

соревнованиях по олимпийским видам спорта и видам спорта, по которым созданы национальные команды Республики Беларусь по видам спорта.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Визитей, Н.Н. Курс лекций по истории спорта: учеб.пособие / Н.Н. Визитей. – М: Физическая культура, 2006. – 328 с.
2. Голощاپов, Б. Р. История физической культуры и спорта / Б.Р. Голощاپов. – М.: Academia, 2013. – 320 с.
3. Зелинский, Ф.Ф. Педагогические воззрения Платона и Аристотеля. – Петроград : Типография Акционерного общества "Слово", 1916. – 68 с. / Пер. С.В. Меликовой и проф. С.А. Жебелева, под ред. и со вступ. ст. проф. Ф.Ф. Зелинского
4. Ленк, Г. Спорт как современный миф? / Религия. Магия. Миф. Современные философские исследования / Г. Ленк – М.: Изд-во «УРСС», 1997. – С. 156-179.
5. Лубышева, Л. И. Социальная роль спорта в развитии общества и социализации личности / ТипФК. – 2008. – № 11, 12.
6. Фроянов, И. Я. Античное общество. Проблемы истории и культуры / И. Я. Фроянов. – М.: СПб, 2014. - 695 с.

Жукова К.С., студент 411а группы  
Научный руководитель – Калашникова А.В.,  
доцент кафедры

### ТЕХНОЛОГИИ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕАТРАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Театральный туризм – специальный вид туризма и перспективное направление деятельности в индустрии досуга. *Театральный туризм* представляет собой деятельность по организации тура с посещением театров,

театральных фестивалей, осуществлением экскурсий в театральные музеи, встречи с актерами, режиссерами, деятелями театра и сами путешествия.

Выделяют следующие категории театрального туризма: внутренний и выездной театральный туризм в пределах страны; национальный театральный туризм: внутренний и выездной; международный театральный туризм: выездной и выездной.

Театральный туризм как сегмент индустрии досуга наименее изучен культурологами, так как традиционно деятельность театров представляет предмет исследования искусствоведов (Р. Л. Бузука, А. В. Калашниковой, А. М. Стельмах и др.) Однако искусствоведы, как правило, акцентируют внимание на художественно-творческих аспектах театрально-постановочного процесса, без глубокого учета потребностей зрителя – конечного потребителя театральных услуг. Исследования последних лет, отраженные в публикациях и других белорусских ученых (Е. Г. Коваленя, О. Н. Корхова, С. А. Пациенко, Д. Г. Решетников и др.) исправили ситуацию, но проблема создания театрального туризма в республике остается нерешенной. **Цель статьи** – выявить новые технологии организации театрального туризма, способствующие развитию данного сегмента в отечественной индустрии развлечений.

*Особенностями театрального туризма* как сферы событийного туризма являются следующие:

1. Неповторимость события, придающая особенную ценность и уникальность событийным турам;
2. Относительно короткий период событийных мероприятий;
3. Дискретность (прерывность) и периодичность во времени;
4. Локализация событийных мероприятий в определенных точках – центрах событий;
5. Планируемый характер программ;
6. Высокая стоимость туров, связанная с повышением расходов на оплату проживания, питания, товаров и услуг;

7. Многократно повышенная мотивация туристов;
8. Кооперация с индустрией развлечений, инфраструктурой города и транспортной логистикой при создании конечного турпродукта [2, с. 6].

Искусствовед А. В. Калашникова выявляет факторы, способствующие развитию театрального туризма: доступность художественно-театрального предложения; развитие частной театральной инициативы; театрализация личностно-повседневного бытия и др. [1, с. 253-256].

*Основные преимущества* театрального туризма – его всесезонность и стабильная доходность. Театральный туризм является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию: ежегодно пополняется новыми событиями. Туристы, посещающие регион с целью стать участником театральной премьеры, являются потенциальными потребителями и других видов туризма в регионе. Среди его *минусов* можно выделить невозможность предсказания спроса на событие. Но ярким событиям театрального характера сопутствует *массовая реклама*, которая привлекает к ним большой общественный интерес, что дает возможности турбизнесу формировать спрос при относительно *скромных расходах* на собственную рекламу [3, с. 256].

