

Министерство культуры Республики Беларусь
Белорусский государственный университет культуры и искусств

НАУЧНЫЙ ПОИСК В СФЕРЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

*Материалы научной конференции
профессорско-преподавательского состава
Белорусского государственного университета культуры и искусств,
посвященной Году качества
(Минск, 21 ноября 2024 г.)*

Минск
БГУКИ
2025

УДК 316.7+7
ББК 7я431+85я431
Н 347

Редакционная коллегия:
*Н. В. Карчевская, Е. Е. Корсакова, Ю. Н. Галковская,
Е. В. Пагоцкая, Н. Е. Шелупенко*

Рецензенты:
М. Л. Цыбульский, кандидат искусствоведения, доцент,
Е. В. Голикова-Пошка, кандидат искусствоведения, доцент

Научный поиск в сфере современной культуры и искусства :
НЗ47 материалы науч. конф. профессорско-преподавательского состава БГУКИ, посвященной Году качества, Минск, 21 нояб. 2024 г. / М-во культуры Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: Н. В. Карчевская [и др.]. – Минск : БГУКИ, 2025. – 556 с.

ISBN 978-985-522-394-9.

Представлены материалы научной конференции профессорско-преподавательского состава, посвященной Году качества. Ее участники обсудили достижения за 25 лет существования белорусской культурологической школы и перспективы ее развития, рассмотрели опыт сохранения, трансляции, репрезентации историко-культурного наследия, информационные технологии в культуре, традиции и новации в межкультурной коммуникации и диалоге культур и многие другие вопросы.

Адресуется преподавателям учреждений образования сферы культуры, научным работникам, студентам, а также широкому кругу читателей.

УДК 316.7+7
ББК 7я431+85я431

ISBN 978-985-522-394-9

© Учреждение образования
«Белорусский государственный
университет культуры и искусств», 2025

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

<i>Соколова О. М.</i> Культурологическая школа Беларуси: истоки, реалии, перспективы	9
<i>Николаева Ю. Г.</i> Жанровое разнообразие эстрадно-циркового искусства на белорусской эстраде советского периода	18

Круглый стол Здабыткі і перспектывы развіцця беларускай культуралагічнай школы: да 25-годдзя заснавання

<i>Смолик А. И.</i> Аксиология как проблемное поле отечественной культурологии: становление и развитие	25
<i>Масленченко С. В.</i> Этапы развития цифровой культуры и ее цифровизации	32
<i>Никонович Н. А.</i> Религиоведение и культурология как важнейшие составляющие гуманитарного знания	37
<i>Коваленя Е. Г.</i> Исследование геокультуры города как области научного знания в белорусской культурологии	41
<i>Усовская Э. А.</i> Культурология и культурные исследования как фундаментальное и прикладное направления	49
<i>Белакурскі В. М., Белакурская Ж. Я.</i> Феномен архетыпу ў філасофска-культуралагічным разуменні	52
<i>Криштаносова Е. А.</i> Этнические традиции в контексте современного диалога культур: консервация и трансляция	56
<i>Сухоцкая Т. Ф.</i> Культуралагічнае асэнсаванне мастацкай літаратуры	59
<i>Карнажицкая Т. В.</i> Гуманитарно-эстетический потенциал современного культурного пространства Беларуси	64
<i>Соколовская М. М.</i> Ценности традиционной китайской культуры ..	68
<i>Самосюк Н. В.</i> Социокультурные связи русской православной церкви и православной церкви Западной Беларуси в межвоенный период	73
<i>Шелег Е. А.</i> Инклюзивное культуротворчество в информационной эпохе: возможности и вызовы	77
<i>Михалёва Е. А.</i> Интерпретация понятия «традиционные семейные ценности» в социально-гуманитарном дискурсе	82
<i>Молдованова Е. С.</i> Междисциплинарный подход к изучению культуры детства	86

