

Мікалай КІРЬЧЭНКА:

ІМЁНЫ

«Праз казацкія песні — да беларускай культуры»

Старадаўнія казацкія песні ў сучасных аранжыроўках, яркая харэаграфія з трукавымі элементамі, каларытныя касцюмы і шалёная энергетыка. Усё гэта ўласціва шоу казацкай песні і танца «Маме падабаецца». Мы паразмаўлялі з мастацкім кіраўніком і па сумяшчальніцтве артыстам гэтага калектыву Мікалаем Кірычэнкам і даведаліся, як казацкая культура пакарае сэрцы тысяч беларусаў.

— Адкуль узнікла ідэя стварэння шоу?

— Я сам вельмі творчы чалавек. Больш за дваццаць восем гадоў займаюся музыкай. Спачатку гэта была музычная школа па класе балалайкі. Наогул, я хацеў навучыцца іграць на гітары, але ў той момант мне казалі, што калі навучыся іграць на балалайцы, то мне будзе падуладна ўсё. Пазней быў каледж імя Сакалоўскага, пасля — вучоба ў Беларускай дзяржаўным універсітэце культуры і мастацтваў на дырыжора. Падчас вучобы прайшоў стажыроўку ў Польшчы і адначасова вучыўся ў Акадэміі кіравання пры



Прэзідэнце Рэспублікі Беларусь. І скончыў працэс свайго навучання ў магістратуры ўніверсітэта культуры. Менавіта ў гэтым месцы і пачалася гісторыя стварэння майго калектыву. Для ўдзельнікаў не было нейкага асаблівага адбору, мы былі рады ўсім. У самы першы склад уваходзілі два харэографы

і чатыры вакалісты. Але з часам патрабаванні да ўзроўню артыстаў раслі, і з-за гэтага склад артыстаў мяняўся.

— У вас дастаткова цікавая назва...

— Першапачаткова мы называліся «Станіца», гэта быў яшчэ год 2010—2011. Мне гэтая назва

жудасна не падабалася, і я заўсёды быў гатовы памяняць яе, але не мог прыдумаць іншую. У той перыяд я працаваў у музычнай школе, і адна з маіх вучаніц, Аліна Ліс, зрабіла праект пад назвай «Маме падабаецца», аднак з нейкіх прычын ён не стаў прасоўвацца. Паколькі назва мне адразу падалася

цікавай і гучнай, я патэлефанаваў і папрасіў дазволу на яе выкарыстанне. Яна з радасцю падзялілася ёй.

— А чаму менавіта казацкія калектывы?

— Заўсёды любіў культуру Паўночнага Каўказа, але яна дастаткова складаная для нашага менталітэту. Таму я стаў знаёміцца з падобнай да яе — казацкай культурай, для нас больш зразумелай. Чым яна захапіла і прыцягнула, дык гэта цікавай і высакароднай гісторыяй, сілай духу і згуртаванасці гэтага народа. Я нават пісаў дысертацыю і дыплом на тэму казацкай культуры.

— Раскажыце пра цяперашні склад калектыву.

— Ён абсалютна новы, такой камандай мы выступаем менш чым паўгода. Цяпер усе ўдзельнікі — прафесійныя артысты. У складзе — шэсць харэографіў і пяць вакалістаў. Па праўдзе кажучы, з самага пачатку стварэння калектыву я прытрымліваўся пазіцыі, што ў яго павінны ўваходзіць толькі хлопцы, бо энергія дзяўчат не зусім падыдзе для таго, каб паказаць культуру і энергетыку казацкіх песень і танцаў глядачу. Але, нягледзячы на гэта, чатыры дзяўчыны-вакалісткі ўсё ж прысутнічаюць.

(Заканчэнне на 4-й стар. «ЧЗ».)

Медыяпрастора

ЦІ МОЖНА КАНКУРЫРАВАЦЬ З INSTAGRAM І TikTok?

