

ISSN 2523-4684
e-ISSN 2791-1241

ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ ХОРЕОГРАФИЯ АКАДЕМИЯСЫ
KAZAKH NATIONAL ACADEMY OF CHOREOGRAPHY
КАЗАХСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ
ХОРЕОГРАФИИ

Ғылыми
журналы

scientific
journal

научный
журнал

ARTS ACADEMY

1 (5) 2023

Наурыз 2023
March 2023
Март 2023

2022 жылдың наурыз
айынан шыға бастады
published since March 2022
издается с марта 2022 года

жылына 4 рет шығады
published 4 times a year
выходит 4 раза в год

Астана қаласы
Astana city
город Нур-Султан

Редакциялық алқаның төрағасы

Асылмұратова А.А. - Қазақ ұлттық хореография академиясының ректоры, Ресей Федерациясының Халық әртісі, Ресей Федерациясы Мемлекеттік сыйлығының лауреаты.

Редакциялық алқаның төрағасының орынбасары

Нүсіпжанова Б. Н. - педагогика ғылымдарының кандидаты, профессор, Қазақстан Республикасының Еңбек сіңірген қайраткері.

Бас редактор

Толысбаева Ж.Ж. - филология ғылымдарының докторы, профессор.

Редакциялық алқа

Кульбекова А.К. - педагогика ғылымдарының докторы, профессор (Қазақстан);

Саитова Г.Ю. - өнертану кандидаты, профессор, Қазақстан Республикасының еңбек сіңірген әртісі (Қазақстан);

Ізім Т.О. - өнертану кандидаты, профессор, ҚазССР-ның еңбек сіңірген әртісі (Қазақстан);

Жумасейтова Г.Т. - өнертану кандидаты, профессор (Қазақстан);

Казашка В. - PhD, қауымдастырылған профессор (Болгария);

Вейзанс Э. - PhD (Латвия);

Туляходжаева М.Т. - өнертану докторы, профессор (Өзбекстан);

Фомкин А.В. - педагогика ғылымдарының кандидаты, доцент (Ресей);

Дзагания И. - филология ғылымдарының докторы, профессор (Грузия);

Таптыгова Е. - PhD (Әзірбайжан).

Жауапты редактор: **Жунусов С.К.**

Қазақ ұлттық хореография академиясының ғылыми журналы.

ISSN 2523-4684

е ISSN 2791-1241

Қазақстан Республикасының Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі Ақпарат комитетінің мерзімді баспасөз басылымын, ақпарат агенттігін және желілік басылымды есепке қою туралы **02.02.2022 жылы берілген**

№ KZ77VPY00045494 куәлік.

Шығу жиілігі: жылына 4 рет

Тиражы: 300 дана

Редакция мекен-жайы: Астана қ., Ұлы Дала даңғылы, 43/1, 470 офис

Тел.: 8 (7172) 790-832

E-mail: artsballet01@gmail.com

Chairman of the Editorial Board

Asylmuratova A. A.

- Rector of the Kazakh National Academy of Choreography, People's Artist of the Russian Federation, laureate of the State Prize of the Russian Federation.

Deputy Chairman of the Editorial Board

B.N. Nusipzhanova

- Candidate of Pedagogical Sciences, Professor, Honoured Worker of the Republic of Kazakhstan.

Editor-in-Chief

Zh.Zh. Tolysbaeva

- Doctor of Philology, Professor.

Editorial Board

A.K. Kulbekova

- Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Kazakhstan);

G.Yu. Saitova

- Candidate of Art History, Professor, Honored Artist of the Republic of Kazakhstan (Kazakhstan);

T.O. Izim

- Candidate of Art History, Professor, Honored Artist of the Kazakh SSR (Kazakhstan);

G.T. Zhumaseitova

- Candidate of Art History, Professor, (Kazakhstan);

V. Kazashka

- PhD, Associate Professor (Bulgaria);

E. Veizans

- PhD (Latvia);

M.T. Tulyakhodzhayeva

- Doctor of Art History, Professor (Uzbekistan);

A.V. Fomkin

- Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (Russia);

I. Dzagania

- Doctor of Philology, Professor (Georgia);

E. Tptygova

- PhD (Azerbaijan).

Executive editor: **Zhunossov S.K.**

Scientific journal of the Kazakh National Academy of Choreography

ISSN 2523-4684

e ISSN 2791-1241

Certificate of registration of a periodical, information agency and online publication of the Information Committee of the Ministry of Information and Public Development of the Republic of Kazakhstan **No. KZ77VPY00045494, issued 02.02.2022**

Frequency: 4 issues per year

Printing: 300 copies

Editorial Office: Astana city, Uly Dala avenue 43/1, 470 office

Phone: 8 (7172) 790-832

E-mail: artsballet01@gmail.com

© **Kazakh National Academy of Choreography, 2023**

Председатель редакционной коллегии

Асылмуратова А. А. - Ректор Казахской национальной академии хореографии, Народный артист Российской Федерации, лауреат Государственной премии Российской Федерации.

Заместитель председателя редакционной коллегии

Нусипжанова Б.Н. - кандидат педагогических наук, профессор, Заслуженный деятель Республики Казахстан.

Главный редактор

Толысбаева Ж.Ж. - доктор филологических наук, профессор.