<i>Пилипенко К. А.</i> Специфика создания молодежных центров на базе креативных пространств	91
<i>Ду Бикунь.</i> Традиции дворцовой системы питания в Китае	94
<i>Кузьменчук И. В.</i> Особенности формирования национальной культуры в системе идентичности нации: культурологический аспект	100
<i>Ли Сюэсинь.</i> Коннотация образа яйца в восточных космогонических мифах	104
<i>Лу Ся.</i> Бурлеск как жанр традиционных уличных представлений Сычуани	108
<i>Чжун Цяньцян.</i> Влияние западной традиции на китайскую философию	113

Секция 1

Актуальные проблемы теории и истории искусства

<i>Пагоцкая Е. В.</i> Сценическое пространство Беларуси: историко-культурный аспект	119
<i>Шаройко Е. Н.</i> Фреска в художественном решении фильма	124
<i>Петухова Н. В.</i> Метад рэканструкцыі ў распрацоўцы і ўвасабленні традыцыйнага абраду	129
<i>Стельмах А. М.</i> Современные стратегии позиционирования деятельности театра	132
<i>Трапянок У. А.</i> Генезіс і сучаснае развіццё паэтычнага радыётэатра Беларусі	137
<i>Чжан Яньпен, Трепенко В. А.</i> Влияние заимствованных программ на современное телевидение Китая на примере постановочного проекта «Слава Богу, ты здесь»	145
<i>Николаева Ю. Г.</i> Роль деятельности концертных бригад в развитии эстрадно-циркового искусства в Беларуси советского периода ...	149
<i>Грищенко А. Б.</i> Пленэры по живописи как способ сохранения и популяризации архитектурного наследия Беларуси	156
<i>Коришук А. Н.</i> Музыкальное направление классической кроссовер в массовой культуре Беларуси и России: специфика и формы проявления	161
<i>Беспалая А. А.</i> Арт-парк «Никола-Ленивец» как способ художественного освоения природного пространства	165
<i>Гу Юйши.</i> Стилистические особенности жанра сяньшэн	173
<i>Су Жунци.</i> Актуальные проблемы современного театрального образования (на примере подготовки актеров в Беларуси первой четверти XXI в.)	177
<i>Сюй Цзинань.</i> Поэтичность в живописи Марка Шагала	181
<i>Чжан Цзыхань.</i> Развитие детского театра в Китае	189
<i>Чэнь Вэнь Вэнь.</i> Современное состояние театрального любительского искусства в Беларуси	193

<i>Ян И.</i> Исследование выставок китайских музеев в условиях цифровизации	197
<i>Смирнова И. А.</i> Национальные тенденции развития белорусского джаза первой четверти XXI в.	201
<i>Бортновский В. В.</i> Выдающиеся личности в мировой истории дирижерского исполнительства: Густав Малер (1860–1911)	208
<i>Федоров А. В.</i> Искусство дирижирования как самостоятельный вид музыкального творчества	212
<i>Довжик Е. Н.</i> Формирование современного духового оркестра в зарубежной музыкальной культуре XX в.	219
<i>Сергеева О. О.</i> Творческий портрет Анри Брода и его вклад в развитие французской исполнительской школы игры на гобое	225
<i>Поляков Г. Г.</i> Сценическая интерпретация электронной танцевальной музыки: определение и содержание понятия	229
<i>Пуш С. В.</i> Формирование исполнительских навыков в классе струнного ансамбля	234
<i>Белан А. И.</i> Специфика формирования знаний, умений и навыков эстрадно-джазовой манеры исполнительства (в контексте истории традиционного и прогрессивного современного сольного исполнительства пианистов)	240
<i>Домненкова Л. В.</i> Формообразование и декорирование европейского фаянса и фарфора эпохи барокко	247
<i>Кривошеева С. В.</i> Тенденции развития народного изобразительного искусства в современном художественном пространстве Беларуси	253
<i>Мицкевич А. Г.</i> Из опыта исследований и презентаций многообъектных произведений искусства	257
<i>Васюк Т. I.</i> Мастацтва як форма ўдасканалення асобы	261
<i>Шатило Е. В.</i> Особенности экспонирования декоративно-прикладного искусства в контексте современной выставочной деятельности	266
<i>Лінькова Н. А.</i> Рэпрэзентацыя каштоўнасцей традыцыйнага дэкаратыўна-прыкладнага мастацтва ў сучаснай выставачнай прасторы ...	271
<i>Ван Юекай.</i> Влияние маньчжурских мифов о сотворении мира на искусство масок	276
<i>Ши Сюэфэн.</i> Искусство традиционной китайской керамической посуды	281
<i>Ши Сюэфэн.</i> Мебельное искусство традиционного китайского дома	284
<i>Дожина Н. И.</i> Специфика организации аудиторной работы по сольфеджио со студентами факультета музыкального и хореографического искусства	287
<i>Ухова И. В.</i> Жанровые средства музыкальной выразительности: научный и педагогический аспекты	292

