информационного центра. Опыт РНТБ подтверждает, что системное использование социальных сетей может выступать эффективным инструментом развития корпоративной культуры современной библиотеки.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Рыхторова, А. Е. Продвижение открытой науки библиотеками на примере ГПНТБ СО РАН / А. Е. Рыхторова // Науч. и техн. б-ки. – 2023. – № 7. – С. 82–101.

2. Камерон, К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.

3. Орлов, В. В. Социальные сети и новые медиа как средство создания позитивного имиджа библиотечной профессии / В. В. Орлов // Имидж библиотек и библиотекарей: как изменить стереотипы. – Брянск, 2021. – С. 78–86.

4. Прокопович, О. И. Корпоративная культура в библиотеке / О. И. Прокопович // Информ. бюллетень РНТБ. – 2015. – № 1. – С. 39–43.

5. Шейн, Э. Х. Организационная культура и лидерство / Э. Х. Шейн. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.

Жердецкая Д. А., студент 214Р группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Сулима А. Н.,
доцент кафедры режиссуры

ОТ ЗАМЫСЛА К ВОПЛОЩЕНИЮ: ФУНКЦИИ И МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЛЕЙТМОТИВА В РЕЖИССУРЕ ПРАЗДНИКА

В статье рассматривается процесс реализации режиссерского замысла в праздничном зрелище через призму музыкально-драматургического принципа лейтмотива. Анализируется эволюция понятия «лейтмотив» из области музыковедения, литературы в теорию и практику режиссуры, где он становится универсальным инструментом в организации сценарно-режиссерского материала. Особое внимание уделяется функциям лейтмотива (смыслообразующей, структурирующей, эмоционально-акцентирующей) и приемам его практического воплощения в современных праздничных формах. Лейтмотив рассматривается как часть структуры монтажного метода.

В основе праздника определяющим фактором является драматургия, именно она являет основу будущему зрелищу – это называется сценарий. Законы драматургии и композиции продолжают работать в постановочной работе режиссера над воплощением замысла праздничного действа. Первоочередным этапом работы над сценарием является определение идейно-тематического направления культурно-праздничного мероприятия. Отталкиваясь от первостепенного – даты праздника (следовательно, темы) происходит рождение замысла. Зачастую в творческом процессе творца (автора) замысел возникает первым, но в культуре праздника – вторым после определения календарного памятного, важного события. Замысел – это «творческий набросок художника, намечающий основу поэтического произведения», «замысел можно рассматривать как первоначальную общую схему будущего произведения… он является и первой ступенью творческого акта <…> Замысел проявляется у художников в различных формах» [3, с. 87]. Замысел напрямую связан с развитием фантазии и воображения автора. Основными способами фиксации замысла являются планы, заявки, наброски, этюды, эскизы, режиссерская экспликация, музыкально-шумовая партитура. Материал для предстоящего мероприятия, разделяется на документальный и художественный. К документальному материалу относится все, что зафиксировано на бумаге, аудио-

и видео- носителях, предметный мир; личность как свидетель событий, место. К художественному материалу относится литература (драматургия, проза, поэзия, сказка, былина, поэма), музыкальное искусство, живопись, скульптура, архитектура, танец, пантомима, цирк. С помощью художественного материала автор «“одевает” образы, созданные его фантазией и воображением, в языковую оболочку, объективирует их» [1, с. 196]. Отобранный документальный и художественный материал анализируется, отбирается сценаристом (либо режиссером) для написания сценария. На этом воплощение замысла не заканчивается, второй этап – это реализация замысла на площадке.

Внедрение «лейтмотива» в праздничное действо пришло из музыкальной культуры. Понятие заимствовано из музыковедения. Термин «лейтмотив» в переводе с немецкого языка – *leitmotiv* – значит, буквально, «ведущий мотив». «…Относительно краткое музыкальное построение, которое неоднократно повторяется на протяжении музыкального произведения; служит обозначением и характеристикой определенного персонажа, предмета, явления, эмоции или отвлеченного понятия [2, с. 300]. Лейтмотив в празднике больших и малых форм используется не всегда, в виду того, что сценарий и сам праздник уникальны. Поэтому лейтмотив используется только по необходимости замысла, когда сценарист, либо режиссер хочет сделать акцент, и сосредоточить внимание зрителя на конкретной художественной детали. Такой деталью может быть персонаж, вербальный образ, колористика, предмет, музыка, звук, шум, фотография, видеоизображение, анимация и прочее. Определенно одно – единого правила нет, так как это художественно-творческий акт. Лейтмотив – это «конкретный образ, проходящий сквозь творчество писателя или отдельное произведение, настойчиво повторяемый, многократно упоминаемая отдельная деталь или даже слово, служащее ключевым для раскрытия замысла писателя» [3, с. 172].

