

2. Регионы Республики Беларусь : Статистический сборник / Минск, 2023. – URL: https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya.../index_78807/ (дата обращения: 14.02.2024).

3. Бахлова, О. В. Межрегиональное сотрудничество и интеграция в рамках Союзного государства Беларуси и России: специфика сопряжения и информационного сопровождения / О. В. Бахлова, А. Н. Слугина // Регионоведение. – 2022. – Т. 30, № 1 (118). – С. 10–30.

МАРКЕТИНГ ТЕАТРАЛЬНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОГО ТЕАТРА КУКОЛ)

Д. А. Зарецкая, Р. А. Олиферук, Д. С. Киселева, М. С. Коценя, А. Г. Проровский
Брестский государственный технический университет,
Брест, Республика Беларусь

Аннотация. В статье проведен SWOT-анализ Брестского театра кукол. Сделаны выводы и предложения по развитию театральных услуг, рассчитанных на взрослую аудиторию.

Ключевые слова: театр кукол.

MARKETING OF THEATRICAL SERVICES (USING THE EXAMPLE OF THE BREST PUPPET THEATER)

D. A. Zaretskaya, R. A. Aliferuk, D. S. Kiselyova, M. S. Kotsenya, A. G. Prarouski
Brest State Technical University
Brest, Republic of Belarus

Abstract. The article provides a SWOT analysis of the Brest Puppet Theater. Conclusions and suggestions are made on the development of theatrical services designed for an adult audience.

Keywords: the puppet theater.

Введение

Брестский театр кукол прошел путь от локальной детской студии до значимого культурного института, сочетающего традиции и инновации. Его развитие отражает эволюцию кукольного искусства в Восточной Европе, а активная социальная позиция и открытость мировым тенденциям делают его примером для современных театров.

Развитие взрослых кукольных театров связано с изменением эстетики и расширением тематики спектаклей, выходящих за рамки детских сказок и затрагивающих взрослые проблемы и классику мировой литературы [1]. Сегодня кукольный театр становится более универсальным, сочетая драматическое, музыкальное и пантомимическое искусство, а артисты выходят из-за ширмы, демонстрируя пластическое и драматическое мастерство. В XX веке кукольный театр прошел путь от полупрофессиональных постановок к профессиональному искусству с высокой технологичностью и синтетическим подходом. Важным этапом стало включение живых актеров в спектакли, что расширило выразительные возможности театра и позволило привлечь взрослую аудиторию. В наши

дни театры кукол активно работают над привлечением взрослых и подростков, создавая сложные технические постановки и коллаборации с драматическими театрами.

Брестский театр кукол был основан в 1963 году. В первые годы его деятельность сосредоточилась на постановках для детей, основанных на народных сказках и классической литературе. Театр стремился привить юным зрителям любовь к искусству через доступные и красочные спектакли с использованием традиционных кукол (перчаточных, тростевых). В 1980-х театр начал расширять репертуар, включая современные пьесы и эксперименты с формой (например, сочетание кукол и живых актеров). После распада СССР появились постановки, затрагивающие философские и социальные темы, рассчитанные не только на детей, но и на взрослых. Брестский театр кукол активно участвует в международных фестивалях, что укрепляет репутацию театра [2]. В настоящее время в репертуаре Брестского театра кукол сочетается классика (например, «Буратино», «Кот в сапогах») и новаторские работы, включая экологические и социальные темы («Сказка о пластиковом мире»). В 2018 году здание театра было модернизировано, улучшены технические возможности сцены и зрительный зал.

Для разработки программы развития деятельности Брестского театра кукол необходимо провести SWOT-анализ.

Сильными сторонами являются следующие.

1. Уникальность спектаклей – для того, чтобы получить еще большую выгоду от данного аспекта, необходимо заняться разнообразием жанров, дабы охватить еще больше аудитории.

2. Цена – в случае ценовой политики необходимо провести ряд действий по ее корректировке для того, чтобы они были более конкурентоспособными. За основу можно взять пример ценовой политики Брестского драматического театра.

3. Режиссура и актерский состав – в данном случае необходимо сформировать более тесную связь между актерами и зрителями. Этого можно достигнуть, проводя различные мероприятия по продвижению с возможностью более близкого знакомства с труппой (проведение подкастов, различных выставок и мероприятий до и после спектаклей, а также в другое время). Это будет способствовать формированию еще более положительного образа в голове зрителя, что будет улучшать имидж театра.

Слабыми сторонами являются следующие.

1. Мало места – относительно узкие коридоры и залы у гардероба вызывают дополнительную давку, дискомфорт посетителей. Возможно, можно проработать альтернативные пути выхода из театра и открыть дополнительные гардеробы, чтобы разгрузить основные залы. Понаблюдав за зрителями, которые собирались в небольшие группки на улице, чтобы обсудить только что просмотренный спектакль, можно сделать вывод, что проделать аналогичный набор действий внутри здания театра им было неудобно. Из этого феномена можно сделать официальную фишку театра, которая будет работать на улучшение имиджа театра и его узнаваемость, если создать необходимые комфортные условия для пребывания посетителей после спектакля. Например, выделить отдельное помещение для этих целей.

2. Длительность спектаклей – хоть у спектаклей с продолжительностью до часа есть свои преимущества, они исключают необходимость антракта, что в свою очередь лишает театр прибыли, которую мог бы приносить буфет. Можно разнообразить репертуар спектаклями большей продолжительности.

3. Парковка – сложность припарковаться в центре Бреста.