<i>Ходинская Н. Н.</i> Звуковой материал музыки XX–XXI вв. в курсе современной гармонии	297
<i>Лойко О. Б.</i> Содержательно-методические аспекты преподавания дисциплины «Элементарная теория музыки» для иностранных студентов	303
<i>Чжан Цзобинь.</i> Музыкальное образование Китая до 1911 г.: историко-теоретический аспект	308
<i>Кожмяко Д. А.</i> Слово как нетипичный компонент хореографического произведения	312
<i>Бодунова И. И.</i> Старинные балльные танцы: исторический и современный аспекты	320
<i>Коновальчик И. В.</i> Развитие белорусской народно-сценической хореографии периода «нулевых»	325
<i>Навроцкая О. А.</i> Антуражная хореография Беларуси: характеристика развития на современном этапе	330
<i>Столяр О. Н.</i> Актуальные методические рекомендации при проведении занятий по дисциплине «Европейская и латиноамериканская программа»	334
<i>Фань Чжунтао.</i> Применение повседневных артефактов как сценического реквизита в искусстве китайского танца	338
<i>Гажевская-Пешак Т. С.</i> Пейзажная лирика в хоровом творчестве Н. Литвина (на примере хорового цикла «Родные вобразы»)	342
<i>Войтик С. Ф.</i> Локальные типы многоголосия в традиционной песенной культуре Понемонья	348
<i>Вольнец Е. Н.</i> Современные формы популяризации гармонии в музыкальной культуре Беларуси	354
<i>Баранова Н. В.</i> Некоторые аспекты развития музыкально-образного мышления у студентов хоровой специализации посредством фортепианных переложений оперно-симфонической музыки	359

Секция 2

Историко-культурное наследие: опыт сохранения, трансляции и репрезентации

<i>Бамбешка І. І.</i> Мемарыялізацыя асобы музейнымі сродкамі: да пытання аб фарміраванні тэрміна «мемарыяльны музей»	364
<i>Зими́на М. В.</i> Понятие превентивной консервации в современной музеологии	370
<i>Наумова Е. Г.</i> Технологии искусственного интеллекта как инструмент сохранения историко-культурного наследия Беларуси	374
<i>Ли Пэн.</i> Трансляция традиционной китайской медицины в мировое пространство	382

Секция 3
Информационные технологии в культуре:
новации и перспективы развития

<i>Жилинская Т. С., Якимович В. С.</i> Геймификация обучения: существенные характеристики и специфика ее реализации при подготовке менеджеров-культурологов	387
<i>Жилинская Т. С., Бачурина Т. В., Кунцевич О. М.</i> Цифровая культура как драйвер трансформации личности	393
<i>Федосова А. А.</i> Стратегия цифрового продвижения учреждения культуры как инструмент планирования рекламной деятельности ...	398
<i>Руткевич С. А.</i> Искусственный интеллект в искусстве: основные тенденции развития и перспективы дальнейшего применения	404
<i>Гончарик Н. Г., Серегина Л. А.</i> Особенности современных цветочных пространств и технологий мониторов	408
<i>Бовбель Е. В.</i> Исследование феномена послушания и ответственности с помощью анализа больших данных сферы культуры	414

