

2. Вясельныя пажаданні (зычанні) [Электронны рэсурс]. Рэжым доступа : <http://myland.by/vyasel-ny-ya-pazhadanni-zy-channi>. – Дата доступа : 05.03.2016.

3. Застолле [Электронны рэсурс]. Рэжым доступа : <http://belsat.eu/programs/zastolle/>. – Рэжым доступа : 01.03.2016.

Гура-Щербакова Н.С., студ. 411 а гр.

Научный руководитель – Карнажицкая Т.В.

ФИЛАРМОНИЯ КАК ОБЪЕКТ БРЕНДИНГА

Понятие «бренд» (англ. brand «клеймо», «пламя факела») произошло от древненорвежского brandr, что значит «жечь, выжигать» и первоначально ассоциировалось с операциями по клеймению (маркировке) домашнего скота и предметов домашнего обихода. С развитием торговых отношений, бренд (клеймо, тавро) использовался для обозначения различия между аналогичной продукцией разных производителей. В определении одного из классиков маркетинга, Ф. Котлера, бренд – это термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг продавцов и их дифференциации от товаров или услуг конкурентов [1].

Процесс создания и развития брендов называется брендинг. Е. Ромат пишет о том, что инструментарий и цели брендинга выходят далеко за рамки системы маркетинговых коммуникаций и включает также элементы товарной политики, стратегии в сфере ценообразования и решения в бытовой сфере. Так же, как и PR, брендинг не поглощается полностью и системой маркетинговых коммуникаций, и даже всей системой

маркетинга. Коммуникационная технология брендинга направлена как во внешнюю, так и во внутреннюю среду. Когда мы говорим о культурном бренде важно осознавать, что особое место в его создании принадлежит творческой интеллигенции [2].

Музыкальные учреждения занимают большое место в системе учреждений культуры. Они играют одну из наиболее важных ролей, т.к. удовлетворяют большую часть основных культурно-досуговых потребностей человека, таких как потребность в отдыхе, рекреации и развлечениях, познании, творчестве, общении, празднике и зрелище.

В Республике Беларусь система музыкальных учреждений культуры представлена следующими организациями:

- Государственная и областные филармонии, ФДЮ
- Театр оперы и балета
- Концертные залы
- Клубные учреждения
- Концертно-гастрольные учреждения

Международный опыт показал, что бренды музыкальных учреждений культуры могут быть вполне успешными, примеров таких достаточно, об этом можно судить по таким брендам, как Ла Скала, Большой театр в Москве, Метрополитен-опера и другие.

В данном контексте в особой степени возрастают требования к сфере музыкального менеджмента, определяющего условия и способы результативного функционирования творческих коллективов, отдельных исполнителей и деятелей культуры. Белгосфилармония, являясь «лицом» Беларуси в сфере профессионального музыкального искусства, имеет свои особенности и должна стать культурным брендом нашей Беларуси.

1. Коттлер Ф., Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств / Ф. Коттлер, Дж. Шефф. – М. : Издательский дом «Классика-XXI», 2012. – 688 с.

2. Тульчинский, Г.Л. Менеджмент в сфере культуры: учебное пособие. 4-е изд., испр. и доп. / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова – СПб. : Издательство «Лань»; «Издательство Планета Музыки», 2009. – 528 с.

Гурына Т.В., студ. 320 н гр.

Навуковы кіраўнік – Гуткоўская С.В.

РОЛЯ СЛОЎНАГА ТЭКСТУ Ў РАСКРЫЦЦІ ВОБРАЗНАГА ЗМЕСТУ ФАЛЬКЛОРНАГА ЎЗОРУ

Кожны від народнага мастацтва ўнікальны і самабытны, але пры іх зліцці (сінкрэтызм) змест твораў раскрываецца больш глыбока. Сінкрэтызм – гэта злучэнне элементаў слова, музыкі, танца, пантамімы ў традыцыйных відах фальклору (абрадавыя дзейства, карагоды, песень і песенна-сказавыя формы фальклорнага тэатра) [3]. Такое адзінства мы можам назіраць у беларускім фальклору пры спалучэнні слоўнага тэксту (прымаўкі, прыказкі, песні і г.д.) і танца ў фолькорных узорах.

Танец – адна са старажытнейшых форм народнай творчасці, у якой у пластыцы адлюстроўваюцца ўражанні ад навакольнага свету, жыцце, побыт і працоўная дзейнасць народа; увсвабляецца яго нацыянальны характар, спосаб вобразнага мыслення. Танец заўсёды суправаджаўся рытмам, які задаваўся музычнымі інструментамі або мог быць заменены песнямі, прыпеўкамі [6].