

Додавання реквізитів у хореографічний твір може посилити конкретні сценічні завдання, що виходять із дії, сюжету, ідеї твору та наскрізної лінії образу, а також це може стати своєрідним містком зрозумілості між виконавцями та глядачем. Реквізит може виступати як допоміжна деталь і відігравати другорядну роль для створення враження, так і використовуватись як центральний об'єкт і виконувати в хореографічній композиції функцію джерела конфлікту.

За своєю сутністю, реквізити поділяються на справжні (лавки, подушки, музичні інструменти, хустки тощо) та бутафорські (дерева, каміни, смолоскипи, квіти, солодощі тощо). Також треба зазначити, що з функціональної точки зору реквізит ділиться на стаціонарний і мобільний. Стаціонарний реквізит найчастіше визначає зміст танцю чи місце дії, а мобільний реквізит, з яким безпосередньо взаємодіють танцівники, — алегоричний або символічний підтекст ідеї хореографічного твору.

Багатофункціональні реквізити дозволяють танцівникові здійснювати з ним максимальну кількість образних просторових рухів, виглядати на сцені завжди по-різному за допомогою своєї мобільності та викликати численні асоціації, створюючи гру смислових відтінків.

У сучасних хореографічних постановках речі та предмети допомагають створювати нову логіку прочитання пластичної дії. Маніпуляції танцюриста з предметом можуть сприйматись як аналог душевних якостей або психологічних колізій. Танець з предметом допомагає візуально виразити внутрішні монологи, розумові процеси людини, які зазвичай приховані від сторонніх очей.

Використання побутових речей та предметів у хореографічних постановках є невід'ємним компонентом сучасної постановки. Реквізитам у сучасній хореографії надається велике образно-сміслове звучання, і за допомогою однієї й тієї ж речі створюються нові значення, у яких може ховатись код до розуміння глибини балетмейстерського задуму.

Отже, у хореографічному творі інформація шифрується і «живиться» через візуальні образи й має певні «мовну» систему та методики, за допомогою яких здійснюється зв'язок між творцем твору та його глядачем.

*І. Мостова, О. Іваницький*

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ХОРЕОГРАФІЧНОГО ПРОЄКТУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

*І. Mostova, O. Ivanytskyi*

## **FEATURES OF PROMOTING A CHOREOGRAPHIC PROJECT ON SOCIAL NETWORKS**

Нині рекламний ринок розвивається відповідно до сучасних економічних вимог. Продюсування хореографічного проєкту має свої особливості, хоча і реалізовується за загально визначеними принципами побудови рекламної кампанії. Одним з важливих компонентів реклами хореографічного проєкту на сучасному ринку послуг виступає використання соціальних мереж та інтернет-платформ. Сучасні хореографи можуть використовувати для просування власних хореографічних творів, освітніх послуг у галузі хореографічного мистецтва, перформансів та інших творчих задумів такі соціальні мережі, як YouTube, Instagram, Facebook, TikTok тощо.

За даними досліджень, проведених DataReportal, кількість користувачів соціальними мережами серед дорослого населення України становить 24,3 млн (дані на початок 2024 р.). Відповідно до цих показників, користувачів Facebook — 13,85 млн (за даними Meta, потенційне охоплення реклами зросло на 1 млн користувачів); користувачів YouTube в той же період — 24,3 млн користувачів; користувачів Instagram — 12,4 млн; користувачів TikTok — 16,47 млн.

Відповідно до цих кількісних показників розвивається рекламна індустрія, яка значно змінилась за останні десятиліття.

Перевагами реклами хореографічного проекту в соціальних мережах є: значне охоплення аудиторії, чітка сегментація аудиторії (хореограф може заздалегідь визначитись з адресатом реклами та спрямувати свою увагу на обраний об'єкт), високий рівень довіри користувачів (аудиторія соціальних мереж відкрита до додаткової рекламної інформації, особливо, якщо вона є контекстною), швидка цілодобова комунікація.

Окрім того, орієнтуючись на кількісні показники користувачів соціальних мереж можна спрогнозувати результати проведення рекламної кампанії створеного/запланованого хореографічного проекту. Для просування танцювального задуму в інтернеті можна використовувати різні види реклами: банерну, контекстну, медійну.

Контекстна реклама хореографічного проекту виглядає малоефективною на перший погляд. Під час запуску такого різновиду реклами можна зіштовхнутися з проблемою відсутності результатів. Це може бути наслідком низької впізнаваності вашого бренду, низької присутності хореографічного проекту в соціальній мережі, відсутності кваліфікованого опису проекту. Для вирішення проблем слід спрямувати свою діяльність на визначення аудиторії, формування контенту та чіткого таргетингу рекламної кампанії.