Якія інфармацыйныя прыярытэты ў моладзі

Усяго некалькі дзясяткаў гадоў таму паток медыяінфармацыі быў абмежаваны трыма-чатырма тэлеканаламі, цэнтральнымі газетамі і некалькімі часопісамі. А сёння ўсе мы знаходзімся ў палоне медыя амаль круглыя суткі: інтэрнэт, сацыяльныя сеткі, рэклама, камерцыйныя аб'явы, тэлевізія, кінафільмы, музыка, мноства радыёстанцый... Медыя інтэграваныя ў наша жыццё настолькі, што большасць паведамленняў мы атрымліваем у фонавым рэжыме, не звяртаючы на іх увагі. Моладзь — менавіта тая сацыяльная група, якая па максімуме спажывае інфармацыю самага рознага зместу. І яна абсалютна свабодная ў выбары тых ці іншых медыя... Што сёння цікавіць маладых людзей? Хто больш аўтарытэтны для іх: блогеры ці журналісты? Ці разумеюць яны розніцу паміж блогерствам і журналістыкай? Ці здольная наша моладзь крытычна ацэньваць інфармацыю? Гэтыя і многія іншыя пытанні ўзнімаліся падчас круглага стала «Інфармацыйныя прыярытэты моладзі». Да дыскусіі мы запрасілі галоўнага саветніка ўпраўлення ўнутранай палітыкі Беларускага інстытута стратэгічных даследаванняў, кандыдата псіхалагічных навук



Вольгу БАГАМАЗ, дэпутата Палаты прадстаўнікоў Нацыянальнага сходу, члена Пастаяннай камісіі па ахове здароўя, фізічнай культуры і маладзёжнай палітыцы Ігара ЗАВАЛЕЯ, намесніка дэкана факультэта журналістыкі БДУ, кандыдата філалагічных навук Лізавету ХМЕЛЬ, першага сакратара Мінскага гарадскога камітэта БРСМ Рамана БАНДАРУКА, блогера, тэлеведучую СТБ і карэспандэнта «Мінскай праўды» Сцяшчу ТАЙМ і педагога дадатковай адукацыі, кіраўніка гуртка «Азы журналістыкі» мінскага Цэнтра дадатковай адукацыі дзяцей і моладзі «Маяк» Ангеліну УЛІЧ.

(Заканчэнне на 2-3-й стар. «ЧЗ».)

Трэціпрацоўны

АД ПРАВАДНІКОЎ ДА КАНТРАЛЁРАЎ

Дзе студэнты могуць знайсці
работу на лета

Каля 35 тысяч рабочых месцаў будзе створана сёлета для ўдзельнікаў студэнцкіх атрадаў. З сакавіка ў краіне запушчаны прамапраект «Выбіраем студатрад»: у кожнай установе адукацыі і ў кожным раённым камітэце БРСМ ідзе набор хлопцаў і дзяўчат, якія жадаюць папоўніць іх шэрагі.



— На сённяшні момант у студатрады запісалася ўжо каля 14 тысяч чалавек, — паведаміла камандзір Рэспубліканскага штаба студэнцкіх атрадаў Надзея ШАХОЎСКАЯ. — Не забываючыся на ранейшыя, сёлета плануем рэалізаваць і шмат новых працоўных праектаў. Сярод іх вытворчы праект «Трактарабудуаўнік-22» на базе Мінскага трактарнага завода, «Аўтазаводзец-22» — на базе Мінскага аўтамабільнага завода. У Нацыянальным дзіцячым цэнтры «Зубраня» запрацуе педагагічны праект «Важаты». Таксама будуць рэалізаваны два зусім новыя напрамкі, звязаныя з Беларускай чыгункай: праект для праваднікоў «Дарога магчымасцяў» і будаўнічы праект «Пуцеіцы». Акрамя таго, студатрады будуць працаваць на будаўніцтве новага будынка музея ў Хатыні і рэканструкцыі мемарыяльнага комплексу. Прадоўжаць работу вытворчы працоўны праект на «Атланце», дзе ў складзе рэспубліканскага студэнцкага атрада плануецца задзейнічаць каля 300 чалавек, а таксама Усебеларуская маладзёжная будоўля «Горад маладосці».

(Заканчэнне на 3-й стар. «ЧЗ».)

ISEX БАЛЯСЫ

АДНЫ НА ДВАІХ

Можа, хто памятае амерыканскую меладраматычную камедыю «Выбух з мінулага»? Яна пра найнага, але шчырага хлопца Адама Вэбера, які па глыбокім непаразуме правёў у бамбасховішчы разам з бацькамі 35 гадоў, а потым апынуўся ў вірлівым Лос-Анджэлесе. Там ёсць эпізод, калі Адам разам з новай сяброўкай Евай пад'язджаюць да яе дома. У гэты момант з жылля выходзіць ранейшы каханы дзяўчыны Кліф, які прыязджаў па свае рэчы. Дыялог паміж Евай і Кліфам: «— Па трусцы вярнуўся?» — «А ты як думала! Гэта трусцы Джані Версачы». Пасля ад'езду былога каханка размаўляюць ужо Адам і Ева: «— У мяне да цябе пытанне». — «Так, мы сустрэліся шэсць месяцаў. Так, у мяне засталіся да яго пачуцці». — «Ды не, я хацеў даведацца, чаму ён носіць трусцы іншага чалавека». Ну, гэта для затраўкі...

