

Секция «Культурная политики, менеджмент в культуре и продюсирование»

Способы влияния на художественные предпочтения зрителей в стационарном репертуарном театре

Научный руководитель – Мездрич Борис Михайлович

Гаджиева Лейла Ариф кызы

Студент (специалист)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа культурной политики и управления в гуманитарной сфере, Москва, Россия

E-mail: gadzhieva7@mail.ru

Способы влияния на художественные предпочтения зрителей в стационарном репертуарном театре

Проблема формирования художественных предпочтений зрителей в стационарном репертуарном театре и способов влияния на них является достаточно актуальной в век формирования рыночных отношений в театральной сфере.

Изменившиеся условия среды определили дальнейшее развитие имеющихся и появление новых направлений в работе стационарных репертуарных театров, а именно активное внедрение PR-технологий по продвижению театральных услуг. С приходом рыночной экономики театры оказались в принципиально новых условиях. В свете существующих ныне проблем развития театров выделяются: снижение уровня государственного финансирования, нестабильность формирующегося спонсорства, благотворительности и меценатства, непредсказуемость поведения аудитории. Именно вызов новой

социально-культурной реальности, перестраивающей взаимоотношения искусства и публики, придал маркетингу театра столь важное значение.

Высокая насыщенность рынка предложений театральных услуг при отсутствии интенсивного роста платежеспособного спроса со стороны главных потребителей - зрителей театра значительно затрудняет реализацию театральными организациями своих целей.

В связи с этим в современных театрах разрабатываются управленческие технологии, которые позволяют извлекать экономическую выгоду от использования культурных продуктов. Получает развитие разнообразная индустрия культурных услуг со своими рыночными механизмами регулирования, формированием и удовлетворением спроса, ориентацией на потребителя. Учреждения культуры постепенно внедряют технологии маркетинга, приспособливая их к своей деятельности.

Рассматривая PR-технологии в театре, следует отметить что на современном эффективная театральная деятельность невозможна без использования правильно подобранных и внедренных в деятельность культурно-досуговых учреждений PR- технологий, которые являются необходимым и основным инструментом в работе менеджера исполнительских искусств - продюсера театра. При этом, от правильности их использования зависит успех того или иного предприятия, направленный на удовлетворение интересов и запросов театральных зрителей.

Источники и литература

- 1) Апфельбаум С., Игнатъева Е. Связи с общественностью в сфере исполнительного искусства. - М.: Классика-XXI, 2003. – 140 с.