4. Навигация по зданию – нечеткая или неинтуитивная навигация по зданию заставляет посетителей нервничать, что может негативно отразиться на впечатлении от посещения театра в целом. Негативный эффект усиливается, если посетитель уже опаздывает на спектакль. В таком случае, дополнительная задержка скажется не только на психологическом состоянии самого посетителя, но и причинит неудобства другим посетителям, уже находящимся в зрительном зале. В отдельных случаях это может привести к тому, что опоздавшего посетителя могут не допустить к просмотру спектакля, что окончательно испортит впечатление о визите и может в дальнейшем вылиться в индивидуальное прекращение посещения данного театра, нелестных отзывах на сайте и соцсетях. Для решения проблемы можно разместить на стенах таблички-указатели в единой стилистике. Если подойти к дизайну указателей с креативом, например, внедрив различные элементы театральной тематики или отсылки на известные спектакли, то из них могут получиться уникальные декоративные акценты.

Возможности.

1. Постоянный зритель – эту возможность можно использовать для настройки обратной связи и создания специальных мероприятий для постоянного зрителя (например, встречи с актерами и режиссерами постановок), что создаст связь между постоянным зрителем и театром и прослужит своеобразным «поощрением» для зрителей. Так же данная возможность стимулирует «сильную сторону» SWOT-анализа – «Режиссура и актерский состав».

2. Гастроли к нам – таким образом можно укрепить взаимоотношения с другими театрами и привлечь их зрителей к вашему театру, расширяя вашу аудиторию. Такие гастроли могут разнообразить предложения для зрителей, что рекомендовалось сделать ранее. Так же гастроли других трупп можно использовать как возможность для продвижения своего театра, как через совместные мероприятия, так и с помощью, например, различного рода буклетов, афиш и анонсов представлений.

3. Фестивали – участие в фестивалях поможет повысить видимость и известность вашего театра, привлечь новую аудиторию, а также повысить уровень значимости театра в глазах постоянного зрителя. Фестивали могут рассматриваться как возможность для поиска инвесторов и налаживания контактов с другими театрами.

4. Гастроли нашей труппы – это поможет найти новых зрителей в других городах, повысить видимость и известность театра в целом и повысить значимость театра в глазах постоянного зрителя, в случае достаточной рекламной деятельности.

Угрозы.

1. Снижение количества ценителей театров – для решения данной проблемы необходимо активное продвижение в социальных сетях, которые использует целевая аудитория (публикация фото, видео, анонсов спектаклей, backstage-

контента в Instagram, проведение онлайн-конкурсов и розыгрышей билетов в соцсетях, разработка новых интерактивных спектаклей с использованием современных технологий (проекции, видео-арт) для привлечения внимания).

2. Снижение финансирования – для решения данной проблемы необходимо расширение источников дохода за счет: проведения творческих встреч с актерами театра, продажи сувенирной продукции (куклы, афиши, книги), организации платных экскурсий по закулисам театра, экскурсии на крыше, по зданию.

3. Интернет – необходимо использовать интернет в качестве дополнительного канала продвижения для взаимодействия с интернет-ресурсами для детей и семей: запись и публикация фрагментов спектаклей на YouTube, в Instagram, создание онлайн-курсов по кукловодству, развитие в Instagram, публикация фото и видео с подробной информацией о театре: история, спектакли, актеры, новости, билеты, интерактивные игры и задания для детей, связанные с кукловодством, сотрудничество с блогерами, которые пишут о детских мероприятиях и проведение онлайн-конкурсов совместно с ними.

Заключение

Продвижение кукольного театра среди взрослой аудитории требует креативного подхода и переосмысления традиционных форматов. Для этого необходимо: создавать контент для соцсетей с публикацией закулисных видео, провокационные или ироничные тизеры спектаклей, использование минималистичных афиш, темных тонов, абстракции или провокационных образов, создавать взрослые сюжеты (сатира, политика, психологические драмы, мистика, эротика, философские притчи), перенесение на сцену произведений Кафки, Оруэлла, Булгакова или современных сериалов в кукольной интерпретации, интеграция искусства и технологий, привлечение современных художников, музыкантов или digital-дизайнеров для мультимедийных проектов создание интерактивных спектаклей, совмещение спектаклей с дегустацией виски, коктейлями или тематическими после-пати, проведение шоу в барах, лофтах, на крышах или в арт-кластерах постановка спектаклей по вселенной «Игры престолов» или «Секретных материалов», платная подписка на записи спектаклей с Q&A сессиями, организация флэш-мобов, где зрители пародируют кукольных персонажей, приглашение театральных критиков, блогеров-урбанистов, стендап-комиков на премьеры, организация сбора средства на авангардный спектакль, предлагая бэкерам эксклюзивные бенефиты, организация мастер-классов, где взрослые учатся создавать кукол-монстров в стиле Тима Бертона или пишут мрачные пьесы, встречи с ценителями театра, где расскажите о истории кукольного театра и истории создания спектаклей, организация подписки на сезон с бонусами (встречи с актерами, экскурсии за кулисы), организация опросов. Необходимо превратить кукольный театр в интеллектуальный эскапизм для взрослых, где метафоры говорят громче слов.

Список использованных источников

1. Татьяна, О. В. Куклы для взрослых: как меняется кукольный театр / О. В. Татьяна. – URL: <https://sputnik.by/20230327/kukly-dlya-vzroslykh-kak-menyaetsya-kukolnyy-teatr-1073615244.html> (дата обращения: 06.05.2025).

2. Проровский, А. Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в регионах Республики Беларусь / А. Г. Проровский // Предпринимательство и национальная безопасность. – Минск : Академия управления при Президенте Респ. Беларусь, 2024. – С. 151–173.