

ОСОБЕННОСТИ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ОБРАЗНОСТИ В ХОРЕОПЛАСТИЧЕСКИХ ПОСТАНОВКАХ

*Д. В. Беззубенко, соискатель, преподаватель
кафедры хореографии Белорусского государственного
университета культуры и искусств*

Каждая эпоха накладывает на искусство и создателя свой отпечаток, выдвигая перед ними новые проблемы, одной из которых является формирование и определение художественного образа. Главной отличительной чертой искусства от ремесла на сегодняшний день является художественный образ. Само понятие довольно широко употребляется в научной практике, но несмотря на это отсутствует ясность данного термина [3]. Опираясь на определение художественного образа, которое предлагает Большая советская энциклопедия (1988), это «образ от искусства, который создается автором художественного произведения с целью наиболее полно раскрыть описываемое явление действительности» [1]. Так же художественным образом можно назвать мысль художника, постепенно отходя от прямого нарратива, выраженная не фронтально, а иносказательно, через метафору [4]. Безусловно, образ в той или иной степени присущ всем видам искусства.

Рубеж XX и XXI вв., разбирая целое на функциональные части, дает нам новую разновидность театрального и хореографического искусства – хореопластический театр. С точки зрения сценической практики интерес к хореопластическому театру во многом связан с развитием технологий, дающих театру новые возможности. Исходя из того, что в театральном контексте можно рассматривать все, что создается автором на сценической площадке и называется спектаклем, важно отметить, что любая концепция существования театра есть синтез выразительных средств разных видов искусства. В частности, рассматривая театральное искусство, которое включает в себя слово и движения,

а иногда хореографические формы, танцевальные движения становятся главным и порой единственным средством выразительности, служащим для раскрытия содержания произведения, можно говорить о появлении нового термина «хореопластический театр», определение которого на сегодняшний день, пожалуй, одно из самых невнятных терминов последнего времени, и тем не менее им определяется огромное количество театральных произведений [2].

Возникновение термина «хореопластика» датируется и начинает широко использоваться в середине XX века. Исследователь музыкально-театрального искусства В. Гудей-Каштальян дает определение хореопластике как особой форме организации сценического действия, при котором пластика, танцевальность движений, хореографические формы становятся для постановщика главным, а иногда и единственным средством драматургической выразительности. Более развернутую интерпретацию термину «хореопластика» после исследования творческой деятельности советского хореографа Л. Якобсона дает балетный танцор, педагог и исследователь хореографического искусства В. Звездочкин. Он делает вывод о том, что хореография в драматическом спектакле не только пластическое украшение и решение отдельных сцен, сколько носитель сценического действия [5].

Основой для художественного образа, безусловно, является действие, а мышление образами служит важнейшей особенностью искусства, в котором этот образ является своеобразным способом отражения действительности. Анализируя хореопластические театры и их спектакли, можно отметить, что для художественной образности в постановках свойственна оригинальность, неповторимость, нестандартность, нетривиальность, нетрадиционность, своеобразность, отличность и специфичность. Ранее для создания и раскрытия образа в классическом спектакле главным инструментом являлся художественный текст, который выражался телом исполнителя, не для замены, а для параллели. Тело и телесность в хореопластических постановках

сейчас рассматривается как важнейшая единица раскрытия образа. Тело героя, которое играет тело актера, иногда категорически не совпадают между собой, что может действовать на постановку как положительно, добавляя объем или новый смысл, так и отрицательно. Творческие устремления художников, создателей нового поколения, переосмысливающие художественные идеи прошлого и настоящего, дают старт для появления новых художественных образов, что особенно обогащает смысловой универсум в хореопластических постановках.

Таким образом, поиск и раскрытие художественного образа сегодня является сложным мыслительным процессом при создании хореопластической постановки, включает в себе целую систему образов и ее многоплановость. Безусловно, для постановки важна система образов, которая порой сложна для восприятия и анализа, поскольку каждый из образов не просто взаимодействует друг с другом, но и сам находится в динамике. Сегодня при создании хореопластической постановки образуется свой особый условный мир, имеющий свою структуру, существующий по своим законам, тем самым авторы стремятся «переработать действительность». Сопоставляя между собой текст и тело, можно увидеть эволюцию создания художественного образа.

1. Художественный образ // Большая советская энциклопедия. – М. : БСЭ, 1988. – Т. 19. – С. 387.

2. *Годер, Д.* Художники, визионеры, циркачи: Очерки визуального театра Дина Годер / Д. Годер. – М. : Новое литературное обозрение, 2012. – 240 с.

3. *Мартынова, А. Г.* К вопросу художественного образа Выборга, парка Монрепо и окрестностей в финской живописи 1888–1926 гг. / А. Г. Мартынова // Искусство и культура. – 2018 – № 4 (32). – С. 37.

4. *Санникова, Л. И.* Художественный образ в сценографии / Л. И. Санникова. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Лань, Планета музыки. – 2016. – 144 с.

5. *Скачкоў, Д. С.* Харэапластычнасць у сучасным беларускім аматарскім пластычным тэатры і тэатры танца / Д. С. Скачкоў // Традыцыі і сучасны стан культуры і мастацтва: матэр. Міжнар.

наук.-практ. канф. (20–21 лістапада 2014 г., г. Мінск) / уклад. Ю. В. Пацюпа; гал. рэд. А. І. Лакотка; Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры НАН Беларусі. – Мінск : Права і эканоміка, 2014. – С. 135.

БРЭНД У СУЧАСНАЙ КАМУНІКАТЫўНАЙ ПРАСТОРЫ БЕЛАРУСІ

*Ж. Я. Белакурская, кандыдат філалагічных навук, дацэнт,
дацэнт кафедры міжкультурных камунікацый
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта культуры і мастацтваў*

Сёння ў глабалізаваным свеце значная частка дабрабыту нацый абумоўлена здольнасцю экспартаваць тавары і паслугі, якія набылі статус брэндаў. Важкую долю прыбытку сучасныя вытворцы атрымліваюць менавіта дзякуючы іх нададзенай вартасці, якая ўзнікае на аснове гэтага статусу. Таму галоўнай стратэгемай шматлікіх карпарацый і кампаній стала імкненне «даць пакупніку ўсё, што толькі магчыма, у процівагу стратэгіі даць толькі тое, што чакае спажывец» [3, с. 2–3].

Неабходна вылучыць шэраг пераваг інвесціравання ў брэнд яго ўладальнікамі: *прыбытковасць* – магчымасць павышэння цаны тавара і паслуг, паколькі на аснове асабістых асацыяцый спажыўца яны бачацца як лепшыя і найбольш якасныя; *эканомія ад маштабу* – магчымасць пранікнення на значную частку рынку і дасягненне істотных аб'ёмаў продаж; *паніжэнне рызык* з дапамогай забеспячэння стабільнага попыту і ўзнікнення магчымасці далей планаваць вытворчасць і аб'ёмы продажу тавараў.

У сучасных навуковых даследаваннях паняцце «брэнд» разглядаецца шэрагам аўтараў як элемент, прызначаны для таго, каб ідэнтыфікаваць тавары і паслугі кампаніі (А. Аакер, П. Дойль) як вобраз у свядомасці спажыўцоў (Т. Гэд, Д. Огілві, В. Харт), як набор абяцанняў для пакупніка (Б. Ванэкен, П. Дойль), як сімвал (К. Бове, К. Веркман), як вынік камунікацыі са спажыўцамі (Д. Барлоу,