Банерна та медійна реклама актуальніша для продюсування хореографічного проекту. Застосовуючи такий вид реклами, можна використовувати фотографії, відеоматеріал, що характеризують задум. Медійна реклама дозволяє зосередити увагу її адресатів, швидко створити впізнаваний образ, збільшити аудиторію за допомогою зацікавлених осіб. Завдяки розміщенню медійної реклами в соціальних мережах також уможливується проведення постійного самоаналізу та перспектив реалізації проекту. Серед недоліків упровадження подібного варіанта реклами в соціальних мережах слід відзначити обмеженість сприйняття інформації аудиторією. Для її результативності найважливіша інформація про хореографічний захід повинна розміщуватись у перших двох секундах, що ускладнює її вироблення. Також слід постійно звертати увагу на тренди й намагатись створювати креативний цікавий контент.

Для просування таких хореографічних проектів, як майстер-клас або танцювальна студія, можна використовувати органічну рекламу. Для цього підходить зйомка лайфкаових відео, рекомендацій, відео з інноваційними методиками викладання або з іншим контентом, що зосередить увагу на вашому проекті.

Зважаючи на вищесказане, можна ще раз підкреслити, що реклама в соціальних мережах нині — це активний інструмент просування хореографічного проекту. Вона допомагає одночасно залучити численну аудиторію без значних фінансових вкладень. Окрім того, хореографи можуть повноцінно реалізовувати просвітницьку

місію, розвиваючи хореографічне мистецтво, удосконалюючи свої компетентності, комунікуючи з іншими балетмейстерами, танцівниками та колективами.

*О. Чепалов*

### «ТІНІ ЗАБУТИХ ПРЕДКІВ» — ПОЕТИЧНА ЛЕГЕНДА В БАЛЕТІ

*О. Chepalov*

#### “SHADOWS OF FORGOTTEN ANCESTORS” — A POETIC LEGEND IN BALLET

У 2024 р. відзначається 100-річчя видатного митця, народного артиста України та Вірменії Сергія Параджанова. Звертаючись до його особливого досвіду в українському поетичному кінематографі, слід згадати, що останній був докорінно переналаштований після кінострічки «Тіні забутих предків».

Але Параджанов був не лише кінематографістом. Його значення суттєво ширше та вагомніше у свідомості радянського соціуму, обмеженому культурними заборонами. Не варто забувати, що саме прем'єра цього фільму в київському кінотеатрі «Україна» 1965 р. стала одним з перших актів непокори, на якій І. Дзюба оголосив про арешти у Львові українських патріотів за обвинуваченням в націоналізмі. А В. Чорновіл закликав «піднятися з місць всіх, хто проти тиранії». І це викликало чимало репресій влади. Український режисер та прогресивний суспільний діяч Л. Танюк називав свого друга Параджанова «вільною, не зашнурованою людиною: кінорежисер і художник, колекціонер та каторжник, блискучий парадоксаліст й містифікатор, максималіст і скептик».

Не кожний митець іншої нації спроможний висловити українську ідентичність. Параджанов зміг. Він був безпосереднім учнем двох видатних українських кінорежисерів — І. Савченка та О. Довженка. Пізніше вивів Київську студію ім. Довженка на світовий мистецький простір з глухого кута провінціалізму та відданості радянським ідеологічним канонам. Оскільки і сам був доєднаний до найкращих у висловах Ф. Фелліні, Ф. Трюффо, Л. Вісконті, М. Антоніоні, А. Курасави та багатьох інших митців, які вступалися за нього під час судових переслідувань.

Балетний варіант «Тіней забутих предків» був втілений на львівській сцені задовго до кінематографічного — ще в 1960 р. на лібрето Н. Скорульської та Ф. Коцюбинського в постановці Т. Рамонової. Музику написав В. Кирейко, майстер цього жанру, у якого на основі цього досвіду в творчому доробку з'явилися інші балети української тематики.

У 1963 р. в Київському театрі опери та балету балет «Тіні забутих предків» В. Кирейка поставила сама Н. Скорульська, а в 1990 р. створено кіноваріант з хореографією В. Федотова.

1960-ті рр. не були найкращими для українського балету. І ці постановки практично не вирізнялися від побутово-пантомімічних балетних драм у стилі соціалістичного реалізму, який, до речі, сам Параджанов називав «соціалістичною макулатурою». До того ж, музика спокушала балетмейстерів переносити на балетну сцену не завжди доречні фольклорні сцени, первантажувати виставу етнографічними деталями. Тому, як не дивно, в українському балеті поетичні метафори Коцюбинського ще не були на той час до кінця використаними.

Наступного разу історію кохання Івана та Марічки, українських Ромео та Джульєтти з ворожих гуцульських родин, у 2023 р. зовсім по-іншому втілює у