

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

PR-технологии в организационных процессах театральной деятельности

Педанов Владислав Игоревич

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Железнодорожный, Россия

E-mail: vlad.pedanov@mail.ru

В организационных процессах театральной деятельности технологии связей с общественностью являются необходимым инструментом формирования собственной зрительской аудитории, а также привлечения финансовых средств со стороны коммерческих и государственных структур для создания конкурентоспособного имиджа театра в современной театральной среде. Можно найти множество примеров управления общественным сознанием, хоть и на интуитивном уровне, в истории русского театра. Так, например, образованию Московского художественного театра во многом поспособствовали косвенные связи с общественностью, заключающиеся в том, что купечество XIX - начала XX вв. в поисках собственного лица и общественного статуса поддерживало разнообразные формы искусства, благодаря чему стали возможны многие достижения российской культуры рубежа веков.

Также на протяжении всей истории Художественного театра можно проследить технологии продвижения, присущие многим современным театрам, а именно: взаимодействие со средствами массовой информации, ведение собственных периодических изданий, разработка элементов индивидуального стиля, внедрение льготных программ, организация внутри театральных мероприятий, а также благотворительных вечеров. Существенно и то, что многие из применявшихся инструментов остались в истории, прежде всего, как значительные художественные достижения, что ещё раз свидетельствует о перспективности этой деятельности в театре при возникновении необходимых для её развития условий.

Литература

1. Апфельбаум С. М. Связи с общественностью в театральном деле. М., 2005г.
2. Донова Д.А. Театр и зритель: стратегические основы взаимоотношений. М., 2007 г.
3. Козлова Т. В. PR-деятельность учреждения культуры : реализация и оценка эффективности PR-кампании // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2007. - N 2. - С. 42-49.
4. Козлова Т. В. PR-деятельность учреждения культуры. Аналитика и планирование PR-кампании // Справочник руководителя учреждения культуры. - 2006. - № 12. - С. 50-57.
5. Козлова Т. В. Особенности организации связей с общественностью (паблик рилейшнз) в деятельности государственного учреждения культуры // Вопросы культурологии. – 2007. - N 8. - С. 57-61.

6. Козлова Т. В. Особенности организации связей с общественностью (паблик рилейшнз) в деятельности государственного учреждения культуры // Вопросы культурологии. – 2007. - N 9 (сентябрь). - С. 60-64.
7. Козлова Т. В. Технологии позиционирования учреждения // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2005. - N 11. - С. 65-73.