

АКТОРСЬКЕ МИСТЕЦТВО ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ В ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ ЗАСОБАМИ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Ардельян Л. М., заслужена артистка України, доцент кафедри сценічного мистецтва і культури

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: акторське мистецтво, креативні індустрії, творчий проєкт, соціальні мережі, маркетинг

У цій статті розглядається в більш загальному вигляді роль акторського мистецтва як основного, і доволі ефективного інструменту популяризації творчого проєкту засобами соціальних мереж.

У сучасному світі соціальні мережі вже стали невід'ємною частиною як повсякденного, так і ділового життя. Завдячуючи територіальною необмеженістю учасників онлайн груп, мережі стали можливістю зокрема розширити ідею «сарафанного радіо», що дозволяє із відносно малими затратами популяризувати, та просувати творчі проєкти та ідеї, навколо яких автоматично утворюються спільноти однодумців і опонентів, які в свою чергу роблять свій вклад у просуванні, використовуючи різні способи: від простих обговорень в коментарях до оглядів та рецензій у різних формах. Тобто маємо каскадний ефект, який при мінімальних затратах дозволяє охопити більше потенційних учасників проєктів, спонсорів та меценатів, чи донорів, розширити спільноту проєкту новими учасниками. В джерелах [2,3,4] наведено статистичні дані щодо ефективності просування проєкту, а також наведені приклади стратегій, які застосовували компанії.

Враховуючи, що соціальні мережі переповнені різноманітним контентом – це створює можливість того, що творчий проєкт може бути непоміченим. Зараз є популярною думка, що час захоплення глядача скорочується до 15 секунд, тобто якщо за цей час ми не змогли зацікавити глядача, то ми його «втратили» (особливо це стосується коротких роликів на Youtube, TikTok, Instagram тощо). Останні дослідження в області психології говорять про те, що людське обличчя – це те, на що ми звертаємо увагу в першу чергу, а тому залучення акторів та використання акторського мистецтва до просування проєкту є надзвичайно ефективним способом, щоб встигнути за короткий проміжок часу захопити увагу, звісно при якісному контенті. Адже акторське мистецтво включає в себе не лише вміння відтворювати ролі, а й здатність спілкуватися з глядачем через виразність, емоційну глибину, провокування його до переживань і можливо переосмислень. Ці якості можуть бути використані для створення

вражаючого і якісного контенту в соціальних мережах, що приверне увагу та залучить аудиторію до творчого проєкту.

Використання акторського мистецтва залучається для різних за своїм змістом проєктів: навчальних, розважальних, ігрових, інформаційних, рекламних, популяризаторських, незалежних проєктів тощо [1 – 4]. Враховуючи що ми говоримо про соціальні мережі як засіб популяризації творчого проєкту, то лідируючим видом є сам відео-контент – це різні за тривалістю відеоролики із акторською грою за певним сценарієм, і різні за формою прямі ефіри за участю акторів, це різні форми обговорення та рецензій, зокрема огляди та подкасти. Використання такого медіа-контенту дозволяє актору стати більш медійною особистістю, а також у окремих випадках стати обличчям проєкту.

В цій статті ми зупинилися на більш загальних описах, бо популяція в соціальних мережах – це складний взаємопов'язаний процес, який включає в себе багато складових: це і менеджмент як самого проєкту, так і його популяризації, це і продюсування, і соціологічні дослідження (в першу чергу визначення основної аудиторії, соціальних груп потенційних учасників спільноти та і груп потенційних опонентів реалізації), це і статистичні дослідження, і управління персоналом, та ще багато інших важливих аспектів, які визначають якими засобами, способами, рішеннями буде все це реалізовуватися. Для кращого розуміння взаємозв'язків радимо ознайомитися зі статтями представленими в списку використаних джерел.

Як висновок, ще раз наголосимо, що акторське мистецтво є потужним інструментом, а саме: для популяризації творчих ідей через соціальні мережі, для створення якісного, з точки зору впливу на глядача, контенту, для ефективної комунікації з аудиторією, що може значно збільшити вплив та успіх проєкту в онлайн-середовищі.

Список використаних джерел

1. Dr N. Raja. Social Media Creative Technology in Media Education. Knowledgeable Research: A Multidisciplinary Journal. 2023. Vol. 1, no. 05. P. 8–13. URL: <https://doi.org/10.57067/pprt.2022.1.05.8-13>.
2. Leopold H. Social media and corporate innovation management–Eight rules to form an innovative organisation. e & i Elektrotechnik und Informationstechnik. 2019. Vol. 136, no. 3. P. 241–253. URL: <https://doi.org/10.1007/s00502-019-0729-5>.
3. Liu E., Li Y. Research on the implantation and dissemination strategy of short creative advertising videos in the new media era. International Journal of Communication Networks and Information Security (IJCNIS). 2023. Vol. 15, no. 1. P. 146–161. URL: <https://doi.org/10.17762/ijcnis.v15i1.5713>.

4. Wawrowski B., Otolá I. Social Media Marketing in Creative Industries: How to Use Social Media Marketing to Promote Computer Games?. Information. 2020. Vol. 11, no. 5. P. 242. URL: <https://doi.org/10.3390/info11050242>.

КРЕАТИВНІ ЗАСОБИ АКТОРСЬКОЇ ВИРАЗНОСТІ, ЗОВНІШНЬОГО ВТІЛЕННЯ РОЛІ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА В ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ

В. А. Кіно, старший викладач кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій і дизайну

Ключові слова: акторська виразність, сценічне мистецтво, художній образ, виховання актора.

Перший період роботи актора над роллю, над створенням художнього образу – період пізнання – можна порівняти із зустріччю та знайомством майбутніх закоханих, другий період – період дієвого аналізу – то своєрідне злиття та запліднення, третій – період втілення – народження та зростання молодого створіння.

Всі пошуки та узагальнення знаменитих українських і зарубіжних діячів театральної культури початку 20-го сторіччя: Бертольда Брехта, Миколи Єврейнова, Гордона Крега, Леся Курбаса, Всеволода Мейєрхольда, Константина Станіславського, Гната Юри та ін. з приводу акторської виразності, пошуку форми, сьогодні так само актуальні і сучасні. А можливо, через іноді надмірне захоплення багатьох сучасних режисерів та акторів питаннями зовнішньої виразності, форми, вони є ще більш сучасні й актуальні, ніж на початку минулого сторіччя.

Леся Курбас створив систему виховання акторів, яка складається з цілого ряду законів. Закон трансформації. Закон мотивації. Закон послідовності дій. Закон фіксації та інші. Серед них важливе місце займає і закон виразності. Що полягає у вмінні «відбирати, виразні, проникливі жести, використовуючи їх в передачі сценічного образу. Кожен жест, рух, мімічний вираз обличчя актору потрібно навчитися робити виразно, демонстративно, ніж це буває в житті, щоб тисяча глядачів в залі це побачила». Автор ще однієї відомої в світі системи акторського виховання Константин Станіславський зазначав, що актор на сцені має «не тільки пережити роль, цього мало, але й втілити її в прекрасній формі – таким є завдання актора». І тут мова йде про зовнішнє втілення ролі.

Отже, щоб виконати напрацьовані під час репетицій цілі, устремління та бажання, потрібно діяти не тільки внутрішньо, не тільки «душевно», але й