мероприятия, обязан (обязаны):

постоянно присутствовать на проводимом массовом мероприятии;

обеспечивать соблюдение условий и порядка проведения массового мероприятия, безопасность граждан, сохранность зданий, сооружений, транспортных средств и другого имущества, а также зеленых насаждений;

выполнять все законные требования сотрудников органов внутренних дел и представителей общественности, выполняющих обязанности по охране общественного порядка, и содействовать им в обеспечении общественного порядка;

при обнаружении во время проведения массового мероприятия осуществления участниками массового мероприятия экстремистской деятельности либо по требованию уполномоченных должностных лиц государственного органа, осуществляющего противодействие экстремизму, незамедлительно принять меры по пресечению экстремизма;

в случае прекращения проводимого массового мероприятия решение об этом довести до сведения его участников;

иметь отличительный знак организатора проводимого массового мероприятия (нарукавная повязка, бейдж и т.п.);

являться по приглашению руководителя (его заместителя) соответствующего местного исполнительного и распорядительного органа или органа внутренних дел для уточнения вопросов, связанных с проведением массового мероприятия;

произвести не позднее 10 дней после проведения массового мероприятия оплату услуг по охране общественного порядка, расходов, связанных с медицинским обслуживанием и уборкой территории.

Организаторам собрания, митинга, уличного шествия, демонстрации и пикетирования запрещено привлекать к участию в них граждан за материальное вознаграждение.

Запрещаются сбор, получение и использование денежных средств, иного имущества, в том числе имущественных прав, а также исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, а равно выполнение работ, оказание услуг для целей возмещения расходов, обусловленных привлечением лица к ответственности за нарушение порядка организации или проведения массовых мероприятий.

Лицо, присутствующее на массовом мероприятии в качестве журналиста средства массовой информации, обязано иметь при себе документ, удостоверяющий личность, а также служебное удостоверение журналиста средства массовой информации, зарегистрированного на территории Республики Беларусь, либо документ, подтверждающий аккредитацию журналиста иностранного средства массовой информации в Республике Беларусь. Указанное лицо должно иметь ясно видимый отличительный знак представителя средства массовой информации.

Порядок проведения массового мероприятия на объектах транспортной инфраструктуры, используемых для транспорта общего пользования и не относящихся к местам, в которых проведение массового мероприятия не допускается в соответствии с частью третьей статьи 9 настоящего Закона, определяется с учетом требований настоящего Закона, а также требований по обеспечению безопасности транспортной деятельности и безопасности дорожного движения, предусмотренных законодательством.

Местный исполнительный и распорядительный орган может дополнительно регламентировать порядок проведения массового мероприятия с учетом местных условий и требований настоящего Закона.

Иные особенности и ограничения на проведение массовых мероприятий и участие в них могут устанавливаться законодательными актами.

Статья 11. Соблюдение общественного порядка при проведении массовых мероприятий

При проведении массового мероприятия его участники обязаны соблюдать общественный порядок и выполнять все законные требования организаторов проводимого массового мероприятия, сотрудников органов внутренних дел и представителей общественности, выполняющих обязанности по охране общественного порядка.

Во время проведения собрания, митинга, уличного шествия, демонстрации или пикетирования их организаторам и участникам запрещается:

препятствовать движению транспортных средств и пешеходов;

создавать помехи для бесперебойного функционирования организаций;

устанавливать палатки, иные временные сооружения;

воздействовать в какой бы то ни было форме на сотрудников органов внутренних дел в целях воспрепятствования выполнению ими служебных обязанностей, а также на представителей общественности, выполняющих обязанности по охране общественного порядка;

иметь при себе холодное, огнестрельное, газовое или иное оружие, взрывчатые вещества и боеприпасы, предметы, поражающее действие которых основано на

использовании горючих веществ, их имитаторы и муляжи, другие предметы, которые могут быть использованы в качестве оружия, ядовитые, отравляющие, едко пахнущие, легковоспламеняющиеся вещества, огнеопасные и пиротехнические вещества или изделия, кроме спичек и карманных зажигалок, иные вещества, предметы, изделия, в том числе самодельного изготовления, использование которых может привести к задымлению, воспламенению, а также алкогольные, слабоалкогольные напитки и (или) пиво;

осуществлять пропаганду войны или экстремистскую деятельность, в том числе с использованием плакатов, транспарантов или иных средств;

действовать методами, создающими угрозу общественной безопасности, жизни и здоровью участников указанных мероприятий или других лиц, либо скрывать свои лица, в том числе с использованием масок, иных предметов и (или) средств для затруднения установления их личности;

пользоваться флагами, вымпелами, не зарегистрированными в установленном порядке, а также эмблемами, символами, плакатами и транспарантами, содержание которых направлено на причинение ущерба общественному порядку, правам и законным интересам граждан;

совершать любые действия, нарушающие установленный порядок организации и проведения массового мероприятия, а также подстрекать к таким действиям любыми методами;

участвовать в массовом мероприятии в состоянии алкогольного опьянения или в состоянии, вызванном потреблением наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов, токсических или других одурманивающих веществ.

Во время проведения иных массовых мероприятий их организаторам и участникам запрещается:

препятствовать движению транспортных средств и пешеходов;

создавать помехи для бесперебойного функционирования организаций;

воздействовать в какой бы то ни было форме на сотрудников органов внутренних дел в целях воспрепятствования выполнению ими служебных обязанностей, а также на представителей общественности, выполняющих обязанности по охране общественного порядка;

иметь при себе холодное, огнестрельное, газовое или иное оружие, взрывчатые вещества и боеприпасы, предметы, поражающее действие которых основано на использовании горючих веществ, другие предметы, которые могут быть использованы в качестве оружия (за исключением спортивно-массовых мероприятий, в которых предусмотрено их использование), ядовитые, отравляющие, едко пахнущие вещества, иные вещества, предметы, изделия, в том числе самодельного изготовления, использование которых может привести к задымлению, воспламенению;

иметь при себе имитаторы и муляжи холодного, огнестрельного, газового или иного оружия, взрывчатых веществ и боеприпасов, легковоспламеняющиеся вещества, огнеопасные и пиротехнические вещества или изделия, кроме спичек и карманных зажигалок (за исключением театральных и иных творческих коллективов во время проведения ими представлений);

осуществлять пропаганду войны или экстремистскую деятельность, в том числе с использованием плакатов, транспарантов или иных средств;

действовать методами, создающими угрозу общественной безопасности, жизни и здоровью участников указанных мероприятий или других лиц;

пользоваться эмблемами, символами, плакатами, транспарантами и иными средствами, содержание которых направлено на причинение ущерба общественному порядку, правам и законным интересам граждан;

пользоваться флагами, вымпелами, не зарегистрированными в установленном порядке (за исключением театральных и иных творческих коллективов во время проведения ими представлений);

совершать любые действия, нарушающие установленный порядок организации и проведения указанного мероприятия, а также подстрекать к таким действиям любыми методами;

участвовать в указанном мероприятии в состоянии алкогольного опьянения или в состоянии, вызванном потреблением наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов, токсических или других одурманивающих веществ.

Реализация алкогольных напитков и пива при проведении массовых мероприятий осуществляется с учетом запретов и ограничений, установленных законодательством.

Организаторы массовых мероприятий, сотрудники органов внутренних дел и представители общественности, выполняющие обязанности по охране общественного порядка, имеют право:

ограждать территории мест проведения массовых мероприятий инженерными и техническими средствами, производить фотосъемку, аудио- и видеозапись участников массовых мероприятий, осуществлять пропускной режим;

требовать от граждан покинуть место проведения массового мероприятия, если они нарушают общественный порядок и установленные настоящим Законом требования;

прекращать допуск граждан в место проведения массового мероприятия с учетом вместимости указанного места.

Сотрудники органов внутренних дел, выполняющие обязанности по охране общественного порядка, вправе проводить личный досмотр граждан и досмотр находящихся при них вещей, в том числе с помощью технических и специальных средств. Личный досмотр граждан производится лицом одного пола с досматриваемым. В случае отказа гражданина от личного досмотра либо от досмотра находящихся при нем вещей он не допускается в место проведения массового мероприятия.

Порядок организации взаимодействия правоохранительных органов, организаторов массовых мероприятий и представителей общественности, выполняющих обязанности по охране общественного порядка, по вопросам охраны общественного порядка и обеспечения общественной безопасности при проведении массовых мероприятий определяется Советом Министров Республики Беларусь.

Запрещается освещение в средствах массовой информации, глобальной компьютерной сети Интернет или иных информационных сетях в режиме реального времени (в прямом эфире) массовых мероприятий, проводимых с нарушением установленного порядка их организации или проведения, в целях их популяризации или пропаганды.

На лицо, присутствующее на массовом мероприятии в качестве журналиста средства массовой информации, при осуществлении им своей деятельности распространяются запреты, предусмотренные настоящей статьей. Такое лицо не вправе выступать в качестве организатора или участника массового мероприятия.

Статья 12. Прекращение массового мероприятия

Массовое мероприятие, а также подготовка к нему должны быть прекращены по требованию руководителя (его заместителя) соответствующего местного исполнительного и распорядительного органа, органа внутренних дел, организатора (организаторов) указанного мероприятия или лица (лиц), ответственного (ответственных) за организацию и проведение массового мероприятия, в случаях:

если не было подано заявление, заявление отозвано организатором (организаторами) массового мероприятия или принято решение о запрещении (недопустимости) проведения массового мероприятия;

если нарушены положения статей 9–11 настоящего Закона;

возникновения опасности для жизни и здоровья граждан.

В случае отказа участников массового мероприятия от выполнения требований руководителя (его заместителя) соответствующего местного исполнительного и распорядительного органа, органа внутренних дел, организатора (организаторов) или лица (лиц), ответственного (ответственных) за организацию и проведение массового мероприятия,

о прекращении массового мероприятия органами внутренних дел в соответствии с законодательством принимаются необходимые меры по прекращению массового мероприятия.

В случаях, установленных частью первой настоящей статьи, по требованию руководителя (его заместителя) соответствующего местного исполнительного и распорядительного органа, органа внутренних дел также может приостанавливаться функционирование объектов общественного питания, транспортной деятельности, торговых объектов, ярмарок, работа организаций всех форм собственности в местах проведения массовых мероприятий, по маршрутам следования их участников.

Временное запрещение или временное ограничение движения по дорогам при проведении массового мероприятия может вводиться в порядке, установленном законодательством в области дорожного движения.

Статья 13. Невмешательство государственных органов и иных организаций, а также граждан в проведение массовых мероприятий

Государственные органы, политические партии, профессиональные союзы и иные организации, а также граждане не вправе вмешиваться и препятствовать проведению массовых мероприятий, проводимых с соблюдением требований настоящего Закона и иных актов законодательства.

Статья 14. Заявления участников массовых мероприятий

Подача и рассмотрение заявлений, принятых участниками массовых мероприятий, осуществляются в соответствии с законодательством об обращениях граждан и юридических лиц.

ГЛАВА 3
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ

Статья 15. Ответственность за нарушение установленного порядка организации и (или) проведения массовых мероприятий

Лица, нарушившие установленный настоящим Законом порядок организации и (или) проведения массовых мероприятий, несут ответственность в соответствии с законодательными актами.

Политические партии, профессиональные союзы и иные организации, ответственные лица которых не обеспечили надлежащего порядка организации и (или) проведения собрания, митинга, уличного шествия, демонстрации и пикетирования, что повлекло причинение ущерба в крупном размере или существенного вреда правам и законным интересам граждан, организаций либо государственным или общественным интересам, могут быть ликвидированы в установленном порядке за однократное нарушение законодательства о массовых мероприятиях.

В случае, если руководитель политической партии, иного общественного объединения (организационной структуры политической партии, иного общественного объединения) или иной член руководящего органа политической партии, иного общественного объединения (организационной структуры политической партии, иного общественного объединения) совершают действия, указанные в части второй статьи 8 настоящего Закона, руководящий орган соответствующей политической партии, иного общественного объединения (организационной структуры политической партии, иного общественного объединения) обязан в течение пяти дней со дня совершения таких действий заявить в средствах массовой информации о своем несогласии с этими действиями. Отсутствие подобного заявления является основанием для наступления ответственности, предусмотренной законодательными актами.

Статья 16. Возмещение вреда

Вред, причиненный организаторами и участниками массового мероприятия государству, гражданам и организациям во время проведения массового мероприятия, подлежит возмещению в порядке, установленном законодательством.

Президент Республики Беларусь

Источник: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h19700114 – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь

КОДЭКС РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ АБ КУЛЬТУРЫ (ИЗВЛЕЧЕНИЯ)

20 ліпеня 2016 г. № 413-З

Прыняты Палатай прадстаўнікоў 24 чэрвеня 2016 года

Адобраны Саветам Рэспублікі 30 чэрвеня 2016 года

Изменения и дополнения:

Закон Республики Беларусь от 21 июля 2022 г. № 201-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 30.07.2022, 2/2921) <H12200201> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 31 июля 2022 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 1 августа 2022 г., 1 января 2023 г. и 1 июля 2025 г.;

Закон Республики Беларусь от 21 июля 2022 г. № 201-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 30.07.2022, 2/2921) <H12200201> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 31 июля 2022 г. и 1 августа 2022 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 1 января 2023 г. и 1 июля 2025 г.;

Закон Республики Беларусь от 21 июля 2022 г. № 201-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 30.07.2022, 2/2921) <H12200201> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 31 июля 2022 г., 1 августа 2022 г. и 1 января 2023 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 1 июля 2025 г.;

Закон Республики Беларусь от 21 июля 2022 г. № 201-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 30.07.2022, 2/2921) <H12200201> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 31 июля 2022 г., 1 августа 2022 г., 1 января 2023 г. и 1 июля 2025 г.;

Закон Республики Беларусь от 15 апреля 2026 г. № 139-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 18.04.2026, 5-2/3225) <H12600139>

ГЛАВА 22
КУЛЬТУРНЫЯ МЕРАПРЫЕМСТВЫ

Артыкул 209. Культурныя мерапрыемствы, іх віды. Правядзенне культурных мерапрыемстваў

1. Культурнае мерапрыемства – мерапрыемства па публічных стварэнні, выкананні, паказе, распаўсюджванні і (або) папулярызацыі вынікаў творчай дзейнасці, а таксама па публічным паказе (паказе), распаўсюджванні і (або) папулярызацыі культурных каштоўнасцей.

2. Да культурных мерапрыемстваў адносяцца культурна-відовішчнае мерапрыемства, кінематаграфічнае мерапрыемства, фестываль, свята, конкурс, конкурс прыгажосці, пленэр, форум, выстаўка, агляд, майстар-клас, акцыя і іншыя мерапрыемствы.

3. Па ўзроўні правядзення і складзе ўдзельнікаў культурныя мерапрыемствы могуць быць:

3.1. міжнароднымі, удзельнікамі якіх з'яўляюцца прадстаўнікі Рэспублікі Беларусь і адной або некалькіх замежных краін;

3.2. рэспубліканскімі, удзельнікамі якіх з'яўляюцца прадстаўнікі ўсіх або большасці абласцей і горада Мінска і на якія могуць быць запрошаны прадстаўнікі замежных краін;

3.3. рэгіянальнымі, удзельнікамі якіх з'яўляюцца прадстаўнікі аднаго або некалькіх раёнаў (гарадоў), абласцей і на якія могуць быць запрошаны прадстаўнікі іншых раёнаў (гарадоў), абласцей, замежных краін.

4. Цэнтралізаванае культурнае мерапрыемства – культурнае мерапрыемства, якое праводзіцца па рашэнні дзяржаўных органаў і поўнасцю або часткова фінансуецца з рэспубліканскага і (або) мясцовых бюджэтаў.

Пералік асобных міжнародных і рэспубліканскіх цэнтралізаваных культурных мерапрыемстваў, якія праводзяцца на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь, устанаўліваецца Саветам Міністраў Рэспублікі Беларусь.

Парадак арганізацыі і правядзення асобных міжнародных і рэспубліканскіх цэнтралізаваных культурных мерапрыемстваў зацвярджаецца Саветам Міністраў Рэспублікі Беларусь або дзяржаўнымі органамі, ім упаўнаважанымі, што ўказаны ў якасці арганізатараў у пераліку асобных міжнародных і рэспубліканскіх цэнтралізаваных культурных мерапрыемстваў, якія праводзяцца на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь. Пры наяўнасці некалькіх арганізатараў цэнтралізаванага культурнага мерапрыемства парадак арганізацыі і правядзення гэтага культурнага мерапрыемства вызначае арганізатар, указаны першым у пераліку асобных міжнародных і рэспубліканскіх цэнтралізаваных культурных мерапрыемстваў, якія праводзяцца на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь, па ўзгадненні з іншымі арганізатарамі, указанымі ў гэтым пераліку.

5. Правядзенне культурных мерапрыемстваў у спецыяльна не прызначаных для гэтай мэты месцах пад адкрытым небам або ў памяшканнях ажыццяўляецца з улікам заканадаўства аб масавых мерапрыемствах.

6. Забараняецца правядзенне культурных мерапрыемстваў у выпадках, прадугледжаных пунктам 1 артыкула 81 гэтага Кодэкса, а таксама ў іншых выпадках, прадугледжаных заканадаўчымі актамі.

Артыкул 210. Арганізатар культурнага мерапрыемства

1. Арганізатар культурнага мерапрыемства – суб'ект культурнай дзейнасці, па рашэнні якога праводзіцца культурнае мерапрыемства і (або) які ажыццяўляе арганізацыйнае, фінансавае і іншае забеспячэнне арганізацыі і правядзення культурнага мерапрыемства.

2. Арганізатарамі культурнага мерапрыемства могуць з'яўляцца адзін або некалькі суб'ектаў культурнай дзейнасці.

3. Арганізатар культурнага мерапрыемства абавязаны ў парадку і ў адпаведнасці з крытэрыямі, устаноўленымі Саветам Міністраў Рэспублікі Беларусь, прысвоіць знак узроставай катэгорыі інфармацыйнай прадукцыі, якая будзе распаўсюджвацца пры дапамозе культурнага мерапрыемства.

4. Арганізатар культурнага мерапрыемства пры неабходнасці:

4.1. зацвярджае парадак арганізацыі і правядзення культурнага мерапрыемства, каштарыс выдаткаў на арганізацыю і правядзенне культурнага мерапрыемства;

4.2. прымае рашэнне аб стварэнні арганізацыйнага камітэта і зацвярджае яго склад;

4.3. вызначае колькасць запрашальных білетаў на наведванне культурнага мерапрыемства, кола асоб, якім плануецца ўручыць запрашальныя білеты на наведванне культурнага мерапрыемства, звесткі, якія павінен утрымліваць запрашальны білет на наведванне культурнага мерапрыемства.

Пад запрашальным білетам на наведванне культурнага мерапрыемства разумеецца білет, які прадастаўляе права наведвання культурнага мерапрыемства без аплаты.

Запрашальны білет на наведванне культурнага мерапрыемства акрамя звестак, вызначаных арганізатарам культурнага мерапрыемства, павінен утрымліваць надпіс «Продажу не падлягае»;

4.4. вырашае іншыя пытанні па арганізацыі і правядзенні культурнага мерапрыемства, у тым ліку прадугледжаныя пунктам 3 артыкула 211 гэтага Кодэкса, пры адсутнасці арганізацыйнага камітэта.

5. Арганізатар культурнага мерапрыемства мае права дэлегаваць асобныя паўнамоцтвы па арганізацыі і правядзенні культурнага мерапрыемства арганізацыйнаму камітэту.

6. Арганізатар культурнага мерапрыемства нясе адказнасць за адпаведнасць культурнага мерапрыемства патрабаванням гэтага Кодэкса і іншых актаў заканадаўства.

Артыкул 211. Арганізацыйны камітэт

1. Для кіраўніцтва арганізацыяй і правядзеннем культурнага мерапрыемства можа стварацца арганізацыйны камітэт.

2. Склад арганізацыйнага камітэта фарміруецца з прадстаўнікоў арганізатара культурнага мерапрыемства, юрыдычных асоб, грамадзян, у тым ліку індывідуальных прадпрымальнікаў, якія прымаюць удзел у арганізацыі і правядзенні культурнага мерапрыемства.

Члены арганізацыйнага камітэта ажыццяўляюць свае паўнамоцтвы на грамадскіх пачатках.

3. Арганізацыйны камітэт пры неабходнасці:

3.1. стварае дырэкцыю культурнага мерапрыемства;

3.2. разглядае і зацвярджае спіс удзельнікаў культурнага мерапрыемства, у тым ліку асоб, якія ўдзельнічаюць у конкурсе ў якасці канкурсантаў, сімволіку культурнага мерапрыемства, узоры ўзнагарод, іншую атрыбутыку, план мерапрыемстваў па арганізацыі і правядзенні культурнага мерапрыемства, праграму культурнага мерапрыемства, калі іншае не прадугледжана гэтым Кодэксам;

3.3. зацвярджае склад журы (экспертнай камісіі), віды заахвочванняў удзельнікаў культурнага мерапрыемства;

3.4. ажыццяўляе ўзаемадзеянне з суб'ектамі культурнай дзейнасці, іншымі юрыдычнымі асобамі па пытаннях арганізацыі і правядзення культурнага мерапрыемства і яго асвятлення ў сродках масавай інфармацыі;

3.5. вызначае віды і формы інфармацыйна-рэкламнай падтрымкі культурнага мерапрыемства, памер заявачнага (арганізацыйнага) узносу;

3.6. уносіць на разгляд арганізатара культурнага мерапрыемства прапановы па каштарысе выдаткаў на арганізацыю і правядзенне культурнага мерапрыемства, колькасці запрашальных білетаў на наведванне культурнага мерапрыемства, коле асоб, якім плануецца ўручыць запрашальныя білеты на наведванне культурнага мерапрыемства, звестках, якія павінен утрымліваць запрашальны білет на наведванне культурнага мерапрыемства, відах заахвочванняў удзельнікаў культурнага мерапрыемства;

3.7. вырашае іншыя пытанні па арганізацыі і правядзенні культурнага мерапрыемства.

Артыкул 212. Удзельнікі культурнага мерапрыемства

Удзельнікамі культурнага мерапрыемства могуць з'яўляцца:

калектывы мастацкай творчасці, асобныя выканаўцы, іншыя творчыя работнікі, асобы, якія іх суправаджаюць, работнікі культуры;

члены арганізацыйнага камітэта, журы (экспертнай камісіі);

асобы, якія ўдзельнічаюць у культурным мерапрыемстве ў якасці канкурсантаў;

прадстаўнікі сродкаў масавай інфармацыі;

госці культурнага мерапрыемства (асобы, якія маюць афіцыйнае запрашэнне ад арганізатара культурнага мерапрыемства або арганізацыйнага камітэта);

іншыя асобы, якія ўдзельнічаюць у арганізацыі і правядзенні культурнага мерапрыемства або забяспечваюць удзел калектываў мастацкай творчасці, асобных выканаўцаў і іншых творчых работнікаў у культурным мерапрыемстве.

Артыкул 213. Культурна-відовішчнае мерапрыемства

1. Культурна-відовішчнае мерапрыемства – культурнае мерапрыемства па публічным выкананні вынікаў творчай дзейнасці калектывамі мастацкай творчасці і (або) асобнымі выканаўцамі.

Да культурна-відовішчных мерапрыемстваў адносяцца спектакль, канцэрт, прадстаўленне і іншыя культурныя мерапрыемствы.

2. Арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства – юрыдычная асоба Рэспублікі Беларусь, індывідуальны прадпрымальнік, зарэгістраваны ў Рэспубліцы Беларусь, замежны грамадзянін, асоба без грамадзянства, замежная і міжнародная арганізацыі, у тым ліку якія не з'яўляюцца юрыдычнымі асобамі, што ажыццяўляюць дзейнасць па правядзенні культурна-відовішчных мерапрыемстваў.

Для асобных культурна-відовішчных мерапрыемстваў Прэзідэнтам Рэспублікі Беларусь могуць вызначацца патрабаванні, якім павінен адпавядаць арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства.

3. Праграма культурна-відовішчнага мерапрыемства – зацверджаны арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства дакумент, які ўтрымлівае інфармацыю аб культурна-відовішчным мерапрыемстве, у тым ліку яго найменне, пералік твораў, якія плануюцца для публічнага выканання пры правядзенні культурна-відовішчнага мерапрыемства, інфармацыю аб часе (тэрмінах) і месцы яго правядзення, праектнай умяшчальнасці сцэнічнай пляцоўкі (пры адсутнасці – мяркуемай колькасці гледачоў), на якой плануецца правядзенне культурна-відовішчнага мерапрыемства, беларускіх і (або) замежных выканаўцах (далей, калі не вызначана іншае, – выканаўцы) і іншую інфармацыю, якая адносіцца да правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства (па жаданні арганізатара).

4. Беларускія выканаўцы – грамадзяне Рэспублікі Беларусь, якія пастаянна пражываюць у Рэспубліцы Беларусь, замежныя грамадзяне або асобы без грамадзянства, якія пастаянна пражываюць у Рэспубліцы Беларусь, замежныя грамадзяне або асобы без грамадзянства, якім прадастаўлены статус бежанца або прытулак у Рэспубліцы Беларусь, што з'яўляюцца асобнымі выканаўцамі, а таксама калектывы мастацкай творчасці, у склад якіх уваходзяць толькі грамадзяне Рэспублікі Беларусь, якія пастаянна пражываюць у Рэспубліцы Беларусь, замежныя грамадзяне або асобы без грамадзянства, якія пастаянна пражываюць у Рэспубліцы Беларусь, замежныя грамадзяне або асобы без грамадзянства, якім прадастаўлены статус бежанца або прытулак у Рэспубліцы Беларусь.

Замежныя выканаўцы – грамадзяне Рэспублікі Беларусь, якія пастаянна пражываюць за межамі Рэспублікі Беларусь, замежныя грамадзяне або асобы без грамадзянства, якія пастаянна пражываюць за межамі Рэспублікі Беларусь, што з'яўляюцца асобнымі выканаўцамі, а таксама калектывы мастацкай творчасці, у склад якіх уваходзяць толькі грамадзяне Рэспублікі Беларусь, якія пастаянна пражываюць за межамі Рэспублікі Беларусь, замежныя грамадзяне або асобы без грамадзянства, якія пастаянна пражываюць за межамі Рэспублікі Беларусь.

5. Сцэнічная пляцоўка – капітальная пабудова (будынак, збудаванне), яе частка, тэрыторыя, якія прызначаны для правядзення культурна-відовішчных мерапрыемстваў.

6. Рэклама культурна-відовішчнага мерапрыемства павінна ажыццяўляцца з улікам патрабаванняў заканадаўства аб рэкламе.

7. Парадак трансляцыі культурна-відовішчнага мерапрыемства сродкамі масавай інфармацыі, у тым ліку з выкарыстаннем глабальнай камп'ютарнай сеткі Інтэрнэт, у рэжыме рэальнага часу рэгулюецца заканадаўствам аб сродках масавай інфармацыі.

8. Патрабаванні гэтага артыкула, а таксама артыкулаў 213^1–217 гэтага Кодэкса не распаўсюджваюцца на культурна-відовішчныя мерапрыемствы, якія праводзяцца грамадзянамі, за выключэннем індывідуальных прадпрымальнікаў, для ўласных патрэб самога грамадзяніна і (або) яго блізкіх родзічаў, у тым ліку членаў сям'і, сваякоў з нагоды сямейнага ці іншага свята без атрымання прыбытку (даходу).

Артыкул 213^1. Рэестр арганізатараў культурна-відовішчных мерапрыемстваў

1. Арганізатары культурна-відовішчных мерапрыемстваў падлягаюць уключэнню ў рэестр арганізатараў культурна-відовішчных мерапрыемстваў (далей, калі не вызначана іншае, – рэестр) у адпаведнасці з заканадаўствам аб адміністрацыйных працэдурах, за выключэннем арганізатараў (катэгорый арганізатараў) культурна-відовішчных мерапрыемстваў, вызначаных Саветам Міністраў Рэспублікі Беларусь.

2. Арганізацыя і правядзенне культурна-відовішчных мерапрыемстваў арганізатарамі культурна-відовішчных мерапрыемстваў, якія падлягаюць уключэнню ў рэестр, але не ўключаны ў яго, забараняюцца.

3. Фарміруюць і вядуць рэестр Міністэрства культуры або юрыдычная асоба, ім упаўнаважаная.

Парадак фарміравання і вядзення рэестра, у тым ліку парадак уключэння арганізатараў культурна-відовішчных мерапрыемстваў у рэестр (выключэння з рэестра), падставы для адмовы ва ўключэнні ў рэестр, вызначаецца Саветам Міністраў Рэспублікі Беларусь.

4. Звесткі, якія змяшчаюцца ў рэестры, з'яўляюцца адкрытымі і размяшчаюцца на афіцыйным сайце Міністэрства культуры ў глабальнай камп'ютарнай сетцы Інтэрнэт.

Артыкул 214. Пасведчанне на права арганізацыі і правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь

1. Для арганізацыі і правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства яго арганізатар абавязаны атрымаць спецыяльны дазвол – пасведчанне на права арганізацыі і правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь (далей, калі не вызначана іншае, – пасведчанне), якое выдаецца структурным падраздзяленнем мясцовага выканаўчага і распарадчага органа абласнога тэрытарыяльнага ўзроўню, што ажыццяўляе дзяржаўна-ўладныя паўнамоцтвы ў сферы культуры, па месцы правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства (далей, калі не вызначана іншае, – структурнае падраздзяленне па культуры), за выключэннем выпадкаў, калі атрыманне пасведчання не патрабуецца.

Для прыняцця рашэння аб выдачы пасведчання структурнае падраздзяленне па культуры мае права пры неабходнасці запытваць і атрымліваць ад органаў унутраных спраў, органаў дзяржаўнай бяспекі і (або) Міністэрства культуры інфармацыю аб дзейнасці выканаўцаў, удзел якіх прадугледжаны праграмай культурна-відовішчнага мерапрыемства.

У выпадку, калі культурна-відовішчнае мерапрыемства мае двух ці больш арганізатараў, аднаму з якіх у адпаведнасці з гэтым Кодэксам і (або) іншымі актамі заканадаўства не патрабуецца атрыманне пасведчання, іншым арганізатарам таксама не патрабуецца атрыманне пасведчання.

2. Пасведчанне выдаецца на права арганізацыі і правядзення кожнага (асобнага) культурна-відовішчнага мерапрыемства або некалькіх культурна-відовішчных мерапрыемстваў, якія праводзяцца на тэрыторыі адной вобласці або горада Мінска на працягу трыццаці каляндарных дзён у рамках гастроляў з удзелам аднаго і таго ж выканаўцы (складу выканаўцаў).