Брытанскі эксперт у галіне моды раскрыла сувязь паміж мадэллю ніжняй бялізны і характарам чалавека. («На кожны Хэлаўін перад поўнай дзяўчынай паўстае выбар, што б такога больш страшнага надзець: легінсы, ласіны ці міні-спадніцу?») Тэлезорка Міранда Холдэр распавяла, што стрынгі часцей за ўсё носяць аматары вечарынак, а таксама асобы, якія імкнуцца стаць знакамітымі. («Пад раніцу з ігральнага клуба вяртаюцца двое мужчын. Адзін ідзе цалкам голы, другі — у трусах. Першы звяртаецца да другога: «Вось за што цябе паважаю, Вася, дык гэта за тое, што ты можаш своечасова спыніцца»). «Аматары стрынгаў заўсёды сочаць за тым, як яны выглядаюць, і ідуць за моднымі трэндамі. У іх гардэробе сексуальнае адзенне пераважае над паўсядзённым», — удакладніла яна. («— І куды ты такі прыбраны?» — «На спатканне!» — «А чаму без кветак?» — «У мяне кашуля ў рамонкі».) У той жа час контурным бюстгалтарам, наадварот, аддаюць перавагу сарамлівыя і замкнёныя жанчыны, якія не любяць знаходзіцца ў цэнтры ўвагі. Эксперт патлумачыла, што такія асобы, як правіла, прысвячаюць сваё жыццё сям'і, а не кар'еры і забаўкам. («Пасварыліся з жонкай, не размаўляем. Каб пазваць на сняданак, яна падышла і кінула ў мяне лыжкай».)



На думку Холдэр, бікіні звычайна купляюць фанаты фітнесу або паспяховыя бизнесвумен. Бюстгалтару-бралету, у сваю чаргу, аддаюць перавагу крэатыўныя, артыстычныя і жаночыя дзяўчыны, якія пільна сочаць за модай і падбіраюць уборы, абпіраючыся на свой настрой. («Жаночая хіт-расць. Калі ў класці свае грудзі ў далонькі мужчыны, ён перастае злавацца»). «Пры гэтым трусцы-сліпы, асабліва карункавыя або з кветкавым прынтам, ёсць у гардэробе кожнай рамантычнай натуре, якая любіць вінтаж», — заявіла стылістка. («Калі ваша жыццё нагадвае «пятую кропку», купіце ёй хоць бы карункавую бялізну».) У заключэнне брытанка запэўніла, што бюстгалтары з пуш-апам часцей за ўсё можна заўважыць на ўпэўненых жанчынах, якія ведаюць сабе цану і любяць знаходзіцца ў мужчынскай кампаніі. «Іншыя дзяўчаты баяцца аматараў пуш-апу, таму што яны прыкоўваюць да сябе погляды навакольных», — падкрэсліла суразмоўніца выдання. («Сорамна сказаць — пакажы».)

Калі вышэйвыкладзеную інфармацыю многія ўспрымуць нейтральна-ўсмешліва-паблажліва, дык наступная моцна ўдарыць па нашым менталітэце... Дык вось, аказваецца, карункавыя стрынгі і бодзі з сеткі сталі модным трэндам у мужчын. («Нават не ведаю, што павінен зрабіць мой сын, каб я яму сказаў, што ў маладосці я сабе такога не дазваляў».) Узрослы попыт на сексуальную ніжнюю бялізну для іх падахвочвае вытворцаў дадаваць у свой асартымент адпаведныя тавары. Напрыклад, у ЗША брэнд Leak NYC стварае бодзі і камбінезоны з сеткі і карункай, а ў Італіі марка Cosabella выпускае карункавыя трусцы і стрынгі яркіх колераў. («Стрынгі да твару толькі прыгожаму зад».) Адзін з уладальнікаў названай кампаніі Гвіда Кампела заявіў, што мужчыны складаюць буйны сегмент спажываўцаў на дадзеным рынку. («— Чаму ў баб трусці, а ў мужыкоў трусцы?» — «Ад напэўненай залежыць. Як сумачка і сумка».) Ён нагадаў, што першую лінейку сексуальнай мужчынскай бялізны выпусціў уласны брэнд спявачкі Рыяны Savage x Fenty ў 2020 годзе. У яе ўвайшлі партупеі вішнёвага колеру і кроп-топы з сеткі, прымеркаваныя да Дня святога Валянціна. Калекцыя была распрададзена за 12 гадзін, і мужчыны набывалі рэчы для сябе асабіста, а не ў падарунак. («Я не веру ў генетыку. Напэўна, гэта перадалося ад бацькі».)