Секция 4
Межкультурные коммуникации и диалог культур:
традиции и новации

<i>Макаревич А. В.</i> Тренд в пространстве социокультурной коммуникации: трактовка понятия и проблема идентификации	419
<i>Шаймерденова С. К.</i> Всемирные игры кочевников – международный символ дружбы и культурного обмена	423
<i>Кузнецова Е. В.</i> Культурный код: определение и особенности проявления в современном рекламном дискурсе	429
<i>Смоликова Т. М.</i> Инновационные подходы к рекламным коммуникациям на основе AI-технологий	435
<i>Лебедева Д. В.</i> Стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации	442
<i>Руңцо Д. В.</i> Корпоративная культура и межкультурные коммуникации: нравственно-этические проблемы	448

Секция 5
Библиотечно-информационная деятельность
в системе культурно-образовательного потенциала социума

<i>Галковская Ю. Н.</i> Актуальные проблемы совершенствования содержания библиотечно-информационного образования	452
<i>Зыгмантович С. В.</i> Формирование профессиональных компетенций будущих библиотечных специалистов для реализации социально-культурных функций	459
<i>Козленко Е. Ю.</i> Понимание студентами сущности и возможностей профилизации «Аналитика»	466

<i>Политевич Е. Э.</i> Создание и распространение профессионального цифрового библиотечного медиаконтента	471
<i>Гладырева Н. А.</i> Применение технологии проблемного обучения для развития критического мышления студентов при обеспечении медиабезопасного поведения в информационном пространстве	478
<i>Ткаченко А. С.</i> Активное чтение как нестандартный способ прочтения художественной литературы	483

Секция 6

Педагогика социально-культурной деятельности: современные формы и пути развития

<i>Шелупенко Н. Е., Шаколо А. В.</i> Патриотизм как детерминанта развития национального культурного пространства Беларуси	491
<i>Ушакова В. М.</i> Основные аспекты развития инновационной педагогики на современном этапе	496
<i>Казлоўская Л. І.</i> Сучасныя падыходы да класіфікацыі культурна-дасугавых праграм	503
<i>Самерсова Н. В.</i> Теоретико-практические основы педагогического моделирования социально-культурной деятельности детей и молодежи	508
<i>Цыркун Н. А.</i> Стихотерапия как метод развития творческих способностей и научного мышления специалистов сферы культуры ...	512
<i>Цыркун И. И.</i> Психологический анализ представлений слушателей ИПКиПК об учителе начальных классов и о специалисте сферы культуры	517

Секция 7

Белорусская и зарубежная филология: особенности и инновационные формы изучения в учреждениях высшего образования сферы культуры и искусства

<i>Пісарэнка А. М.</i> Тыпалогія вобразаў і вобразнасці мастацкага тэксту (да юбілею паэта Міколы Шабовіча)	523
<i>Клімаў І. П.</i> Тэматыка і кампазіцыя прадмовы Сымона Буднага да Нясвіжскага катэхізіса 1562 г.	529
<i>Тычына С. М.</i> Тыпалогія вобраза героя «свой сярод чужых, чужы сярод сваіх» у рамантычнай літаратуры XIX ст. і сучаснай літаратурнай казцы (на прыкладзе творчасці Д. Ф. Купера і Д. Роўлінг)	535
<i>Безмен С. Г.</i> Использование технологии «warming up» при обучении английскому языку студентов неязыкового вуза	542
<i>Влазнюк Н. И.</i> К вопросу об определении понятия «мир музыки» ...	547
<i>Попова Д. Б.</i> Эссе как способ реализации письменно-коммуникативной компетенции в контексте иноязычного профориентированного обучения	550

наўлення песенных і інструментальных узораў адпаведна лакальнаму ўзору.

Такім чынам, падсумоўваючы вопыт у галіне рэканструкцыі рытуальна-абрадавых комплексаў, мы вызначаем, што пад метадам «рэканструкцыя» разумеецца адраджэнне абрадава-рытуальных комплексаў на аснове рэшткаў захаваных фальклорных матэрыялаў і этнаграфічнага апісання. Дадзены метады патрабуе вывучэння і практычнага ўвасаблення ўсіх кампанентаў дзеяння – тэмпаральнага, акцыянальнага, лакатыўнага, персанальнага, атрыбутыўнага, музычнага і вербальнага, якія павінны быць адлюстраваны ў сцэнарыі.

