

используются разнообразные вращения и дроби. Мужской танец воплощение силы и ловкости. В лексике используются широкие ходы, интенсивные движения рук, разнообразные виды «хлопушек», «присядок», туров, дроби со сложным ритмическим рисунком. Понимание особенностей мужской и женской лексики в русском танце является необходимым условием успешной работы хореографа-постановщика и исполнителя народно-сценического танца.

---

1. Бочкарева Н.И. Русский народный танец: теория и методика: учебное пособие / Н.И. Бочкарева. – Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2006. – 179 с.

2. Карпенко, В.Н. Народно-сценический танец: монография / В.Н. Карпенко, И.А. Карпенко, Ж. Багана. (Научная мысль. Хореография)– Москва : ИНФРА-М, 2016. – 306 с.

3. Климов А. Основы русского народного танца / А. Климов. – Москва : Искусство, 1981. – 270 с.

4. Ткаченко, Т.С. Народный танец / Т.С. Ткаченко. – Москва : Искусство, 1967. – 656с.

**Клышевич Е.В.**, студентка 508А гр.

Научный руководитель – Жилинская Т.С.

**ПРОДВИЖЕНИЕ ТАНЦЕВАЛЬНОГО КОЛЛЕКТИВА  
«ЗАБАВУШКА» С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ  
ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

В настоящее время существует много различных танцевальных стилей, каждый из которых определенная разновидность искусства. В

современном обществе интерес к ним постоянно растёт, особенно в последние годы. Появляется большое количество коллективов, каждый из которых имеет свою специфику. Среди танцевальных коллективов возникает большая конкуренция, поэтому возникает интерес к вопросу о способах продвижения танцевального коллектива «Забавушка». Это особенно актуально в информационном обществе, когда есть возможность использовать различные информационные технологии. Необходимо проанализировать существующие и выбрать наиболее эффективные из них исходя из особенностей творческой и профессиональной деятельности коллектива. Выбранные способы продвижения необходимо реализовать на практике с использованием современных достижений в области информационных технологий.

Продвижение танцевального коллектива, как и любой услуги, направлено на привлечение больших масс людей, что в свою очередь положительно сказывается на конкурентоспособности. Для эффективного продвижения услуг необходимо пользоваться наиболее современными достижениями в области маркетинга.

Согласно определению маркетинг (от англ. marketing — в буквальном переводе с английского означает «действие на рынке», «рыночную деятельность») — это организационная функция и совокупность процессов создания, продвижения и предоставления продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними с выгодой для организации. В широком смысле задачи маркетинга состоят в определении и удовлетворении человеческих и общественных потребностей [1].

Но задача нашего исследования предусматривает лишь продвижение уже существующего танцевального коллектива, а управление

взаимоотношениями с потребителями услуг, предоставляемыми танцевальным коллективом, задача администрации.

В практическом маркетинге есть достаточно много способов продвижения, поэтому для исключения избыточности этих способов продвижения танцевального коллектива нет необходимости использовать каждый из них. Условно их можно разбить на две категории: традиционный маркетинг и интернет-маркетинг.

Целью нашего исследования является продвижение танцевального коллектива «Забавушка» с использованием информационных технологий.

Выполнение цели было осуществлено через поэтапную реализацию следующих *задач*: сделан анализ медиаконтента танцевальных коллективов в Интернете; произведено сравнение имеющихся способов размещения медиаконтента для продвижения танцевального коллектива в Интернете (сайты, блоги, YouTube, социальные сети и др.); проанализирована статистика наиболее эффективных способов продвижения танцевального коллектива; реализованы на практике наиболее эффективные способы продвижения танцевального коллектива «Забавушка».

Объект исследования: медиаконтент танцевального коллектива «Забавушка». Предмет исследования: технологии продвижения танцевального коллектива «Забавушка».

Основным критерием для выбора способов продвижения стала целевая аудитория танцевального коллектива «Забавушка». Целевой аудиторией образцового танцевального коллектива «Забавушка» являются прежде всего дети школьного возраста от 7 до 15 лет, их родители, проживающие в городе Лида.

**Краткая информация о танцевальном коллективе «Забавушка».**  
Образцовый ансамбль танца «Забавушка» основан на базе Лидской

детской школы искусств в 2001 году. Защитил звание «образцовый» в 2008 году. В 2011 году подтвердил звание «образцовый». Состоит ансамбль из учащихся хореографического отделения и выпускников, с которыми работают художественные руководители коллектива Корейво Елена Ивановна, Шамрина Наталья Алексеевна, Павлюкова Светлана Анатольевна, Лукашевич Ольга Михайловна. Количественный состав участников более 100 ребят. Руководители ансамбля — это организованная команда, работающая на результат. Главная цель ансамбля — это популяризация хореографического искусства среди детей и молодёжи, знакомство учеников с разными стилями, направлениями хореографии, а также творческое развитие личности ребёнка через танец. Коллектив является постоянным участником областных, республиканских, международных фестивалей и конкурсов.