Театральные представления привлекают и массового туриста, который во время своего путешествия хочет познакомиться и с культурной жизнью места назначения. Известными туристическими объектами являются оперный театр Ла-Скала (Милан, Испания), театральный квартал на Бродвее (Нью-Йорк, США), Мариинский театр оперы и балета (Санкт-Петербург, Россия) и др. Но не всем туристам достаточно посмотреть на здание театра и сделать фотографии у фасада. Многие отправляются в туры, чтобы *лично* посмотреть и оценить постановку в исполнении прославленных театральных коллективов. Анализ рынка, проведенный туроператорами (российской компанией «Мидас-тур», «Бинокль», белорусской «Белфреш» и др.) до карантинных мер, показал, что многие люди готовы посетить разрекламированный премьерный спектакль, а не прочитать о ней в интернете или посмотреть в онлайн-трансляции.

Исследователь О. Н. Корхова полагает, что среди *мотивов* событийного туризма можно выделить желание по-особенному отметить важное семейное событие – свадьбу, юбилейную дату бракосочетания, день совершеннолетия, организовать совместный досуг с детьми и др. Эксперты относят свадебные и юбилейные путешествия, приуроченные к важным датам, к событийному туризму и подтверждают устойчивый спрос на подобные туры [4, с. 256].

В Европе накоплен большой опыт привлечения туристов на *театральные фестивальные события*. С учетом ограниченного «тайминга» туриста у него должен быть выбор театра, времени его посещения и постановки. Одним из самых успешных в плане такой вариативности является Зальцбургский музыкально-театральный фестиваль, который проходит во второй половине лета и длится 35 дней. Каждый день на его площадке проходит не менее 8 мероприятий, чтобы туристы могли посетить сразу несколько событий. В Германии организацией событийных поездок театрам помогают специальные «*нишевые*» туроператоры.

Театральные постановки дают возможности *диверсифицировать и традиционный туристический продукт*. Например, в Турции, (востребованном для традиционного отпуска туристическом направлении), театральные фестивали проводятся в местах предназначенных для пляжного туризма. В России уже разработаны *театральные туры и экскурсии*, которые предлагают гостям познакомиться с театральным Петербургом (например, фестиваль «Звезды белых ночей» от туркомпании «Бинокль» и др.).

В настоящее время в республике работает 29 государственных театров: кукольные, драматические, музыкальные театры, театр эстрады. В республике проходит 9012 театральных показов за год, 5000 спектаклей демонстрируется на стационарных площадках, 130 премьер в год посещают зрители, 30 гастрольных поездок в год осуществляют отечественные театры [2, с. 34]. Беларусь имеет наиболее высокие показатели

по обслуживанию населения театральными услугами и является лидером по посещаемости на один театр среди стран СНГ.

Конкурентным *преимуществом* Беларуси для развития культурно-познавательного и событийного туризма является выгодное географическое положение страны. Беларусь находится на пересечении оживленных транзитных путей (Западная Европа – Россия и Балтия – Причерноморье) и обеспечивает значительные транзитные потоки с существенным потенциальным объемом спроса на кратковременные программы туристско-экскурсионного обслуживания. Для приграничного театрального туризма характерна высокая составляющая краткосрочных туров, а также экскурсионного (однодневного) туризма. Общность исторического прошлого и языка с соседними государствами и добрососедские отношения также могут служить основой для разработки совместных театральных туров, которые будут проходить по территориям нескольких государств (общей темой может быть история, жизнь и деятельность известных людей и др.). Например, в белорусских театрах можно увидеть спектакли, рассказывающие о многих исторических фигурах, значимых для нас и наших соседей (балет «Витовт» в Большом театре Беларуси), Ф. Скорина («Кар’ера доктора Рауса» в РТБД), М. Шагала («Мастак. Вяртанне ў Віцебск» Витебский театр кукол «Лялька») и др.