3. Не патрабуецца атрыманне пасведчання для арганізацыі і правядзення культурна-відовішчных мерапрыемстваў:

3.1. рашэнне аб правядзенні якіх прынята Прэзідэнтам Рэспублікі Беларусь, Саветам Міністраў Рэспублікі Беларусь, рэспубліканскімі органамі дзяржаўнага кіравання, мясцовымі выканаўчымі і распарадчымі органамі абласнога і базавага тэрытарыяльных узроўняў, мясцовымі адміністрацыямі раёнаў у гарадах;

3.2. арганізатарамі якіх выступаюць:

структурныя падраздзяленні мясцовых выканаўчых і распарадчых органаў абласнога тэрытарыяльнага ўзроўню, якія ажыццяўляюць дзяржаўна-ўладныя паўнамоцтвы ў сферы культуры;

дзяржаўныя ўстановы «Палац Рэспублікі» і «Рэспубліканскі культурна-асветны цэнтр» Кіраўніцтва справамі Прэзідэнта Рэспублікі Беларусь;

Нацыянальная дзяржаўная тэлерадыёкампанія, закрытыя акцыянерныя таварыствы «Другі нацыянальны тэлеканал» і «Сталічнае тэлебачанне»;

установа «Беларуская дзяржаўная ордэна Працоўнага Чырвонага Сцяга філармонія», абласныя філармоніі, дзяржаўная ўстанова «Мінскканцэрт»;

3.3. з удзелам толькі беларускіх выканаўцаў у выпадку, калі:

арганізатарамі мерапрыемстваў выступаюць юрыдычныя асобы, якім прысвоены статус «нацыянальны», «акадэмічны» ці званне «Заслужаны калектыў Рэспублікі Беларусь», або мерапрыемствы праводзяцца выключна з удзелам выканаўцаў, якім прысвоены такія статус і званне;

арганізатарам мерапрыемства выступае арганізацыя (арганізацыйная структура) Федэрацыі прафсаюзаў Беларусі;

мерапрыемства праводзіцца выключна з удзелам выканаўцаў, якія знаходзяцца ў штаце арганізатара культурна-відовішчнага мерапрыемства (яго структурных падраздзяленняў) або ў створаным ім калектыве мастацкай творчасці, а арганізатарам мерапрыемства з'яўляюцца дзяржаўная тэатральна-відовішчная арганізацыя, установа культуры абласнога (мінскага гарадскога), раённага (гарадскога) падпарадкавання або структурнага падраздзялення па культуры ці юрыдычная асоба, падпарадкаваная гэтаму структурнаму падраздзяленню;

мерапрыемства праводзіцца ў комплексе санаторна-курортных і аздараўленчых паслуг, што аказваюцца дзяржаўнай санаторна-курортнай або аздараўленчай арганізацыяй, якая з'яўляецца арганізатарам гэтага культурна-відовішчнага мерапрыемства;

мерапрыемства праводзіцца выключна з удзелам выканаўцаў, якія знаходзяцца ў штаце арганізатара культурна-відовішчнага мерапрыемства (яго структурных падраздзяленняў) або ў створаным ім калектыве мастацкай творчасці, на сцэнічнай пляцоўцы, якая знаходзіцца ва ўласнасці, гаспадарчым распараджэнні ці аператыўным кіраванні арганізатара гэтага мерапрыемства, або перададзена яму ў бязвыплатнае карыстанне, або арандуецца ім на тэрмін не меншы за шэсць месяцаў;

3.4. з удзелам замежных выканаўцаў пры правядзенні спектакляў дзяржаўнымі тэатрамі і прадстаўленняў дзяржаўнымі цыркамі.

4. Для правядзення культурна-відовішчных мерапрыемстваў, прадугледжаных падпунктам 3.2, абзацамі трэцім і пятым падпункта 3.3 пункта 3 гэтага артыкула, арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства абавязаны да заключэння адпаведных дагавораў з выканаўцамі, калектывамі мастацкай творчасці або грамадзянамі, у тым ліку індывідуальнымі прадпрымальнікамі, і юрыдычнымі асобамі, якія прадстаўляюць іх інтарэсы, пісьмова паведаміць аб яго правядзенні ў структурнае падраздзяленне па культуры з прадстаўленнем праграмы культурна-відовішчнага мерапрыемства, за выключэннем выпадку, калі арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства выступае ўказанае структурнае падраздзяленне.

5. Для атрымання пасведчання арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства павінен звярнуцца з заявай па форме, устаноўленай Міністэрствам культуры, у структурнае падраздзяленне па культуры не пазней чым за дзесяць рабочых дзён да запланаванага дня пачатку рэалізацыі ўваходных білетаў або дня правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства (калі рэалізацыя ўваходных білетаў не прадугледжана арганізатарам гэтага мерапрыемства), за выключэннем выпадку, калі арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства выступае ўказанае структурнае падраздзяленне.

6. У мэтах ацэнкі мастацкага ўзроўню выкананняў, прадугледжаных праграмай культурна-відовішчнага мерапрыемства, пры структурных падраздзяленнях па культуры могуць ствараццa мастацкія саветы па культурна-відовішчных мерапрыемствах.

У склад мастацкага савета па культурна-відовішчных мерапрыемствах могуць уваходзіць творчыя работнікі, прадстаўнікі органаў дзяржаўнага кіравання, іншых юрыдычных асоб.

7. Крытэрыямі ацэнкі мастацкага ўзроўню выкананняў, прадугледжаных праграмай культурна-відовішчнага мерапрыемства, з'яўляюцца:

7.1. эстэтычная вартасць выконваемых твораў мастацкай літаратуры і мастацтва;

7.2. мастацкая цэласнасць і кампазіцыйная завершанасць выкананняў;

7.3. афармленне і харэаграфічнае рашэнне выкананняў;

7.4. уменне выканаўцаў перадаць стылістычныя асаблівасці і драматургію выконваемых твораў мастацкай літаратуры і мастацтва;

7.5. узровень выканальніцкага майстэрства;

7.6. артыстычнасць і тэхніка выканання.

8. Па выніках ацэнкі мастацкага ўзроўню выкананняў, прадугледжаных праграмай культурна-відовішчнага мерапрыемства, мастацкім саветам па культурна-відовішчных мерапрыемствах выдаецца заключэнне аб мастацкім узроўні гэтых выкананняў.

9. Заключэнне мастацкага савета па культурна-відовішчных мерапрыемствах аб мастацкім узроўні выкананняў, прадугледжаных праграмай культурна-відовішчнага мерапрыемства, не пазней за два рабочыя дні з дня правядзення ацэнкі мастацкага ўзроўню гэтых выкананняў накіроўваецца ў структурнае падраздзяленне па культуры.

10. Пасведчанне выдаецца ў адпаведнасці з заканадаўствам аб адміністрацыйных працэдурах па форме, устаноўленай Міністэрствам культуры.

11. Пры прыняцці рашэння аб выдачы пасведчання структурнае падраздзяленне па культуры:

11.1. не пазней за адзін рабочы дзень з дня прыняцця рашэння паведамляе арганізатару культурна-відовішчнага мерапрыемства аб прынятым рашэнні;

11.2. выдае арганізатару культурна-відовішчнага мерапрыемства пасведчанне;

11.3. інфармуе падатковы орган па месцы правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства аб выдачы пасведчання замежнай юрыдычнай асобе, індывідуальнаму прадпрымальніку, замежнаму грамадзяніну, асобе без грамадзянства, якія з'яўляюцца арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства, не пазней за адзін рабочы дзень з дня выдачы пасведчання.

12. Арганізацыя і правядзенне культурна-відовішчных мерапрыемстваў без атрымання пасведчання ў выпадках, калі атрыманне пасведчання патрабуецца, забараняюцца.

Артыкул 215. Падставы для адмовы ў выдачы і анулявання пасведчання

1. Падставамі для адмовы ў выдачы пасведчання з'яўляюцца:

1.1. выяўленне Рэспубліканскай экспертнай камісіяй па прадухіленні прапаганды парнаграфіі, насілля і жорсткасці або абласной (Мінскай гарадской) камісіяй па прадухіленні прапаганды парнаграфіі, насілля і жорсткасці ў культурна-відовішчным мерапрыемстве элементаў прапаганды парнаграфіі, насілля і жорсткасці;

1.2. выяўленне Рэспубліканскай экспертнай камісіяй па ацэнцы інфармацыйнай прадукцыі на прадмет наяўнасці (адсутнасці) у ёй прыкмет праяўлення экстрэмізму ў культурна-відовішчным мерапрыемстве прыкмет праяўлення экстрэмізму;

1.3. выяўленне неадпаведнасці інфармацыйнай прадукцыі, якая будзе распаўсюджвацца пры дапамозе культурна-відовішчнага мерапрыемства, прысвоенаму арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства знаку ўзроставай катэгорыі;

1.4. заключэнне мастацкага савета па культурна-відовішчных мерапрыемствах аб нізкім мастацкім узроўні выканання твораў, прадугледжаных праграмай культурна-відовішчнага мерапрыемства;

1.5. супадзенне часу (тэрмінаў) і месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства з культурна-відовішчным мерапрыемствам, раней запланаваным іншым арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства;

1.6. парушэнне арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства тэрмінаў вяртання грамадзянам або юрыдычным асобам кошту ўваходнага білета, сістэматычная (два разы і болей на працягу каляндарнага года) нявыплата або выплата не ў поўным памеры пры вяртанні ўваходнага білета яго кошту ў выпадку змянення аб'яўленых часу (тэрмінаў) і (або) месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, замены яго іншым культурна-відовішчным мерапрыемствам, змянення складу ўдзельнікаў культурна-відовішчнага мерапрыемства, адмовы ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, адмены культурна-відовішчнага мерапрыемства;

1.7. ануляванне раней выдадзенага пасведчання па прычыне выяўлення ў дакументах, прадстаўленых арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства для атрымання пасведчання, недакладных звестак або неадпаведнасці дакументаў і (або) звестак патрабаванням гэтага Кодэкса, іншых актаў заканадаўства, у тым ліку прадстаўлення падложных, падробленых або несапраўдных дакументаў;

1.8. сістэматычная (два разы і болей на працягу каляндарнага года) адмова ад правядзення культурна-відовішчных мерапрыемстваў без прычын, прадугледжаных часткай першай пункта 8 артыкула 216 гэтага Кодэкса;

1.9. прадстаўленне дакументаў і (або) звестак, якія не адпавядаюць патрабаванням гэтага Кодэкса, іншых актаў заканадаўства, у тым ліку падложных, падробленых або несапраўдных дакументаў;

1.10. правядзенне культурна-відовішчнага мерапрыемства арганізатарам, які падлягае ўключэнню ў рэестр, але не ўключаны ў яго;

1.11. атрыманне ад органаў унутраных спраў, органаў дзяржаўнай бяспекі і (або) Міністэрства культуры інфармацыі аб наяўнасці ў дзейнасці выканаўцаў, удзел якіх прадугледжаны праграмай культурна-відовішчнага мерапрыемства, выпадкаў, прадугледжаных пунктам 1 артыкула 81 гэтага Кодэкса;

1.12. парушэнне іншых патрабаванняў актаў заканадаўства.

2. Рашэнне аб адмове ў выдачы пасведчання выдаецца арганізатару культурна-відовішчнага мерапрыемства або накіроўваецца яму кур'ерам ці па пошце не пазней за адзін рабочы дзень з дня прыняцця гэтага рашэння.

У рашэнні аб адмове ў выдачы пасведчання ўказваецца матываваная прычына адмовы.

Адмова ў выдачы пасведчання па прычыне немэтазгоднасці правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства не дапускаецца.

3. Падставамі для анулявання пасведчання з'яўляюцца выяўленне ў дакументах, прадстаўленых арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства для атрымання пасведчання, недакладных звестак або неадпаведнасць дакументаў і (або) звестак патрабаванням гэтага Кодэкса, іншых актаў заканадаўства, у тым ліку прадстаўленне падложных, падробленых або несапраўдных дакументаў, а таксама адмова арганізатара культурна-відовішчнага мерапрыемства ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства.

4. Рашэнні аб адмове ў выдачы пасведчання, аб ануляванні пасведчання на працягу аднаго года з дня прыняцця адпаведнага рашэння могуць быць абскарджаны ў Міністэрства культуры або ў суд.

Артыкул 216. Парадак арганізацыі і правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства. Змяненне аб'яўленых часу (тэрмінаў) і (або) месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, замена яго іншым культурна-відовішчным мерапрыемствам, змяненне складу ўдзельнікаў культурна-відовішчнага мерапрыемства, адмова ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства або яго адмена

1. Усе дзеянні па арганізацыі і правядзенні культурна-відовішчнага мерапрыемства забяспечваюцца арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства, у тым ліку шляхам заключэння адпаведных дагавораў з юрыдычнымі асобамі і грамадзянамі, у тым ліку індывідуальнымі прадпрымальнікамі, у мэтах набыцця (атрымання) тавараў (выканання работ, аказання паслуг), маёмасных правоў, неабходных для арганізацыі і правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства.

2. Пры правядзенні культурна-відовішчнага мерапрыемства яго арганізатар абавязаны:

2.1. зацвердзіць праграму культурна-відовішчнага мерапрыемства;

2.2. забяспечыць бяспеку грамадзян, захаванасць капітальных пабудоў (будынкаў, збудаванняў) і іншай маёмасці;

2.3. абмежаваць колькасць грамадзян, якія прысутнічаюць на культурна-відовішчным мерапрыемстве, з улікам праектнай умяшчальнасці сцэнічнай пляцоўкі (на сцэнічнай пляцоўцы, якая не мае сядзячых месцаў, з разліку не болей за тры чалавекі на адзін квадратны метр);

2.4. забяспечыць пры неабходнасці арганізацыю аказання грамадзянам медыцынскай дапамогі;

2.5. спыніць культурна-відовішчнае мерапрыемства па ўласнай ініцыятыве або па патрабаванні ўласніка сцэнічнай пляцоўкі, прадстаўніка мясцовага выканаўчага і распарадчага органа, на тэрыторыі якога праводзіцца культурна-відовішчнае мерапрыемства

і які забяспечвае выкананне заканадаўства пры правядзенні гэтага мерапрыемства, у выпадку:

узнікнення небяспекі для жыцця і здароўя грамадзян, а таксама аварыйнай сітуацыі на сцэнічнай пляцоўцы;

прычынення шкоды маёмасці юрыдычных асоб, грамадзян, у тым ліку індывідуальных прадпрымальнікаў;

выяўлення ў культурна-відовішчным мерапрыемстве ў час яго правядзення элементаў прапаганды парнаграфіі, насілля і жорсткасці, экстрэмізму, нацыянальнай і рэлігійнай нецярпімасці, а таксама выяўлення неадпаведнасці інфармацыйнай прадукцыі, якая распаўсюджваецца пры дапамозе культурна-відовішчнага мерапрыемства, прысвоенаму арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства знаку ўзроставай катэгорыі.

3. У мэтах аховы грамадскага парадку і забеспячэння грамадскай бяспекі на культурна-відовішчнае мерапрыемства не дапускаюцца грамадзяне, якія:

3.1. маюць пры сабе алкагольныя, слабаалкагольныя напоі і (або) піва, наркатычныя сродкі, псіхатропныя рэчывы, іх аналагі, таксічныя або іншыя адурманьваючыя рэчывы, халодную, агнястрэльную, газавую або іншую зброю, выбуховынебяспечныя рэчывы і боепрыпасы, іх імітатары і муляжы, спецыяльна выраблены я або прыстасаваныя прадметы, выкарыстанне якіх можа ўяўляць пагрозу жыццю і здароўю грамадзян або прычыніць матэрыяльную шкоду юрыдычным асобам, грамадзянам, у тым ліку індывідуальным прадпрымальнікам, сцягі і вымпелы, не зарэгістраваныя ва ўстаноўленым парадку, а таксама эмблемы, сімвалы, плакаты і транспаранты, змест якіх накіраваны на прычыненне шкоды грамадскаму парадку, правам і законным інтарэсам грамадзян;

3.2. знаходзяцца ў стане алкагольнага ап'янення або ў стане, выкліканым ужываннем наркатычных сродкаў, псіхатропных рэчываў, іх аналагаў, таксічных або іншых адурманьваючых рэчываў;

3.3. учыняюць дзеянні, якія парушаюць грамадскі парадак, а таксама падбухторваюць іншых асоб да такіх дзеянняў любымі метадамі.

4. У час правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства грамадзянам забараняецца:

4.1. знаходзіцца ў стане, выкліканым ужываннем наркатычных сродкаў, псіхатропных рэчываў, іх аналагаў, таксічных або іншых адурманьваючых рэчываў;

4.2. мець пры сабе і (або) выкарыстоўваць прадметы і рэчы, якія забаронены да праносу на культурна-відовішчнае мерапрыемства ў адпаведнасці з падпунктам 3.1 пункта 3 гэтага артыкула;

4.3. распіваць алкагольныя, слабаалкагольныя напоі, піва ў месцах, не прадугледжаных для гэтага;

4.4. ужываць наркатычныя сродкі, псіхатропныя рэчывы, іх аналагі, таксічныя або іншыя адурманьваючыя рэчывы;

4.5. курыць у месцах, не прадугледжаных для гэтага;

4.6. ажыццяўляць прапаганду вайны, экстрэмісцкай дзейнасці, насілля, жорсткасці і парнаграфіі, у тым ліку з выкарыстаннем плакатаў, транспарантаў або іншых сродкаў;

4.7. ствараць пагрозу грамадскай бяспецы, жыццю і здароўю грамадзян.

5. Пры наведванні культурна-відовішчнага мерапрыемства грамадзяне абавязаны захоўваць грамадскі парадак і выконваць усе законныя патрабаванні яго арганізатара і супрацоўнікаў органаў унутраных спраў, якія выконваюць абавязкі па ахове грамадскага парадку. Парадак наведвання культурна-відовішчнага мерапрыемства непаўналетнімі вызначаецца яго арганізатарам з улікам спецыфікі правядзення такога мерапрыемства.

6. Арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства мае права:

6.1. змяніць аб'яўленыя час (тэрміны) і (або) месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, замяніць яго іншым культурна-відовішчным мерапрыемствам, змяніць склад удзельнікаў культурна-відовішчнага мерапрыемства ў парадку, прадугледжаным пунктам 7 гэтага артыкула;

6.2. адмовіцца ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства па прычынах і ў парадку, прадугледжаных пунктам 8 гэтага артыкула;

6.3. адмяніць культурна-відовішчнае мерапрыемства ў выпадках і парадку, прадугледжаных пунктам 9 гэтага артыкула.

7. У выпадку змянення аб'яўленых часу (тэрмінаў) і (або) месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, замены яго іншым культурна-відовішчным мерапрыемствам, змянення складу ўдзельнікаў культурна-відовішчнага мерапрыемства арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства абавязаны не пазней чым за адзін каляндарны дзень да дня яго правядзення:

пісьмова папярэдзіць аб гэтым структурнае падраздзяленне па культуры ў выпадку, калі атрыманне пасведчання патрабуецца, а таксама ў выпадках, прадугледжаных абзацамі трэцім–пятым падпункта 3.2, абзацамі трэцім і пятым падпункта 3.3 пункта 3 артыкула 214 гэтага Кодэкса;

забяспечыць у месцах, вызначаных пунктам 10 гэтага артыкула, інфармаванне грамадзян аб змяненні аб'яўленых часу (тэрмінаў) і (або) месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, замене яго іншым культурна-відовішчным мерапрыемствам, змяненні складу ўдзельнікаў культурна-відовішчнага мерапрыемства, а таксама аб умовах і месцах вяртання ўваходных білетаў.

Унясенне змяненняў у пасведчанне ажыццяўляецца ў парадку ўнясення змяненняў і (або) дапаўненняў у адміністрацыйнае рашэнне ў адпаведнасці з заканадаўствам аб адміністрацыйных працэдурах.

8. Арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства мае права адмовіцца ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства па прычынах:

смерці ці хваробы ўдзельніка калектыву мастацкай творчасці або асобнага выканаўцы, якія павінны былі прымаць удзел у культурна-відовішчным мерапрыемстве;

адмовы ўдзельніка калектыву мастацкай творчасці або асобнага выканаўцы ад удзелу ў культурна-відовішчным мерапрыемстве;

немагчымасці прыбыцця калектыву мастацкай творчасці або асобнага выканаўцы да месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства без магчымасці іх замены іншымі калектывам мастацкай творчасці або асобным выканаўцам;

эканамічнай немэтазгоднасці правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства. Правядзенне культурна-відовішчнага мерапрыемства лічыцца эканамічна немэтазгодным, калі прыбытак ад рэалізацыі ўваходных білетаў на гэта мерапрыемства не пакрывае бягучыя выдаткі, звязаныя з яго правядзеннем (за выключэннем выдаткаў на заработную плату і ўзносаў на дзяржаўнае сацыяльнае страхаванне), або запаўняльнасць сцэнічнай пляцоўкі складае менш за 15 працэнтаў ад яе праектнай умяшчальнасці;

па іншых прычынах, прызнаных структурным падраздзяленнем па культуры ўважлівымі.

У выпадку адмовы ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства яго арганізатар абавязаны не пазней чым за адзін каляндарны дзень да дня правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, а ў выключных выпадках (па прычынах, указаных у абзацах другім–чацвёртым часткі першай гэтага пункта) – неадкладна:

пісьмова папярэдзіць аб гэтым структурнае падраздзяленне па культуры ў выпадку, калі атрыманне пасведчання патрабуецца, а таксама ў выпадках, прадугледжаных абзацамі трэцім–пятым падпункта 3.2, абзацамі трэцім і пятым падпункта 3.3 пункта 3 артыкула 214 гэтага Кодэкса;

забяспечыць у месцах, вызначаных пунктам 10 гэтага артыкула, інфармаванне грамадзян аб адмове ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, а таксама аб умовах і месцах вяртання ўваходных білетаў.

Пасведчанне на права арганізацыі і правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь, ад правядзення якога арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства адмовіўся, пасля атрымання ад яго адпаведнага

пісьмовага паведамлення анулюецца структурным падраздзяленнем па культуры, якое выдала гэта пасведчанне.

9. Арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства мае права адмяніць культурна-відовішчнае мерапрыемства ў выпадку наступлення форс-мажорных абставін, якія робяць немагчымым правядзенне культурна-відовішчнага мерапрыемства.

Пад форс-мажорнымі абставінамі разумеюцца ваенныя рызыкі, увядзенне рэжыму надзвычайнага становішча, стыхійныя бедствы, прыродныя або тэхнагенныя катастрофы, тэрарыстычныя акты або існаванне пагрозы тэрарыстычных актаў, эпідэміі, эпізаотыі, пандэміі і (або) звязаныя з імі забароны ці абмежаванні, закрыццё дзяржаўных межаў.

У выпадку адмены культурна-відовішчнага мерапрыемства, калі гэта магчыма зыходзячы з форс-мажорных абставін, арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства абавязаны:

пісьмова папярэдзіць аб гэтым структурнае падраздзяленне па культуры ў выпадку, калі атрыманне пасведчання патрабуецца, а таксама ў выпадках, прадугледжаных абзацамі трэцім–пятым падпункта 3.2, абзацамі трэцім і пятым падпункта 3.3 пункта 3 артыкула 214 гэтага Кодэкса;

забяспечыць у месцах, вызначаных пунктам 10 гэтага артыкула, інфармаванне грамадзян аб адмене культурна-відовішчнага мерапрыемства, а таксама аб умовах і месцах вяртання ўваходных білетаў.

Пасведчанне на права арганізацыі і правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь, якое было адменена, пасля атрымання ад арганізатара культурна-відовішчнага мерапрыемства адпаведнага пісьмовага паведамлення прызнаецца структурным падраздзяленнем па культуры, якое выдала гэта пасведчанне, несапраўдным.

10. Інфармаванне грамадзян аб змяненні аб'яўленых часу (тэрмінаў) і (або) месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, замене яго іншым культурна-відовішчным мерапрыемствам, змяненні складу ўдзельнікаў культурна-відовішчнага мерапрыемства, адмове ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства або яго адмене павінна ажыццяўляцца ў месцы правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, першапачаткова запланаваным месцы правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, калі змяняецца месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, месцах рэалізацыі ўваходных білетаў і па месцы знаходжання арганізатара культурна-відовішчнага мерапрыемства.

Артыкул 217. Уваходныя білеты і друкаваная прадукцыя

1. Рэалізацыя ўваходных білетаў і друкаванай прадукцыі, якая ўтрымлівае інфармацыю аб культурна-відовішчным мерапрыемстве, уключаючы праграмы (буклеты), ажыццяўляецца арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства або па яго даручэнні (на падставе адпаведных дагавораў) іншымі юрыдычнымі асобамі або грамадзянамі, у тым ліку індывідуальнымі прадпрымальнікамі, за наяўны або безнаяўны разлік.

У выпадках, калі атрыманне пасведчання з'яўляецца абавязковым, арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства і іншыя асобы не маюць права да атрымання арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства пасведчання рэалізоўваць уваходныя білеты і друкаваную прадукцыю, якая ўтрымлівае інфармацыю аб культурна-відовішчным мерапрыемстве, уключаючы праграмы (буклеты).

2. Рэалізацыя ўваходных білетаў можа ажыццяўляцца з выкарыстаннем сетак электрасувязі, у тым ліку глабальнай камп'ютарнай сеткі Інтэрнэт (электронны білет), у парадку, устаноўленым арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства з улікам патрабаванняў актаў заканадаўства.

3. Уваходны білет павінен утрымліваць:

3.1. звесткі аб арганізатары культурна-відовішчнага мерапрыемства (назва і месца знаходжання юрыдычнай асобы Рэспублікі Беларусь, замежнай і міжнароднай арганізацый, у тым ліку якія не з'яўляюцца юрыдычнымі асобамі, прозвішча, уласнае імя, імя па бацьку

(пры яго наяўнасці) індывідуальнага прадпрымальніка, зарэгістраванага ў Рэспубліцы Беларусь, замежнага грамадзяніна, асобы без грамадзянства);

3.2. найменне культурна-відовішчнага мерапрыемства, час (тэрміны) і месца яго правядзення;

3.3. рад і нумар пасадачнага месца (пры іх наяўнасці);

3.4. кошт уваходнага білета;

3.5. серыю і нумар уваходнага білета (устанаўліваюцца арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства);

3.6. месца кантролю (штрых-код);

3.7. інфармацыю аб умовах і месцах вяртання ўваходнага білета;

3.8. іншыя звесткі, прадугледжаныя заканадаўчымі актамі.

4. У выпадку, калі ўваходны білет аформлены на бланку дакумента з пэўнай ступенню абароны, ён павінен таксама ўтрымліваць карашок, які застаецца пасля выкарыстання ўваходнага білета ў пачку ўваходных білетаў, надрукаваным і прашытым (збрашураваным) друкарскім спосабам.

5. Уваходныя білеты могуць быць вернуты па ініцыятыве грамадзяніна, юрыдычнай асобы не пазней чым за адзін каляндарны дзень да дня правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства ў месцах іх рэалізацыі (для электроннага білета – з выкарыстаннем сетак электрасувязі, у тым ліку глабальнай камп'ютарнай сеткі Інтэрнэт), месцы правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства і (або) іншых месцах, вызначаных арганізатарам культурна-відовішчнага мерапрыемства. Пры гэтым грамадзяніну, юрыдычнай асобе, якія вярнулі ўваходны білет, вяртаецца не менш за 75 працэнтаў кошту ўваходнага білета (без уліку камісійнага збору электронных білетных апаратараў, камісійнага збору за браніраванне ўваходнага білета і іншых выдаткаў, якія не ўваходзяць у кошт уваходнага білета).

Пад электронным білетным апаратарам разумеецца юрыдычная асоба, заснаваная ў адпаведнасці з заканадаўствам, якая рэалізуе электронныя білеты на культурна-відовішчныя мерапрыемствы з выкарыстаннем сетак электрасувязі, у тым ліку глабальнай камп'ютарнай сеткі Інтэрнэт.

Арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства абавязаны забяспечыць магчымасць вяртання ўваходнага білета ў месцах, вызначаных часткай першай гэтага пункта.

6. У выпадку змянення аб'яўленых часу (тэрмінаў) і (або) месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, замены яго іншым культурна-відовішчным мерапрыемствам, змянення складу ўдзельнікаў культурна-відовішчнага мерапрыемства, адмовы ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства або яго адмены:

6.1. грамадзянін мае права наведаць гэта культурна-відовішчнае мерапрыемства на падставе наяўнага ўваходнага білета (за выключэннем выпадкаў адмовы ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства або яго адмены);

6.2. грамадзянін, юрыдычная асоба маюць права вярнуць уваходны білет і атрымаць кошт уваходнага білета ў поўным памеры (без уліку камісійнага збору электронных білетных апаратараў, камісійнага збору за браніраванне ўваходнага білета і іншых выдаткаў, якія не ўваходзяць у кошт уваходнага білета).

7. У выпадку вяртання ўваходных білетаў па прычыне змянення аб'яўленых часу (тэрмінаў) і (або) месца правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства, замены яго іншым культурна-відовішчным мерапрыемствам, змянення складу ўдзельнікаў культурна-відовішчнага мерапрыемства, адмовы ад правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства грамадзянін, юрыдычная асоба маюць права звярнуцца да арганізатара культурна-відовішчнага мерапрыемства з заявай аб вяртанні кошту ўваходнага білета не пазней за дату правядзення культурна-відовішчнага мерапрыемства.

У выпадку адмены культурна-відовішчнага мерапрыемства грамадзянін, юрыдычная асоба маюць права звярнуцца да арганізатара культурна-відовішчнага мерапрыемства з заявай аб вяртанні кошту ўваходнага білета не пазней за трыццаць каляндарных дзён пасля таго, як форс-мажорныя абставіны адпалі.

Арганізатар культурна-відовішчнага мерапрыемства ў выпадках вяртання ўваходных білетаў, якія прадугледжаны часткай першай гэтага пункта, абавязаны вярнуць грамадзяніну, юрыдычнай асобе кошт уваходнага білета не пазней за сем каляндарных дзён з дня падачы заявы аб вяртанні кошту ўваходнага білета, а ў выпадку адмены культурна-відовішчнага мерапрыемства – не пазней за чатырнаццаць каляндарных дзён з дня падачы заявы аб вяртанні кошту ўваходнага білета.

