

**КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ЗАСЛУЖЕННОГО КОЛЛЕКТИВА РЕСПУБЛИКИ
БЕЛАРУСЬ «БЕЛОРОУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
АКАДЕМИЧЕСКОГО МУЗЫКАЛЬНОГО ТЕАТРА»**

Ю. В. Мицкевич

*Частное учреждение образования
«Институт современных знаний им. А. М. Широкова»,
ул. Филимонова, 69, 220114, г. Минск, Республика Беларусь,
y.v.mickevich@mail.ru*

Статья посвящена проблеме выявления ключевых направлений PR-деятельности Заслуженного коллектива Республики Беларусь «Белорусского государственного академического музыкального театра».

Ключевые слова: PR-деятельность; музыкальный театр; целевая аудитория; сайт, социальные сети.

**КЛЮЧАВЫЯ НАПРАМКІ PR-ДЗЕЙНАСЦІ
ЗАСЛУЖАНАГА КАЛЕКТЫВА РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ
«БЕЛАРУСКАГА ДЗЯРЖАЎНАГА
АКАДЭМІЧНАГА МУЗЫЧНАГА ТЭАТРА»**

Ю. У. Міцкевіч

*Прыватная ўстанова адукацыi
«Інстытут сучасных ведаў імя А. М. Шырокава»,
бул. Філімонава, 69, 220114, г. Мінск, Рэспубліка Беларусь,
y.v.mickevich@mail.ru*

Артыкул прысвечаны праблеме выяўлення ключавых напрамкаў PR-дзейнасці Заслужанага калектыва Рэспублікі Беларусь «Беларускага дзяржжаўнага акадэмічнага музычнага тэатра».

Ключавыя слова: PR-дзейнасць; музычны тэатр; мэтавая аўдыторыя; сайт, сацыяльныя сеткі.

В настоящее время PR-деятельность является важной составляющей стратегии продвижения учреждений культуры, их услуг, а также взаимодействия с разными категориями населения. Э. Бернейз определяет PR как усилия, направленные на то, чтобы убедить общественность из-

менить свой подход или свои действия, а также на гармонизацию деятельности организации в соответствии с интересами общественности и наоборот [1, с. 92]. Г. Л. Тульчинский полагает, что «PR – это специфический сектор менеджмента, направленный на создание благоприятной и доброжелательной социальной среды деловой активности» [2]. И. Н. Синяева выделяет пять основных направлений деятельности по связям с общественностью. Это отношения: со СМИ – создание новостей о лице, продукте или услуге, которые появляются в газетах, телепередачах и т. д.; с персоналом – внутренние коммуникации компании со своими сотрудниками; с финансовым сообществом – взаимодействие с государственными финансовыми органами, с частными и корпоративными инвесторами, с фондовыми брокерами и финансовой прессой; с властными структурами – тесное сотрудничество (включая лоббирование) с органами власти; с местным населением, построение позитивных связей с местным сообществом, включающее спонсорство. Полагаем, что PR – это деятельность, направленная на построение гармоничных взаимоотношений между учреждением культуры и его внешним, внутренним окружением; на обеспечение руководства организации информацией об общественном мнении, которая является инструментом для реализации интересов компании, содействует продвижению ее позитивного образа и способствует согласованию интересов общества и организации.

Театрально-зрелищные организации являются одними из значимых социальных институтов, содействующих культурному развитию личности и разных групп населения. Заслуженный коллектив Республики Беларусь «Белорусский государственный академический музыкальный театр» (БГАМТ) – творческая организация, которая осуществляет профессиональную деятельность в области музыкального театрального искусства.

БГАМТ создан в 1970 г. Спектакль «Поет “Жаворонок”» белорусского композитора Ю. В. Семеняко 17 января 1971 г. открыл первый театральный сезон. До 2000 г. коллектив носил название «Государственный театр музыкальной комедии Беларусь». 15 октября 1981 г. театр открыл новый двенадцатый сезон в специально построенном для него здании по улице Мясникова. За 44 года существования театра на его сцене было поставлено более ста спектаклей, многие из которых стали значительными событиями в культурной жизни страны и вошли в золотой фонд национальной культуры.

С 2010 по 2025 гг. значительно расширился репертуар театра. В связи с этим увеличился количественный состав творческого коллектива и обеспечивающих подразделений. В репертуаре БГАМТ более пятидесяти разножанровых постановок. В его афише представлены классическая оперетта, мюзикл, музыкальное ревю, музыкальная комедия, комическая опера, рок-опера, опера, балет, музыкальные спектакли для детей, разноплановые концертные программы. С 2019 по 2024 гг. БГАМТ руководил С. А. Пукито. В январе 2025 г. коллективу БГАМТ был представлен новый директор – Т. В. Комова.