1. *Выскварка, С. Г.* Элементы нематэрыяльнай культурнай спадчыны Любаншчыны. Асаблівасці бытавання і захавання / С. Г. Выскварка // Сохранение нематериального историко-культурного наследия стран СНГ в контексте глобальных вызовов : Междунар. науч.-практ. семинар, Минск, 15–17 нояб. 2022 г. : сб. науч. ст. / Беларус. гос. ун-т культуры и искусств [и др.]. – Минск, 2022. – С. 94–98.

2. *Петухова, Н. В.* Фальклорна-этнографічныя святы ў дзейнасці ўстаноў культуры / Н. В. Петухова // Научный поиск в сфере современной культуры и искусства : материалы науч. конф. проф.-преп. состава Беларус. гос. ун-та культуры и искусств, Минск, 25 нояб. 2021 г. / Беларус. гос. ун-т культуры и искусств ; редкол.: Н. В. Карчевская (пред.) [и др.]. – Минск, 2022. – С. 126–129.

3. *Толстой, Н. И.* Славянская этнолингвистика: вопросы теории : ко Второму Всерос. совещанию славистов, Москва, 5–6 нояб. 2013 г. / Н. И. Толстой, С. М. Толстая. – М. : Ин-т славяноведения РАН, 2013. – 240 с.

УДК 792:339.138

А. М. Стельмах,

*кандидат искусствоведения, доцент, доцент кафедры менеджмента
социально-культурной деятельности учреждения образования
«Белорусский государственный университет
культуры и искусств», Минск, Беларусь*

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕАТРА

Аннотация. Статья посвящена проблеме маркетинга в деятельности театра. На примере отдельных государственных театров Беларуси рас-

смаатриваются возможности внедрения стратегий позиционирования как эффективных и недорогих инструментов, способных продемонстрировать зрителю преимущества конкретного театра и сформировать положительное мнение о нем. Это особенно актуально сегодня в условиях наблюдающегося сокращения государственного бюджетного финансирования отечественных театров и необходимости совершенствования их финансово-хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: маркетинг, театр, позиционирование, продукт, спектакль, стратегия, потребитель.

A. Stelmakh,

*PhD in Art History, Associate Professor, Associate Professor
of the Department of Management of Social and Cultural Activities
of the Educational Institution "Belarusian State University
of Culture and Arts", Minsk, Belarus*

MODERN STRATEGIES FOR THE POSITIONING OF THE THEATRE'S ACTIVITIES

Abstract. The article is devoted to the problem of marketing in the activities of the theatre. Using the example of individual state theatres in Belarus, the possibilities of introducing positioning strategies as effective and inexpensive tools that can demonstrate to the audience the advantages of a particular theatre and form a positive opinion about it are considered. This is especially important today in the context of the observed reduction in state budget financing of domestic theatres and the need to improve their financial and economic activities.

Keywords: marketing, theatre, positioning, product, performance, strategy, consumer.

Маркетинг как рыночная концепция управления производственно-сбытовой деятельностью организации хорошо зарекомендовал себя во многих отраслях экономики. Маркетинг нацелен на потребителей – реальных и потенциальных покупателей продуктов и услуг, производимых организациями. Именно покупатель выступает тем центральным ядром управления, вокруг которого выстраивается вся производственная деятельность: создавать только то, что будет востребовано покупателем, а не предлагать (навязывать) покупателю созданный продукт.