Вяртанне кошту ўваходнага білета, набытага па безнаяўным разліку, ажыццяўляецца на бягучы (разліковы) банкаўскі рахунак грамадзяніна або юрыдычнай асобы.

Источник: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=Hk1600413 – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь

ГРАЖДАНСКИЙ КОДЕКС РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (ИЗВЛЕЧЕНИЯ)

7 декабря 1998 г. № 218-З

Принят Палатой представителей 28 октября 1998 года

Одобрен Советом Республики 19 ноября 1998 года

Изменения и дополнения: Закон Республики Беларусь от 16 марта 2026 г. № 134-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 20.03.2026, 5-2/3220) <H12600134>

РАЗДЕЛ V
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ
ГЛАВА 60
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 979. Законодательство об интеллектуальной собственности

Законодательство об интеллектуальной собственности состоит из настоящего Кодекса и иных актов законодательства.

Статья 980. Объекты интеллектуальной собственности

К объектам интеллектуальной собственности относятся:

1) результаты интеллектуальной деятельности:

произведения науки, литературы и искусства;

исполнения, фонограммы, передачи организаций вещания и иные объекты смежных прав, предусмотренные законодательными актами;

изобретения, полезные модели, промышленные образцы;

сорта растений и породы животных;

топологии интегральных микросхем;

секреты производства (ноу-хау);

2) средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ и (или) услуг (далее в настоящем разделе – средства индивидуализации):

фирменные наименования;

товарные знаки и знаки обслуживания;

географические указания;

3) другие результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации в случаях, предусмотренных законодательными актами.

Статья 981. Основания возникновения правовой охраны объектов интеллектуальной собственности

Правовая охрана объектов интеллектуальной собственности возникает в силу факта их создания либо вследствие их государственной регистрации в патентном органе или по иным основаниям, предусмотренным настоящим Кодексом и иными законодательными актами.

Статья 982. Имущественные и личные неимущественные права на объекты интеллектуальной собственности

1. В отношении объектов интеллектуальной собственности настоящим Кодексом и иными законодательными актами признаются имущественные и (или) личные неимущественные права.

2. К имущественным правам относятся исключительное право, а также иные имущественные права в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом и иными законодательными актами.

Имущественные права могут быть отчуждены или предоставлены другому лицу, а также могут перейти от одного лица к другому в порядке универсального правопреемства (наследование, реорганизация юридического лица) либо иным способом, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом или иными законодательными актами.

3. Личные неимущественные права признаются в отношении следующих результатов интеллектуальной деятельности:

произведения науки, литературы и искусства;

исполнения;

изобретения, полезные модели, промышленные образцы;

сорта растений и породы животных;

топологии интегральных микросхем.

К личным неимущественным правам относятся право авторства (право признаваться автором результата интеллектуальной деятельности), а также иные личные неимущественные права в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом и иными законодательными актами.

Личные неимущественные права не могут быть отчуждены или предоставлены другому лицу, принадлежат автору результата интеллектуальной деятельности независимо от имущественных прав и сохраняются за ним в случае отчуждения, предоставления или перехода его имущественных прав к другому лицу.

4. Право авторства принадлежит лицу, творческим трудом которого создан результат интеллектуальной деятельности.

Не признаются авторами результата интеллектуальной деятельности лица, не внесшие личного творческого вклада в создание такого результата, в том числе оказавшие его автору только техническую, консультационную, организационную или материальную помощь либо только способствовавшие оформлению прав на такой результат.

5. Если результат интеллектуальной деятельности создан совместным творческим трудом двух или более лиц, они признаются соавторами. В отношении отдельных результатов интеллектуальной деятельности законодательством может быть ограничен круг лиц, которые признаются соавторами соответствующего результата интеллектуальной деятельности в целом.

Статья 983. Исключительное право

1. В отношении объектов интеллектуальной собственности, за исключением секретов производства (ноу-хау), признается исключительное право.

Лицо, обладающее исключительным правом, вправе использовать соответствующий объект интеллектуальной собственности по своему усмотрению в любой форме и любым не противоречащим закону способом, а также разрешать или запрещать его использование другим лицам.

Использование другими лицами объекта интеллектуальной собственности, в отношении которого лицу принадлежит исключительное право, допускается только с согласия (разрешения) такого лица, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Кодексом или иным законом.

Выполнение работ или оказание услуг с применением объекта интеллектуальной собственности для обладателя исключительного права на такой объект по его заданию (заказу), выраженному в договоре, третьими лицами не являются использованием объекта интеллектуальной собственности этими третьими лицами.

Обладатель исключительного права может распорядиться этим правом (статья 985), если иное не предусмотрено настоящим Кодексом или иными законодательными актами.

2. Ограничения исключительного права путем предоставления возможности использования объекта интеллектуальной собственности без согласия (разрешения) обладателя исключительного права допускаются в случаях, пределах и порядке, установленных законом.

3. Исключительное право на объекты авторского права и смежных прав действует в течение срока, предусмотренного настоящим Кодексом и иными законодательными актами.

Исключительное право на фирменное наименование действует до момента ликвидации коммерческой организации, прекращения ее деятельности в результате реорганизации или до изменения ее наименования.

Исключительное право на другие объекты интеллектуальной собственности действует в течение срока действия патента (свидетельства) при условии соблюдения требований, установленных законодательными актами. Настоящим Кодексом и иными законодательными актами может предусматриваться возможность продления указанного срока.

4. В случаях, предусмотренных законодательными актами, действие исключительного права может прекращаться досрочно вследствие его неосуществления в течение определенного времени.

Статья 984. Исключительное право и право собственности

1. Исключительное право на объект интеллектуальной собственности действует независимо от права собственности на материальный объект, в котором такой объект интеллектуальной собственности выражен (применен).

2. Передача права собственности или иного вещного права на материальный объект не влечет отчуждения исключительного права на объект интеллектуальной собственности, выраженный (примененный) в данном материальном объекте, или предоставления права использования соответствующего объекта интеллектуальной собственности, за исключением случаев, предусмотренных законодательными актами.

Статья 985. Распоряжение исключительным правом

1. Лицо может распорядиться принадлежащим ему исключительным правом на объект интеллектуальной собственности любым не противоречащим закону и существу такого исключительного права способом, в том числе путем его отчуждения по договору другому лицу или предоставления другому лицу права использования соответствующего объекта интеллектуальной собственности в определенных договором пределах, если иное не предусмотрено законодательными актами.

2. К договору, предусматривающему отчуждение исключительного права другому лицу, применяются правила о договоре уступки исключительного права (статья 986), если иное не предусмотрено законодательными актами.

К договору, предусматривающему предоставление права использования объекта интеллектуальной собственности в период его действия другому лицу на ограниченное время, применяются правила о лицензионном договоре (статья 987).

К договору, содержащему элементы как договора уступки исключительного права, так и лицензионного договора, применяются правила о лицензионном договоре.

Договор, предусматривающий предоставление другому лицу права на объект интеллектуальной собственности, в котором не указано об отчуждении исключительного права на такой объект, признается лицензионным договором.

3. К договорам о распоряжении исключительным правом на объект интеллектуальной собственности, в том числе к договорам уступки исключительного права и к лицензионным (сублицензионным) договорам, применяются общие положения об обязательствах (статьи 288–389) и о договоре (статьи 390–423), поскольку иное не установлено правилами настоящего раздела и не вытекает из содержания или существа исключительного права.

4. Исключительное право на объект интеллектуальной собственности может быть предметом залога, если иное не вытекает из содержания или существа этого права.

5. Отчуждение исключительного права на объект интеллектуальной собственности, а также предоставление права использования соответствующего объекта интеллектуальной собственности на определенный срок без заключения договора с правообладателем допускаются в случаях, предусмотренных настоящим Кодексом и иными законодательными актами, в том числе при обращении взыскания на имущество правообладателя.

Статья 986. Договор уступки исключительного права

1. По договору уступки исключительного права одна сторона (правообладатель) обязуется осуществить отчуждение принадлежащего ей исключительного права на объект интеллектуальной собственности в полном объеме другой стороне (приобретателю).

2. Договор уступки исключительного права заключается в письменной форме. В случаях, предусмотренных законодательными актами, договор уступки исключительного права подлежит государственной регистрации.

3. Исключительное право на объект интеллектуальной собственности переходит от правообладателя к приобретателю с даты заключения договора уступки исключительного права, если этим договором не предусмотрено иное. Если договор уступки исключительного права в соответствии с законодательными актами подлежит государственной регистрации, исключительное право переходит от правообладателя к приобретателю с даты государственной регистрации этого договора, если договором не определен более поздний срок.

4. Правообладатель обязан передать приобретателю исключительное право свободным от прав третьих лиц, за исключением случая, когда приобретатель согласился приобрести исключительное право, обремененное правами третьих лиц. Нарушение правообладателем данной обязанности дает приобретателю право потребовать расторжения договора и возмещения причиненных ему убытков.

При отчуждении исключительного права, в отношении которого правообладателем заключены лицензионные договоры с третьими лицами, права и обязанности лицензиара переходят к приобретателю исключительного права.

Статья 987. Лицензионный договор

1. По лицензионному договору сторона, обладающая исключительным правом на объект интеллектуальной собственности (лицензиар), обязуется предоставить другой стороне (лицензиату) право использования соответствующего объекта интеллектуальной собственности в пределах, определенных договором.

2. Лицензионный договор может предусматривать предоставление лицензиату:

1) права использования объекта интеллектуальной собственности с сохранением за лицензиаром права использования этого объекта и права заключения лицензионных договоров с третьими лицами (неисключительная лицензия);

2) права использования объекта интеллектуальной собственности без сохранения за лицензиаром права заключения лицензионных договоров с третьими лицами (исключительная лицензия);

3) других видов лицензий, допускаемых законодательными актами.

Если лицензионным договором не предусмотрено иное, лицензия предполагается неисключительной.

3. Лицензиар, заключивший лицензионный договор, предусматривающий предоставление лицензиату исключительной лицензии, не вправе сам использовать объект интеллектуальной собственности в тех пределах, в которых такое право предоставлено лицензиату.

Лицензиат, заключивший лицензионный договор, предусматривающий предоставление ему исключительной лицензии, вправе защищать от нарушений предоставленное по такому договору право использования объекта интеллектуальной собственности.

4. Лицензионный договор заключается в письменной форме, если иное не предусмотрено законодательными актами.

В случаях, предусмотренных законодательными актами, лицензионный договор подлежит государственной регистрации.

В случае, когда законодательными актами предусмотрена государственная регистрация лицензионного договора, данный договор заключается в письменной форме путем составления одного документа, подписанного сторонами.

5. Не допускается безвозмездное предоставление права использования объекта интеллектуальной собственности при заключении лицензионного договора между коммерческими организациями, если иное не предусмотрено законодательными актами.

6. Договор о предоставлении права использования объекта интеллектуальной собственности другому лицу (сублицензиату) в пределах тех прав и тех способов использования, которые предусмотрены лицензионным договором для лицензиата, признается сублицензионным договором. К сублицензионному договору применяются правила о лицензионном договоре.

Лицензиат вправе заключить сублицензионный договор лишь в случаях, предусмотренных лицензионным договором.

Сублицензионный договор не может быть заключен на более длительный срок, чем лицензионный договор, на основании которого он заключался.

Ответственность перед лицензиаром за действия сублицензиата несет лицензиат, если лицензионным договором не предусмотрено иное.

Статья 988. Договор о создании и использовании результата интеллектуальной деятельности

1. По договору о создании и использовании результата интеллектуальной деятельности автор обязуется создать в определенный договором срок произведение или иной результат интеллектуальной деятельности, соответствующий требованиям заказчика, и осуществить отчуждение заказчику исключительного права на этот результат или передать право получения патента (свидетельства) на него либо предоставить заказчику право использования соответствующего результата в определенных договором пределах.

Если иное не предусмотрено законодательными актами или договором, риск случайной невозможности исполнения договора несет заказчик.

2. Договор о создании и использовании результата интеллектуальной деятельности заключается в письменной форме.

3. В случае, когда договор о создании и использовании результата интеллектуальной деятельности предусматривает отчуждение заказчику исключительного права на созданный результат, к такому договору применяются правила статьи 986 настоящего Кодекса, за исключением положений о государственной регистрации договора.

Если договор о создании и использовании результата интеллектуальной деятельности предусматривает предоставление заказчику права использования созданного результата в определенных договором пределах, к такому договору применяются правила статьи 987 настоящего Кодекса, за исключением положений о государственной регистрации договора.

4. Исключительное право на результат интеллектуальной деятельности переходит к заказчику в объеме, определенном договором, с момента приемки выполненной работы, если иное не предусмотрено законодательными актами или соглашением сторон.

Материальный объект, в котором воплощен созданный автором результат интеллектуальной деятельности, передается в собственность заказчику (собственнику имущества заказчика), если иное не предусмотрено договором.

5. Договоры, обязывающие автора осуществлять отчуждение исключительного права на любые результаты интеллектуальной деятельности, которые этот автор создаст в будущем, или предоставлять право использования таких результатов другому лицу, ничтожны.

6. Условия договора, ограничивающие автора в создании в будущем результатов интеллектуальной деятельности определенного рода либо в определенной области, ничтожны.

7. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения договора о создании и использовании результата интеллектуальной деятельности, за которое автор несет ответственность, заказчик имеет право на взыскание с автора реального ущерба, если иной объем ответственности не определен договором.

Статья 989. Исключительное право на результат интеллектуальной деятельности, созданный при исполнении договора

1. Исключительное право на результат интеллектуальной деятельности, созданный при исполнении договора подряда, договора возмездного оказания услуг, которые прямо не предусматривали создание такого результата интеллектуальной деятельности, принадлежит подрядчику (исполнителю) или иному правообладателю, если иное не предусмотрено законодательными актами или договором.

2. Заказчик вправе использовать созданный результат интеллектуальной деятельности в целях, для достижения которых был заключен договор, указанный в пункте 1 настоящей статьи, в том числе для обеспечения функционирования иных объектов, создаваемых по договору, при невозможности их самостоятельного использования без такого результата, без согласия его автора или иного правообладателя и без выплаты дополнительного вознаграждения за такое использование, если договором не предусмотрено иное.

Статья 990. Способы защиты исключительного права

1. Защита исключительного права осуществляется способами, предусмотренными статьей 11 настоящего Кодекса. Защита исключительного права может осуществляться также путем:

1) изъятия материальных объектов, созданных в результате нарушения исключительного права, а в случаях, предусмотренных законодательными актами, также и материальных объектов, с помощью которых нарушено исключительное право;

2) публикации о допущенном нарушении с включением в нее сведений о том, кому принадлежит нарушенное право;

3) иными способами, предусмотренными законодательными актами.

2. При нарушении договоров о распоряжении исключительным правом на объект интеллектуальной собственности применяются общие правила об ответственности за нарушение обязательств (глава 25).

3. Предусмотренные настоящим Кодексом и иными законодательными актами меры ответственности за нарушение исключительного права подлежат применению при наличии вины нарушителя, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом или иными законодательными актами.

Меры ответственности за нарушение исключительного права, допущенное нарушителем при осуществлении им предпринимательской деятельности, подлежат применению, если такое лицо не докажет, что нарушение исключительного права произошло вследствие непреодолимой силы.

Отсутствие вины нарушителя не освобождает его от обязанности прекратить нарушение исключительного права, а также не исключает применения в отношении нарушителя таких мер, как публикация о допущенном нарушении, пресечение действий, нарушающих исключительное право либо создающих угрозу нарушения такого права, изъятие материальных объектов, созданных в результате нарушения исключительного права. Указанные действия осуществляются за счет нарушителя.

ГЛАВА 61
АВТОРСКОЕ ПРАВО И СМЕЖНЫЕ ПРАВА

Статья 991. Сфера действия авторского права

В соответствии с настоящим Кодексом и иными законодательными актами авторское право распространяется на произведения науки, литературы и искусства, существующие в какой-либо объективной форме:

1) на территории Республики Беларусь, независимо от гражданства авторов и их правопреемников;

2) за пределами границ Республики Беларусь, и признается за авторами – гражданами Республики Беларусь и их правопреемниками;

3) за пределами границ Республики Беларусь, и признается за авторами – гражданами других государств и их правопреемниками в соответствии с международными договорами Республики Беларусь.

Статья 992. Объекты авторского права

1. Объектами авторского права являются:

1) литературные произведения (книги, брошюры, статьи и другое);

2) драматические и музыкально-драматические произведения, произведения хореографии и пантомимы и другие сценарные произведения;

3) музыкальные произведения с текстом и без текста;

4) аудиовизуальные произведения;

5) произведения скульптуры, живописи, графики, литографии и другие произведения изобразительного искусства;

6) произведения прикладного искусства и дизайна;

7) произведения архитектуры, градостроительства и садово-паркового искусства;

8) фотографические произведения, в том числе произведения, полученные способами, аналогичными фотографии;

9) карты, планы, эскизы, иллюстрации и пластические произведения, относящиеся к географии, картографии и другим наукам;

10) компьютерные программы;

11) монографии, статьи, отчеты, научные лекции и доклады, диссертации, конструкторская документация и другие произведения науки;

12) иные произведения.

2. К объектам авторского права также относятся:

1) производные произведения (переводы, обработки, аннотации, рефераты, резюме, обзоры, инсценировки, музыкальные аранжировки и другие переработки произведений науки, литературы и искусства);

2) сборники (энциклопедии, антологии, базы данных) и другие составные произведения, представляющие собой по подбору или расположению материалов результат творческого труда.

Производные и составные произведения охраняются авторским правом при условии соблюдения прав авторов произведений, на основе которых они созданы. Производные и составные произведения охраняются независимо от того, являются ли объектом авторского права произведения, на которых они основаны или которые они включают.

3. Часть произведения (включая его название), которая удовлетворяет требованиям пунктов 2 и 3 статьи 993 настоящего Кодекса и может использоваться самостоятельно, является объектом авторского права.

Статья 993. Основания и условия возникновения правовой охраны объектов авторского права

1. Авторское право на произведение возникает в силу факта его создания. Для возникновения и осуществления авторского права не требуется соблюдения каких-либо формальностей.

2. Авторское право распространяется на произведения науки, литературы и искусства, являющиеся результатом творческого труда, независимо от назначения и достоинства произведения, а также от способа его выражения.

Произведение признается созданным творческим трудом, пока не установлено иное.

Авторское право не распространяется на собственно идеи, методы, процессы, системы, способы, концепции, принципы, открытия, факты, а также на иные объекты, определенные законодательными актами.

3. Авторское право распространяется как на обнародованные, так и на необнародованные произведения, существующие в какой-либо объективной форме:

1) письменной (рукопись, машинопись, нотная запись и другое);

2) устной (публичное произнесение, публичное исполнение и другое);

3) звуко- или видеозаписи (механической, магнитной, цифровой, оптической и другой);

4) изображения (рисунок, эскиз, картина, карта, план, чертеж, кино-, теле-, видео-, фотокадр и другое);

5) объемно-пространственной (скульптура, модель, макет, сооружение и другое);

6) в других формах.

Статья 994. Содержание и срок действия авторского права

1. Автору в отношении его произведения принадлежат личные неимущественные права:

право авторства;

право на имя;

право на неприкосновенность произведения;

иные личные неимущественные права, определенные законодательными актами.

Ограничения личных неимущественных прав автора могут быть установлены законом.

2. Автору в отношении его произведения или иному правообладателю принадлежат исключительное право на произведение, а также иные имущественные права в случаях, предусмотренных законодательными актами.

Исключительное право на произведение означает право правообладателя использовать произведение по своему усмотрению в любой форме и любым не противоречащим закону способом, а также разрешать (запрещать) его использование другим лицам.

3. Ограничения исключительного права на произведения допускаются в случаях, пределах и порядке, установленных законом, при условии, что такие ограничения не наносят ущерба нормальному использованию произведения и не ущемляют необоснованным образом законных интересов правообладателей. В случаях допускаемого свободного использования произведений должны соблюдаться личные неимущественные права автора, если иное не предусмотрено законом.

4. Личные неимущественные права автора охраняются бессрочно.

Исключительное право на произведение действует в течение жизни автора и семидесяти лет после его смерти. Особенности исчисления срока действия исключительного права на анонимные произведения, произведения под псевдонимом и произведения, созданные в соавторстве, устанавливаются законодательными актами.

5. Истечение срока действия исключительного права на произведение означает переход этого произведения в общественное достояние. Произведения, перешедшие в общественное достояние, могут свободно использоваться любым лицом без выплаты вознаграждения, но с соблюдением права авторства и иных личных неимущественных прав авторов.

Статья 995. Объекты смежных прав. Сфера действия смежных прав

1. Смежные права распространяются на исполнения, фонограммы, передачи организаций вещания. Законодательными актами могут быть предусмотрены иные объекты смежных прав.

Для возникновения и осуществления смежных прав не требуется соблюдения каких-либо формальностей.

2. Права исполнителя признаются за ним в любом из следующих случаев:

1) исполнитель является гражданином Республики Беларусь;

2) исполнение впервые имело место на территории Республики Беларусь;

3) исполнение записано на фонограмму в соответствии с пунктом 3 настоящей статьи;

4) исполнение, не записанное на фонограмму, включено в передачу организации вещания в соответствии с пунктом 4 настоящей статьи;

5) в иных случаях, предусмотренных международными договорами Республики Беларусь.

3. Права производителя фонограммы признаются за ним в любом из следующих случаев:

1) производитель фонограммы является гражданином Республики Беларусь или юридическим лицом, имеющим место жительства (место нахождения) на территории Республики Беларусь;

2) фонограмма впервые опубликована на территории Республики Беларусь;

3) в иных случаях, предусмотренных международными договорами Республики Беларусь.

4. Права организации вещания признаются за ней в случае, если организация имеет место нахождения на территории Республики Беларусь и осуществляет передачи своими силами либо с помощью третьих лиц с передатчиков, расположенных на территории Республики Беларусь, а также в иных случаях, предусмотренных международными договорами Республики Беларусь.

Статья 996. Содержание и срок действия смежных прав

1. Исполнителю в отношении его исполнения принадлежат право на имя, а также иные личные неимущественные права, определенные законодательными актами.

Исполнителю в отношении его исполнения принадлежат исключительное право на исполнение, а также иные имущественные права в случаях, предусмотренных законодательными актами.

Исключительное право на исполнение означает право правообладателя использовать исполнение по своему усмотрению в любой форме и любым не противоречащим закону способом, а также разрешать (запрещать) его использование другим лицам.

2. Производителю фонограммы принадлежат исключительное право на фонограмму, а также иные имущественные права в случаях, предусмотренных законодательными актами. Основания для признания лица производителем фонограммы, а также содержание исключительного права на фонограмму определяются законодательными актами.

3. Организации вещания принадлежат исключительное право на передачу, а также иные имущественные права в случаях, предусмотренных законодательными актами. Содержание исключительного права на передачу организации вещания определяется законодательными актами.

4. Исключительное право на исполнение, фонограмму, передачу организации вещания может принадлежать иным правообладателям, помимо указанных в пунктах 1–3 настоящей статьи, по основаниям, предусмотренным настоящим Кодексом и иными законодательными актами.

5. Субъекты смежных прав осуществляют свои права при условии соблюдения авторских прав на произведения науки, литературы и искусства, а также смежных прав других лиц на исполнения, фонограммы, передачи организаций вещания, используемые при создании соответствующего объекта смежных прав.

6. Личные неимущественные права исполнителя охраняются бессрочно.

Исключительное право на исполнение, фонограмму, передачу организации вещания действует в течение пятидесяти лет. Особенности исчисления срока действия исключительного права на эти объекты устанавливаются законодательными актами.

Источник: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218 – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь

ПОСТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТА МИНИСТРОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
29 ноября 2011 г. № 1610

О размерах авторского вознаграждения за воспроизведение произведений науки, литературы и искусства в издательской деятельности

Изменения и дополнения:
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 июля 2012 г. № 690 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 03.08.2012, 5/36048) <C21200690>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 мая 2020 г. № 304 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.05.2020, 5/48082) <C22000304>;
Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 31 августа 2022 г. № 570 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 01.09.2022, 5/50636) <C22200570>

В соответствии с пунктом 3 статьи 16 Закона Республики Беларусь от 17 мая 2011 г. № 262-З «Об авторском праве и смежных правах» Совет Министров Республики Беларусь ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Установить:

размеры авторского вознаграждения за воспроизведение произведений науки, литературы и искусства в изданиях согласно приложению 1;

размеры авторского вознаграждения за воспроизведение музыкальных произведений в нотной записи согласно приложению 2;

размеры авторского вознаграждения за воспроизведение составных произведений согласно приложению 3;

размеры авторского вознаграждения за воспроизведение переводов произведений в изданиях согласно приложению 4;

размеры авторского вознаграждения за воспроизведение художественно-графических произведений и авторских фотографий в изданиях согласно приложению 5.

2. Размеры авторских вознаграждений, предусмотренные в приложениях 1–5, являются минимальными и не зависят от количества воспроизводимых экземпляров произведения. Конкретный размер авторского вознаграждения, порядок и срок его выплаты определяются при заключении договора между издателем и автором (наследником).

3. Признать утратившими силу:

постановление Кабинета Министров Республики Беларусь от 1 ноября 1996 г. № 697 «О минимальных ставках авторского вознаграждения за издание произведений науки, литературы и искусства» (Собрание указов Президента и постановлений Кабинета Министров Республики Беларусь, 1996 г., № 31, ст. 814);

постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 июля 1999 г. № 1102 «О внесении дополнений и изменений в постановление Кабинета Министров Республики Беларусь от 1 ноября 1996 г. № 697» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 1999 г., № 57, 5/1289);

постановление Совета Министров Республики Беларусь от 25 ноября 2004 г. № 1490 «Аб унясенні змяненняў у пастанову Кабінета Міністраў Рэспублікі Беларусь ад 1 лістапада 1996 г. № 697» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2004 г., № 188, 5/15202).

4. Настоящее постановление вступает в силу с 1 декабря 2011 г.

Приложение 1

к постановлению
Совета Министров

Республики Беларусь
29.11.2011 № 1610
(в редакции постановления
Совета Министров
Республики Беларусь
22.05.2020 № 304)

РАЗМЕРЫ
авторского вознаграждения за воспроизведение произведений науки, литературы и искусства в изданиях

Вид изданий	Размер вознаграждения за авторский лист, базовых величин
1. Массово-политические издания	2,5
2. Научные издания, в том числе монографии по всем отраслям знаний, сборники научных работ	2,5
3. Научно-популярные издания	2,5
4. Учебные издания (печатные и (или) электронные):	
учебники и учебные пособия для учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего, специального, профессионально-технического, среднего специального образования, и иных учреждений образования	3
учебники и учебные пособия для учреждений образования, реализующих образовательные программы высшего образования	4
учебники и учебные пособия, методика преподавания в которых базируется исключительно на иллюстративном материале	2,5
учебно-методические пособия	2
учебные наглядные пособия, в том числе настенные таблицы, учебные плакаты (текстовые и изобразительные)	1,5 (за все произведение)
рабочие тетради, в том числе прописи, самоучители	2
произведения, включенные в хрестоматии:	
статьи для хрестоматий	2
проза	1,5
поэзия	2
практикумы, в том числе сборники задач, упражнений, тестов и другого	2
учебные программы	1,5
5. Справочные издания:	
статьи для энциклопедий и энциклопедических словарей	4
языковые словари, в том числе универсальные, толковые, грамматические, орфографические, орфоэпические, морфемные, словообразовательные, терминологические, частотные, фразеологические, этимологические, идеографические, обратные, антонимов, омонимов, паронимов, синонимов, справочники, в том числе биографические, библиографические, путеводители, разговорники, каталоги и другое	2
6. Литературно-художественные издания:	
художественная проза, в том числе документально-художественная,	3

пьесы, сценарии	
запись и обработка произведений народного творчества в прозе	1,5
поэзия, пьесы в стихах	5
запись и обработка произведений народного творчества в стихах	2,5
малые литературные формы (тексты и другое)	0,75 (за все произведение)
малые поэтические формы (эпиграммы, сонеты и другое до 30 строк)	0,75 (за все произведение)
пересказ и обработка произведений литературы, в том числе адаптация текста	1,5
литературно-критические, литературоведческие, искусствоведческие произведения	3
7. Духовно-просветительные издания	2,5
8. Производственно-практические издания, в том числе инструктивно-методические издания, практические пособия, руководства, памятки	2
9. Издания для досуга	1,5
10. Рекламные издания, в том числе каталоги, проспекты	1
11. Изобразительные издания (художественные и технические альбомы, фотоальбомы, атласы, комплекты открыток и плакатов)	2,5
12. Календари (отрывные, настольные и настенные перекидные)	1,25
13. Вступительные статьи, предисловия, послесловия, комментарии, примечания, аннотации и другое	2
14. Адаптированные издания, напечатанные рельефно-точечным методом (шрифтом Брайля)	0,75

Примечание. При представлении автором нескольких языковых вариантов произведения размер минимального авторского вознаграждения за один из них составляет 100 процентов установленного минимального размера авторского вознаграждения, за каждый последующий языковой вариант – не более 50 процентов от установленного минимального размера авторского вознаграждения.