На наш взгляд, в БГАМТ среди ключевых направлений PR-деятельности следует назвать такие, как сообщения о том, где и когда будут выступать артисты; популяризация результатов труда творческого коллектива в процессе гастролей; трансляция важной информации на официальном сайте и ключевых социальных сетях; активная работа со зрителями как в онлайн, так и в онлайн пространстве; взаимодействие со СМИ; поддержка социально незащищенных граждан (организуются ежегодные выездные концерты для пожилых людей и ветеранов: ко Дню Победы, Дню Независимости, Дню пожилого человека) и др. Так, важную роль БГАМТ отводит работе со зрителями. Есть возможности льготного или на бесплатной основе посещения спектаклей и концертных программ пожилыми людьми, инвалидами, ветеранами, детьми из многодетных семей, детьми-сиротами. Осуществляется сотрудничество с учреждениями образования по вопросу посещения детьми и молодежью театра. В фойе театра постоянно работают тематические выставки, в том числе и выставки сотрудников театра. На базе БГАМТ проводятся многие общественно значимые мероприятия республиканского, городского, районного уровня, в подготовке и проведении которых коллектив принимает самое активное участие.

Премьерой 2024 г. в театре стал мюзикл «Опасные связи» Г. А. Матвейчука (март). В декабре 2024 г. на сцену возвратился мюзикл «Голубая камея», написанный продюсером и композитором, заслуженным деятелем искусств России К. А. Брейтбургом и поэтом К. А. Кавалеряном. Традиционно 30-31 декабря 2024 г. был реализован праздничный концерт в 2-х отделениях «Карнавальная ночь». Большую популярность у зрителей имеет также первый национальный мюзикл «Софья Гольшанская». Совместно с замковым комплексом «Мир» в 2024 г. реализован в очередной раз проект «Летние музыкальные вечера в Мирском замке».

Со 2 по 7 апреля 2025 г. на сцене Музыкального театра прошёл совместный белорусско-российский творческий проект «Неделя русской классики», приуроченный ко Дню единения народов Беларуси и России, в рамках которого шесть российских театров представили спектакли по произведениям классиков русской литературы. 5 апреля в Брянске был показан мюзикл В. Е. Баснера «Еврейское счастье». С 7 по 9 апреля в Ставрополе был представлен мюзикл «Опасные связи» Г. А. Матвея-чука, музыкальная комедия «Игра любви» П. Мариво.

Что касается взаимодействия БГАМТ со СМИ, то журналисты «Народной газеты», агентства «Минск-Новости», «Тульские известия», «Літаратура і мастацтва», «Столичное телевидение», «БелТА», «Рязанские ведомости», «sb.by» снимают интересные сюжеты на репетициях, в моменты подготовки спектакля за кулисами, приглашают режиссеров, актеров, на теле- и радиоэфиры, в интернете появляются обзорные статьи на спектакли.

Современный белорусский театр взаимодействует с тремя основными целевыми аудиториями: зрители, профессиональное сообщество и органы государственной власти. Для каждой аудитории важно подобрать свои каналы коммуникации и PR-инструменты.

О популярности БГАМТ, как культурного центра и прекрасного места отдыха свидетельствуют следующие цифры:

- ежемесячная театральная аудитория составляет около 20 000 человек;
- из них примерно 70–75% – взрослые, 25–30% – дети и подростки;
- около 20% от общей театральной аудитории пенсионеры и студенты;
- средняя заполняемость зала в активный сезон – 98%.

Для Белорусского государственного академического музыкального театра важное значение имеет вопрос построения эффективных PR-коммуникаций в интернет-пространстве. Так, в частности, важная информация представлена на официальном сайте учреждения (<https://musicaltheatre.by>) – выступает основной площадкой для рекламирования результатов труда творческого коллектива.

На сайте есть информация об истории создания учреждения, репертуарной политике, руководителе, прессе, труппе, а также представлены контактные данные. Постоянно обновляется колонка новостей с предстоящими событиями, размещен план театрального зала, присутствуют интерактивные возможности выбора и бронирования мест, что

существенное удобно для пользователей электронных ресурсов. Также есть почтовый и электронный адрес театра. Присутствует освещение гастрольной деятельности, что повышает статус театра в глазах публики.

Театр представлен в социальных сетях таких, как Instagram, «ВКонтакте», Facebook, «Одноклассники». В каждой социальной сети театр полностью заполнен профиль, странички ведутся регулярно. В Instagram публикации чаще всего о спектаклях, есть репертуар недели, поздравления артистов и сотрудников театра, приглашения посетить театр, где приобрести билеты без комиссии. Из ключевых хештегов в Instagram отметим следующие: #бгамт, #театр, #минск, #беларусь, #закулисье, #репертуартеатра, #theatre, #театрыминска, #спектакли, #балет.

Таким образом, в современном информационном обществе возросло значение PR как одного из основных каналов коммуникации. Ключевыми направлениями PR-деятельности БГАМТ являются следующие: взаимодействие со СМИ, интерактивные формы работы со зрителем, предоставление важной информации на официальном сайте (<https://musicaltheatre.by>) и в социальных сетях.

Отметим, что в целях развития театрального искусства, обмена опытом, а также дальнейшего развития международных культурных отношений, Музыкальный театр активно сотрудничает с театрами и другими учреждениями культуры СНГ по вопросу обменных гастролей, принимает участие в музыкальных и театральных фестивалях и конкурсах, реализует авторские проекты.

Библиографические ссылки

1. Бернейс Э. Пропаганда. Пер. с англ. И. Ющенко. М.: HippoPublishing, 2010. 176 с.
2. Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Менеджмент в сфере культуры : учеб. пособие. СПб. : Планета музыки, 2021. 496 с.