В театральной сфере, преимущественно некоммерческой по своей сути, формирование отношений с потребителем проис-

ходит несколько в другой плоскости. Как утверждал К. С. Станиславский: «Театр существует и творит для зрителей, но ни зритель, ни театр не должны подозревать об этом в момент творчества и его восприятия. Тайна этой связи зрителей с артистом еще больше сближает их между собой и еще больше усиливает их взаимное доверие» [2, с. 391]. Тем самым театральное искусство воспитывает зрителей, «которые умеют не только смотреть и развлекаться в театре, но также слушать, чувствовать и мыслить в нем» [Там же]. Для театра зритель не просто пользователь культурного продукта, он соавтор будущего спектакля, соответственно, он оказывает серьезное влияние не только на ход спектакля во время его показа, но и на всю последующую его прокатную судьбу, проявляя или не проявляя интерес к постановке.

Следовательно, одна из насущных проблем театра заключается в длительном удержании внимания потребителей к своей деятельности и создании определенного образа в их сознании. Что же входит в задачи маркетинга и находит свое решение в стратегии позиционирования? Позиционирование, как точно определили его суть основоположники теории – американские маркетингологи Д. Траут и Э. Райс, – это создание «своеобразной ниши, которая нашла бы отражение в иерархии ценностей, созданной в сознании потенциального покупателя» [3, с. 71]. Позиционирование – это своеобразная лестница ценностей. И чтобы потребитель отдал предпочтение конкретному театру, необходимо переместить его на верхнюю ступеньку этой лестницы [4, с. 126].

Традиционно в театральной сфере осуществляется позиционирование либо по личностным качествам художественного руководителя (долгое время Национальный академический Большой театр оперы и балета Республики Беларусь ассоциировался с именем прославленного балетмейстера В. Н. Елизарьева, который служил там с 1973 г.), либо по репертуару (Республиканский театр белорусской драматургии стал инициатором создания Центра белорусской драматургии в 2007 г. для развития и продвижения драматургического творчества современных белорусских авторов. Международная драматургическая лаборатория, семинары и мастер-классы, читки пьес, сбор текстов современных белорусских драматургов – вот лишь немногие

направления работы Центра), либо по исполнителям (Татьяна Мархель, Людмила Сидоркевич, Ольга Нефедова, Сергей Чекерес, Руслан Чернецкий или Андрей Душечкин – имена, которые не требуют дополнительного комментария и являются «приманкой» для публики).

Такие широко известные стратегии позиционирования по местоположению и удобствам, а также по цене и качеству в отечественном маркетинге имеют свою специфику. Во-первых, все государственные театры имеют помещения, предоставленные им учредителем, и размещаются в зданиях, построенных в соответствии с градостроительной политикой, а значит лишены возможности выбора более привлекательной для зрителя площадки (близость к центру города, наличие хорошего транспортного сообщения и пр.). И факт расположения Нового драматического театра в Заводском районе служит убедительным аргументом потенциальным зрителям при принятии решения о посещении театра. Например, заполняемость зала на спектакле «Дом Бернарды Альбы» Ф. Г. Лорки (реж. Е. Машкович, 2022 г.) на последнем показе 22 ноября 2024 г. составила менее 50 %. Постановка, на наш взгляд, характеризуется интересным режиссерским и музыкальным решением, глубокими актерскими работами и является лауреатом Национальной театральной премии 2023 г. в номинации «Лучшая работа художника в спектакле театра драмы».

Во-вторых, высокая цена билета на постановки белорусских драматических театров скорее выступит фактором отказа от покупки вообще, так как спектакли не являются продуктами первой необходимости для большинства потребителей. И они охотнее перенаправят свои финансовые ресурсы на удовлетворение других нужд. В то же время приглашение в 2021 г. Белорусским государственным академическим музыкальным театром заслуженного артиста Татарстана, лауреата Государственной премии России М. А. Башарова на роль князя Базинелли в спектакль «Граф Люксембург» Ф. Легара, а также реализация мюзикла «Опасные связи» российского композитора Г. А. Матвейчука по мотивам одноименного французского романа П. Ш. де Лакло (2024) позволили театру установить значительно более высокую стоимость билета, что являлось достаточно

оправданным для зрителей, так как известные зарубежные артисты выступают гарантом качества постановок.

