

Дашкевич Н.Л., студ. гр. 411 БГУКИ  
Науч. рук. – Климук И.Я.,  
кандидат педагогических наук, доцент

## **ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ТЕАТРАЛЬНО-КОНЦЕРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИНСКОГО ТЕАТРА ЭСТРАДЫ**

На сегодняшний день, главная проблема развития менеджмента в сфере культуры заключается в обеспечении такого единства, чтобы механизмы дополняли и подкрепляли друг друга. Подобное единство наметилось только в последние годы, когда сфера культуры стала втягиваться в нормальные рыночные отношения и соответствующие управленческие процедуры и механизмы. Если рассматривать проектный менеджмент в сфере культуры, то важно отметить, что он «преследует цель создания организационных и экономических условий саморазвития культурной жизни» в этом и заключается его содержание [1, с. 16].

Проектный менеджмент – это инструмент для разработки и реализации проектов и универсальная технология эффективного управления в изменяющихся и развивающихся системах.

Молодежный театр эстрады является театрально-зрелищной организацией культуры, основным видом деятельности которой является проведение театрально-концертных мероприятий. Молодежный театр эстрады относится к концертным организациям, что объясняется спецификой деятельности театра – все программы базируются на основе эстрадного жанра. Так, Молодежный театр эстрады является республиканским некоммерческим юридическим лицом – учреждением. Государственное учреждение – некоммерческая организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая им полностью или частично.

На сегодняшний день Минский молодежный театр эстрады реализует множество проектов, одним из которых является Открытый форум пластических и экспериментальных театров Беларуси «ПлаСтформа» (первый состоялся 11–15 февраля 2013 года в Минске).

Основными целями проекта являются:

1) формирование широкого поля для развития этого вида современного искусства;

2) представление вниманию зрителей, заинтересованных в арт-продукте нового формата, того, что происходит в этой области у нас в стране и за рубежом;

3) предоставление возможности артистам заявить о себе, увидеть и обсудить с авторами, критиками и специалистами последние спектакли театров, встретиться с представителями фестивалей, получить компетентные отзывы о своих работах. [2, с. 40].

Фестиваль «ПлаСтформа-Минск-2013» состоит из нескольких культурных событий:

1) спектакли белорусских групп, уже зарекомендовавших себя в формате международных фестивалей;

2) выступления молодых артистов;

3) спектакли и мастер-классы гостей;

4) дискуссии, живое общение участников между собой, а также с критиками и гостями форума.

Можно выделить несколько ключевых задач данного проекта:

1) формирование широкого поля для развития этого вида современного искусства;

2) представление вниманию зрителей, заинтересованных в арт-продукте нового формата, того, что происходит в этой области у нас в стране и за рубежом;

3) предоставление возможности артистам заявить о себе, увидеть и обсудить с авторами, критиками и специалистами последние спектакли

театров, встретиться с представителями фестивалей, получить компетентные отзывы о своих работах.

Такие спектакли можно не так часто увидеть в стране, хотя у такого рода постановок есть своя публика. Пришло время все силы объединить ради того, чтобы театры пластики могли совместно развиваться. Если театр представляет собой действие, то театр пластики – это совокупность определенных действий. Им весьма трудно заниматься, но это прекрасная школа для авторов, актеров и режиссеров.

Основная площадка проекта – Минский Дворец Культуры железнодорожников (большая и малая сцены). Главный организатор – продюсерская компания «ПАН-Студия».

В дни проведения форума Дворец культуры и спорта Железнодорожников превращается в площадку для конструкции невиданных музыкальных и ритмических миров, которые с помощью специального освещения, красок, декораций, звуков и движений, выстраивают умелые мастера из разных уголков Беларуси. Каждый спектакль дает зрителям возможность в буквальном смысле поучаствовать в различных перформансах.

«ПлаСтформа» дает возможность живого общения. Есть возможность обдумать и обсудить увиденное не только просто со зрителями, но и с профессионалами – людьми, которые принимают в спектакле непосредственное участие. Современный танец не может быть абсолютно понятным».

Рассмотрим возможные пути оптимизации арт-менеджмента в Молодежном театре эстрады на примере проекта «ПлатСформа». Прежде всего, следует обратить внимание на поиск и привлечение дополнительных финансовых средств. Современная экономическая ситуация в сфере культуры такова, что не приходится рассчитывать на государственные средства, которые могут гарантировать в дальнейшем успешное ежегодное осуществление проекта. Поэтому задачей фандрайзинга является анализ всех

возможных каналов финансирования, включая поиск независимых спонсоров [3].

Участники такого современного фестиваля, как и зрители, ожидают многого от внешнего аспекта, в который входит оформление сцены декорациями, креативные решения костюмеров и гримеров, музыкальное сопровождение. В спектаклях используются в качестве декораций элементы фабричного цеха, бассейн, водонапорная башня, двери сарая, крыша или стена дома – все, что может стать импульсом для рождения особой пространственной драматургии, возникающей из слияния-противостояния тела актера и пространства. Так, например, в постановке тетра «ИнЖест» «Ремонт» использовались лестницы стремянки, кирпичи, а один из персонажей появился в костюме и черном плаще, в маске и оранжевой строительной каске.

Таким образом, проанализировав проект «ПлатSформа» можно сделать вывод, что данное мероприятие является актуальным и современным, имеет много положительных сторон, однако следует обратить внимание на поиски дополнительных источников финансирования и масштабирование проекта в сторону расширения, можно говорить об актуальности и своевременности данного проекта. Он позволяет представить вниманию зрителей такой новый и развивающийся вид театрального искусства, как театр пластики. Также данный фестиваль предоставляет широкие возможности общения артистов с критиками и специалистами. Все это создает положительные предпосылки для развития и популяризации современного вида искусства.

---

1. Ильченко, И.Т. Социальная сущность маркетинга / И.Т. Ильченко // Вестник Московского университета. – Сер. 18. – М. : МГУ, 1996. № 2. – С. 16 – 17.

2. Салтанович, И.И. Менеджмент как способ управления в культуре: состояние и тенденции / И.И. Салтанович // Вестник МГЛУ. – Сер. 3. – 2009. № 8. – С.40 – 42.

3. Интернет-портал: Маркетинг и Управление проектами, SWOT-анализ / Д.В. Соловьева [Электронный ресурс] / Респ. Беларусь. – Минск, 1999. – Режим доступа : [http:// http://www.iteam.ru/publications/marketing/section](http://www.iteam.ru/publications/marketing/section). – Дата доступа : 05.02.2004.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