Лейтмотив, как режиссерский прием, относящийся к монтажному методу праздника, обеспечивает и структурирует смысловое пространство драматургии праздника, единство художественного произведения. Лейтмотив может представлять фрагмент различных видов искусства: музыку, театр, кино, изобразительное искусство, танец. Например, оперная драматургия Р. Вагнера (1813-1883) представляет собой краткую, характерную музыкальную тему (мелодию, гармонический оборот, тембровую окраску), закрепленную за конкретным персонажем, предметом, чувством, идеей. Его повторяющееся появление и развитие в музыкальной ткани обеспечивает сквозную драматургическую логику, психологическую углубленность и создает сложную систему ассоциативных связей.

В драматургии в качестве примера рассмотрим пьесу А. П. Чехова «Чайка» (1895-1896), лейтмотивом является образ чайки, который неоднократно рифмуется с образами персонажей Константина Треплева и Нины Заречной. Образ материализуется в сценической детали убитой птицы (чучело), который связывает все судьбы персонажей пьесы А. П. Чехова в стремлении вырваться из быта в мир искусства. Так по сюжету пьесы Сорин выказывает неосуществимое желание быть литератором, Аркадина желает подольше иметь успех на сцене, Тригорин жаждет нащупать неповторимый стиль творчества, Заречная стремится стать известной актрисой, а Треплев мечтает о «своем театре».

Примером из киноискусства могут послужить фильмы Н. Михалкова «Очи черные» (1987) и «Солнечный удар» (2014). В первом фильме лейтмотив реализуется через часто возникающий кадр – отраженного солнца в воде, который ассоциативно являет образ «Дамы с собачкой»; во втором – это газовый прозрачный шарф на ветру, режиссер использует как мимолетность мгновения и невозможность удержать момент счастья.

В изобразительном искусстве немало примеров, но остановим свое внимание на работах белорусского художника М. З. Шагала, чьи живописные образы объединены лейтмотивом устойчивой пластической метафоры полета.

Таким образом, лейтмотив в литературе и зрелищных искусствах выполняет символическую, метафорическую, идентифицирующую функции, выступая важнейшим элементом организации художественного целого и выражения авторского замысла.

В художественном монтаже лейтмотив рассматривается как один из его приемов, давая «напоминать» о себе, как о главенствующей фигуре [4].

С помощью лейтмотива режиссер умышленно передает нам свою мысль, либо акцентирует внимание на той или иной детали праздника (в словесном, пластическом, сценографическом решении, музыкально-шумовом оформлении). В качестве примера приведем торжественное театрализованное шествие, приуроченное Дню Победы (9 Мая), которое проводилось в г. Минске в 2025 г. у стен Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны. Лейтмотивом всего шествия является «Победа над немецко-фашистскими захватчиками», что совпадает в режиссерским ходом всего мероприятия.

Другим решением лейтмотива культурной акции «Марафон единства» 2024-2025 гг. (главный режиссер – А. Ю. Моцко) было сценографическое решение площадки, которое позволяло трасформировать образ и объединять зрительный зал с артистами в разных городах страны.

Решение ввести в структуру празднично-массового зрелища лейтмотив всегда остается за автором – сценаристом, режиссером. Лейтмотив являет собой яркую краску на палитре творца. Лейтмотив представляется одним из режиссерских приемов, и тесно связан с методом монтажа зрелища; он вплетен в монтажный процесс соединения документального и художественного

материала; может быть выражен аудиовизуально через образ, либо метафору различных видов искусства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Беляев, А. А. Эстетика: Словарь / А. А. Беляев. – М. : Политиздат, 1989. – 447 с.

2. Келдыш, Г. В. Музыкальный энциклопедический словарь / Г. В. Келдыш. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 672 с.

3. Тимофеев, Л. И., Тураев, С. В. Словарь литературоведческих терминов / Л. И. Тимофеев, С. В. Тураев. – М. : «Просвещение», 1974. – 509 с.

4. Шубина, И. Б. Организация досуга и шоу-программ / И. Б. Шубина. – Ростов : Феникс, 2003. – 352 с.

Завалова Е. О., студент 201 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Зайцева О. В.,
старший преподаватель

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СПОРТИВНЫЕ ИГРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОГО ДИАЛОГА

Спорт в современном мире выступает не только средством физического развития, но и инструментом культурного и социального диалога между странами.

Олимпийские игры имеют глубокие исторические корни, восходящие к Древней Греции, где состязания в Олимпии стали важнейшим общественным институтом [1, 191]. Олимпийские игры, зародившиеся как символ мира и единства, сегодня являются глобальной ареной сотрудничества. Девиз «Быстрее,