При выборе стратегии позиционирования театр ориентируется на то, чтобы достаточно отчетливо запечатлеться в сознании потребителя, а это требует поиска уникальных атрибутов. Например, специфичность повода: специальные показы спектаклей регулярного репертуара или подготовка новых постановок к датам календаря (Рождество, День всех влюбленных, бенефисы артистов и пр.), на которые можно прийти всей семьей, летние показы на открытом воздухе для всех тех, кто хочет прочувствовать атмосферу пьесы в локациях вечернего города. Сегодня же в практике белорусских государственных театров присутствуют спектакли, приуроченные к годовщинам Победы советского народа в Великой Отечественной войне, и редкие постановки к юбилейным датам драматургов и писателей (к 200-летию со дня рождения драматурга А. Н. Островского Национальным академическим драматическим театром имени М. Горького в 2023 г. была подготовлена премьера «Opus 40. Бесприданница» (реж. С. М. Ковальчик)). Выступления вне театральной сцены вообще являются единичными. Из последних ярких событий следует назвать театральный пикник, организованный Национальным академическим театром имени Янки Купалы в Александровском сквере 21 сентября 2020 г. к началу 100-го сезона, с прямой трансляцией спектакля «Радзіва Прудок» по книге А. И. Горвата.

Действенным, на наш взгляд, является позиционирование в качестве «номера первого». Уже упомянутый нами Национальный академический театр имени Янки Купалы является первым профессиональным драматическим театром Беларуси, основоположником национальной актерской и режиссерской школы, что автоматически дает ему преимущество перед другими театрами республики. Но в качестве показателей, позволяющих транслировать статус «номера первого», могут быть использованы любые другие: уникальность спектаклей, международное сотрудничество, масштабность деятельности и пр. Главное, чтобы они были связаны с каким-то действительно высоко ценимым атрибутом [1, с. 149].

Таким образом, занимая определенную нишу в социокультурной среде, театр посредством позиционирования может за-

крепить существующую для него приемлемую позицию, несколько ее изменить (если имеется необходимость укрепления имиджа театра или расширения его целевой аудитории) либо попытаться дистанцироваться от конкурентов, сфокусировавшись на четко определенных потребительских группах. Тем самым позиционирование сегодня является недорогим и эффективным инструментом продвижения и популяризации деятельности театра и может меняться в зависимости от его целей и состояния рынка. Концентрируясь на работе организации в целом или акцентируя внимание на конкретном спектакле или исполнителе, маркетинг театра при выборе позиции все равно ориентирован на потребителя и его ценности, что в перспективе может принести прибыль и позволить занять доминирующее положение на рынке.

1. *Котлер, Ф.* Все билеты проданы: стратегии маркетинга исполнительских искусств / Ф. Котлер, Д. Шефф. – М. : Классика–XXI, 2012. – 688 с.

2. *Станиславский, К. С.* Мое гражданское служение России. Воспоминания. Статьи. Очерки. Речи. Беседы. Из записных книжек / К. С. Станиславский ; сост., вступ. ст. и коммент. М. Н. Любомудрова. – М. : Правда, 1990. – 656 с.

3. *Шереметьева, Е. Н.* Позиционирование в прямом маркетинге / Е. Н. Шереметьева // Вестн. Воронежского гос. ун-та. Серия: Экономика и управление. – 2005. – № 1. – С. 71–77.

4. *Шереметьева, Е. Н.* Стратегия позиционирования в прямом маркетинге / Е. Н. Шереметьева // Российское предпринимательство. – 2007. – № 6. – С. 126–130.

УДК 7.096+792.096(476)

У. А. Трапянок,

*кандыдат мастацтвазнаўства, дацэнт, дацэнт кафедры рэжысуры
ўстановы адукацыі «Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт
культуры і мастацтваў», Мінск, Беларусь*

ГЕНЕЗІС І СУЧАСНАЕ РАЗВІЦЦЁ ПАЭТЫЧНАГА РАДЫЁТЭАТРА БЕЛАРУСІ

Анатацыя. Артыкул прысвечаны станаўленню паэтычнага радыётэатра Беларусі ў 1920-я гг., яго далейшаму развіццю пад уплывам