Приложение 2

к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
29.11.2011 № 1610
(в редакции постановления
Совета Министров
Республики Беларусь
26.07.2012 № 690)

РАЗМЕРЫ
авторского вознаграждения за воспроизведение музыкальных произведений в нотной записи

Вид музыкального произведения	Размер вознаграждения за все произведение, базовых величин

1. Опера	
многоактная	20
одноактная	5
2. Балет:	
многоактный	17,5
одноактный	4,5
3. Оперетта, музыкальная комедия, мюзикл:	
многоактные	12,5
одноактные	4
4. Симфония (для симфонического оркестра, оркестра народных инструментов, духового и камерного оркестров)	10
5. Концерт (для оркестров различных составов)	7,5
6. Оратория (для симфонического оркестра, оркестра народных инструментов, духового и камерного оркестров)	7,5
7. Большое программное симфоническое произведение, симфоньетта	6
8. Кантата (для хора а капелла, для хора с симфоническим оркестром, оркестром народных инструментов, камерным оркестром)	5
9. Крупные одночастные инструментальные произведения (поэма, рапсодия, прелюдия, фуга, пассакалия и другие)	3
10. Вариация, сюита, концертино и другие крупные произведения (для оркестров различных составов)	2,5
11. Циклические произведения (для оркестра народных инструментов, духового и эстрадного оркестров)	2,25
12. Фантазия, рапсодия, увертюра, парафраз и другое (для оркестров различных составов)	2,25
13. Небольшие одночастные произведения для оркестра, солирующих инструментов, голоса в сопровождении оркестров различных составов	1
14. Трио, квартет, квинтет, секстет и другие произведения крупной формы для камерного ансамбля, включая ансамблевую и сольную сонаты, сольная соната	3,5
15. Сюита для камерного ансамбля, солирующих инструментов	2
16. Танцы, марши и другие произведения малой формы для оркестров различных составов, включая пьесы для солирующих инструментов в сопровождении оркестра	1
17. Крупные произведения для хора без сопровождения	2
18. Крупные произведения для хора с инструментальным сопровождением	3
19. Произведения малых форм для хора без сопровождения	1
20. Произведения малых форм для хора с инструментальным сопровождением	2
21. Произведения для вокального камерного ансамбля с сопровождением и без него, циклические вокальные произведения для голоса с инструментальным сопровождением	1,5
22. Романс, баллада, вокализ, концертная ария и другие камерные произведения для голоса с инструментальным сопровождением	1
23. Марш, галоп, вальс, полька, романс и другие произведения малой формы	1
24. Музыка к песне	0,75

25. Тексты музыкальных произведений:

либретто многоактной оперы	5
либретто одноактной оперы	2,5
либретто многоактного балета	2,5
либретто одноактного балета	1,25
либретто многоактных оперетты, музыкальной комедии, мюзикла	4
либретто одноактных оперетты, музыкальной комедии, мюзикла	2
либретто оратории, кантаты	2
стихотворный текст песен и романсов	0,75

Примечания:

1. За оригинальное музыкальное произведение, как правило, принимается партитура, а клавир расценивается как переложение (аранжировка). Минимальный размер авторского вознаграждения за клавир составляет не более 40 процентов от минимального размера авторского вознаграждения за соответствующее произведение.

В отдельных случаях (при издании оперы, балета, музыкальной комедии) за оригинальное произведение может быть принят клавир. В этом случае минимальный размер авторского вознаграждения за партитуру составляет не более 40 процентов от минимального размера авторского вознаграждения за соответствующее оригинальное произведение.

2. Минимальный размер авторского вознаграждения за текст для музыкального произведения применяется только в случае его издания вместе с написанной для него музыкой либо как пояснение к спектаклю или концерту. В иных случаях применяется минимальный размер авторского вознаграждения, установленный в соответствующих пунктах приложения 1.

3. Минимальный размер авторского вознаграждения за обработанную мелодию (оригинальную музыкальную фактуру обработки) составляет не менее 75 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного за оригинальное произведение.

4. Минимальный размер авторского вознаграждения за измененную фактуру оригинального произведения, вызванную необходимостью обработки для другого вида исполнения, устанавливается как за переложение (аранжировку).

Минимальный размер авторского вознаграждения за переложения (использование готового авторского материала для другого вида исполнения, клавир и другое) устанавливается в следующих размерах:

переложения, имеющие сложную музыкальную фактуру, – не менее 20 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного за оригинальное произведение;

простейшие виды переложений – не менее 5 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного за оригинальное произведение;

дирекционы (партитуры) – не менее 0,05 базовой величины за такт.

5. Минимальный размер авторского вознаграждения автору произведения, изданного в обработке либо переложении, составляет не более 30 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного в соответствующих пунктах настоящего приложения.

Приложение 3

к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
29.11.2011 № 1610
(в редакции постановления
Совета Министров
Республики Беларусь
26.07.2012 № 690)

РАЗМЕРЫ
авторского вознаграждения за воспроизведение составных произведений

Вид изданий	Размер вознаграждения за авторский лист, базовых величин
1. Сборники официальных материалов либо произведений массово-политической тематики	0,25
2. Сборники научных работ	0,25
3. Научно-популярные сборники	0,5
4. Сборники диктантов, изложений, сочинений, задач, тестов и другие издания, не являющиеся учебными изданиями	0,75
5. Справочно-энциклопедические издания	0,75
5[1]. Справочники, разговорники, каталоги	0,5
6. Литературно-художественные сборники, в том числе альманахи, антологии, песенники, хрестоматии, избранные произведения и собрания сочинений	0,5
7. Сборники духовно-просветительной тематики	0,4
8. Сборники производственно-практической тематики, в том числе инструктивно-методические, практические пособия	0,25
9. Издания для досуга	0,25
10. Музыкальные сборники (песенники с нотами)	0,25
11. Календари	0,03 (за отрывной листок)
12. Изобразительные издания (художественные и технические альбомы, фотоальбомы, атласы, комплекты открыток и плакатов)	0,5
13. Указатели всех видов	0,5 (за весь указатель)

Примечание. При предоставлении составителем нескольких языковых вариантов произведения размер минимального авторского вознаграждения за один из них составляет 100 процентов установленного минимального размера авторского вознаграждения, за остальные языковые варианты авторское вознаграждение составителю не устанавливается.

Приложение 4

к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
29.11.2011 № 1610
(в редакции постановления
Совета Министров
Республики Беларусь
26.07.2012 № 690)

РАЗМЕРЫ
авторского вознаграждения за воспроизведение переводов произведений в изданиях

Вид изданий	Размер вознаграждения за авторский лист, базовых величин

1. Официальные, массово-политические, научно-популярные и справочные издания, производственно-практические произведения:	
с русского языка на белорусский и наоборот	1
с (на) английского, французского, немецкого и других иностранных языков	1,5
с (на) редких языков, написанных вязью, иероглифами, клинописью, а также с древних языков	2
2. Научные и учебные издания (печатные и (или) электронные), духовно-просветительные произведения:	
с русского языка на белорусский и наоборот	1
с (на) английского, французского, немецкого и других иностранных языков	1,75
с (на) редких языков, написанных вязью, иероглифами, клинописью, а также с древних языков	2,25
3. Литературно-художественные произведения:	
художественная проза, в том числе пьесы, сценарии:	
с русского языка на белорусский и наоборот	1,25
с (на) английского, французского, немецкого и других иностранных языков	1,75
с (на) редких языков, написанных вязью, иероглифами, клинописью, а также с древних языков	2,25
поэзия, в том числе пьесы в стихах:	
с русского языка на белорусский и наоборот	2,5
с (на) английского, французского, немецкого и других иностранных языков	3
с (на) редких языков, написанных вязью, иероглифами, клинописью, а также с древних языков	3,5
4. Изобразительные издания, в том числе художественные и технические альбомы, фотоальбомы, атласы:	
с русского языка на белорусский и наоборот	1
с (на) английского, французского, немецкого и других иностранных языков	1,25
с (на) редких языков, написанных вязью, иероглифами, клинописью, а также с древних языков	1,5
5. Комплекты открыток и плакатов, малообъемные издания	0,5 (за издание)
6. Перевод вступительных статей, предисловий, послесловий, комментариев и примечаний, аннотаций, календарей событий и другого	1,25
7. Издания для досуга:	
с русского языка на белорусский и наоборот	1
с (на) английского, французского, немецкого и других иностранных языков	1,25
с (на) редких языков, написанных вязью, иероглифами, клинописью, а также с древних языков	1,5

Приложение 5

к постановлению
Совета Министров
Республики Беларусь
29.11.2011 № 1610
(в редакции постановления
Совета Министров
Республики Беларусь
22.05.2020 № 304)

РАЗМЕРЫ
авторского вознаграждения за воспроизведение художественно-графических произведений и авторских фотографий в изданиях

Элементы издания	Единицы измерения	Размер вознаграждения, базовых величин
1. Макет издания[1]:		
принципиальный макет-проект	издание	1,25
расчетный макет	разворот	0,06
	полоса	0,03
оригинал-макет	разворот	0,075
	полоса	0,05
2. Обложка, суперобложка, переплет, футляр[2]:		
сюжетная, тематическая (художественно-образная)	сторонка	2
орнаментально-декоративная	»	1,25
шрифтовая	»	0,75
корешки (заказанные отдельно)	»	0,4
3. Титульные листы, контртитулы[3]:		
сюжетные, тематические (художественно-образные)	штука	0,75
орнаментально-декоративные с использованием заимствованных элементов	»	0,6
шрифтовые	»	0,25
4. Авантитулы:		
сюжетные, тематические (художественно-образные)	»	0,5
орнаментально-декоративные с использованием заимствованных элементов	»	0,4
шрифтовые	»	0,2
5. Колонтитулы:		
сюжетные, тематические (художественно-образные)	»	0,4
орнаментально-декоративные с использованием заимствованных элементов	»	0,15

6. Форзацы:		
сюжетные, тематические (художественно-образные)	»	1
орнаментально-декоративные с использованием заимствованных элементов	»	0,75
шрифтовые	»	0,4
7. Иллюстрации[4] и фронтисписы:		
оригинальные, сюжетные, тематические (художественно-образные):		
полосные	»	1,5
полуполосные	»	0,75
оборочные	»	0,4
коллажные, фотомонтажные с применением фотографики:		
полосные	»	1
полуполосные	»	0,5
оборочные	»	0,25
орнаментально-декоративные:		
полосные	»	0,75
полуполосные	»	0,4
оборочные	»	0,2
прикладные, познавательные (пояснительные) иллюстрации для учебных, справочных, научных и научно-популярных изданий:		
полосные	»	0,6
полуполосные	»	0,35
оборочные:		
сюжетные	»	0,25
простые	»	0,15
предметные	»	0,1
8. Шмуцтитулы[5]:		
сюжетные, тематические (художественно-образные)	»	1,25
орнаментально-декоративные с использованием заимствованных элементов	»	0,75
шрифтовые	»	0,25
9. Заставки, концовки, художественные инициалы, шрифтовые замены для серийных (продолжающихся) изданий:		
сюжетные, тематические (художественно-	»	0,4

образные)		
орнаментально-декоративные	»	0,25
шрифтовые	»	0,15
шрифтовые замены	»	0,075
10. Элементы оформления почтового издания:		
эскиз почтовой марки	»	3
художественная открытка, конверт, телеграфный бланк:		
сюжетные, тематические	сторонка	1,5
орнаментально-декоративные с использованием фотографий, слайдов	»	0,6
шрифтовые	»	0,4
специальный почтовый штемпель	оригинал	1,25
11. Календари:		
настенные перекидные:		
сюжетные, тематические	сторонка	0,75
орнаментально-декоративные с использованием фотографий, слайдов	»	0,5
шрифтовые (оригинальная календарная сетка)	»	0,4
настольные, отрывные:		
сюжетные, тематические	»	0,25
орнаментально-декоративные с использованием фотографий, слайдов	»	0,2
шрифтовые (оригинальная календарная сетка)	»	0,15
карманного типа	»	0,4
12. Плакаты[6]:		
сюжетные (художественно-образные) сложноструктурные	оригинал	4
орнаментально-декоративные с применением коллажа	»	3
с доминированием шрифта, использованием готовых фотоснимков, слайдов и других плакатов	»	1,75
13. Афиши	»	1
14. Пособия наглядные учебные, таблицы:		
изобразительные	»	1,25
шрифтовые	»	0,75
15. Издания фальцующегося типа:		
фолдер (сфальцованный плакат)	сторонка	5
буклет, проспект, каталог, листовка	»	0,5

16. Издания особой конструкции:		
книжка-панорама, книжка-игрушка и другое	макет	1,5
конструкции в виде чертежа, эскиза, макета	конструкция	2
упаковка, футляры сложной конструкции	»	2
17. Художественные портреты:		
цветные (оригинальные, рисованные)	оригинал	3,5
тоновые, штриховые	»	1,75
18. Авторская фотография[7]:		
постановочная, сложная панорамная, фотоколлаж	фотоснимок	0,5
жанровая, репортажная, художественные портреты животных, птиц и насекомых в естественной среде	»	0,25
скульптур, памятников, произведений монументального искусства, искусства малых форм, а также макроснимки	»	0,2
пейзажная, театральная, производственная и архитектурная	»	0,15

---

[1] Размеры авторского вознаграждения за принципиальный макет-проект, расчетный макет или оригинал-макет применяются только в отношении сложноструктурных изданий. При этом оплата производится за расчетный макет либо оригинал-макет.

Принципиальный макет-проект – архитектоника и общие принципы художественно-графического оформления издания.

Расчетный макет – точный проект полос будущей книги с расчетом текста по полосам, точным размещением иллюстраций, кадрированием фотоиллюстраций, подписей к ним, таблиц, формул, заголовков и иных элементов издания.

Оригинал-макет – готовый для воспроизведения в печати макет на электронных носителях с компоновкой всех графических элементов, внутритекстового оформления и иллюстрирования.

[2] Минимальный размер авторского вознаграждения за четвертую сторонку, оформленную в едином композиционном решении с первой сторонкой, составляет не более 50 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного за первую сторонку.

Если композиции первой и четвертой сторонок самостоятельные, минимальный размер авторского вознаграждения за четвертую сторонку составляет не более 70 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного за первую сторонку.

[3] Минимальный размер авторского вознаграждения за контртитул, не повторяющий композиционного решения титульного листа, устанавливается в размере минимального авторского вознаграждения как за самостоятельный титульный лист.

Минимальный размер авторского вознаграждения за «зеркальный» контртитул, то есть повторяющий композиционное решение титульного листа, составляет не более 50 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного за титульный лист, с которым он составляет титульный разворот.

[4] Минимальный размер авторского вознаграждения за иллюстрации, занимающие 3/4 полосы и более, устанавливается как минимальный размер авторского вознаграждения за полосные иллюстрации.

Минимальный размер авторского вознаграждения за иллюстрации, занимающие более 1/3, но менее 3/4 полосы, устанавливается как минимальный размер авторского вознаграждения за полуполосные иллюстрации.

Минимальный размер авторского вознаграждения за разворотные полосные и полуполосные иллюстрации, объединенные одной темой, составляет не более 150 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного за полосные либо полуполосные иллюстрации.

[5] Минимальный размер авторского вознаграждения за разворотные и многополосные шмуцтитулы составляет не более 175 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного за шмуцтитул.

[6] Минимальный размер авторского вознаграждения за плакаты «диптих» и «триптих» устанавливается за каждую часть отдельно.

Минимальный размер авторского вознаграждения за папки, футляры, бандероли (манжетки), обложки для комплектов плакатов устанавливается в соответствии с пунктом 2 настоящего приложения.

[7] Минимальный размер авторского вознаграждения за разовое использование авторских фотографий по договору неисключительной лицензии составляет не менее 10 процентов от минимального размера авторского вознаграждения, установленного в пункте 18 настоящего приложения.

ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

17 мая 2011 г. № 262-З

Об авторском праве и смежных правах (извлечения)

Принят Палатой представителей 27 апреля 2011 года

Одобрен Советом Республики 28 апреля 2011 года

Изменения и дополнения:

Закон Республики Беларусь от 15 июля 2019 г. № 216-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.07.2019, 2/2655) <H11900216> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 27 июля 2019 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 27 мая 2020 г.;

Закон Республики Беларусь от 15 июля 2019 г. № 216-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.07.2019, 2/2655) <H11900216> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 27 июля 2019 г. и 27 мая 2020 г.;

Закон Республики Беларусь от 9 января 2023 г. № 243-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 12.01.2023, 2/2963) <H12300243> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 13 января 2023 г., за исключением изменений и дополнений, которые вступят в силу 13 ноября 2023 г.;

Закон Республики Беларусь от 9 января 2023 г. № 243-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 12.01.2023, 2/2963) <H12300243> - внесены изменения и дополнения, вступившие в силу 13 января 2023 г. и 13 ноября 2023 г.

ГЛАВА 1
ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Предмет регулирования настоящего Закона

Настоящий Закон регулирует отношения, возникающие в связи с созданием и использованием произведений науки, литературы и искусства (авторское право), исполнений, фонограмм, передач организаций эфирного или кабельного вещания (смежные права).

Статья 2. Законодательство об авторском праве и смежных правах

Законодательство об авторском праве и смежных правах основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из Гражданского кодекса Республики Беларусь, настоящего Закона, нормативных правовых актов Президента Республики Беларусь, других актов законодательства.

Статья 3. Международные договоры

Если международным договором Республики Беларусь установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международного договора.

Статья 4. Основные термины, используемые в настоящем Законе, и их определения

Для целей настоящего Закона используются следующие основные термины и их определения:

автор – физическое лицо, творческим трудом которого создано произведение;

аудиовизуальное произведение – произведение, состоящее из зафиксированной серии связанных между собой изображений (с сопровождением или без сопровождения их звуком), создающих впечатление движения, и предназначенное для зрительного и слухового (в случае сопровождения звуком) восприятия с помощью соответствующих технических устройств. К аудиовизуальным произведениям относятся кинофильмы, телефильмы, видеофильмы и другие кино- и телепроизведения независимо от способа их первоначальной или последующей фиксации;

база данных – совокупность данных или другой информации, выраженная в любой объективной форме, представляющая собой по подбору или расположению этих данных или другой информации результат творческого труда;

воспроизведение – изготовление, в том числе тиражирование, одного или более экземпляра объекта авторского права или смежных прав в любой объективной форме (в том числе отличной от формы, в которой существует оригинал), включая постоянное или временное хранение в цифровой или иной объективной форме в электронном средстве или на другом материальном носителе;

запись – фиксация звуков и (или) изображений либо их отображений, позволяющая осуществлять их восприятие, воспроизведение или сообщение с помощью соответствующих технических устройств;

издатель – лицо, осуществляющее в порядке, установленном законодательством, с согласия автора или иного правообладателя деятельность по опубликованию литературных и других произведений;

информация об управлении правами – любая информация, которая идентифицирует объект авторского права или смежных прав, автора или иного правообладателя, либо информация об условиях использования этого объекта, которая содержится на материальном носителе, приложена к нему либо появляется в связи с сообщением для всеобщего сведения объекта авторского права или смежных прав. Такая информация может быть выражена в виде текста, а также любых цифр и кодов;

исполнитель – актер, певец, музыкант, танцор или иное лицо, которое исполняет произведения литературы, искусства, в том числе произведения народного творчества, посредством актерской игры, пения, чтения, декламации, игры на музыкальном инструменте, танца или каким-либо иным образом (далее – артист-исполнитель), а также режиссер-постановщик спектакля и дирижер;

коллективное управление имущественными правами – деятельность в интересах множества авторов или иных правообладателей, имеющая целью обеспечение сбора, распределения и выплаты авторам или иным правообладателям вознаграждения за использование объектов авторского права или смежных прав физическими и юридическими лицами, осуществляемая в соответствии с настоящим Законом в случае, когда практическое осуществление имущественных прав в индивидуальном порядке затруднительно, и направленная на защиту, в том числе в суде, имущественных прав авторов или иных правообладателей при их нарушении;

компьютерная программа – представленная в объективной форме упорядоченная совокупность команд и данных, предназначенных для использования на компьютере и в иных системах и устройствах в целях обработки, передачи и хранения информации, производства вычислений, получения аудиовизуальных изображений и других результатов. Частью компьютерной программы являются включенные в компьютерную программу документы, детально описывающие функционирование компьютерной программы, в том числе взаимодействие с пользователем и внешними компонентами;

обнародование произведения – осуществленное с согласия автора действие, которое впервые делает произведение доступным для всеобщего сведения путем его опубликования, публичного исполнения, публичного показа, сообщения для всеобщего сведения или иным способом;

опубликование – предложение публике с согласия автора или иного правообладателя экземпляров объекта авторского права или смежных прав в количестве, удовлетворяющем разумные потребности публики, путем продажи, проката или иной передачи права собственности либо права владения экземпляром объекта авторского права или смежных прав;

организация эфирного или кабельного вещания – юридическое лицо, самостоятельно определяющее содержание передачи организации эфирного или кабельного вещания и осуществляющее ее трансляцию в эфир или по кабелю своими силами либо с помощью третьих лиц;

передача в эфир (эфирное вещание) – передача без использования провода и кабеля звуков и (или) изображений для приема публикой, включая передачу через спутник.

Передача без использования провода и кабеля кодированных сигналов является передачей в эфир, если средства декодирования предоставляются публике организацией эфирного вещания или с ее согласия;

передача организации эфирного или кабельного вещания – передача в эфир или передача по кабелю звуков и (или) изображений для приема публикой, осуществляемые организацией эфирного или кабельного вещания или по ее заказу и за счет ее средств другой организацией;

передача по кабелю (кабельное вещание) – передача по проводам, радиочастотному или оптическому кабелю звуков и (или) изображений для приема публикой, включая трансляцию телепрограмм в системах кабельного телевидения и трансляцию радиопрограмм посредством проводных линий;

правообладатель – физическое и (или) юридическое лицо, обладающее исключительным правом на объект авторского права или смежных прав в силу факта его создания, правопреемства, на основании заключенного договора или ином основании, определенном настоящим Законом;

произведение народного творчества, автор которого неизвестен, – произведение, которое включает в себя характерные элементы традиционного художественного наследия (народные сказки, народная поэзия, народные песни, инструментальная народная музыка, народные танцы и пьесы, художественные формы народных обрядов и др.) и в отношении которого невозможно установить авторство конкретного физического лица;

производитель аудиовизуального произведения – физическое или юридическое лицо, взявшее на себя инициативу и ответственность за создание и финансирование создания аудиовизуального произведения. При отсутствии доказательств иного производителем аудиовизуального произведения признается лицо, имя или наименование которого обозначены на этом произведении;

производитель фонограммы – физическое или юридическое лицо, организующее первую звуковую запись какого-либо исполнения или иных звуков либо отображений звуков;

производное произведение – перевод или иная переработка произведения, являющиеся результатом творческого труда, в том числе обработка, обзор, пересказ, аннотация, резюме, реферат, инсценировка, музыкальная аранжировка;

прокат – предоставление оригинала или экземпляров объекта авторского права или смежных прав во временное пользование на возмездной основе;

публичное исполнение – представление произведения или объекта смежных прав посредством актерской игры, пения, чтения, декламации, игры на музыкальном инструменте, танца или каким-либо иным образом, в том числе с помощью технических устройств (в отношении аудиовизуального произведения – показ кадров в их последовательности), в местах, где присутствуют или могут присутствовать лица, не принадлежащие к обычному кругу семьи или близким знакомым семьи лица, осуществляющего или организующего такое представление;

публичный показ – демонстрация экземпляра произведения непосредственно или показ в виде фотографии, слайда, кино-, телекадра на экране либо с помощью другого технического устройства или любым иным способом (в отношении аудиовизуального произведения – показ отдельных кадров вне их последовательности) в местах, где присутствуют или могут присутствовать лица, не принадлежащие к обычному кругу семьи или близким знакомым семьи лица, осуществляющего или организующего такой показ;

режиссер-постановщик спектакля – лицо, осуществляющее постановку театрального, циркового, эстрадного, кукольного или иного спектакля (представления, концерта);

репродуцирование – процесс полиграфического воспроизведения в любых размерах и формах одного или более экземпляров письменных и других графических произведений путем фотокопирования либо иным способом, кроме издания. Репродуцированием не

являются хранение или воспроизведение указанных копий в электронной (включая цифровую), оптической или иной машиночитаемой форме;

руководитель коллектива исполнителей – художественный руководитель или иное лицо, наделенное полномочиями представлять интересы коллектива исполнителей, в том числе распоряжаться исключительным правом на исполнение;

служебное исполнение – исполнение, осуществляемое по заданию нанимателя или в порядке выполнения обязанностей, обусловленных трудовым договором;

служебное произведение – произведение науки, литературы, искусства (его часть, имеющая самостоятельное значение), созданное автором по заданию нанимателя или в порядке выполнения обязанностей, обусловленных трудовым договором;

сообщение для всеобщего сведения – передача с помощью беспроводной связи или по проводам, радиочастотному или оптическому кабелю звуков и (или) изображений либо их отображений для приема публикой, включая эфирное и кабельное вещание. Сообщением для всеобщего сведения также является доведение объекта авторского права или смежных прав до всеобщего сведения таким образом, что представители публики могут осуществлять к нему доступ из любого места и в любое время по их собственному выбору;

составное произведение – сборник (в том числе энциклопедия, антология, база данных), газета, журнал или другое произведение, представляющие собой по подбору или расположению материалов результат творческого труда;

техническое средство защиты авторского права или смежных прав – любые технология, техническое устройство или их компоненты, контролирующие доступ к объекту авторского права или смежных прав, предотвращающие либо ограничивающие осуществление действий, которые не разрешены автором или иным правообладателем в отношении объекта авторского права или смежных прав;

фонограмма – любая исключительно звуковая запись исполнения или иных звуков либо отображений звуков. Фонограммой не является запись звуков, включенная в аудиовизуальное произведение;

экземпляр произведения – оригинал или копия произведения, изготовленная в любой материальной форме;

экземпляр фонограммы – оригинал или копия фонограммы на любом материальном носителе, изготовленная непосредственно либо косвенно с фонограммы и включающая звуки либо отображения звуков, зафиксированные в этой фонограмме.

ГЛАВА 2
АВТОРСКОЕ ПРАВО

Статья 5. Сфера действия авторского права

1. Авторское право распространяется на произведения науки, литературы и искусства, существующие в какой-либо объективной форме:

на территории Республики Беларусь, независимо от гражданства авторов и их правопреемников;

за пределами Республики Беларусь, и признается за авторами – гражданами Республики Беларусь и их правопреемниками;

за пределами Республики Беларусь, и признается за авторами – гражданами других государств и их правопреемниками в соответствии с международными договорами Республики Беларусь.

2. При предоставлении на территории Республики Беларусь охраны произведению в соответствии с международными договорами Республики Беларусь обладатель авторского права на произведение определяется по законодательству государства, на территории которого имели место действие или событие, послужившие основанием для обладания авторским правом.

3. Предоставление на территории Республики Беларусь охраны произведениям в соответствии с международными договорами Республики Беларусь осуществляется в отношении произведений, не перешедших в общественное достояние в стране

происхождения произведения вследствие истечения установленного в этой стране срока действия авторского права на это произведение и не перешедших в общественное достояние в Республике Беларусь вследствие истечения срока действия авторского права на это произведение, предусмотренного статьей 20 настоящего Закона.

Статья 6. Объекты авторского права

1. Авторское право распространяется на произведения науки, литературы и искусства, являющиеся результатом творческой деятельности, независимо от назначения и достоинства произведений, а также способа их выражения.

2. Авторское право распространяется как на обнародованные, так и на необнародованные произведения, существующие в какой-либо объективной форме:

письменной (рукопись, машинопись, нотная запись и др.);

устной (публичное произнесение, публичное исполнение и др.);

звуко- или видеозаписи (механическая, магнитная, цифровая, оптическая и др.);

изображения (рисунок, эскиз, картина, карта, план, чертеж, кино-, теле-, видео-, фотокадр и др.);

объемно-пространственной (скульптура, модель, макет, сооружение и др.);

электронной, в том числе цифровой;

в иной форме.

3. Часть произведения (включая его название), которая обладает признаками, указанными в пунктах 1 и 2 настоящей статьи, и может использоваться самостоятельно, является объектом авторского права.

4. Авторское право на произведение не связано с правом собственности на материальный объект, в котором выражено произведение.

Передача права собственности на материальный объект или права владения и (или) пользования материальным объектом сама по себе не влечет передачи каких-либо авторских прав на произведение, выраженное в этом объекте, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом.

5. Объектами авторского права являются:

литературные произведения (книги, брошюры, статьи и др.);

драматические и музыкально-драматические произведения, произведения хореографии и пантомимы и другие сценарные произведения;

музыкальные произведения с текстом и без текста;

аудиовизуальные произведения;

произведения изобразительного искусства (скульптура, живопись, графика, литография и др.);

произведения прикладного искусства и дизайна;

произведения архитектуры, градостроительства и садово-паркового искусства;

фотографические произведения, в том числе произведения, полученные способами, аналогичными фотографии;

карты, планы, эскизы, иллюстрации и пластические произведения, относящиеся к географии, картографии и другим наукам;

компьютерные программы;

произведения науки (монографии, статьи, отчеты, научные лекции и доклады, диссертации, конструкторская документация и др.);

иные произведения.

К объектам авторского права также относятся:

производные произведения;

составные произведения.

Статья 7. Произведения, не являющиеся объектами авторского права

1. Не являются объектами авторского права:

официальные документы (правовые акты, судебные постановления, иные документы административного и судебного характера, учредительные документы организаций), а также их официальные переводы;

государственные символы Республики Беларусь (Государственный флаг Республики Беларусь, Государственный герб Республики Беларусь, Государственный гимн Республики Беларусь), символы государственных наград Республики Беларусь (ордена и медали), государственные знаки (денежные знаки Республики Беларусь, почтовые марки и иные знаки), официальные геральдические символы (флаги, гербы административно-территориальных единиц Республики Беларусь, геральдические знаки, знамена, нагрудные знаки, эмблемы государственных органов и др.);

произведения народного творчества, авторы которых неизвестны.

2. Авторское право не распространяется на собственно идеи, методы, процессы, системы, способы, концепции, принципы, открытия, факты, даже если они выражены, отображены, объяснены или воплощены в произведении.

Статья 8. Возникновение авторского права

1. Авторское право на произведение возникает в силу факта его создания. Для возникновения и осуществления авторского права не требуется соблюдение каких-либо формальностей.

2. При отсутствии доказательств иного автором произведения считается лицо, указанное в качестве автора на экземпляре произведения (презумпция авторства).

3. При опубликовании произведения без обозначения имени (анонимно) или под вымышленным именем (псевдонимом), за исключением случая, когда псевдоним автора не оставляет сомнения в его личности, издатель, имя или наименование которого обозначены на этом произведении, при отсутствии доказательств иного считается представителем автора в соответствии с настоящим Законом и в этом качестве имеет право защищать права автора и обеспечивать их осуществление.

Положения части первой настоящего пункта действуют до тех пор, пока автор такого произведения не раскроет свое подлинное имя и не заявит о своем авторстве на произведение.

Статья 9. Соавторство

1. Авторское право на произведение, созданное совместным творческим трудом двух либо более лиц (соавторство), принадлежит соавторам совместно независимо от того, образует ли такое произведение неразрывное целое или состоит из частей, каждая из которых имеет самостоятельное значение.

Часть произведения признается имеющей самостоятельное значение, если она может быть использована независимо от других частей этого произведения.

2. Право на использование произведения в целом принадлежит соавторам совместно, если иное не предусмотрено договором между ними.

Каждый из соавторов вправе использовать созданную им часть произведения, имеющую самостоятельное значение, по своему усмотрению, если иное не предусмотрено договором между ними.

Доходы от совместного использования произведения распределяются между всеми соавторами поровну, если иное не предусмотрено договором между ними.

Если произведение соавторов образует неразрывное целое, то ни один из соавторов не вправе без достаточных на то оснований запретить другим соавторам использование произведения.

3. Не признаются соавторами лица, способствовавшие созданию произведения путем оказания помощи технического, административного или финансового характера.

4. Каждый из соавторов вправе самостоятельно принимать меры по защите своих прав, в том числе в случае, когда созданное соавторами произведение образует неразрывное целое.