**Продвижение коллектива танца «Забавушка».** Изучив способы продвижения с использованием информационных технологий, были выбраны наиболее эффективные варианты продвижения танцевального коллектива «Забавушка»: разработка официального сайта коллектива, логотипа, информационного буклет, рекламного баннера.

**Рассмотрим подробно каждый из выбранных способов продвижения.** Мною был выбран сайт как наиболее важный способ продвижения танцевального коллектива «Забавушка», потому что сайт является лицом коллектива в сети. Основной задачей сайта является, прежде всего, информационная. Сайт должен предоставлять пользователям простой доступ к достоверной и свежей информации. Следующей задачей является рекламная — анонс мероприятий и продвижение услуг. Немаловажная задача — имиджевая. Сайт является лицом компании в сети.

Для разработки и реализации сайта была выбрана система управления содержимым Word Press. Разработка сайта велась на локальном сервере Open-server и по окончании разработки сайт с базой данных SQL был размещены на хостинге. Сайт получил доменное имя третьего уровня: <http://zabawushka.508.by>.

Для повышения узнаваемости и распознаваемости танцевального коллектива нами был создан логотип. Дизайн логотипа разрабатывался самостоятельно в программе Adobe Photoshop. Логотип состоит из графической и текстовой информации (Рисунок 1.).



**Рисунок 1 – Логотип танцевального коллектива «Забавушка»**

Для привлечения клиентов, для информирования и для создания позитивного имиджа мною был разработан баннер. Баннер представляет собой графическое изображение рекламного характера. Баннеры могут использоваться в наружной рекламе и интернет-рекламе [4].

Для создания баннера использовалась программа Adobe Photoshop. Разработанный баннер включает следующую информацию: полное название коллектива, логотип, танцевальные направления, реквизиты (Рисунок 2.).



## **Рисунок 2 – Баннер танцевального коллектива «Забавушка»**

Буклет также несет функцию рекламного характера и представляет собой сфальцованный в два и более сгибов лист бумаги, на обеих сторонах которого размещена текстовая и/или графическая информация [2].

Буклет разрабатывался в программе Microsoft Office. Разработанный буклет имеет два сгиба и содержит наиболее важную информацию: полное название коллектива, логотип, информация о коллективе, достижения коллектива, преподавательский состав, реквизиты.

Возникший интерес к вопросу о способах продвижения танцевального коллектива «Забавушка» объясняется возникшей большой конкуренцией среди танцевальных коллективов. Для продвижения образцового танцевального коллектива «Забавушка» были изучены и использованы передовые способы продвижения с использованием информационных технологий. Для исключения избыточности и выбора наиболее эффективных способов продвижения была произведена оценка целевой аудитории коллектива. Выбранные и реализованные варианты продвижения должны существенно привлечь целевую аудиторию коллектива.

---

1. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; Под общ. ред. Г.Л. Багиева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ЗАО «Изд-во «Экономика»», 2001. — 718 с.

2. Большой Энциклопедический словарь / гл. ред. А.М. Прохорова. — Москва : Научное издательство «Большая российская энциклопедия», 2000. — 1456 с.

3. Издательство: большая российская энциклопедия, научное издательство, 2000 г.

4. Панкрухина, А.П. Маркетинг: большой толковый словарь; под редакцией А.П. Панкрухина. — 3-е издание, стер. — Москва, Издательство «Омега-Л», 2011. — 261 с.

5. Уильямс, Б. WordPress для профессионалов, разработка и дизайн сайтов / Б. Уильямс, Д. Дэмстра, Х. Стэрн; под ред. Б. Уильямс. — Минск : Питер., 2014. — 466 с.

**Ковалёв П.Н.**, студент, 220э гр.

Научный руководитель – Чурко Ю.М.

### **ТВОРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАТСА ЭКА**

Матс Эк (18 апреля 1945) – шведский танцовщик, хореограф и театральный режиссёр. Матс Эк считается одним из ведущих хореографов мира. Он наиболее точно сочетает все тенденции современного танца, сдвигая танцевальное действие в сторону драматического искусства. Матс Эк посмотрел с совершенно неожиданной стороны на классические истории и сюжеты, под углом зрения сегодняшнего человека. Он стал взламывать стереотипы и находить новое актуальное содержание современного танца.

В 1976 г. Матс Эк впервые выступил в качестве хореографа. Первая постановка, соединившая элементы классического танца и танца модерн, – «Денщик» на музыку Б. Бартока по мотивам пьесы «Войцек» Г. Бюхнера. За ней последовали – такие балеты, как «Святой Георгий и дракон» (1977 г.) «Совето» (1977 г.). В обоих балетах Матс Эк исполнял главные партии.

В 1980 – 1981 гг. Матс Эк вошел в труппу Нидерландского театра танца под руководством Иржи Килиана. Впоследствии поставит для нее несколько балетов: «Вон там» («Over There») (1990 г.), «Путешествие» на