Эксперты в области туризма отмечают, что в привлечении туристов большую роль играют *маркетинговые* и *анимационные технологии*. *Маркетинговым службам* театров и фестивальных проектов следует больше работать с туроператорами: заранее предоставлять им афишу событий, билеты со скидками на спектакли и

*Анимационные технологии* являются наиболее востребованными в театральном туризме Беларуси: организуются специальные интерактивы для туристов в театре (игры, квесты, экскурсии), возможность посмотреть репетицию, «заглянуть за кулисы», что повышает привлекательность туристического продукта, делает его более эксклюзивным. Дальнейшее

развитие в театральном туризме должны получить *компьютерные технологии* (виртуальные экскурсии, спектакли–променады с использованием аудиогидов и мобильных приложений, и др.).

Туроператоры уже начали предлагать организацию туров на театральные фестивали и паратеатральные мероприятия (балы, реконструкции исторических событий), однако, необходимо также расширять услуги в рамках организации туров:

- индивидуальная программа пребывания в Беларуси с предложением театральной программы и возможным сопровождением специалиста;
- тематические автобусные и железнодорожные туры с посещением театров по пути следования;
- организация групповых квестов и экскурсионных программ по типу «backstage» (действия, процессы, которые не видит зритель — «за кулисами», «за сценой») и др.

Театральный туризм в Беларуси обладает большим потенциалом и, на наш взгляд, для дальнейшего его развития в стране необходимо создание национального туроператора, специализирующегося на данном направлении.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Калашникова, А. В. Развитие театральной среды в населенных пунктах и устойчивое развитие территорий / А. В. Калашникова // Социологический альманах. – Минск : Белорусская наука, 2018. - № 9. – С. 250-257.
2. Булганина, С. В. Событийный туризм: история и перспективы развития / Булганина С. В., Лопаткина Н. С. // Интернет–журнал Науковедение. – 2015. – № 3. – С. 5-9.
3. Решетников, Д. Г. Возможности развития событийных форм экологического туризма в Беларуси / Д. Г. Решетников // Беларусь в современном мире = Беларусь у сучасным свеце: материалы XI Международной конференции, посвященной 91–летию образования Белорусского

государственного университета, 30 октября 2012 г. / редкол.: В. Г. Шадурский [и др.]. — Минск : Изд. центр БГУ, 2012. — С. 256 – 257.

4. Корхова, О. Н. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в Республике Беларусь / О. Н. Корхова // Туризм и гостеприимство. – 2016. – С. 72-77.

Жуковская Д. Ф., студент 218 группы  
Научный руководитель – Нечай А. А.,  
кандидат искусствоведения, доцент

### **ДУХОВНАЯ ХОРОВАЯ МУЗЫКА ИРИНЫ ДЕНИСОВОЙ: ОСОБЕННОСТИ МУЗЫКАЛЬНОГО СТИЛЯ И ИСПОЛНИТЕЛЬСКАЯ ПРАКТИКА**

Музыкальная культура Беларуси, как и любой другой страны, развивалась и развивается по трем основным направлениям: народная музыка, религиозно-духовная музыка и профессиональное светское композиторское творчество. Религиозно-духовная культура всегда являлась частью жизни народа. В ней накоплено огромное количество произведений, имеющих высокую эстетическую и нравственную ценность. Православная духовная музыка имеет свои жанровые и стилистические особенности, свою эстетику. В ней скрыты глубокие национальные корни, это живой родник духовности и нравственности. Традиционный стиль православной церковной музыки отличается возвышенно-суровым звучанием, благородством, спокойно-размеренным ритмом, красотой и пластикой мелодий. Богослужбное пение имеет специфическую цель и направленность, которая в корне отличает его от светской хоровой музыки. Внецерковное творчество, как правило, является способом самовыражения автора, отражением его мировоззрения.

Одним из наиболее известных композиторов, работающих в жанре православной церковной музыки, в настоящее время является Ирина