Статья 10. Авторское право на производные произведения

1. Авторам производных произведений принадлежит авторское право на осуществленные ими перевод или иную переработку произведения при условии соблюдения прав автора произведения, подвергшегося переработке.

2. Авторское право авторов производных произведений не препятствует другим лицам осуществлять свои переводы или иные переработки того же произведения при условии соблюдения прав автора произведения, подвергающегося переработке.

Статья 11. Авторское право на составное произведение

1. Автору сборника и других составных произведений (составителю) принадлежит авторское право на осуществленные им подбор или расположение материалов, представляющие собой результат творческого труда (составительство).

Составитель пользуется авторским правом при условии соблюдения прав авторов каждого из произведений, включенных в составное произведение.

Авторы произведений, включенных в составное произведение, вправе использовать свои произведения независимо от составного произведения, если иное не предусмотрено договором с составителем.

Авторское право составителя не препятствует другим лицам осуществлять самостоятельный подбор или расположение тех же материалов для создания своих составных произведений.

2. Издателю энциклопедий, энциклопедических словарей, периодических и продолжающихся сборников научных трудов, а также юридическому лицу, на которое возложены функции редакции средства массовой информации (газеты, журнала или другого печатного средства массовой информации), принадлежит исключительное право на использование таких изданий в целом. Издатель, а также юридическое лицо, на которое возложены функции редакции средства массовой информации, вправе при любом использовании таких изданий указывать свое имя или наименование либо требовать их указания.

Авторы или иные обладатели исключительных прав на произведения, включенные в такие издания, сохраняют исключительные права на свои произведения независимо от принадлежности исключительного права на такие издания в целом, за исключением случаев, когда исключительные права на произведения переданы издателю или юридическому лицу, на которое возложены функции редакции средства массовой информации, по договору либо перешли к ним в соответствии с пунктами 2 и 3 статьи 17 настоящего Закона.

Статья 12. Авторское право на аудиовизуальное произведение

1. Авторами аудиовизуального произведения являются режиссер-постановщик, автор сценария, автор специально созданного для аудиовизуального произведения музыкального произведения с текстом или без текста, оператор-постановщик, художник-постановщик.

2. Заключение с автором аудиовизуального произведения договора на создание этого произведения влечет переход к производителю аудиовизуального произведения исключительного права на аудиовизуальное произведение на весь срок действия авторского права, если иное не предусмотрено договором.

Производитель аудиовизуального произведения вправе при любом использовании этого произведения указывать свое имя или наименование либо требовать их указания.

После ликвидации юридического лица – производителя аудиовизуального произведения, а также в случае смерти физического лица – производителя аудиовизуального произведения при отсутствии у него наследников исключительное право на аудиовизуальное произведение автоматически переходит к его авторам, в случае смерти авторов – к их наследникам в порядке, установленном законодательными актами.

3. Автор музыкального произведения с текстом или без текста, в том числе специально созданного для аудиовизуального произведения, имеет право на вознаграждение за публичное исполнение, передачу в эфир или передачу по кабелю аудиовизуального произведения, включающего в себя это музыкальное произведение, если иное не

предусмотрено договором между автором музыкального произведения и производителем аудиовизуального произведения.

4. Включение в состав аудиовизуального произведения или переработка для целей использования в аудиовизуальном произведении ранее существовавших произведений допускаются при условии соблюдения прав авторов таких произведений.

Авторы ранее существовавших произведений, включенных в состав аудиовизуального произведения или переработанных для целей использования в аудиовизуальном произведении, сохраняют авторское право на свои произведения и могут использовать их отдельно от аудиовизуального произведения.

5. Автор аудиовизуального произведения не вправе препятствовать его обнародованию производителем аудиовизуального произведения, а также реализовывать принадлежащее ему право на отзыв, если иное не предусмотрено договором между ним и производителем аудиовизуального произведения.

Статья 15. Личные неимущественные права автора

1. Автору в отношении его произведения принадлежат личные неимущественные права:

право авторства, то есть право признаваться автором произведения;

право на имя, то есть право использовать или разрешать использовать произведение под подлинным именем автора, вымышленным именем (псевдонимом) или без обозначения имени (анонимно). Указание имени автора произведения при использовании произведения в радиопрограмме может осуществляться в радиопрограмме, в составе которой используется произведение, или иным способом, информация о котором должна содержаться в этой радиопрограмме;

право на неприкосновенность произведения, то есть право, обозначающее, что без согласия автора не допускается внесение в его произведение любых изменений, сокращений и дополнений, за исключением случая, предусмотренного пунктом 6 статьи 17 настоящего Закона. Автор вправе возражать против всякого искажения своего произведения, а также любого другого посягательства на произведение, способных нанести ущерб чести или достоинству автора. При использовании произведения после смерти автора лицо, обладающее исключительным правом на произведение, вправе разрешить внесение в произведение изменений, сокращений и дополнений при условии, что этим не искажается замысел автора, не нарушается целостность восприятия произведения и это не противоречит воле автора, определенно выраженной им в завещании;

право на обнародование, то есть право обнародовать или разрешать обнародовать произведение в любой форме. Произведение, не обнародованное при жизни автора, может быть обнародовано после его смерти наследниками, если обнародование не противоречит воле автора, определенно выраженной им в завещании;

право на отзыв, то есть право отказаться от ранее принятого решения об обнародовании. Право на отзыв может быть реализовано только при условии возмещения пользователю причиненных таким решением убытков, включая упущенную выгоду. Если произведение уже было обнародовано, автор обязан публично оповестить о его отзыве. При этом он должен изъять за свой счет из гражданского оборота ранее изготовленные экземпляры произведения.

Право на обнародование и право на отзыв ограничиваются в случаях, предусмотренных пунктом 5 статьи 12 и пунктом 4 статьи 17 настоящего Закона.

2. Личные неимущественные права принадлежат автору независимо от его имущественных прав и сохраняются за ним в случае перехода (передачи) исключительного права на произведение к другому лицу.

Личные неимущественные права автора неотчуждаемы и непередаваемы. Любые соглашения, направленные на отказ от личных неимущественных прав автора, ничтожны.

Статья 16. Имущественные права

1. Автору в отношении его произведения или иному правообладателю принадлежат исключительное право на произведение, а также иные имущественные права в случаях, предусмотренных настоящим Законом.

2. Исключительное право на произведение означает право автора или иного правообладателя использовать произведение по своему усмотрению в любой форме и любым способом. При этом автору или иному правообладателю принадлежит право разрешать или запрещать другим лицам использовать произведение.

Использованием произведения признаются:

воспроизведение произведения;

распространение экземпляров произведения посредством продажи или иной передачи права собственности. Если экземпляры правомерно опубликованного произведения введены с разрешения автора или иного правообладателя в гражданский оборот на территории Республики Беларусь посредством их продажи или иной передачи права собственности, то допускается их дальнейшее распространение на территории Республики Беларусь без согласия автора или иного правообладателя и без выплаты им вознаграждения, за исключением случаев, предусмотренных статьей 18 настоящего Закона;

прокат экземпляров произведения, за исключением экземпляров компьютерной программы, если только сама компьютерная программа не является основным объектом проката;

ввоз на территорию Республики Беларусь экземпляров произведения, включая экземпляры, изготовленные с разрешения автора или иного правообладателя;

публичный показ экземпляров произведения;

публичное исполнение произведения;

передача произведения в эфир;

передача произведения по кабелю;

иное сообщение произведения для всеобщего сведения;

перевод произведения на другой язык;

переработка произведения для создания производного произведения;

иные возможные способы использования произведения.

3. Автор (наследники автора) имеет право на получение авторского вознаграждения за каждый способ использования произведения, за исключением случаев, предусмотренных главой 4 настоящего Закона и (или) договором. Размер авторского вознаграждения, выплачиваемого автору (наследникам автора) за использование произведения, не может быть ниже размера, установленного Советом Министров Республики Беларусь.

4. Автор или иной правообладатель для оповещения о принадлежащем им исключительном праве на произведение вправе по своему усмотрению использовать знак охраны авторского права, который помещается на каждом экземпляре произведения и обязательно состоит из трех элементов:

латинской буквы «С» в окружности;

имени (наименования) правообладателя;

года первого опубликования или иного обнародования произведения.

Использование знака охраны авторского права не является основанием для возникновения, изменения или прекращения каких-либо авторских прав на произведение, в отношении которого применяется этот знак.

Статья 20. Срок действия авторского права

1. Личные неимущественные права на произведения науки, литературы и искусства охраняются бессрочно.

2. Исключительное право на произведение действует в течение жизни автора и пятидесяти лет после его смерти, за исключением случаев, предусмотренных настоящей статьей.

3. Исключительное право на анонимное произведение или произведение, используемое под псевдонимом, действует в течение пятидесяти лет с момента первого правомерного

обнародования такого произведения или пятидесяти лет с момента его создания, если в течение пятидесяти лет с момента его создания оно не было правомерно обнародовано с согласия автора.

При определении срока действия исключительного права на анонимное произведение или произведение, используемое под псевдонимом, в отношении которых в пределах срока, предусмотренного частью первой настоящего пункта, автор раскрыл свое подлинное имя или его имя перестало оставлять сомнения, применяется пункт 2 настоящей статьи.

4. Исключительное право на произведение, созданное в соавторстве, действует в течение жизни и пятидесяти лет после смерти автора, пережившего других соавторов.

5. Исчисление сроков, предусмотренных настоящей статьей, начинается с 1 января года, следующего за годом, в котором имел место юридический факт, являющийся основанием для начала течения соответствующего срока.

Статья 21. Переход произведений в общественное достояние

1. Истечение срока действия исключительного права на произведение означает переход этого произведения в общественное достояние.

Произведения, которым на территории Республики Беларусь охрана никогда не предоставлялась, также считаются перешедшими в общественное достояние.

2. Произведения, перешедшие в общественное достояние, могут свободно использоваться любым физическим или юридическим лицом без выплаты вознаграждения. При этом должны соблюдаться право авторства, право на имя и право на неприкосновенность произведения.

ГЛАВА 3
СМЕЖНЫЕ ПРАВА

Статья 22. Объекты смежных прав

1. Смежные права распространяются на исполнения, фонограммы, передачи организаций эфирного или кабельного вещания.

К исполнениям относятся исполнения артистов-исполнителей и дирижеров, постановки режиссеров-постановщиков спектаклей.

2. Для возникновения и осуществления смежных прав не требуется соблюдение каких-либо формальностей.

Статья 23. Сфера действия смежных прав

1. Права исполнителя признаются за ним, если:

исполнитель является гражданином Республики Беларусь;

исполнение впервые имело место на территории Республики Беларусь;

исполнение записано на фонограмму в соответствии с пунктом 2 настоящей статьи;

исполнение, не записанное на фонограмму, включено в передачу в эфир или передачу по кабелю в соответствии с пунктом 3 настоящей статьи;

в иных случаях, предусмотренных международными договорами Республики Беларусь.

2. Права производителя фонограммы признаются за ним, если:

производитель фонограммы является гражданином или юридическим лицом Республики Беларусь;

фонограмма впервые опубликована на территории Республики Беларусь;

в иных случаях, предусмотренных международными договорами Республики Беларусь.

3. Права организации эфирного или кабельного вещания признаются за ней, если организация имеет официальное местонахождение на территории Республики Беларусь и осуществляет передачи с передатчиков, расположенных на территории Республики Беларусь, а также в иных случаях, предусмотренных международными договорами Республики Беларусь.

Статья 24. Субъекты смежных прав

1. Субъектами смежных прав являются исполнители, производители фонограмм, организации эфирного или кабельного вещания.

2. Субъекты смежных прав осуществляют свои права при условии соблюдения ими авторских прав на произведения науки, литературы и искусства, а также смежных прав других лиц на исполнения, фонограммы, передачи организаций эфирного или кабельного вещания, используемые при создании соответствующего объекта смежных прав.

3. При отсутствии доказательств иного исполнителем или производителем фонограммы считается лицо, указанное в качестве исполнителя или производителя фонограммы на каждом экземпляре фонограммы.

4. Исполнитель и производитель фонограммы, а также иной обладатель права на исполнение или фонограмму для оповещения о своих правах вправе по своему усмотрению использовать знак охраны смежных прав, который помещается на каждом экземпляре фонограммы и обязательно состоит из трех элементов:

латинской буквы «Р» в окружности;

имени (наименования) правообладателя;

года первого опубликования фонограммы.

Статья 25. Права на исполнение

1. Исполнителю в отношении его исполнения принадлежат личные неимущественные права:

право авторства в отношении исполнения, то есть право признаваться исполнителем;

право на имя, то есть право использовать или разрешать использовать исполнение под подлинным именем исполнителя, вымышленным именем (псевдонимом) или без обозначения имени (анонимно);

право на неприкосновенность исполнения, то есть право, обозначающее, что без согласия исполнителя не допускается внесение в его исполнение любых изменений, сокращений и дополнений, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом. Исполнитель вправе возражать против всякого искажения или иного изменения своего исполнения, способных нанести ущерб его репутации.

Личные неимущественные права принадлежат исполнителю независимо от исключительного права на исполнение и сохраняются за ним в случае перехода (передачи) исключительного права к другому лицу.

Личные неимущественные права исполнителя неотчуждаемы и непередаваемы. Любые соглашения, направленные на отказ от личных неимущественных прав исполнителя, ничтожны.

2. Исполнителю или иному правообладателю принадлежат исключительное право на исполнение, а также иные имущественные права в случаях, предусмотренных настоящим Законом.

Исключительное право на исполнение означает право исполнителя или иного правообладателя использовать исполнение по своему усмотрению в любой форме и любым способом. При этом исполнителю или иному правообладателю принадлежит право разрешать или запрещать другим лицам использовать исполнение.

3. Использованием исполнения признаются:

запись исполнения;

воспроизведение записи исполнения;

распространение записи исполнения посредством продажи или иной передачи права собственности. Если запись исполнения была произведена с разрешения исполнителя или экземпляры записи исполнения были правомерно введены в гражданский оборот на территории Республики Беларусь посредством их продажи или иной передачи права собственности, то допускается их дальнейшее распространение на территории Республики Беларусь без согласия исполнителя или иного правообладателя и без выплаты им вознаграждения;

прокат оригинала или экземпляров записи исполнения;

публичное исполнение записи исполнения, а также публичное исполнение постановки режиссера-постановщика спектакля или ее записи;

передача исполнения или его записи в эфир;

передача исполнения или его записи по кабелю;

иное сообщение исполнения для всеобщего сведения;

иные возможные способы использования исполнения.

4. Исключительное право на исполнение не действует в отношении воспроизведения, передачи в эфир или передачи по кабелю, а также публичного исполнения записи исполнения в случае, когда такая запись была произведена с согласия исполнителя, а ее воспроизведение, передача в эфир или передача по кабелю либо публичное исполнение осуществляются в тех же целях, для которых было получено согласие исполнителя при записи исполнения.

5. Заключение договора на исполнение в составе аудиовизуального произведения между исполнителем и производителем аудиовизуального произведения влечет предоставление исполнителем производителю аудиовизуального произведения исключительного права на использование исполнения в составе аудиовизуального произведения, если иное не предусмотрено договором.

Предоставление исполнителем такого права ограничивается использованием аудиовизуального произведения и, если иное не предусмотрено договором, не включает прав на отдельное использование звука или изображения, зафиксированных в аудиовизуальном произведении.

6. Исполнитель (наследники исполнителя) имеет право на получение вознаграждения за каждый способ использования исполнения третьими лицами, за исключением случаев, предусмотренных главой 4 настоящего Закона и (или) договором. Размер вознаграждения, выплачиваемого исполнителю (наследникам исполнителя) за использование исполнения, не может быть ниже размера, установленного Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 26. Смежные права на совместное исполнение

1. Смежные права на совместное исполнение принадлежат совместно членам коллектива исполнителей, принимавшим участие в его создании, в том числе режиссеру-постановщику спектакля, дирижеру, артистам-исполнителям, независимо от того, образует ли такое исполнение неразрывное целое или состоит из элементов, каждый из которых имеет самостоятельное значение.

2. Смежные права на совместное исполнение реализуются руководителем коллектива исполнителей, а при его отсутствии – совместно членами коллектива исполнителей, если иное не предусмотрено договором между ними.

Если совместное исполнение образует неразрывное целое, то ни один из членов коллектива исполнителей не вправе без достаточных оснований запретить другим членам коллектива исполнителей использование этого исполнения.

3. Элемент совместного исполнения, использование которого возможно независимо от других элементов, то есть элемент, имеющий самостоятельное значение, может быть использован создавшим его исполнителем по своему усмотрению, если иное не предусмотрено договором между членами коллектива исполнителей.

4. Каждый из членов коллектива исполнителей вправе самостоятельно принимать меры по защите своих смежных прав на совместное исполнение, в том числе в случае, когда такое исполнение образует неразрывное целое.

Статья 28. Имущественные права на фонограмму

1. Производителю фонограммы или иному правообладателю принадлежат исключительное право на фонограмму, а также иные имущественные права в случаях, предусмотренных настоящим Законом.

Исключительное право на фонограмму означает право производителя фонограммы или иного правообладателя использовать фонограмму по своему усмотрению в любой форме и любым способом. При этом производителю фонограммы или иному правообладателю принадлежит право разрешать или запрещать другим лицам использовать фонограмму.

2. Использованием фонограммы признаются:

воспроизведение фонограммы;

распространение экземпляров фонограммы посредством продажи или иной передачи права собственности. Если экземпляры правомерно опубликованной фонограммы введены с разрешения производителя фонограммы или иного правообладателя в гражданский оборот на территории Республики Беларусь посредством их продажи или иной передачи права собственности, то допускается их дальнейшее распространение на территории Республики Беларусь без согласия производителя фонограммы или иного правообладателя и без выплаты им вознаграждения;

ввоз на территорию Республики Беларусь экземпляров фонограммы, включая экземпляры, изготовленные с разрешения производителя фонограммы или иного правообладателя;

прокат экземпляров фонограммы;

публичное исполнение фонограммы;

передача фонограммы в эфир;

передача фонограммы по кабелю;

сообщение фонограммы для всеобщего сведения;

переработка фонограммы;

иные возможные способы использования фонограммы.

3. Производитель фонограммы или иной правообладатель имеют право на получение вознаграждения за каждый способ использования фонограммы третьими лицами, за исключением случаев, предусмотренных главой 4 настоящего Закона и (или) договором. Размер вознаграждения, выплачиваемого производителю фонограммы или иному правообладателю за использование фонограммы, не может быть ниже размера, установленного Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 30. Сроки действия смежных прав

1. Личные неимущественные права исполнителя охраняются бессрочно.

Исключительное право на исполнение действует в течение пятидесяти лет с момента осуществления исполнения, либо первой записи исполнения, либо первой передачи исполнения в эфир, или по кабелю, или иным способом сообщения для всеобщего сведения.

2. Исключительное право на фонограмму действует в течение пятидесяти лет с момента первого опубликования фонограммы или в течение пятидесяти лет после ее первой записи, если фонограмма не была опубликована в течение этого срока.

3. Исключительное право на передачу организации эфирного или кабельного вещания действует в течение пятидесяти лет соответственно с момента осуществления передачи в эфир или с момента осуществления передачи по кабелю.

4. Исчисление сроков, предусмотренных настоящей статьей, начинается с 1 января года, следующего за годом, в котором имел место юридический факт, являющийся основанием для начала течения соответствующего срока.

Статья 31. Переход объектов смежных прав в общественное достояние

1. Истечение срока действия исключительного права на объекты смежных прав означает переход этих объектов в общественное достояние.

2. Объекты смежных прав, которым на территории Республики Беларусь охрана никогда не предоставлялась, также считаются перешедшими в общественное достояние.

3. Объекты смежных прав, перешедшие в общественное достояние, могут свободно использоваться любым физическим или юридическим лицом без выплаты вознаграждения. При этом должны соблюдаться личные неимущественные права исполнителей.

ГЛАВА 4
СЛУЧАИ СВОБОДНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ АВТОРСКОГО ПРАВА И СМЕЖНЫХ ПРАВ

Статья 32. Свободное использование объектов авторского права и смежных прав

1. В случаях, предусмотренных настоящей главой, допускается использование объектов авторского права и смежных прав без согласия их авторов или иных правообладателей и,

если иное не предусмотрено настоящей главой, без выплаты вознаграждения за такое использование (свободное использование).

Если в настоящей главе прямо не предусмотрено иное, случаи свободного использования, предусмотренные для произведений, распространяются также на исполнения, фонограммы, передачи организаций эфирного или кабельного вещания.

Во всех случаях свободного использования произведений и исполнений, если иное не предусмотрено настоящей главой, должны соблюдаться личные неимущественные права авторов и исполнителей используемых произведений и исполнений.

2. Допускается воспроизведение отрывков из правомерно обнародованных произведений (цитирование) в оригинале и переводе в исследовательских, образовательных, полемических, критических или информационных целях в том объеме, который оправдан целью цитирования.

3. Оригиналы произведений изобразительного искусства, оригиналы рукописей произведений писателей, композиторов и ученых могут быть публично показаны лицом, правомерно владеющим оригиналом произведения, а также воспроизведены в каталогах выставок и изданиях, посвященных коллекциям таких произведений, в том числе в случае, когда исключительное право на произведение не перешло к лицу, которое правомерно владеет оригиналом такого произведения.

4. Допускается воспроизведение правомерно обнародованного произведения для целей административного, уголовного, конституционного, гражданского судопроизводства, судопроизводства по экономическим делам, а также в рамках третейского разбирательства.

5. Музыкальное произведение может быть публично исполнено во время религиозной церемонии либо похорон в объеме, оправданном характером такой церемонии. При этом указание автора и источника заимствования необязательно.

6. Допускается публичное исполнение произведений непрофессиональными исполнителями и непрофессиональными (самодеятельными) коллективами художественного творчества, в том числе обучающимися, воспитанниками, педагогическими и иными работниками учреждений образования, при условии, что такое использование произведений не преследует цели извлечения прибыли.

7. Фотографическое произведение, произведения архитектуры, изобразительного искусства могут быть воспроизведены, переданы в эфир или по кабелю, а также сообщены для всеобщего сведения иным образом в случае, если такие произведения постоянно находятся в месте, открытом для свободного посещения. При этом изображение таких произведений не должно являться основным объектом воспроизведения, передачи в эфир, передачи по кабелю или иного сообщения для всеобщего сведения, а также не должно использоваться в коммерческих целях.

Статья 41. Использование фонограммы, опубликованной в коммерческих целях, без согласия правообладателей

1. Допускаются без согласия производителя фонограммы, опубликованной в коммерческих целях, и исполнителя, исполнение которого записано на такой фонограмме, иных правообладателей таких объектов смежных прав, но с выплатой им вознаграждения:

публичное исполнение фонограммы;

передача фонограммы в эфир или по кабелю;

иное сообщение фонограммы для всеобщего сведения.

Для целей настоящего Закона фонограммы, ставшие доступными для всеобщего сведения по проводам или средствами беспроводной связи таким образом, что представители публики могут осуществлять к ним доступ из любого места и в любое время по их собственному выбору, рассматриваются, как если бы они были опубликованы в коммерческих целях.

2. Выплату вознаграждения, предусмотренного частью первой пункта 1 настоящей статьи, осуществляют лица, использующие фонограмму указанными способами.

Сбор, распределение и выплата такого вознаграждения осуществляются организацией по коллективному управлению имущественными правами.

Минимальный размер вознаграждения, а также правила его сбора, распределения и выплаты устанавливаются Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 41[1]. Использование музыкальных произведений при проведении и (или) освещении в средствах массовой информации отдельных культурных мероприятий без согласия правообладателей

1. При проведении и (или) освещении в средствах массовой информации культурных мероприятий, имеющих государственное, политическое, историческое, идеологическое, международное или общественное значение, финансируемых полностью или частично за счет средств бюджета и посвященных государственным праздникам, праздничным дням и памятным датам либо важным событиям в жизни государства и общества, допускается без согласия автора или иного правообладателя, но с выплатой им вознаграждения использование правомерно обнародованных музыкальных произведений следующими способами:

публичное исполнение;

передача в эфир или передача по кабелю;

иное сообщение для всеобщего сведения.

Перечень таких мероприятий ежегодно устанавливается республиканским органом государственного управления, проводящим государственную политику в сфере культуры, и размещается на его официальном сайте.

2. Выплату вознаграждения, предусмотренного частью первой пункта 1 настоящей статьи, осуществляют лица, использующие музыкальные произведения указанными способами.

Сбор, распределение и выплата такого вознаграждения осуществляются организацией по коллективному управлению имущественными правами.

Размер вознаграждения, а также правила его сбора, распределения и выплаты устанавливаются Советом Министров Республики Беларусь.

3. Случай свободного использования, предусмотренный настоящей статьей, не распространяется на исполнения, фонограммы и передачи организаций эфирного или кабельного вещания.

Использование фонограмм, опубликованных в коммерческих целях, и исполнений, записанных на таких фонограммах, при проведении и (или) освещении отдельных культурных мероприятий, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи, осуществляется в соответствии со статьей 41 настоящего Закона.

ГЛАВА 5
ПЕРЕХОД И ПЕРЕДАЧА ПРАВ

Статья 42. Переход исключительного права по наследству или в порядке иного правопреемства. Охрана личных неимущественных прав авторов и исполнителей после их смерти

1. Исключительное право на объект авторского права или смежных прав переходит по наследству или в порядке иного правопреемства, если иное не предусмотрено настоящим Законом.

2. Охрана личных неимущественных прав авторов и исполнителей после их смерти осуществляется без ограничения срока их наследниками или исполнителями завещания, а при их отсутствии – уполномоченным республиканским органом государственного управления, проводящим государственную политику, осуществляющим регулирование и управление в сфере охраны прав на объекты интеллектуальной собственности (далее – уполномоченный государственный орган).

Статья 43. Договор уступки исключительного права

1. По договору уступки исключительного права автор или иной правообладатель отчуждают исключительное право на объект авторского права или смежных прав в полном объеме приобретателю на весь срок действия авторского права (смежных прав).

Если договором уступки исключительного права не предусмотрено иное, исключительное право на объект авторского права или смежных прав переходит от автора или иного правообладателя к приобретателю с момента заключения договора.

2. Договор уступки исключительного права должен содержать условие о размере вознаграждения или о порядке его определения либо прямое указание на безвозмездность.

3. Договор уступки исключительного права заключается в письменной форме.

Статья 44. Лицензионный договор

1. По лицензионному договору автор или иной правообладатель (лицензиар) предоставляют пользователю (лицензиату) право использования объекта авторского права или смежных прав.

В лицензионном договоре должны быть предусмотрены конкретные способы использования объекта авторского права или смежных прав.

2. По договору исключительной лицензии лицензиар предоставляет лицензиату право использования объекта авторского права или смежных прав определенным способом в пределах, установленных этим договором.

При этом лицензиар не имеет права использовать и разрешать другим лицам использование объекта авторского права или смежных прав в части, предоставленной лицензиату, но сохраняет право использовать и разрешать другим лицам использование объекта авторского права или смежных прав в части, которая не предоставлена лицензиату.

3. По договору простой (неисключительной) лицензии лицензиар предоставляет лицензиату право использования объекта авторского права или смежных прав с сохранением за лицензиаром права использования объекта авторского права или смежных прав и права выдачи лицензии другим лицам.

4. Лицензионный договор предполагается возмездным, если иное не предусмотрено этим договором. Вознаграждение определяется в лицензионном договоре в процентах от дохода за соответствующий способ использования объекта авторского права или смежных прав либо в виде фиксированной суммы или иным способом.

Если в заключенном автором лицензионном договоре о воспроизведении произведения авторское вознаграждение определяется в виде фиксированной суммы, то в нем должно быть установлено максимальное количество воспроизводимых экземпляров произведения.

5. Лицензионный договор должен, а лицензионный договор, заключенный автором, может содержать условия о сроках их действия и о территории, на которой допускается использование объекта авторского права или смежных прав.

Если в лицензионном договоре, заключенном автором, не содержится условие о сроке его действия, то этот договор считается заключенным на три года.

Если в лицензионном договоре, заключенном автором, не содержится условие о территории, на которой допускается использование произведения, то действие этого договора ограничивается территорией Республики Беларусь.

6. Лицензиат вправе предоставить другим лицам (сублицензиатам) право использования объекта авторского права или смежных прав лишь в случае, если это прямо предусмотрено лицензионным договором, и в пределах полномочий, предоставленных лицензиату этим договором.

Если право на заключение сублицензионного договора лицензиату предоставил автор, то в лицензионном договоре указывается доля от вознаграждения, получаемого лицензиатом от сублицензиата, которую лицензиат должен выплачивать автору. Вознаграждение, получаемое автором за использование произведения сублицензиатом, не может быть меньше вознаграждения, которое должен выплачивать лицензиат за соответствующий способ использования произведения в соответствии с условиями лицензионного договора, если иное прямо не предусмотрено лицензионным договором.

7. Лицензионный договор должен быть заключен в письменной форме, если иное не предусмотрено частями второй и третьей настоящего пункта и статьей 45 настоящего Закона.

Заключение лицензионного договора о предоставлении права использования компьютерной программы или базы данных допускается путем заключения каждым лицензиатом с соответствующим лицензиаром договора присоединения, условия которого изложены на приобретаемом экземпляре компьютерной программы или базы данных либо на упаковке каждого экземпляра или приложены к каждому экземпляру. Начало использования таких компьютерной программы или базы данных лицензиатом означает его согласие на заключение договора.

Автор произведения вправе заключить лицензионный договор об использовании произведения в печатных средствах массовой информации, в том числе с правом заключения лицензиатом безвозмездного сублицензионного договора, в устной форме.

Статья 45. Открытая лицензия

1. Лицензионный договор, по которому автор или иной правообладатель (лицензиар) предоставляют лицензиату простую (неисключительную) лицензию на использование объекта авторского права или смежных прав, может быть заключен в упрощенном порядке (открытая лицензия).

Открытая лицензия является договором присоединения. Все условия такого договора должны быть доступны неопределенному кругу лиц и размещены таким образом, чтобы лицензиат имел возможность ознакомиться с ними перед началом использования соответствующего объекта авторского права или смежных прав.

Начало использования объекта авторского права или смежных прав является акцептом условий открытой лицензии. В открытой лицензии может содержаться указание на иные действия, совершение которых будет считаться акцептом ее условий. Лицензионный договор считается заключенным с момента совершения лицензиатом указанных действий.

2. Открытая лицензия является безвозмездной, если ее условиями не предусмотрено иное.