Пра тое, што карункавая ніжняя бялізна набыла шырокую папулярнасць у мужчын, упершыню стала вядома ў лютым гэтага года. («— Я не такая, як усе дзяўчаты». — «Я ведаю, Толік, я ведаю...») На той момант пошукавыя запыты па згаданай тэме на платформе EBay выраслі на 60 працэнтаў у параўнанні з аналагічным перыядам мінулага года. (Памятаеце момант з фільма «Добры дзень, я ваша цёця»: «— Гэта будзе мой маленькі капрыз! Ха-ха!») Асаблівым попытам карысталася калекцыя брэнда Savage X Fenty, у якую ўвайшлі панчохі, майкі ў сетку, топы, трусцы-стрынгі і іншыя прадметы гардэробу. (Зноў з вышэйназванай кінастужкі: «— Як сюды трапіла гэты сэр?»)

...Ну што на ўсё гэта сказаць? Дажыліся... («Навошта корпацца ў старых памылках, калі наперадзе столькі новых».)

Кастусь ХАЦЕЛАЎ-ЗМАГЕЛАЎ.

«Праз казацкія песні — да беларускай культуры»

(Заканчэнне.
Пачатак на 1-й стар.
«43».)

— А па якім прынцыпе выбіралі артыстаў?

— Я заўсёды выбіраю па рэкамендацыі ці пасля таго, як асабіста знаёмлюся падчас выступлення. Нават калі кандыдат прыйшоў да мяне на праслухоўванне сам, заўсёды патэлефаную, напішу таму, з кім ён працаваў да гэтага, каб даведацца пра нейкія асобныя характарыстыкі. Для мяне яны часам нават важнейшыя, чым вакальныя ці харэаграфічныя магчымасці. Асабліва гэта датычыцца сумленнасці і прыстойнасці. У адрозненне ад прафесійных навикаў гэтым практычна немагчыма навучыць. Таксама ёсць крытэрыі па ўзросце: артыст павінен быць не маладзейшы за дваццаць і не старэйшы за трыццаць чатыры гады. Мне столькі, і я лічу сябе ўжо старым для нашай каманды. Апроч узросту, на дадзены момант звяртаем увагу на рост і фактуру. Ён павінен быць не менш за сто семдзесят пяць сантыметраў, у нас усе вельмі высокія, і нехта нізкі проста згубіцца на іх фоне. Акрамя гэтага, я звачаю на наяўнасць профільнай адукацыі, а вось ва ўзнагароды не веру. Таксама ў мяне ёсць прынцып, што кожны з нашых артыстаў павінен выступаць не толькі ў складзе групавых нумароў, але і як сольны выканаўца. Таму «навабранцы» павінны быць да гэтага гатовыя.

«Энергетыка глядача залежыць ад артыстаў.

У нас, як правіла, ужо пасля першага нумара настрой у зале мяняецца ў лепшы бок».

— У любога калектыву, асабліва народнага, ёсць свае касцюмы...

— Іх падборам я займаюся разам з нашым рэжысёрам і адначасова канцэртным дырэктарам Анастасіяй Цімонькінай. Лічу, што гэта немалаважны момант, бо адзенне — таксама частка культуры і энергетыкі, якую мы павінны перадаць нашаму глядачу. Першапачаткова нашы касцюмы шліся беларускім дызайнерам Жанані Калтаковай. Нягледзячы на тое, што мы ўсё ж такі «шоу казацкай песні», яны зроблены ў народным стылі з захаваннем тонкасцяў гэтай культуры.

— Як яе прымае беларускі глядач?

— Пачнём з таго, што наш калектыв унікальны тым, што падыходзіць практычна для любой узроставай катэгорыі. Моладзі падабаюцца сучасныя аранжыроўкі і яркія шоу, людзям сярэдняга



ўзросту даспадобы самі артысты, больш сталья глядачы заўсёды ацэньваюць народныя матывы. Калі вярнуцца да пытання пра ўспрымання канкрэтна казацкай культуры, то мушу адзначыць, што, на жаль, наш глядач з большай цеплынёй прымае рускую казацкую культуру, чым беларускую. Ёсць беларускія песні казацкага паходжання, мы іх выконваем у беларускіх касцюмах. Але, як я ўжо сказаў, глядач іх не асабліва прымае.

«Наш калектыв унікальны тым, што падыходзіць практычна для любой узроставай катэгорыі».

— Як праходзяць вашы рэпетыцыі?