3. Если срок действия открытой лицензии не определен, то лицензионный договор считается заключенным в отношении компьютерных программ и баз данных на весь срок действия исключительного права, а в отношении других видов произведений и объектов смежных прав – на пять лет.

4. Если в открытой лицензии не указана территория, на которой допускается использование объекта авторского права или смежных прав, такое использование допускается на территории любой страны.

Статья 46. Договор о создании и использовании объекта авторского права или смежных прав

1. По договору о создании и использовании объекта авторского права или смежных прав автор (исполнитель) принимает на себя обязательство создать в предусмотренный договором срок произведение (исполнение), соответствующее требованиям заказчика, и передать заказчику исключительное право на это произведение (исполнение) либо предоставить заказчику право его использования в пределах, установленных договором.

2. Произведение (исполнение), создание которого предусмотрено договором, должно быть передано заказчику в срок, предусмотренный договором.

Если автор (исполнитель) не представит заказчику созданное произведение (исполнение) в срок, предусмотренный договором, он обязан возместить причиненный заказчику реальный ущерб, если не докажет, что нарушение срока произошло не по его вине.

Материальный объект, в котором воплощено произведение (исполнение), передается заказчику в собственность, если иное не предусмотрено договором.

2^1. Принятие заказчиком созданного автором (исполнителем) произведения (исполнения) в порядке, установленном договором, влечет за собой передачу заказчику исключительного права на это произведение (исполнение) либо предоставление заказчику права его использования на условиях, установленных договором.

3. Договор должен содержать условие о размере вознаграждения за создание произведения (исполнения) или о порядке его определения, а также условие о порядке его выплаты.

Договор может предусматривать обязательство заказчика выплатить автору (исполнителю) аванс в счет предусмотренного договором вознаграждения за создание произведения (исполнения).

Договор может содержать условие о размере вознаграждения за использование произведения (исполнения) или о порядке его определения либо о безвозмездном использовании произведения (исполнения).

4. Условия договора, ограничивающие автора (исполнителя) в создании в будущем произведения (исполнения) определенного рода либо в определенной области, признаются недействительными.

5. Договор, обязывающий автора (исполнителя) предоставлять заказчику исключительные права на любые произведения (исполнения), которые он создаст в будущем, ничтожен.

6. Договор о создании и использовании объекта авторского права или смежных прав заключается в письменной форме. Договор, не соответствующий этому требованию, ничтожен.

ГЛАВА 6
КОЛЛЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИМУЩЕСТВЕННЫМИ ПРАВАМИ

Статья 47. Организации по коллективному управлению имущественными правами

1. В целях обеспечения имущественных прав авторов или иных правообладателей в случаях, когда их практическое осуществление в индивидуальном порядке затруднительно, а также в случаях, когда настоящим Законом предусмотрена выплата вознаграждения за использование произведений или объектов смежных прав, осуществляемое без согласия авторов или иных правообладателей, могут создаваться организации по коллективному управлению имущественными правами.

2. Организации по коллективному управлению имущественными правами могут действовать в форме:

некоммерческих организаций, основанных на членстве авторов или иных правообладателей;

учреждений, имущество которых находится в государственной собственности.

Деятельность по управлению имущественными правами авторов или иных правообладателей на коллективной основе не является предпринимательской.

3. Организации, указанные в части первой пункта 2 настоящей статьи, вправе заниматься деятельностью в области коллективного управления имущественными правами после их государственной аккредитации.

Статья 48. Государственная аккредитация организации по коллективному управлению имущественными правами

1. Государственная аккредитация организации по коллективному управлению имущественными правами (далее – государственная аккредитация) – процедура, подтверждающая соответствие юридического лица требованиям, предъявляемым к организациям по коллективному управлению имущественными правами, а также определяющая способность этого юридического лица осуществлять деятельность в определенных сферах коллективного управления имущественными правами авторов или иных правообладателей.

2. Организация по коллективному управлению имущественными правами может получить государственную аккредитацию на осуществление деятельности в следующих сферах коллективного управления:

управление исключительными правами на драматические и музыкально-драматические произведения, другие сценарные произведения при их публичном исполнении;

управление исключительными правами на музыкальные произведения с текстом и без текста при их публичном исполнении, за исключением случаев, предусмотренных статьей 41^1 настоящего Закона;

управление исключительными правами на произведения при их передаче в эфир или передаче по кабелю, за исключением случаев, предусмотренных статьей 41^1 настоящего Закона;

управление исключительными правами на произведения при их сообщении для всеобщего сведения, кроме эфирного и кабельного вещания, за исключением случаев, предусмотренных статьей 41^1 настоящего Закона;

управление исключительными правами на исполнения и фонограммы при их публичном исполнении;

управление исключительными правами на исполнения и фонограммы при их передаче в эфир или передаче по кабелю;

управление исключительными правами на исполнения и фонограммы при сообщении исполнений и фонограмм для всеобщего сведения, кроме эфирного и кабельного вещания;

управление правом следования в отношении оригиналов произведений изобразительного искусства, оригиналов рукописей произведений писателей, композиторов и ученых;

сбор вознаграждения за воспроизведение в личных целях аудиовизуальных произведений, произведений и исполнений, воплощенных в фонограммах, фонограмм в интересах лиц, обладающих исключительными правами на такие произведения, исполнения, фонограммы (авторы, исполнители, производители фонограмм или иные правообладатели);

сбор вознаграждения за публичное исполнение, передачу в эфир или передачу по кабелю, а также за иное сообщение для всеобщего сведения фонограмм, опубликованных в коммерческих целях, и исполнений, записанных на таких фонограммах, в интересах лиц, обладающих исключительными правами на такие объекты (исполнители, производители фонограмм, иные правообладатели);

сбор вознаграждения за публичное исполнение, передачу в эфир или передачу по кабелю, а также за иное сообщение для всеобщего сведения музыкальных произведений при проведении и (или) освещении в средствах массовой информации культурных мероприятий, предусмотренных пунктом 1 статьи 41^1 настоящего Закона, в интересах лиц, обладающих исключительными правами на такие произведения (авторы и иные правообладатели);

управление исключительными правами на произведения литературы и науки при их использовании, в том числе библиотеками, за исключением случаев, предусмотренных статьей 37 настоящего Закона;

управление исключительными правами в отношении произведений и объектов смежных прав в иных случаях, при которых осуществление прав в индивидуальном порядке затруднительно.

Государственную аккредитацию в сферах коллективного управления имущественными правами, предусмотренных абзацами десятым–двенадцатым части первой настоящего пункта, может получить только одна организация по коллективному управлению имущественными правами. Такая организация должна действовать в форме учреждения, имущество которого находится в государственной собственности.

3. Основными условиями государственной аккредитации являются:

определение в уставе организации по коллективному управлению имущественными правами категорий авторов или иных правообладателей и сфер, в которых она предполагает осуществление коллективного управления имущественными правами;

членство в организации по коллективному управлению имущественными правами не менее 50 авторов или иных правообладателей, чьи произведения и (или) объекты смежных прав относятся к сфере деятельности этой организации. Это условие не применяется в отношении организаций по коллективному управлению имущественными правами,

созданных в форме учреждений, имущество которых находится в государственной собственности;

наличие разработанной системы сбора, распределения и выплаты вознаграждения;

наличие официального сайта в национальном сегменте глобальной компьютерной сети Интернет (далее – официальный сайт) для предоставления всем заинтересованным лицам информации о правах, переданных в управление организации по коллективному управлению имущественными правами, включая наименования произведений и (или) объектов смежных прав, имя автора или иного правообладателя.

4. Проведение государственной аккредитации осуществляется на основании заявления заинтересованного лица, поданного в уполномоченный государственный орган. Решение о государственной аккредитации (об отказе в государственной аккредитации) заявленной организации по коллективному управлению имущественными правами принимается уполномоченным государственным органом в течение одного месяца со дня поступления заявления.

Заявление заинтересованного лица передается уполномоченным государственным органом в комиссию по государственной аккредитации организаций по коллективному управлению имущественными правами (далее – комиссия по аккредитации) для рассмотрения и подготовки заключения.

Комиссия по аккредитации является коллегиальным совещательным органом и формируется из числа должностных лиц заинтересованных республиканских органов государственного управления и представителей общественных объединений (творческих союзов).

Положение о комиссии по аккредитации, ее состав утверждаются Советом Министров Республики Беларусь.

5. Заключение о возможности государственной аккредитации заявленной организации по коллективному управлению имущественными правами (о возможности отказа в государственной аккредитации с указанием оснований для отказа) принимается на заседании комиссии по аккредитации на основе принципа открытости процедуры.

Заключение комиссии по аккредитации является основанием для принятия уполномоченным государственным органом решения о государственной аккредитации (об отказе в государственной аккредитации).

Государственная аккредитация предоставляется организации по коллективному управлению имущественными правами сроком на пять лет с возможностью ее продления на каждые последующие пять лет по заявлению этой организации в порядке, установленном настоящей статьей.

Порядок проведения государственной аккредитации определяется Советом Министров Республики Беларусь.

6. Основанием для отказа в государственной аккредитации является несоответствие организации по коллективному управлению имущественными правами условиям, установленным пунктом 3 настоящей статьи.

Отказ в государственной аккредитации должен быть мотивированным.

Отказ в государственной аккредитации может быть обжалован в судебном порядке.

7. Государственная аккредитация может быть прекращена досрочно.

Основаниями для досрочного прекращения государственной аккредитации являются:

представление организацией по коллективному управлению имущественными правами недостоверных сведений, послуживших основанием для принятия решения о государственной аккредитации;

добровольный отказ организации по коллективному управлению имущественными правами от государственной аккредитации;

неустранение организацией по коллективному управлению имущественными правами в срок, установленный уполномоченным государственным органом, недостатков в области

коллективного управления имущественными правами, в отношении которых этим органом направлялось письменное предупреждение об их устранении;

непредставление в установленный срок в уполномоченный государственный орган ежегодного отчета о деятельности организации по коллективному управлению имущественными правами, а также годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности и аудиторского заключения по этой отчетности;

представление в уполномоченный государственный орган ежегодного отчета о деятельности организации по коллективному управлению имущественными правами, а также годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности, содержащих заведомо ложные сведения;

превышение установленного частью третьей пункта 8 статьи 50 настоящего Закона предельного размера удержаний из суммы вознаграждения, собранного организацией по коллективному управлению имущественными правами;

систематическое нарушение законодательства об авторском праве и смежных правах.

Предложение о досрочном прекращении государственной аккредитации вносится уполномоченным государственным органом по одному или нескольким основаниям, предусмотренным частью второй настоящего пункта, в комиссию по аккредитации для рассмотрения и подготовки заключения. В случае добровольного отказа организации по коллективному управлению имущественными правами от государственной аккредитации предложение о досрочном прекращении государственной аккредитации вносится уполномоченным государственным органом на основании заявления этой организации, поданного в уполномоченный государственный орган.

Заключения об обоснованности досрочного прекращения государственной аккредитации с указанием оснований для досрочного прекращения государственной аккредитации или о возможности отказа в досрочном прекращении государственной аккредитации принимаются на заседании комиссии по аккредитации на основе принципа открытости процедуры.

Заключение комиссии по аккредитации является основанием для принятия уполномоченным государственным органом решения по вопросу, связанному с досрочным прекращением государственной аккредитации.

Решение по вопросу, связанному с досрочным прекращением государственной аккредитации, принимается уполномоченным государственным органом в течение одного месяца со дня поступления в комиссию по аккредитации предложения о досрочном прекращении государственной аккредитации, а в случае добровольного отказа организации по коллективному управлению имущественными правами от государственной аккредитации – в течение одного месяца со дня поступления заявления о досрочном прекращении государственной аккредитации в уполномоченный государственный орган.

Статья 49. Функции организации по коллективному управлению имущественными правами

1. Организация по коллективному управлению имущественными правами выполняет следующие функции:

заключает с пользователями произведений и (или) объектов смежных прав на основе полномочий, предоставленных по договору авторами или иными правообладателями, а также другими организациями по коллективному управлению имущественными правами, в том числе иностранными, от своего имени, но в интересах авторов или иных правообладателей договоры об использовании определенным способом произведений и (или) объектов смежных прав;

собирает вознаграждение в соответствии с договорами, заключенными с пользователями, а также в соответствии с пунктом 3 статьи 35 настоящего Закона;

распределяет и регулярно выплачивает собранное вознаграждение авторам или иным правообладателям, в отношении прав которых осуществляется коллективное управление имущественными правами;

представляет в суде в соответствии с законодательством интересы авторов или иных правообладателей, правами которых она управляет, а также совершает иные юридические действия, необходимые для защиты прав авторов или иных правообладателей;

осуществляет иные действия в соответствии с полномочиями, полученными от авторов или иных правообладателей, либо в соответствии с пунктом 1^1 статьи 50 настоящего Закона.

2. Организация по коллективному управлению имущественными правами не вправе осуществлять использование произведений и (или) объектов смежных прав, права на которые переданы ей для управления на коллективной основе.

3. Исключен.

4. Организация по коллективному управлению имущественными правами формирует реестры, содержащие сведения о правах, переданных ей в управление, включая наименования произведений и (или) объектов смежных прав, имя автора или иного правообладателя. Сведения, содержащиеся в таких реестрах, предоставляются всем заинтересованным лицам в порядке, установленном организацией по коллективному управлению имущественными правами, за исключением сведений, которые в соответствии с законодательством или договором не могут разглашаться без согласия автора или иного правообладателя.

Организация по коллективному управлению имущественными правами размещает на официальном сайте информацию о правах, переданных ей в управление, включая наименования произведений и (или) объектов смежных прав, имя автора или иного правообладателя.

5. Организация по коллективному управлению имущественными правами вправе в соответствии с условиями договоров, заключенных с авторами или иными правообладателями, а также договоров, заключенных с другими организациями по коллективному управлению имущественными правами, направлять до 20 процентов собранного вознаграждения на социальные, культурные и образовательные цели. Эти денежные средства могут использоваться в том числе для поддержки молодых талантливых авторов и исполнителей Республики Беларусь (оказание материальной помощи для организации выставок, участия в конкурсах, издания произведений, приобретения и оборудования мастерских, прохождения стажировок), видных деятелей науки, литературы и искусства, являющихся пенсионерами и нуждающихся в материальной помощи.

Порядок расходования указанных денежных средств устанавливается уставом организации по коллективному управлению имущественными правами.

Статья 50. Отношения организации по коллективному управлению имущественными правами с авторами или иными правообладателями

1. Полномочия на коллективное управление имущественными правами передаются организации по коллективному управлению имущественными правами непосредственно автором или иным правообладателем на основании заключенного с нею договора об управлении имущественными правами на произведение и (или) объект смежных прав, а также по соответствующим договорам с иными организациями по коллективному управлению имущественными правами, в том числе иностранными.

Организация по коллективному управлению имущественными правами не может отказать автору или иному правообладателю в заключении договора об управлении имущественными правами на произведение и (или) объект смежных прав, если управление такой категорией прав относится к сфере деятельности этой организации.

При заключении договора об управлении имущественными правами на произведение и (или) объект смежных прав организация по коллективному управлению имущественными правами обязана действовать на равных условиях в отношении авторов или иных правообладателей, обладающих исключительными правами на произведения и (или) объекты смежных прав одного вида (литературные, музыкальные, драматические и др.), используемые в одной сфере коллективного управления имущественными правами.

1^1. Организация по коллективному управлению имущественными правами, получившая государственную аккредитацию в сферах коллективного управления имущественными правами, предусмотренных абзацами одиннадцатым и двенадцатым части первой пункта 2 статьи 48 настоящего Закона, вправе в рамках осуществления коллективного управления в указанных сферах осуществлять сбор и распределение вознаграждения, предусмотренного частью первой пункта 1 статьи 41 и частью первой пункта 1 статьи 41^1 настоящего Закона, для авторов и иных правообладателей, с которыми у нее не заключены договоры об управлении имущественными правами на произведение и (или) объект смежных прав, а также в случаях, когда у нее не заключены соответствующие договоры с иными организациями по коллективному управлению имущественными правами, в том числе иностранными.

Организация по коллективному управлению имущественными правами, указанная в части первой настоящего пункта, принимает в отношении авторов и иных правообладателей, иных организаций по коллективному управлению имущественными правами, в том числе иностранных, указанных в части первой настоящего пункта, разумные и достаточные меры по:

уведомлению о собранном в интересах таких авторов и иных правообладателей в соответствии с частью первой настоящего пункта вознаграждении (в том числе путем размещения информации на ее официальном сайте);

заключению договоров об управлении имущественными правами на произведение и (или) объект смежных прав с такими авторами и иными правообладателями, соответствующих договоров с иными организациями по коллективному управлению имущественными правами, в том числе иностранными;

выплате собранного в интересах таких авторов и иных правообладателей в соответствии с частью первой настоящего пункта вознаграждения.

2. Договор об управлении имущественными правами на произведение и (или) объект смежных прав должен содержать:

перечень произведений и (или) объектов смежных прав, конкретные формы и способы их использования, в отношении которых организации по коллективному управлению имущественными правами передаются полномочия на управление;

порядок расчета и выплаты вознаграждения, собираемого организацией по коллективному управлению имущественными правами за использование произведений и (или) объектов смежных прав.

Договор об управлении имущественными правами (правом на получение вознаграждения, предусмотренного пунктом 3 статьи 35 настоящего Закона) должен также содержать условие, установленное частью второй пункта 4 статьи 35 настоящего Закона.

Договор об управлении имущественными правами на произведение и (или) объект смежных прав заключается на неопределенный срок.

3. Автор или иной правообладатель могут заключить договор об управлении имущественными правами в отношении определенного произведения и (или) объекта смежных прав в соответствующей сфере коллективного управления только с одной организацией по коллективному управлению имущественными правами.

4. Распределение и выплата вознаграждения, собираемого организацией по коллективному управлению имущественными правами за использование произведений и (или) объектов смежных прав, должны производиться регулярно, не реже одного раза в квартал, пропорционально фактическому использованию соответствующих произведений и (или) объектов смежных прав, определяемому на основе сведений, получаемых от пользователей, а также других данных об использовании произведений и (или) объектов смежных прав, в том числе сведений статистического характера.

Периодичность перечисления собранного вознаграждения иностранным авторам или иным иностранным правообладателям устанавливается в договорах о представительстве

интересов, заключенных с иностранными организациями по коллективному управлению имущественными правами, но не может быть реже одного раза в год.

Одновременно с выплатой вознаграждения организация по коллективному управлению имущественными правами обязана предоставлять авторам или иным правообладателям сведения об объемах использования их произведений и (или) объектов смежных прав, о размере собранного вознаграждения за использование их произведений и (или) объектов смежных прав и размере отчислений на покрытие своих расходов по осуществлению коллективного управления их имущественными правами, а также сведения о денежных средствах, направляемых на социальные, культурные и образовательные цели, в фонд Президента Республики Беларусь по поддержке культуры и искусства.

5. Не выплаченное в течение трех месяцев с момента распределения вознаграждение зачисляется на банковские счета организации по коллективному управлению имущественными правами, где хранится до востребования автором или иным правообладателем в течение трех лет с момента зачисления на банковские счета, без права использования указанного вознаграждения этой организацией. При этом информация о поиске автора или иного правообладателя, которым не выплачено вознаграждение, размещается на официальном сайте организации по коллективному управлению имущественными правами с момента зачисления этих денежных средств на соответствующие банковские счета.

По истечении трех лет не выплаченное автору или иному правообладателю вознаграждение в течение трех месяцев перечисляется организацией по коллективному управлению имущественными правами в доход республиканского бюджета.

Правила сбора, распределения и выплаты вознаграждения авторам или иным правообладателям, а также порядок перечисления невыплаченного вознаграждения в доход республиканского бюджета определяются Советом Министров Республики Беларусь.

6. Исключен.

7. Распределение вознаграждения между правообладателями, собранного в соответствии с пунктом 3 статьи 35 настоящего Закона, осуществляется организацией по коллективному управлению имущественными правами, имеющей государственную аккредитацию на осуществление деятельности в соответствующей сфере коллективного управления имущественными правами, пропорционально фактическому использованию аудиовизуальных произведений, произведений и исполнений, воплощенных в фонограммах, фонограмм.

Размер вознаграждения рассчитывается на основе данных об использовании аудиовизуальных произведений, произведений и исполнений, воплощенных в фонограммах, фонограмм при их публичном исполнении и передаче в эфир или передаче по кабелю, ином сообщении для всеобщего сведения, предоставляемых организациями по коллективному управлению имущественными правами, аккредитованными для осуществления деятельности в соответствующих сферах коллективного управления имущественными правами, на основании соглашений об обмене информацией, а также авторами или иными правообладателями, самостоятельно или через представителя осуществляющими свои имущественные права, в том числе сведений статистического характера.

В случае отсутствия возможности получения данных об использовании аудиовизуальных произведений, произведений и исполнений, воплощенных в фонограммах, фонограмм, предусмотренных частью второй настоящего пункта, организация по коллективному управлению имущественными правами, осуществляющая сбор вознаграждения в соответствии с пунктом 3 статьи 35 настоящего Закона, вправе самостоятельно формировать такие данные на основе общедоступных сведений об использовании объектов авторского права или смежных прав, в том числе сведений статистического характера.

8. Организация по коллективному управлению имущественными правами вправе производить из суммы собранного ею вознаграждения отчисления на покрытие своих расходов по осуществлению коллективного управления имущественными правами.

Размер таких отчислений, за исключением случая, предусмотренного частью четвертой настоящего пункта, устанавливается в договоре об управлении имущественными правами на произведение и (или) объект смежных прав с учетом положения части третьей настоящего пункта.

Организация по коллективному управлению имущественными правами не имеет права удерживать более 50 процентов из суммы собранного ею вознаграждения на покрытие своих расходов по осуществлению коллективного управления имущественными правами, направление на социальные, культурные и образовательные цели, в фонд Президента Республики Беларусь по поддержке культуры и искусства.

Организация по коллективному управлению имущественными правами, получившая государственную аккредитацию в сферах коллективного управления имущественными правами, предусмотренных абзацами одиннадцатым и двенадцатым части первой пункта 2 статьи 48 настоящего Закона, имеет право производить из суммы собранного ею вознаграждения отчисления на покрытие своих расходов по осуществлению коллективного управления имущественными правами в размере не более 20 процентов от суммы собранного ею вознаграждения.

9. Автор или иной правообладатель вправе отказаться от исполнения договора с организацией по коллективному управлению имущественными правами полностью либо в отношении определенных произведений и (или) объектов смежных прав в соответствующих сферах управления, письменно уведомив ее об этом не менее чем за шесть месяцев до прекращения (изменения) договора. При этом договор считается расторгнутым (измененным) в срок, указанный в уведомлении, но не ранее чем через шесть месяцев со дня получения уведомления организацией по коллективному управлению имущественными правами. В этом случае организация по коллективному управлению имущественными правами обязана незамедлительно разместить на своем официальном сайте информацию об исключении прав на эти произведения и (или) объекты смежных прав из управления, а также выплатить автору или иному правообладателю причитающееся вознаграждение, собранное ею до момента исключения прав на произведения и (или) объекты смежных прав из управления.

10. При принятии решения о досрочном прекращении государственной аккредитации, а также истечении срока ее действия организация по коллективному управлению имущественными правами обязана выплатить автору или иному правообладателю причитающееся им вознаграждение, собранное до момента принятия решения о досрочном прекращении государственной аккредитации или истечения срока ее действия.

Статья 51. Отношения организации по коллективному управлению имущественными правами с пользователями

1. Пользователи произведений и (или) объектов смежных прав, имущественные права на которые переданы в управление организации по коллективному управлению имущественными правами, обязаны заключить с этой организацией договор об использовании произведений и (или) объектов смежных прав.

В случаях, когда в соответствии с настоящим Законом допускается использование произведений и (или) объектов смежных прав без согласия авторов или иных правообладателей, но с выплатой им вознаграждения, лица, указанные в части второй пункта 3 статьи 35, части первой пункта 2 статьи 41 и части первой пункта 2 статьи 41^1 настоящего Закона, обязаны заключить с соответствующей организацией по коллективному управлению имущественными правами договор о выплате вознаграждения.

2. При заключении договоров об использовании произведений и (или) объектов смежных прав организация по коллективному управлению имущественными правами обязана действовать на равных условиях в отношении пользователей, осуществляющих

использование произведений и (или) объектов смежных прав одного вида в одной и той же форме и (или) одним и тем же способом. При этом организация по коллективному управлению имущественными правами не вправе отказать пользователю в заключении договора об использовании произведений и (или) объектов смежных прав.

3. Договор об использовании произведений и (или) объектов смежных прав между пользователем и организацией по коллективному управлению имущественными правами заключается на условиях простой (неисключительной) лицензии и должен содержать:

перечень произведений и (или) объектов смежных прав, которые могут быть использованы пользователем в соответствии с договором, формы и способы их использования;

срок, в течение которого пользователь может использовать произведения и (или) объекты смежных прав;

порядок расчета и выплаты вознаграждения за использование произведений и (или) объектов смежных прав. При этом размер вознаграждения не может быть ниже минимального размера, установленного Советом Министров Республики Беларусь;

порядок представления сведений об использовании произведений и (или) объектов смежных прав.

В случае невозможности перечисления в договоре всех произведений и (или) объектов смежных прав, находящихся в управлении организации по коллективному управлению имущественными правами и предоставляемых для использования, предмет договора может быть определен путем отсылки к перечню произведений и (или) объектов смежных прав, являющемуся неотъемлемой частью договора. Такой перечень размещается организацией по коллективному управлению имущественными правами на официальном сайте.

4. Пользователи обязаны вести точный учет использования произведений и (или) объектов смежных прав и представлять организации по коллективному управлению имущественными правами сведения об их использовании, а также документы, связанные с расчетами и выплатой вознаграждения.

5. Организация по коллективному управлению имущественными правами обязана представлять пользователям по их требованию информацию, подтверждающую наличие у нее полномочий на управление правами в отношении используемых этими пользователями произведений и (или) объектов смежных прав.

Статья 52. Рекомендательно-консультативный совет при организации по коллективному управлению имущественными правами

1. В целях содействия эффективной охране прав авторов или иных правообладателей при организации по коллективному управлению имущественными правами может быть создан рекомендательно-консультативный совет.

2. В состав рекомендательно-консультативного совета могут входить авторы или иные правообладатели, исполнители, а также представители пользователей, государственных органов, общественных объединений (творческих союзов), видные деятели науки, литературы и искусства и иные специалисты.

Порядок формирования и полномочия рекомендательно-консультативного совета определяются уставом организации по коллективному управлению имущественными правами.

Статья 53. Отчетность организации по коллективному управлению имущественными правами

1. Организация по коллективному управлению имущественными правами в течение трех месяцев после завершения календарного года представляет в уполномоченный государственный орган, а также размещает на официальном сайте годовой отчет о результатах деятельности по коллективному управлению имущественными правами, в котором отражаются:

правила сбора, распределения и выплаты вознаграждения, применяемые организацией;

информация о действующих на конец отчетного года договорах, заключенных с авторами или иными правообладателями, пользователями, другими организациями по коллективному управлению имущественными правами;

сумма собранного вознаграждения за использование произведений и (или) объектов смежных прав;

сумма выплаченного авторам или иным правообладателям вознаграждения;

сумма отчислений на покрытие расходов организации по осуществлению коллективного управления имущественными правами;

суммы, направленные на социальные, культурные и образовательные цели, в фонд Президента Республики Беларусь по поддержке культуры и искусства.

2. Уполномоченный государственный орган вправе запросить у организации по коллективному управлению имущественными правами дополнительную информацию по вопросам, отражаемым в соответствии с пунктом 1 настоящей статьи в годовом отчете.

Статья 53[1]. Аудит в организации по коллективному управлению имущественными правами

1. В организации по коллективному управлению имущественными правами ежегодно проводится обязательный аудит годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности, составленной в соответствии с законодательством.

При проведении ежегодного обязательного аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности организации по коллективному управлению имущественными правами также проверяются вопросы ведения и документального оформления операций с денежными средствами при осуществлении сбора, распределения и выплаты вознаграждения, соответствия распределения собранного вознаграждения требованиям законодательства и условиям заключенных договоров, расходования денежных средств, направляемых на социальные, культурные и образовательные цели, своевременности и полноты перечисления денежных средств в фонд Президента Республики Беларусь по поддержке культуры и искусства (в отношении организации по коллективному управлению имущественными правами, осуществляющей сбор вознаграждения, предусмотренного пунктом 3 статьи 35 настоящего Закона).

Оплата аудиторских услуг, предусмотренных частями первой и второй настоящего пункта, осуществляется за счет удерживаемых организацией по коллективному управлению имущественными правами отчислений на покрытие своих расходов по осуществлению коллективного управления имущественными правами.

2. Годовая бухгалтерская (финансовая) отчетность организации по коллективному управлению имущественными правами вместе с аудиторским заключением по этой отчетности:

представляется в уполномоченный государственный орган не позднее 31 марта года, следующего за отчетным годом;

размещается на официальном сайте организации по коллективному управлению имущественными правами не позднее 30 апреля года, следующего за отчетным годом, и должна находиться в открытом доступе в течение пяти лет.

Статья 54. Полномочия уполномоченного государственного органа в области коллективного управления имущественными правами

Уполномоченный государственный орган в области коллективного управления имущественными правами:

координирует деятельность организаций по коллективному управлению имущественными правами;

принимает решения о государственной аккредитации (об отказе в государственной аккредитации), о продлении государственной аккредитации, о досрочном прекращении государственной аккредитации;

оказывает организациям по коллективному управлению имущественными правами, авторам или иным правообладателям, а также пользователям методическую помощь по вопросам, связанным с правовой охраной произведений и объектов смежных прав;

осуществляет анализ информации о результатах деятельности организаций по коллективному управлению имущественными правами;

направляет организациям по коллективному управлению имущественными правами письменные предупреждения об устранении недостатков в области коллективного управления имущественными правами;

осуществляет организационное обеспечение деятельности комиссии по аккредитации;

осуществляет иные полномочия в области коллективного управления имущественными правами, предусмотренные законодательством.

ГЛАВА 7
ЗАЩИТА АВТОРСКОГО ПРАВА ИЛИ СМЕЖНЫХ ПРАВ

Статья 55. Нарушение авторского права или смежных прав

1. Нарушениями авторского права или смежных прав признаются действия, совершаемые в противоречии с требованиями настоящего Закона.

2. Не допускаются и признаются нарушениями авторского права или смежных прав также:

любые действия (включая изготовление, ввоз на территорию Республики Беларусь в целях распространения или распространение (продажа, прокат) устройств либо предоставление услуг), которые без разрешения автора или иного правообладателя позволяют обходить или способствуют обходу любых технических средств, предназначенных для защиты авторского права или смежных прав, за исключением случая, предусмотренного статьей 34 настоящего Закона;

устранение или изменение без разрешения автора или иного правообладателя любой электронной информации об управлении правами;

распространение, ввоз на территорию Республики Беларусь в целях распространения, передача в эфир, сообщение для всеобщего сведения без разрешения автора или иного правообладателя произведений, записанных исполнений, фонограмм, передач организаций эфирного или кабельного вещания, в отношении которых без разрешения автора или иного правообладателя была устранена или изменена электронная информация об управлении правами.

3. Нарушение авторского права или смежных прав, предусмотренных настоящим Законом, влечет ответственность, установленную законодательными актами.

Статья 56. Защита авторского права или смежных прав

1. За защитой авторского права или смежных прав авторы, исполнители или иные правообладатели обращаются в установленном порядке в судебные и другие органы в соответствии с их компетенцией.

2. В случае нарушения исключительного права на объект авторского права или смежных прав наряду с использованием способов защиты исключительных прав, предусмотренных статьей 989 Гражданского кодекса Республики Беларусь, правообладатель вправе требовать по своему выбору от нарушителя вместо возмещения убытков выплаты компенсации в размере от одной базовой величины до пятидесяти тысяч базовых величин, определяемом судом с учетом характера нарушения.

Компенсация подлежит взысканию в случае доказанности факта нарушения исключительного права на объект авторского права или смежных прав. При этом правообладатель освобождается от доказывания размера причиненных этим нарушением убытков.

Требование компенсации не может быть предъявлено операторам электросвязи и поставщикам услуг электросвязи в связи с осуществлением ими сообщения для всеобщего сведения телепрограмм, входящих в обязательный общедоступный пакет телепрограмм, при одновременном соблюдении следующих условий:

сообщение для всеобщего сведения телепрограмм является обязательным в соответствии с требованиями законодательных актов;

телепрограммы сообщаются для всеобщего сведения без изменения их формы и содержания.

3. В случае совершения нарушений, предусмотренных пунктом 2 статьи 55 настоящего Закона, правообладатель, которому такими нарушениями причинен ущерб, вправе требовать по своему выбору от нарушителя возмещения убытков или выплаты компенсации в соответствии с пунктом 2 настоящей статьи.

4. Организация по коллективному управлению имущественными правами вправе от имени авторов, исполнителей или иных правообладателей либо от своего имени предъявлять требования, предусмотренные настоящей статьей, в суде, а также совершать иные юридические действия, необходимые для защиты прав, управление которыми она осуществляет на основе договоров, заключенных с авторами, исполнителями или иными правообладателями, и (или) договоров, заключенных с другими организациями по коллективному управлению имущественными правами, о взаимном представительстве интересов либо в соответствии с пунктом 1^1 статьи 50 настоящего Закона.

Статья 57. Контрафактные экземпляры

1. Экземпляры произведения, записанного исполнения, фонограммы, передачи организации эфирного или кабельного вещания, воспроизведение, распространение или иное использование которых влечет нарушение авторского права или смежных прав, предусмотренных настоящим Законом, являются контрафактными.

2. Контрафактными являются также экземпляры произведений, записанных исполнений, фонограмм, передач организаций эфирного или кабельного вещания, охраняемых в Республике Беларусь в соответствии с настоящим Законом, которые ввозятся на территорию Республики Беларусь без согласия авторов или иных правообладателей в Республику Беларусь.

3. Контрафактными являются также любые экземпляры произведения, записанного исполнения, фонограммы, передачи организации эфирного или кабельного вещания, с которых без разрешения автора или иного правообладателя устранена или на которых изменена информация об управлении правами либо которые изготовлены в обход технических средств защиты авторского права или смежных прав.

4. Контрафактные экземпляры произведений, записанных исполнений, фонограмм, передач организаций эфирного или кабельного вещания подлежат изъятию по решению суда, рассматривающего дела о защите авторского права или смежных прав.

Изъятые по решению суда контрафактные экземпляры произведений, записанных исполнений, фонограмм, передач организаций эфирного или кабельного вещания подлежат уничтожению, если иное не предусмотрено законодательными актами. Принятие указанных мер осуществляется за счет виновного лица.

5. Суд вправе вынести решение об изъятии любых материалов и любого оборудования, в том числе любых устройств, используемых для незаконного воспроизведения и (или) сообщения для всеобщего сведения произведений, записанных исполнений, фонограмм, передач организаций эфирного или кабельного вещания.

ГЛАВА 8
ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 60. Применение настоящего Закона

1. Настоящий Закон применяется к отношениям в области авторского права и смежных прав, возникшим после вступления в силу настоящего Закона.

2. До приведения законодательства Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом оно применяется в той части, в которой не противоречит настоящему Закону.

3. Права на произведения науки, литературы и искусства, исполнения, фонограммы, передачи организаций эфирного или кабельного вещания, охраняемые на день вступления в силу настоящего Закона, продолжают охраняться в соответствии с настоящим Законом.

4. Личные неимущественные права, включая право на неприкосновенность произведений науки, литературы, искусства и исполнений, признаются за авторами и

исполнителями независимо от того, предоставлялись ли они авторам и исполнителям в момент создания произведений и исполнений.

5. Первоначальный обладатель исключительного права определяется в соответствии с актами законодательства, действовавшими в момент создания произведений науки, литературы и искусства, исполнения, записи фонограммы, передачи организации эфирного или кабельного вещания.

Статья 61. Приведение актов законодательства Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом

Совету Министров Республики Беларусь в шестимесячный срок:

привести решения Правительства Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом;

обеспечить приведение республиканскими органами государственного управления, подчиненными Правительству Республики Беларусь, их нормативных правовых актов в соответствие с настоящим Законом;

принять иные меры по реализации положений настоящего Закона.

Статья 62. Вступление в силу настоящего Закона

Настоящий Закон вступает в силу через шесть месяцев после его официального опубликования, за исключением настоящей статьи и статьи 61, которые вступают в силу со дня официального опубликования настоящего Закона.

Президент Республики Беларусь А.Лукашенко

ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

ТЕМАТИКА И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Семинарские занятия по дисциплине «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» предназначены для углубленного изучения дисциплины и направлены на развитие навыка творческого профессионального мышления; овладение языком соответствующей науки и навыком оперирования понятиями и определениями; повторение и закрепление знаний.

При подготовке доклада следует отбирать наиболее интересный материал, раскрывающий суть вопроса. С этой целью необходимо использовать информацию из различных источников: учебных пособий, статей, Интернет-ресурсов, рекомендованных в соответствующей теме семинарского занятия в УМК или самостоятельно найденных автором доклада. Нежелательно готовить выступление только на основе одного источника.

Доклад должен быть логично выстроен, не содержать непонятных терминов и, по возможности, сопровождаться демонстрацией подготовленной автором наглядности.

При выступлении на семинарском занятии крайне нежелательно сплошное чтение с листа. Предполагается свободное изложение материала, демонстрирующее понимание его автором и хорошее им владение им. Допускается пользование подготовленным текстом выступления, но таким образом, чтобы это не мешало свободному изложению материала докладчика.

После доклада возможно его обсуждение в учебной группе: студенты и преподаватель задают докладчику вопросы, делятся своим опытом.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1
Правовые основы и организационно-управленческая структура театрально-зрелищных учреждений (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь о формах коммерческих и некоммерческих организаций.
2. Кодекс о культуре как базовый документ, регулирующий театрально-зрелищную сферу Беларуси: основные статьи.
3. Ведомственный и вневедомственный контроль деятельности театрально-зрелищных учреждений: органы контроля и их полномочия.
4. Правовые аспекты организации и проведения культурно-зрелищных мероприятий.
5. Понятие трудового договора. Стороны трудового договора. Срочный и бессрочный трудовой договор.
6. Авторский договор. Формы авторского вознаграждения: гонорар и обязательные отчисления.

7. Понятие интеллектуальной собственности. Законодательство Республики Беларусь по охране интеллектуальной собственности.

8. Нормативно-правовая основа защиты прав авторов и исполнителей в Беларуси.

Литература

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=hk9800218. – Дата доступа: 03.08.2026.

2. О коллективном управлении имущественными правами: постановление СОВЕТА МИНИСТРОВ РЕСП. БЕЛАРУСЬ, 29 нояб. 2011 г. № 1609 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gknt.gov.by/upload/docx/2023/%D0%9F%D0%A1%D0%9C%20%D0%BE%D1%82%2029.11.2011%20%E2%84%96%201609%20(%D1%80%D0%B5%D0%B4.%20%D0%BE%D1%82%2030.09.2023%20%E2%84%96%20649).docx. – Дата доступа: 03.08.2026.

3. О размерах авторского вознаграждения за воспроизведение произведений науки, литературы и искусства в издательской деятельности : постановление СОВЕТА МИНИСТРОВ РЕСП. БЕЛАРУСЬ, 29 нояб. 2011 г. № 1610 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gknt.gov.by/upload/docx/2022/28%20%D0%9F%D0%A1%D0%9C%2029.11.2011%20%E2%84%96%201610%20(%D1%80%D0%B5%D0%B4.%20%D0%BE%D1%82%2031.08.2022%20%E2%84%96%20570).docx. – Дата доступа: 03.08.2026.

4. Об авторском праве и смежных правах: Закон Респ. Беларусь, 17 мая 2011 г. №262-З [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://etalonline.by/document/?regnum=H11100262. – Дата доступа: 27.10.2024.

5. Об ограничении исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности : Закон Респ. Беларусь, 3 янв. 2023 г. № 241-З [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=H12300241. – Дата доступа: 03.08.2026.

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2
Управление творческим коллективом в театрально-зрелищном учреждении (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Категория «творческий работник» в театрально-зрелищном учреждении: критерии отнесения и правовой статус.

2. Штатное расписание театрально-зрелищного учреждения: основные и внештатные категории работников.

3. Специфика комплектования труппы театра и штата концертной организации: факторы и принципы формирования.

4. Охрана труда и техника безопасности на сцене: требования, риски и меры предотвращения.

5. Профессиональные заболевания артистов: виды, причины и система профилактики.

6. Нематериальная мотивация творческих работников: методы, формы и их эффективность.

7. Конфликты в творческих коллективах: причины возникновения и стратегии управления.

8. Специфика управления творческими работниками в сравнении с административным и техническим персоналом.

Литература

1. Ильиных, С. А. Управление творческим коллективом в современном театре: социологический анализ / С. А. Ильиных, М. Р. Шаврукова // Вопросы управления. – 2017. – №3 (46). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-tvorcheskim-kollektivom-v-sovremennom-teatre-sotsiologicheskiy-analiz (дата обращения: 01.08.2026).

2. Кадырова, С. В. Self-management в сфере культуры и искусства : учеб. пособие / С. В. Кадырова, Е. А. Немцева, Г. Л. Тульчинский. – СПб. : Лань : Планета музыки, 2021. – С. 104–135.

3. Кодэкс Рэспублікі Беларусь аб культуры. – Мн. : Национальный центр правовой информации, 2023. – 280 с.

4. Халтурина, О. А. Специфика управления театром как структурной единицей креативной индустрии / О. А. Халтурина, Н. Е. Терешкина // Прикладные экономические исследования. – 2023. – №1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-upravleniya-teatrom-kak-strukturnoy-edinitsey-kreativnoy-industrii (дата обращения: 01.08.2026).

5. Шейнов, В. П. Управление конфликтами / В. П. Шейнов. – СПб. : Питер, 2014. – 572 с.

6. Муллагалиева, Р. Ф. Проблемы подготовки будущих режиссеров к управлению творческим коллективом / Р. Ф. Муллагалиева // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2024. №69. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-podgotovki-buduschih-rezhisserov-k-upravleniyu-tvorcheskim-kollektivom (дата обращения: 03.08.2026).

СЕМИНАРСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3
Экономика и финансирование театрально-зрелищных учреждений (2 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Государственное финансирование театрально-зрелищных учреждений: средства республиканского и местного бюджета (Указ Президента Республики Беларусь от 31 августа 2023 г. № 275 «О поддержке отдельных государственных организаций культуры»), финансовое обеспечение подпрограммы 2 «Искусство и творчество» Государственной программы

«Культурное пространство» на 2026–2030 годы, выполнение социально-творческих заказов Министерства культуры и иных государственных органов.

2. Производственно-финансовый план театрально-зрелищного учреждения: структура, назначение и роль в управлении.

3. Опережающие затраты в театре: сущность, причины возникновения и влияние на финансовую деятельность учреждения.

4. Основные статьи доходов и расходов театрально-зрелищного учреждениястуктура и их соотношение.

5. Механизмы ценообразования на билеты в театрально-зрелищных учреждениях: факторы, влияющие на стоимость.

6. Стратегии динамического ценообразования: скидки, раннее бронирование и иные инструменты управления спросом.

7. Возможности негосударственной поддержки театрально-зрелищных учреждений: спонсорство, фандрайзинг, патронаж.

8. Спонсорский пакет, спонсорское письмо и бизнес-план театрально-зрелищного мероприятия как инструменты привлечения внебюджетных средств.

Литература

1 Аликперов, И. М. Фандрейзинг в креативных индустриях : учеб. пособие / И. М. Аликперов. – 2-е изд. – М. : Директ-Медиа, 2023. – 150 с.

2 Государственная программа «Культурное пространство» на 2026–2030 годы // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – https://adu.by/images/2026/normativnye-dokumenty/post-sovmin-gos-progr-kultur-prostr-2026-2030.pdf

3 Об изменении указов Президента Республики Беларусь : Указ Президента Респ. Беларусь, 27 марта 2024 г., № 112 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – URL: https://bspa.by/wp-content/uploads/2024/03/Указ-№-112-новая-ред.-указа-№-300.pdf.

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

5 Стэльмах, Г. М. Сучаснае тэатральнае мастацтва Беларусі ў кантэксце прыярытэтаў дзяржаўнай палітыкі ў сферы культуры / Г. М. Стэльмах // Культура. Наука. Творчество : X Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 12 мая 2016 г.: сб. науч. ст. / М-во культуры Респ. Беларусь. Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: В. М. Черник (пред.) [и др.]. – Мн. : БГУКИ, 2016. – С. 262–267.

ТЕМАТИКА И МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Практические занятия по дисциплине «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» представляют собой творческую мелкогрупповую работу студентов по определенным темам.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 1
Технология создания театрально-зрелищного мероприятия (4 ч.)

Задание: Разработайте календарный план-график подготовки театрально-зрелищного мероприятия (спектакля/концерта/шоу) на основе выбранной художественной концепции.

Порядок выполнения:

1. Выберите тип мероприятия (спектакль, концерт, шоу-программа) и его жанр.
2. Определите этапы работы над мероприятием:
   - подготовительный этап (поиск драматургического/музыкального материала, утверждение творческого состава, правовое сопровождение);
   - репетиционно-производственный этап (составление графика репетиций, монтаж декораций, установка света, звука, видеопроекции);
   - этап подготовки премьеры (рекламная кампания, презентации, PR-акции);
   - этап эксплуатации (прокатная афиша, организация показов).
3. Разработайте план-график в табличной форме с указанием:
   - этапа работ;
   - конкретных мероприятий;
   - сроков выполнения (даты/количество дней);
   - ответственных лиц/подразделений.
4. Подготовьте пояснительную записку, обосновывающую предложенную логистику.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 2
Экономика и финансирование театрально-зрелищных учреждений (4 ч.)

Задание: Разработайте экономико-финансовое обоснование театрально-зрелищного мероприятия (спектакля/концерта/шоу), включив в него такие разделы как:

1. Общая характеристика: название мероприятия; вид и жанр; автор идеи/постановщик (режиссёр, хореограф, дирижёр); творческий состав (исполнители).
2. Художественная концепция: краткое описание идеи.
3. Целевая аудитория: возрастные группы и их социально-демографические характеристики.

4. Ресурсное обеспечение: статьи расходов и технические требования (сцена, оборудование).

5. Коммерческая характеристика: ценовая категория билетов; прогнозируемая заполняемость зала; точка безубыточности.

Подготовьте презентацию экономико-финансового обоснования театрально-зрелищного мероприятия (спектакля/концерта/шоу), включив в него информацию по всем разделам.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 3
Маркетинговые коммуникации и брендинг театрально-зрелищных учреждений (4 ч.)

Задание: Разработайте медиаплан продвижения своего театрально-зрелищного мероприятия с определением каналов, бюджета и контент-плана.

Порядок выполнения:

1. Сформулируйте маркетинговую цель и основные сообщения для продвижения.
2. Определите каналы коммуникации (не менее 3 каналов): наружная реклама; реклама в СМИ (пресса, ТВ, радио); интернет-реклама (контекстная, таргетированная); социальные сети (Instagram, TikTok, Telegram и др.); PR-события (пресс-конференции, презентации, интервью).
3. Для каждого канала разработайте:
   - формат и содержание сообщений;
   - частоту/график размещения;
   - бюджет.
4. Разработайте контент-план для социальных сетей (10–14 дней до премьеры):
   - тизеры;
   - промо-ролики;
   - бэкстейджи;
   - интервью с создателями;
   - работа с блогерами и лидерами мнений.
5. Просчитайте общий бюджет рекламной кампании.

Подготовьте презентацию медиаплан продвижения театрально-зрелищного мероприятия (спектакля/концерта/шоу), включив в него информацию по всем разделам.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ 4
Гастрольный менеджмент (2 ч.)

Задание: Разработайте комплексный райдер для гастрольной поездки театрально-зрелищного учреждения с учётом специфики своего театрально-зрелищного мероприятия.

Порядок выполнения:

1. Предложите оптимальную форму организации гастролей («на гарантии», «на процент», «на паритете») и обоснуйте свой выбор.
2. Определите состав гастрольной группы (количество человек, состав артистов и технических служб).
3. Разработайте технический райдер:
   - требования к сцене (размер, тип сцены);
   - требования к световому и звуковому оборудованию;
   - требования к видеопроекции и спецэффектам;
   - требования к гримёрным комнатам (количество, оснащение);
   - требования к транспортировке декораций, костюмов, реквизита.
4. Разработайте бытовой райдер:
   - требования к размещению (категория гостиницы, количество номеров, их оснащение);
   - требования к питанию (режим, состав, особые потребности);
   - требования к транспорту (встреча, трансферы, перевозка оборудования);
   - требования к медицинскому обеспечению.
5. Разработайте промо-райдер (требования к рекламному и PR-сопровождению гастролей).
6. Прочитайте расходы на организацию гастролей.

Подготовьте презентацию комплексного райдера для гастрольной поездки, включив в него информацию по всем разделам.

РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО КОНТРОЛИРУЕМОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ СТУДЕНТОВ

При изучении учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» актуализируется значимость самостоятельной работы студентов, целью которой является формирование у них практических навыков управления театрально-зрелищными учреждениями в условиях экономической и социокультурной неопределенности.

Тема 2. Театрально-зрелищное учреждение как социокультурный институт и объект управления (2 ч.)

Задание: на основе информации из открытых источников подготовить аналитический обзор типологии зрительской аудитории одного из театрально-зрелищных учреждений г. Минска (по выбору студента и согласованию с преподавателем) с предоставлением письменного анализа.

Методические рекомендации по выполнению.

Задание выполняется индивидуально. При выполнении задания необходимо:

1. Выбрать конкретное театрально-зрелищное учреждение г. Минска (Национальный академический театр им. Я. Купалы, Национальный академический драматический театр им. М. Горького, Белорусский государственный академический музыкальный театр, Белорусская государственная филармония, Белорусский государственный цирк и др.).
2. Изучить информацию о зрительской аудитории учреждения: официальные отчёты, публикации в СМИ, результаты опросов (если доступны), анализ посещаемости по афише.
3. Классифицировать зрителей по трём основаниям:
   - по мотивации (любознательный, развлекающийся, коммуникативный, духовно-эстетический, смешанный тип);
   - по ориентированности социокультурного обращения (фанатик, универсальный потребитель, нетеатральный потребитель – по Н.А. Тереньевой);
   - по частоте посещения (театрал, постоянный зритель, активный зритель, пассивный зритель, случайный зритель – по Г.Г. Дадамяну).
4. Оформить результаты в виде письменного анализа (3–5 стр.) с таблицами и диаграммами (при наличии данных).
5. Сформулировать выводы о структуре аудитории и рекомендации по работе с различными сегментами.

Форма предоставления задания: аналитическая записка включающий краткую характеристику организации (название, организационно-правовая форма, сфера деятельности), миссию организации и анализ типологии

зрительской аудитории с выводами о структуре аудитории и рекомендациями по работе с различными сегментами.

Тема 3. Предпосылки появления менеджмента театрально-зрелищных учреждений (2 ч.)

Задание: провести сравнительный анализ деятельности одного из театрально-зрелищных учреждений г. Минска (по выбору студента и согласованию с преподавателем) в советский и постсоветский период на основе материалов из открытых источников с предоставлением реферата-обзора.

Методические рекомендации по выполнению.

Задание выполняется индивидуально. При выполнении задания необходимо:

1. Выбрать театрально-зрелищное учреждение, имеющее историю с советского периода (например, Национальный академический театр им. Я. Купалы, Национальный академический театр имени М. Горького, Белорусская государственная филармония и др.).
2. Собрать информацию по следующим периодам:
   - советский период (1920–1990-е гг.): органы управления, источники финансирования, репертуарная политика, цензурные ограничения, формы отчётности;
   - постсоветский период (с 1991 г. по настоящее время): изменения в организационно-правовой форме, появление менеджеров и маркетологов, новые форматы деятельности, внебюджетные источники финансирования.
3. Провести сравнительный анализ по следующим критериям: система управления, источники финансирования, репертуарная политика, взаимодействие со зрителем, кадровая политика.
4. Оформить результаты в виде реферата-обзора (5–7 стр.) с таблицами.
5. Сформулировать выводы о трансформации управления театром в разные исторические периоды.

Форма предоставления задания: реферат-обзор.

Тема 6. Технология создания театрально-зрелищного мероприятия (2 ч.)

Задание: разработать календарный план-график подготовки театрально-зрелищного мероприятия (спектакля/концерта/шоу) и предоставить его в табличной форме с пояснительной запиской.

Методические рекомендации по выполнению.

Задание выполняется группой (3–4 чел.). При выполнении задания необходимо:

1. Выбрать тип мероприятия: спектакль (драматический, музыкальный, кукольный), концерт (классический, эстрадный), цирковое представление, шоу-программа.

2. Определить этапы подготовки мероприятия:

- подготовительный этап: определение концепции, выбор материала, утверждение творческого состава, определение бюджета, правовое сопровождение;
- репетиционно-производственный этап: разработка экспликации, составление расписания репетиций, монтаж декораций, установка оборудования;
- предпремьерный этап: рекламная кампания, презентации, работа с прессой;
- этап эксплуатации: прокатная афиша, работа с билетными агрегаторами.

3. Составить календарный план-график в табличной форме с указанием сроков, ответственных и необходимых ресурсов.

4. Подготовить пояснительную записку (2–3 стр.) с обоснованием сроков и последовательности этапов.

Форма предоставления задания: документ (4-6 стр.) с пояснительной запиской и календарным планом-графиком (таблица), иллюстративным материалом (при необходимости).

Тема 8. Маркетинговые коммуникации и брендинг театрально-зрелищных учреждений (2 ч.)

Задание: разработать медиаплан продвижения театрально-зрелищного мероприятия (спектакля/концерта/шоу) с определением каналов, бюджета и контент-плана**.**

Методические рекомендации по выполнению.

Задание выполняется группой (3–4 чел.). При выполнении задания необходимо:

1. Выбрать конкретное театрально-зрелищное мероприятие для продвижения (реальное или гипотетическое, согласовав его с преподавателем).

2. Определить целевую аудиторию мероприятия (социально-демографические характеристики, мотивационные установки).

3. Разработать медиаплан, включающий:

- выбор каналов коммуникации (наружная реклама, СМИ, интернет-реклама, социальные сети, работа с блогерами);
- бюджет продвижения с распределением по каналам;
- контент-план (тизеры, промо-ролики, интервью, бэкстейджи, посты в соцсетях);
- график коммуникационной активности до и после премьеры.

Форма предоставления задания: медиаплан (документ+презентация).

Контроль за результатами самостоятельной работы студентов осуществляется в VII семестре во время консультаций.

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ СТУДЕНТОВ
Перечень вопросов к экзамену по учебной дисциплине «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений»

1. Театрально-зрелищное учреждение как социокультурный институт: сущность, функции, миссия.
2. Типологизация театрально-зрелищных учреждений: государственные и негосударственные театры, филармонии, концертные залы, цирки.
3. Структура зрелищного процесса: инициатор, создатель, посредник, потребитель.
4. Типология зрительской аудитории театрально-зрелищных организаций (по мотивации, по ориентированности, по частоте посещения).
5. Предпосылки появления менеджмента театрально-зрелищных учреждений: формирование системы театрально-зрелищных учреждений БССР (1920–30-е гг.).
6. Трансформация театрально-зрелищной сферы в Республике Беларусь в 1990-е гг. Современные форматы мероприятий (гибридные, иммерсивные, цифровые).
7. Организационно-правовые формы театрально-зрелищных организаций Республики Беларусь: учреждения, унитарные предприятия, ООО.
8. Структура управления государственными театрально-зрелищными учреждениями: учредитель, директор, художественный руководитель, главный режиссёр/дирижёр/балетмейстер.
9. Устав театрально-зрелищного учреждения как основной локальный нормативный документ: цели, задачи, структура управления, компетенция органов.
10. Специфика договорных отношений в театрально-зрелищных учреждениях: коллективный договор, контракты с артистами, авторские договоры.
11. Нормативно-правовая база Республики Беларусь в сфере театрально-зрелищных мероприятий: Кодекс о культуре, Закон о массовых мероприятиях.
12. Правовые аспекты создания, реорганизации и ликвидации театрально-зрелищных учреждений.
13. Вневедомственный контроль театрально-зрелищных учреждений (налоговая инспекция, саннадзор, противопожарная безопасность).
14. Творческий коллектив как категория работников театрально-зрелищного учреждения. Штатное расписание: основные и внештатные работники.
15. Специфика комплектования труппы театра и штата концертной организации.
16. Системы оплаты труда творческих работников, премиальные фонды. Формы авторского вознаграждения: гонорар и отчисления в авторские общества.

17. Охрана труда и техника безопасности на сцене. Профилактика профессиональных заболеваний артистов.

18. Нематериальные методы мотивации творческих работников: публичное признание, участие в престижных мероприятиях, выдвижение на государственные награды.

19. Причины и стратегии управления конфликтами в творческих коллективах (переговоры, компромисс, привлечение посредников, кадровые решения).

20. Спектакль, концерт, цирковая программа как результат деятельности театрально-зрелищного учреждения. Кассовые и гарантийные спектакли.

21. Подготовительный этап работы над театрально-зрелищным мероприятием: определение концепции, выбор материала, утверждение творческого состава, определение бюджета и сметы.

22. Репетиционно-производственный этап: составление производственного плана-графика, разработка режиссёрской экспликации, изобразительного и музыкального решения.

23. Подготовка паспорта спектакля/шоу. Организация премьеры: рекламная кампания, презентации, PR-акции.

24. Этап эксплуатации: организация серии показов (прокатная афиша). Управление загрузкой сцены и занятостью коллектива (репертуарная афиша).

25. Формы и методы распространения билетов. Взаимодействие с билетными агрегаторами. Процедуры информирования зрителей об отмене мероприятия и возврата билетов.

26. Типичные риски театрально-зрелищных мероприятий (финансовые, творческие, управленческие) и пути их минимизации.

27. Финансово-экономическая составляющая функционирования театрально-зрелищного учреждения: производственно-финансовый план, доходы и расходы, прибыль, рентабельность, себестоимость.

28. Основные статьи доходов театрально-зрелищных учреждений: продажа билетов, аренда, реализация сопутствующих услуг, постановочные и технические услуги.

29. Основные статьи расходов театрально-зрелищных учреждений: оплата труда, постановочные затраты, содержание помещений, транспортные и гастрольные расходы, маркетинговые затраты.

30. Механизмы ценообразования на билеты и факторы, влияющие на стоимость.

31. Стратегии динамического ценообразования (скидки, раннее бронирование).

32. Негосударственная поддержка театрально-зрелищных учреждений: спонсорство, фандрайзинг, патронаж. Типология спонсоров.

33. Спонсорский пакет и спонсорское письмо. Бизнес-план как базовый документ для получения спонсорской поддержки.

34. Маркетинг в театрально-зрелищных учреждениях как система управления спросом. Маркетинг-план. Концепции 5P и 5C.

35. Брендинг театрально-зрелищного учреждения: бренд учреждения (миссия, ценности, фирменный стиль), бренд личности (артисты, режиссёры), бренд мероприятия (спектакли-бренды, фестивали).

36. Технологии рекламы и PR в театрально-зрелищном учреждении.

37. Гастрольная деятельность театрально-зрелищных учреждений: цели, задачи и формы организации гастролей.

38. Организационные и финансовые аспекты гастролей.

39. Специфика организации гастролей для различных типов театрально-зрелищных учреждений (драматические и музыкальные театры, цирк, концертные организации).

40. Риски гастрольной деятельности и способы их минимизации.

ГЛОССАРИЙ

Автономный творческий коллектив – входящее в штат концертной организации (филармонии) художественно-исполнительское подразделение (симфонический оркестр, хоровая капелла, ансамбль танца), которое имеет собственное творческое руководство, самостоятельный репетиционный график и выступает в качестве независимой единицы репертуарного проката.

Авторское право – совокупность норм гражданского права, регулирующих отношения по созданию и использованию произведений науки, литературы и искусства. Защищает личные неимущественные и исключительные имущественные права авторов.

Акустический райдер – официальный документ (часть технического райдера концертного коллектива), содержащий исчерпывающий перечень требований к звуковому оборудованию, микрофонам, звуковой карте, мониторам, расположению микшерного пульта и частотным характеристикам зала на гастрольной площадке.

Акционерный театр – коммерческая театрально-зрелищная организация, уставный фонд которой разделен на определенное число акций. Финансирование и управление в нем осуществляются советом акционеров, а прибыль распределяется в виде дивидендов.

Антреприза – форма организации театрально-зрелищного дела, при которой частный предприниматель (антрепренер) или продюсер собирает временную труппу из актеров разных театров для постановки конкретного спектакля. Не имеет постоянного штата артистов и стационарного здания.

Антрепренер – частный театральный предприниматель, содержатель, организатор или арендатор антрепризного театра. Он за свой счет и на свой финансовый риск формирует временный коллектив, выбирает репертуар и организует прокат спектаклей.

Артист-солист-инструменталист – квалификационная категория артистического персонала филармонии; профессиональный музыкант, сольно исполняющий сложные музыкальные произведения на конкретном инструменте в рамках концертных программ.