— У першую чаргу хачу адзначыць, што ў нас праводзіцца майстар-класы і семінары па гісторыі і культуры казацтва. Бо далёка не ўсе, хто прыходзіць у калектыв, першапачаткова разбіраюцца ў тэме. Гэта вельмі важна, бо мы не толькі выступаем у казацкіх народных касцюмах і з іх рэпертуарам, але і выкарыстоўваем адпаведны рэквізіт, напрыклад, шашкі, нагайкі, кнуты. Акрамя гэтага, вядома, у харэаграфу праводзіцца свае трэніроўкі, у вакалістаў — свае. І разам злучаемся толькі перад канцэртамі. Наконт рэпетыцый у мяне таксама ёсць прынцыповае пазіцыя: больш за дзве гадзіны ў дзень трэніравацца нельга.

«Апроч узросту, на дадзены момант звяртаем увагу на рост і фактуру.

Ён павінен быць не менш за сто семдзесят пяць сантыметраў».

— А што наконт канцэртаў?

— Як правіла, у праграме ў нас васьмянаццаць—дваццаць нумароў, яе фарміруе наш рэжысёр

«У мяне ёсць прынцып, што кожны з нашых артыстаў павінен выступаць не толькі ў складзе групавых нумароў, але і як сольны выканаўца».

Анастасія Цімонькіна. Вядома, перад гэтым этапам у нас ідзе момант прыдумвання і даваднення да ўдасканалення нумароў. Гэта можа быць як нешта зусім новае, так і ўпадабаная нашымі глядачамі ранейшыя нумары, напрыклад «Ружа», «Варачка» і гэтак далей. Калі казаць пра сам канцэрт, то на яго мы прыязджаем за дзве гадзіны. Я сам правяраю сцэну, тэхніку, і мы праводзім фінальныя рэпетыцыі з калектывам, каб сустрэць глядачоў ва ўсёй гатоўнасці.

— Вы часта гастраліруеце?

— Дастанкова часта, асабліва так было да пандэміі. Выступаем як у Беларусі, так і за яе межамі: гастраліравалі ў Маскве, Арле, Вязьме, Бранску, Латвіі і ў многіх іншых месцах. Да ковіду планавалі выступленні на фестывалях у Італіі і Польшчы, але прыйшлося змяніць планы. Што да канцэртаў у нашай краіне, то мы аб'ездзілі вельмі многія пляцоўкі. Гэта былі як буйныя канцэртныя залы, так і сцэны ў маленькіх гарадах. І, ведаеце, за гэты час я зразумеў, што энергетыка глядача залежыць ад артыстаў. У нас, як правіла, ужо пасля першага нумара настрой у зале мяняецца ў лепшы бок. Наогул, лічу, што мы робім не толькі прыемную, але і вельмі карысную справу сваімі выступленнямі. Бо, выходзячы на сцэну ў казацкіх народных касцюмах, танчучы іх харэаграфію, выконваючы песні, мы ўскосна, а часам напраму пераплятаем гэта з беларускай культурай, паказваючы глядачу, як важна шанаваць нашу творчасць і заўсёды памятаць яе вытокі.

Ангеліна НОВІКАВА.

Фота дадзены суразмоўнікам.

ЧЫРВОНКА
ЧЫРВОНАЯ ЗМЕНА

РЭГІСТРАЦЫЙНАЕ ПАСВЕДЧАННЕ № 12
ад 19 лютага 2009 года выдана
Міністэрствам інфармацыі Рэспублікі Беларусь.
Заснавальнікі газеты —
рэдакцыйна-выдавецкая ўстанова «Выдавецкі дом «Звязда»,
грамадскае аб'яднанне «Беларускі рэспубліканскі саюз моладзі».
Дырэктар — галоўны рэдактар
КАРЛЮКЕВІЧ Аляксандр Мікалаевіч.

Адказны за выпуск: рэдактар аддзела
Надзея НІКАЛАЕВА, рэдактар аддзела Сяргей РАСОЛЬКА.
Выдавец — редакцыйна-выдавецкая ўстанова «Выдавецкі дом «Звязда».
Адрас рэдакцыі: 220013, г. Мінск, вул. Б. Хмяльніцкага, 10А.

Кантактныя тэлефоны: 292 44 12, 311 17 41.
e-mail: info@vziazda.by

Газета адрукавана ў Рэспубліканскім унітарным прадпрыемстве
«Выдавецтва «Беларускі Дом друку».
ЛД №02330/0494179 ад 03.04.2009.
220013, г. Мінск, прасп. Незалежнасці, 79/1.
Тыраж 14.804.
Нумар падпісаны ў 19.30 11.05.2022 г.