Выезд – форма гастрольной деятельности, под которой понимается публичное выступление коллектива в близлежащем городе или районе, не требующее ночевки артистов на месте и часто включающее сопутствующие мероприятия (мастер-классы).

Государственный театр – организация культуры, учрежденная органами государственной власти, находящаяся в их ведении и финансируемая (полностью или частично на паритетной основе) из средств государственного или местного бюджета для выполнения государственного задания.

Дивертисментный концерт – форма концертной программы, представляющая собой набор отдельных, разножанровых музыкальных, хореографических или разговорных номеров, не связанных между собой единым сквозным сюжетом или драматургическим действием.

Инженер по охране труда (в ТЗУ/цирке) – специалист, осуществляющий ежедневный жесткий аудит и контроль технического состояния страховочных лонж, подвесных систем воздушных гимнастов, надежности крепления мачт шапито и соблюдения правил техники безопасности при работе со сценическим оборудованием и хищными животными.

Исполнительское искусство – вид художественного творчества (театральное, музыкальное, хореографическое, цирковое), в котором художественный образ создается и доносится до зрителя непосредственно в момент живого исполнения артистом.

Импресарио – частный организатор зрелищных мероприятий, агент или менеджер, действующий от имени и в интересах артиста (или коллектива), занимающийся организацией его гастролей, концертов и заключением контрактов.

Коммерческий театр – театрально-зрелищная организация, созданная в форме коммерческого юридического лица, главной уставной целью деятельности которой является систематическое извлечение прибыли от проката культурных благ.

Лектор-искусствовед (музыковед) – специалист концертной организации, обеспечивающий теоретическое, просветительское и академическое сопровождение музыкальных программ; он ведет концерт, знакомит слушателей с историей создания произведений и биографией композиторов.

Менеджер (арт-менеджер) – профессиональный управляющий, специалист по управлению творческим, финансово-хозяйственным и маркетинговым процессами в театрально-зрелищной организации, обеспечивающий реализацию культурного продукта потребителю.

Некоммерческий театр – театрально-зрелищная организация (чаще в форме учреждения), созданная для достижения социально-культурных, просветительских и духовных целей. Получаемая ею чистая прибыль не распределяется между учредителями, а направляется на уставные цели.

Новый цирк (Contemporary Circus / Cirque Nouveau) – современное жанровое направление циркового искусства, характеризующееся полным отказом от дрессуры животных и трансформацией дивертисмента в единый театрально-драматический сюжет со сложной хореографией, живой музыкой и концептуальным световым оформлением.

Предприниматель (в сфере культуры) – физическое лицо (ИП) или учредитель организации, осуществляющий самостоятельную, инициативную

деятельность на свой риск, направленную на производство, продвижение и реализацию культурно-зрелищных продуктов с целью получения дохода.

Предпринимательство (в сфере культуры) – самостоятельная, инициативная экономическая деятельность творческих коллективов, продюсеров или организаций, осуществляемая на собственный риск и под имущественную ответственность с целью получения прибыли или внебюджетного дохода от сценической деятельности.

Продюсер – ключевой субъект зрелищного процесса (инициатор), который находит финансовые ресурсы, формирует творческую команду, организует производство, упаковку, юридическое сопровождение и коммерческий прокат культурного продукта.

Репертуарный театр – стационарный театр с постоянной труппой, имеющий в своем распоряжении обширный фонд готовых, принятых художественным советом спектаклей (репертуар), которые регулярно и циклично чередуются в прокатной афише.

Смежное право – совокупность правовых норм, защищающих права исполнителей (актеров, музыкантов), создателей фонограмм, вещательных организаций и режиссеров-постановщиков на результаты их исполнительской деятельности, используемые ТЗУ.

Спектакль – конечный специфический продукт деятельности театра, представляющий собой целостное сценическое действие, основанное на драматургической или музыкальной основе (пьесе, либретто) и характеризующееся сквозным действием, актерским перевоплощением, оригинальным оформлением и костюмами.

Спонсорский пакет – стандартизированный юридический и маркетинговый документ (предложение), содержащий перечень рекламных, имиджевых и PR-услуг, которые ТЗУ обязуется предоставить спонсору в обмен на его финансовую или материальную помощь.

Спонсор – юридическое или физическое лицо, оказывающее финансовую или материальную помощь ТЗУ на условиях взаимной выгоды (взамен на обязательное рекламирование спонсора, упоминание его бренда или интеграцию в ИМК-стратегию проекта).

Стационарный цирк – цирковое учреждение, имеющее капитальное здание со специализированной купольной архитектурой, постоянной ареной, конюшнями, вольерами для животных и инженерными системами для высотных воздушных номеров.

Театр-студия – камерный (часто экспериментальный) театр, сочетающий публичный прокат спектаклей собственного репертуара с постоянной творческой учебой, лабораториями и поиском новых сценических средств художественной выразительности.

Театральный проект – ограниченное по времени, ресурсам и бюджету целенаправленное предприятие по созданию, продвижению и однократному или серийному показу конкретного сценического произведения, часто реализуемое вне рамок традиционного репертуарного театра.

Турне – форма гастрольной деятельности, представляющая собой непрерывный цикл публичных выступлений коллектива в различных населенных пунктах в течение одной поездки, во время которой труппа не возвращается в родной город.

Филармония – государственное или частное театрально-зрелищное учреждение, специально созданное для популяризации и развития музыкального искусства, просвещения населения, организации концертов профессиональных исполнителей и воспитания высокого художественного вкуса аудитории.

Цирк – зрелищная организация или предприятие, осуществляющее подготовку, организацию и публичный показ программ с участием акробатов, эквилибристов, жонглеров, иллюзионистов, клоунов и дрессированных животных на специализированной арене (манеже).

Цирк-шапито – мобильная, передвижная цирковая организация, использующая разборные конструкции купола из высокопрочного брезента или полимеров на металлических мачтах и временный зрительный зал для проведения сезонных гастролей.

Частный театр – театрально-зрелищная организация, учрежденная негосударственными (частными) физическими или юридическими лицами, функционирующая преимущественно на принципах самоокупаемости и коммерческого расчета.

ТЕСТ ДЛЯ САМОПРОВЕРКИ СТУДЕНТОВ

Выберите правильный ответ:

1. Театрально-зрелищное учреждение как социальный институт выполняет следующие функции:

а) производственно-технические и снабженческие;

б) художественно-эстетические, социально-интегративные, воспитательные и коммуникативные;

в) финансово-учётные и кадровые;

г) маркетинговые и логистические.

2. К государственным органам управления театрально-зрелищными учреждениями в советский период относились:

а) Министерство культуры БССР, Главлит, Главрепертком;

б) продюсерские центры и антрепризы;

в) фонды поддержки искусства;

г) частные театральные агентства.

3. Установите соответствие между типом зрительской аудитории и её характеристикой (по Г.Г. Дадамяну):

Тип зрителя	Характеристика
1. театрал	А. посещает театр эпизодически, по случаю
2. постоянный зритель	Б. посещает все премьеры, следит за репертуаром, знает актёров
3. активный зритель	В. ходит в театр регулярно, но не на все спектакли
4. случайный зритель	Г. посещает театр несколько раз в год, выбирает определённые жанры

Ответ: 1 - __; 2 - __; 3 - __ ; 4 - __

4. Какой документ является основным локальным нормативным актом, определяющим цели, задачи, структуру управления и порядок финансово-хозяйственной деятельности театрально-зрелищного учреждения:

а) коллективный договор;

б) устав учреждения;

в) производственно-финансовый план;

г) штатное расписание.

5. К внебюджетным источникам финансирования театрально-зрелищных учреждений относятся:

а) средства республиканского бюджета;

б) спонсорская помощь и фандрайзинг;

в) финансирование по государственным программам;

г) социально-творческие заказы Министерства культуры.

6. Сформулируйте основную миссию театрально-зрелищного учреждения:_____

7. Что такое райдер в гастрольной деятельности театрально-зрелищного учреждения:
а) финансовый отчёт о гастролях;
б) комплексный документ, регламентирующий условия пребывания творческого коллектива;
в) график выездных мероприятий;
г) список участников гастрольной поездки.

8. Кассовые и гарантийные спектакли различаются по:
а) продолжительности;
б) коммерческой привлекательности и финансовой модели;
в) жанровой принадлежности;
г) количеству занятых артистов.

9. Основная цель брендинга театрально-зрелищного учреждения – это:
а) увеличение количества сотрудников;
б) создание устойчивой идентичности организации и её узнаваемости;
в) снижение расходов на рекламу;
г) упрощение отчётности перед учредителем.

10. Для руководителя театрально-зрелищного учреждения ситуационный подход к управлению означает необходимость:
а) строго следовать утвержденному плану работы, независимо от внешних обстоятельств;
б) выбирать методы управления (стиль руководства, тип планирования, маркетинговую стратегию) в зависимости от конкретной ситуации: типа организации (театр, музей, клуб), экономических условий, уровня подготовки коллектива и запросов аудитории**;**
в) применять исключительно административные методы управления творческими сотрудниками для поддержания дисциплины;
г) полностью сосредоточиться на экономических показателях, игнорируя социальную миссию организации.

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ
УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта ОСВО 6-05-0134-03-2023 по специальности 6-05-0134-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации, профилизации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры».

Актуальность изучения учебной дисциплины обусловлена динамичным развитием театрально-зрелищных учреждений в Республике Беларусь и необходимостью овладения студентами современными технологиями управления как творческими коллективами, так и процессами создания театрально-зрелищных мероприятий различной сложности.

Целью учебной дисциплины является формирование у студентов профессиональных знаний в области управления театрально-зрелищными учреждениями различных форм собственности, включая технологические, финансовые и маркетинговые аспекты создания и продвижения театрально-зрелищных мероприятий.

Задачи учебной дисциплины:

– раскрыть типологию театрально-зрелищных учреждений;

– определить принципы управления театрально-зрелищными учреждениями в современных экономических условиях;

– изучить технологические основы создания театрально-зрелищного мероприятия от замысла до реализации на площадке;

– закрепить базовые знания по маркетинговой деятельности в театрально-зрелищных учреждениях.

Изучение учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» должно обеспечить формирование у студентов специализированной компетенции:

– планировать, реализовывать и продвигать услуги театрально-зрелищных учреждений, удовлетворяющие запросам посетителей.

В результате освоения учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» студент должен *знать*:

– современную структуру театрально-зрелищных учреждений Республики Беларусь;

– организационно-творческие и финансово-экономические особенности существования театрально-зрелищных учреждений в условиях рыночной экономики;

– технологию разработки и реализации театрально-зрелищных мероприятий;

– нормативно-правовую базу организации публичных мероприятий;

– источники финансирования театрально-зрелищных мероприятий и способы их продвижения;

уметь:

– формировать производственно-финансовый план театрально-зрелищного учреждения;

– разрабатывать концепцию и план реализации театрально-зрелищного мероприятия;

– организовывать эффективное рекламное сопровождение театрально-зрелищного мероприятия;

– управлять рисками при проведении театрально-зрелищных мероприятий;

владеть:

– категориально-понятийным аппаратом учебной дисциплины;

– навыками ориентирования в современном театральном процессе;

– приемами создания уникальных творческих предложений театрально-зрелищными учреждениями.

Тематическое поле учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» имеет межпредметные связи с учебными дисциплинами «Театральное искусство», «Менеджмент в сфере культуры», «Маркетинг в социально-культурной сфере», «Культурно-досуговая индустрия», «Экономика в сфере культуры» и «Технологии финансового менеджмента в сфере культуры», «Брендинг», «Связи с общественностью в социально-культурной сфере», «Теория и практика рекламных коммуникаций».

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине студент должен не только приобрести теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной и социально-культурной жизни страны.

В соответствии с учебным планом по учебной дисциплине «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» предусмотрено 90 часов, из них аудиторных 48 часов – для студентов очной и 12 часов – для студентов заочной формы получения высшего образования.

Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий для студентов дневной формы получения образования: 18 часов лекций, 6 часов семинарских и 14 часов практических занятий, а также 10 часов управляемой самостоятельной работы; для студентов заочной формы получения образования: 6 часов лекций, 2 часа семинарских и 4 часа практических занятий.

Рекомендуемой формой промежуточной аттестации студентов является экзамен, который может проходить в устной или письменной форме, форме тестирования (с использованием Google Forms). Рекомендуемой формой текущей аттестации студентов является тестирование, которое может проходить в письменной форме или с использованием Google Forms.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение

Актуальность, цель, задачи учебной дисциплины «Менеджмент театрально-зрелищных учреждений» в структуре подготовки специалистов по социальному управлению и коммуникациям. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими учебными дисциплинами специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации, профилизации «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры».

Содержание учебной дисциплины: перечень тем лекционных, практических и семинарских занятий. Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины. Виды самостоятельной работы студентов и формы их контроля. Формы текущего и промежуточного контроля.

Тема 2. Театрально-зрелищное учреждение как социокультурный институт и объект управления

Театрально-зрелищное учреждение как организация, осуществляющая профессиональную деятельность по созданию и публичной демонстрации театрально-зрелищных продуктов с целью удовлетворения духовных потребностей населения. Театрально-зрелищное учреждение как социальный институт, выполняющий художественно-эстетические, социально-интегративные, воспитательные и коммуникативные функции.

Типологизация театрально-зрелищных учреждений: государственные и негосударственные театры, филармонии, концертные залы, цирки. Миссия и задачи театрально-зрелищных учреждений, их целевые аудитории и специфика деятельности. Особенности управления театрально-зрелищными учреждениями с постоянным коллективом и проектными форматами, работающими по принципу событийного менеджмента.

Структура зрелищного процесса: инициатор (заказчик / режиссер / постановщик), создатель (творческий коллектив), посредник (менеджер / маркетолог), потребитель (зритель). Типология зрительской аудитории театрально-зрелищных организаций: по мотивации (любознательный тип потребителя; развлекающийся тип потребителя; коммуникативный тип; духовно-эстетический тип и смешанный тип потребителя), по ориентированности социокультурного обращения (фанатик, универсальный потребитель театрализованных действ и нетеатральный потребитель – Н.А. Тереньева), по частоте посещения (театрал, постоянный зритель, активный зритель, пассивный зритель, случайный зритель – Г.Г. Дадамян).

Тема 3. Предпосылки появления менеджмента театрально-зрелищных учреждений

Формирование системы театрально-зрелищных учреждений БССР в 1920-30-е гг. в условиях централизации власти, унификации и единообразия в управлении, государственного финансирования, цензурного влияния и пр. Органы государственного регулирования театрально-зрелищных учреждений:

Главлит, Главрепертком, Министерства культуры БССР. Создание вертикали управления: областные управления культуры, районные и городские отделы культуры.

Этапы управления театрально-зрелищными организациями советского периода – в условиях плановой экономики.

Поиск новых путей развития театрально-зрелищных организаций в 1990-е гг. – с момента образования Республики Беларусь и перехода к рыночной экономике. Возрождение частного предпринимательства, появление профессий менеджера, продюсера, промоутера. Формирование множественной структуры театрально-зрелищных организаций коммерческой (продюсерские центры, антрепризы) и некоммерческой направленности. Создание мероприятий гибридного (синтез театра, музыки, цирка и мультимедиа) и иммерсивного формата (спектакли-прогулки, шоу с вовлечением зрителя), а также с применением информационных технологий (видеомеппинг, дополненная реальность, онлайн-трансляции).

Тема 4. Правовые основы и организационно-управленческая структура театрально-зрелищных учреждений

Организационно-правовые формы театрально-зрелищных организаций Республики Беларусь: учреждения (государственные и частные), унитарные предприятия, общества с ограниченной ответственностью. Структура управления государственными театрально-зрелищными учреждениями: учредитель (Министерство культуры Республики Беларусь, местные исполнительные органы), директор (генеральный директор), художественный руководитель, главный режиссер / главный дирижер / главный балетмейстер и пр.

Устав театрально-зрелищного учреждения как основной локальный нормативный документ, определяющий цели, задачи, структуру управления, компетенцию органов управления и порядок финансово-хозяйственной деятельности. Специфика договорных отношений в театрально-зрелищных учреждениях: коллективный договор как инструмент регулирования социально-трудовых отношений. Контракты с артистами и сотрудниками, соглашения с приглашенными исполнителями, авторские договоры с драматургами, композиторами, художниками-постановщиками, договоры аренды площадок и технического обеспечения (звуковое, световое, видеопроекционное оборудование и пр.).

Нормативно-правовая база Республики Беларусь в сфере театрально-зрелищных мероприятий (Конституция Республики Беларусь, Закон о массовых мероприятиях и иных актов законодательства). «Кодекс о культуре» как базовый документ, определяющий правовые, экономические и социальные основы функционирования театрально-зрелищных учреждений. Правовые аспекты создания новых, реорганизации, ликвидации действующих театрально-зрелищных учреждений организаций. Деятельность государственных органов управления и контроля со стороны учредителей и вышестоящих инстанций. Вневедомственный контроль (налоговая инспекция, органы охраны санитарного

надзора, противопожарной безопасности и пр.).

Тема 5. Управление творческим коллективом в театрально-зрелищном учреждении

Творческий коллектив как категория работников, которым в силу их способностей, профессиональных знаний и умений, опыта и компетентности поручено осуществлять деятельность в театрально-зрелищном учреждении. Творческий работник как физическое лицо, которое создает или интерпретирует культурные ценности.

Штатное расписание театрально-зрелищного учреждения: основные и внештатные работники. Артисты, технический, административный и обслуживающий персонал. Специфика комплектования труппы театра и штата концертной организации. Должностные оклады, системы оплаты труда творческих работников, премиальные фонды. Формы авторского вознаграждения: гонорар (процент от сборов) и обязательные отчисления в творческие союзы и авторские общества.

Охрана труда и техника безопасности на сцене (работа с осветительным оборудованием, подвесные конструкции, механизированная сцена и пр.). Профилактика профессиональных заболеваний артистов (голосовые, опорно-двигательные, эмоциональные перегрузки).

Мотивация творческих работников и ее нематериальные методы: публичное признание заслуг, участие в престижных мероприятиях, выдвижение на государственные награды, создание комфортной психологической атмосферы.

Неизбежность конфликтов в творческих коллективах. Причины (высокая эмоциональность, конкуренция, несогласие с художественным решением и пр.) и стратегии управления ими (переговоры, поиск компромисса, привлечение авторитетных посредников, кадровые решения).

Тема 6. Технология создания театрально-зрелищного мероприятия

Спектакль, концерт, цирковая программа как результат деятельности театрально-зрелищного учреждения: коммерческая и художественная привлекательность театрально-зрелищного мероприятия. Кассовые и гарантийные спектакли.

Планирование и организация подготовки новых театрально-зрелищных мероприятий от идеи до сценического воплощения. Подготовительный этап работы над театрально-зрелищным мероприятием: определение художественной концепции и аудитории, выбор драматургического, музыкального или художественного материала, утверждение творческого состава. Определение схемы финансирования: бюджета и сметы, правовое сопровождение и подписание контрактов с авторами, приглашенными исполнителями и техническими подрядчиками.

Репетиционно-производственный этап: составление производственного-плана графика. Разработка режиссерской экспликации, изобразительного и музыкального решения мероприятия. Расписание репетиций. Распределение

нагрузки на технические службы: монтаж декораций, установка света, звука, видеопроекции и спецэффектов. Подготовка паспорта спектакля / шоу. Подготовка премьеры: организация рекламной кампании, проведение презентаций, пресс-конференций, организация акций по связям с общественностью.

Этап эксплуатации: организация серии показов (прокатная афиша). Методы и критерии формирования прокатной афиши. Управление загрузкой сцены и занятостью коллектива (репертуарная афиша). Частотное планирование текущего репертуара. Формы и методы распространения билетов. Взаимодействие с билетными агрегаторами.

Процедуры информирования зрителей об отмене театрально-зрелищного мероприятия, организация возврата билетов (полная стоимость, перебронирование на другую дату).

Типичные риски театрально-зрелищных мероприятий: финансовые (превышение бюджета), творческие (отсутствие внимания у зрителей), управленческие (конфликты, кадровые потери). Пути их минимизации: диверсификация репертуара, резервные фонды, гибкое ценообразование, качественная маркетинговая стратегия.

Тема 7. Экономика и финансирование театрально-зрелищных учреждений

Финансово-экономическая составляющая функционирования театрально-зрелищного учреждения: производственно-финансовый план, доходы и расходы учреждения, опережающие затраты, прибыль, рентабельность и себестоимость театрально-зрелищного продукта.

Основные статьи доходов театрально-зрелищных учреждений: продажа билетов (кассовые сборы), аренда (помещений, костюмов, декораций и пр.), реализация сопутствующих услуг (продажа программок, сувенирной продукции, кейтеринг), оказание постановочных и технических услуг сторонним организациям. Основные статьи расходов театрально-зрелищных учреждений: оплата труда сотрудников учреждения с начислениями (социальные взносы), постановочные затраты (создание декораций, костюмов, реквизита, бутафории, приобретение оборудования), расходы на содержание помещений (коммунальные платежи, текущий ремонт), транспортные и гастрольные расходы, маркетинговые затраты (реклама, PR, маркетинговые исследования).

Механизмы ценообразования на билеты. Факторы, влияющие на стоимость: категория мероприятия, статус исполнителей, день недели, время начала, комфортность зала. Стратегии динамического ценообразования: скидки определенным категориям зрителей, раннее бронирование.

Источники финансирования театрально-зрелищных учреждений: средства республиканского и местного бюджета (Указ Президента Республики Беларусь от 31 августа 2023 г. № 275 «О поддержке отдельных государственных организаций культуры»), финансовое обеспечение подпрограммы 2 «Искусство и творчество» Государственной программы «Культурное пространство» на

2026–2030 годы, выполнение социально-творческих заказов Министерства культуры и иных государственных органов.

Возможности негосударственной поддержки театрально-зрелищных учреждений: спонсорство, фандрайзинг, патронаж. Типология спонсоров. Понятие спонсорского пакета и спонсорского письма. Бизнес-план как базовый документ для получения спонсорской поддержки: характеристика основных разделов.

Тема 8. Маркетинговые коммуникации и брендинг театрально-зрелищных учреждений

Маркетинг в театрально-зрелищных учреждениях как система управления спросом, ориентированная на удовлетворение зрительских потребностей и достижения целей учреждения. Маркетинг-план учреждения. Концепции 5P и 5C как инструменты комплексного анализа рыночной ситуации и формирования стратегии продвижения деятельности учреждения.

Структура зрительской аудитории театрально-зрелищного учреждения, ее социально-демографические характеристики, мотивационные установки и поведенческие паттерны. Сегментация аудитории и формирование целевых групп для различных типов мероприятий. Маркетинговые исследования (опросы, анкетирования, мониторинг отзывов), использование CRM и SMS-коммуникации (ведение аккаунтов в Instagram, TikTok, Telegtam и пр.; создание вирусного контента: тизеры, промо-ролики, интервью, бэкстейджи; работа с лидерами мнений: инфлюенсерами, театральными критиками и блогерами) в управлении спросом и продажами.

Брендинг в театрально-зрелищных учреждениях как стратегический инструмент создания устойчивой идентичности организации. Бренд театрально-зрелищного учреждения: миссия, ценности, фирменный стиль и пр. Бренд личности: известные, артисты, режиссеры, дирижеры и пр. как медийные лица. Бренд мероприятия: спектакли-бренды, фестивали, ежегодные проекты.

Технологии рекламы и PR как инструменты маркетинговых коммуникаций для продвижения деятельности театрально-зрелищных учреждений. Виды (информационная, имиджевая, стимулирующая) и основные средства распространения рекламной информации (наружная реклама; реклама в СМИ; таргетированная и контекстная интернет-реклама, SEO и пр.). Использование традиционных средств PR – интервью, пресс-конференций, брифингов, презентаций для позиционирования мероприятий. Мониторинг упоминаний, работа с негативными отзывами, формирование лояльных сообществ – для управления репутацией учреждения (SERM).

Тема 9. Гастрольный менеджмент

Гастрольная деятельность театрально-зрелищных учреждений как способ расширения зрительской аудитории, повышения авторитета организации и получения дополнительного дохода. Гастроли как деятельность по планированию и организации публичных выступлений артистов за пределами их постоянной деятельности. Цели организации гастролей: обмен творческим

опытом, участие в фестивалях и конкурсах, укрепление имиджа, увеличение кассовых сборов и прибыли, привлечение внимания новой аудитории.

Формы организации гастролей: гастроли «на гарантии», гастроли «на процент», гастроли «на паритете». Фестивальные, совместные и обменные гастроли. Выезд и одноразовое представление с ночевкой.

Организационный (разработка графика гастролей, согласование с принимающей стороной, бронирование транспортных средств, гостиниц, решение вопросов питания и оформление разрешительных документов (визы, страховки и пр.) и финансовый (транспортные расходы, проживание и суточные, расходы на аренду площадки, техническое обеспечение, рекламу и PR-сопровождение, форс-мажорные расходы) аспекты гастролей.

Райдер как комплексный документ, регламентирующий условия пребывания творческого коллектива театрально-зрелищного учреждения. Виды райдеров: бытовой, технический и промо-райдер, смешанный райдер и райдер с элементами договора.

Специфика организации гастролей для различных типов театрально-зрелищных учреждений: драматических и музыкальных театров (перевозка масштабных декораций), цирком (транспортировка животных и тяжелого оборудования), концертных организаций (большой объем звукового и светового оборудования).

Риски гастрольной деятельности театрально-зрелищных учреждений: недобор кассовых сборов, технические сбои, болезнь артистов, проблемы с транспортом и таможенным оформлением (при международных гастролях); и способы их минимизации: резервные исполнители, грамотная логистика, четкие контракты, страхование.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
Дневная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов			Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	семинарские занятия	практические занятия		
1.	Введение	0,5				
2.	Театрально-зрелищное учреждение как социокультурный институт и объект управления	1,5			2	инд. задание
3.	Предпосылки появления менеджмента театрально-зрелищных учреждений	2			2	инд. задание
4.	Правовые основы и организационно-управленческая структура театрально-зрелищных учреждений	2	2			
5.	Управление творческим коллективом в театрально-зрелищном учреждении	2	2			
6.	Технология создания театрально-зрелищного мероприятия	2		4	3	коллект. задание
7.	Экономика и финансирование театрально-зрелищных учреждений	3	2	4		
8.	Маркетинговые коммуникации и брендинг театрально-зрелищных учреждений	3		4	3	коллект. задание
9.	Гастрольный менеджмент	2		2		
	Всего…	**18**	**6**	**14**	**10**	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Заочная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество часов для дневной формы получения образования	Количество аудиторных часов			Количество часов для самостоятельного изучения учебного материала
			лекции	практические занятия	семинарские занятия	
1.	Введение	0,5	0,5			
2.	Театрально-зрелищное учреждение как социокультурный институт и объект управления	3,5	1,5			2
3.	Предпосылки появления менеджмента театрально-зрелищных учреждений	4				4
4.	Правовые основы и организационно-управленческая структура театрально-зрелищных учреждений	4	1		2	1
5.	Управление творческим коллективом в театрально-зрелищном учреждении	4	1	2		1
6.	Технология создания театрально-зрелищного мероприятия	9	1	2		6
7.	Экономика и финансирование театрально-зрелищных учреждений	9	1			8
8.	Маркетинговые коммуникации и брендинг театрально-зрелищных учреждений	10				10
9.	Гастрольный менеджмент	4				4
Всего…		48	6	4	2	36

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1 *Ашмаров, И. А.* Организация театрального дела [Электронный ресурс] : учеб. пособие / И. А. Ашмаров. – М. : Директ-Медиа, 2019. – С. 5–209. – Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/1990162.

2 *Коленько, С. Г.* Менеджмент в сфере культуры и искусства : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. Г. Коленько. – М. : Юрайт, 2022. – С. 237–287.

3 *Командышко, Е. Ф.* Арт-менеджмент : учебник / Е. Ф. Командышко. – М. : ИНФРА-М, 2022. – С. 31–89.

4 *Косинова, М. И.* Продюсирование проектов в сфере культуры : учеб. пособие / М. И. Косинова. – М. : РУСАЙНС, 2024. – С. 162–187.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. *Аликперов, И. М.* Фандрейзинг в креативных индустриях : учеб. пособие / И. М. Аликперов. – 2-е изд. – М. : Директ-Медиа, 2023. – 150 с.
2. *Генова, Н. М.* Организация театрального дела : учеб. пособие / Н. М. Генова. – Омск : Издательство Омского государственного университета, 2018. – 116 с.
3. *Герасимова, Л. К.* Основы управления интеллектуальной собственностью : учеб. пособие / Л. К. Герасимова. – Минск : Издательство Гревцова, 2011. – 253 с.
4. *Гражданский* кодекс Республики Беларусь: по состоянию на 24 янв. 2022 г. – Минск : Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2022. – 656 с.
5. *Етерскова, А. В.* Управление репутацией театра и компоненты её построения [Электронный ресурс] / А. В. Етерскова // Вестник МГУКИ. –2015. – №5 (67). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-reputatsiey-teatra-i-komponenty-eyo-postroeniya (дата обращения: 22.04.2026).
6. Ильиных, С. А. Управление творческим коллективом в современном театре: социологический анализ / С. А. Ильиных, М. Р. Шаврукова // Вопросы управления. – 2017. – №3 (46). – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-tvorcheskim-kollektivom-v-sovremennom-teatre-sotsiologicheskiy-analiz (дата обращения: 22.04.2026).
7. *Кодэкс* Рэспублікі Беларусь аб культуры. – Минск : Национальный центр правовой информации, 2023. – 280 с.
8. *Нуралиев, С. У.* Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев. – М. : ИНФРА-М, 2021. – 303 с.
9. *Смоликова, Т. М.* Связи с общественностью в сфере культуры : учеб. пособие / Т. М. Смоликова. – Минск : РИВШ, 2023. – 290 с.
10. *Суминова, Т. Н.* Арт-менеджмент. Теория и практика : учебник для студентов высших учебных заведений сферы культуры и искусства / Т. Н. Суминова. – М. : Академический проект, 2020. – 655 с.
11. *Стельмах, А. М.* От антрепризы к частному театру: развитие частного театрального дела в Беларуси на рубеже XX-XXI вв. / А. М. Стельмах. – Минск : БГУКИ, 2021. – С. 28–51, 150–166.
12. *Халтурина, О. А.* Специфика управления театром как структурной единицей креативной индустрии / О. А. Халтурина, Н. Е. Терешкина // Прикладные экономические исследования. – 2023. – №1. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-upravleniya-teatrom-kak-strukturnoy-edinitsey-kreativnoy-industrii (дата обращения: 22.04.2026).