Редакционная коллегия

Кульбекова А.К. - доктор педагогических наук, профессор (Казахстан);

Саитова Г.Ю. - кандидат искусствоведения, профессор, Заслуженная артистка Республики Казахстан (Казахстан);

Ізім Т.О. - кандидат искусствоведения, профессор, Заслуженный артист КазССР (Казахстан);

Жумасейтова Г.Т. - кандидат искусствоведения, профессор, (Казахстан);

Казашка В. - PhD, ассоциированный профессор (Болгария);

Вейзанс Э. - PhD (Латвия);

Туляходжаева М.Т. - доктор искусствоведения, профессор (Узбекистан);

Фомкин А.В. - кандидат педагогических наук, доцент (Россия);

Дзагания И. - доктор филологических наук, профессор (Грузия);

Таптыгова Т. - PhD (Азербайджан).

Ответственный редактор: **Жунусов С.К.**

Научный журнал Казахской национальной академии хореографии.

ISSN 2523-4684

e ISSN 2791-1241

Свидетельство о постановке на учет периодического печатного издания, информационного агентства и сетевого издания Комитета информации Министерство информации и общественного развития Республики Казахстан № **KZ77VPY00045494**, выданное **02.02.2022 г.**

Периодичность: 4 раза в год

Тираж: 300 экземпляров

Адрес редакции: г. Нур-Султан, пр. Ұлы Дала, 43/1, 470 офис.

Тел.: 8 (7172) 790-832

E-mail: artsballet01@gmail.com

© **Казахская национальная академия хореографии, 2023**

А. Мирзаев¹

¹Казахская национальная академия хореографии
(Астана, Казахстан)

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ ИСКУССТВЕ

Аннотация

В статье рассматривается взаимосвязь социальных медиа и современного искусства. Автор обсуждает вопрос влияния социальных медиа на произведения искусства и изучает, как произведения искусства могут использовать социальные медиа в качестве средства коммуникации с публикой.

В статье анализируются примеры современных художников и их работ, которые используются в проектах социальных медиа, а также обсуждаются проблемы, связанные с этим подходом к искусству, включая вопросы приватности, контроля и влияния социальных медиа на творческий процесс.

Автор подчеркивает, что использование социальных медиа в искусстве имеет как позитивные, так и негативные стороны, но несмотря на это, оно остается важным и актуальным направлением в развитии современного искусства.

Ключевые слова: культура, искусство, современное искусство, социальные сети, социальные медиа, арт-менеджмент.

А. Мырзаев

¹Қазақ ұлттық хореография академиясы
(Астана, Қазақстан)

ЗАМАНАУИ ӨНЕРДЕГІ ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИА МӘСЕЛЕЛЕРІ ТУРАЛЫ

Аннотация

Мақалада әлеуметтік медиа мен қазіргі заманғы өнердің байланысы қарастырылады. Автор әлеуметтік медианың өнер туындыларына қалай әсер ететінін және керісінше, өнер туындылары әлеуметтік медианы көпшілікпен байланыс құралы ретінде қалай пайдалана алатынын талқылайды.

Мақалада әлеуметтік медиа жобаларында қолданылатын заманауи суретшілер мен олардың жұмыстарының мысалдары

талданады, сонымен қатар өнерге деген осы көзқарасқа қатысты мәселелер, соның ішінде жеке өмір, бақылау және әлеуметтік медианың шығармашылық процеске әсері талқыланады.

Автор әлеуметтік медианы өнерде қолданудың жағымды да, жағымсыз да жақтары бар екенін атап көрсетеді, бірақ соған қарамастан ол қазіргі заманғы өнерді дамытуда маңызды және өзекті бағыт болып қала береді.

Түйінді сөздер: мәдениет, өнер, заманауи өнер, әлеуметтік желілер, Әлеуметтік медиа, Арт-менеджмент.

A. Mirzayev¹

¹Kazakh National Academy of Choreography
(Astana, Kazakhstan)

TO THE QUESTION OF SOCIAL MEDIA IN CONTEMPORARY ART

Annotation

The article examines the relationship between social media and contemporary art. The author discusses how social media influences works of art, and, conversely, how works of art can use social media as a means of communication with the public.

The article analyzes examples of contemporary artists and their works that are used in social media projects, and discusses the problems associated with this approach to art, including issues of privacy, control and the influence of social media on the creative process.

The author emphasizes that the use of social media in art has both positive and negative sides, but despite this, it remains an important and relevant direction in the development of contemporary art.

Key words: culture, art, contemporary art, social networks, social media, art management.

Введение. Социальные медиа стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. Они позволяют быть в курсе последних новостей, общаться с друзьями и коллегами, делиться своими мыслями и идеями, и, конечно же, наслаждаться творчеством других людей. Благодаря этому, социальные медиа предоставляют возможность художникам и творцам выходить за пределы галерей и музеев, и делиться своими работами со всем миром.

Социальные медиа изменили мир искусства, в особенности арт-индустрию. Теперь большинство художников, дизайнеров, галерей, учреждений культуры и искусства используют социальные медиа для продвижения своих работ и увеличения их популярности. Этот инструмент позволяет быстро и легко достигать целевой аудитории, которая может быть разбросана по всему миру [1, с.120].

Современное искусство постоянно развивается и изменяется, а социальные медиа становятся все более важной частью этого процесса. Использование социальных медиа в искусстве позволяет художникам и другим творческим людям достигать более широкой аудитории и взаимодействовать с ней, создавать новые формы искусства и использовать новые технологии.

Методы исследования. При написании статьи был использован историко-теоретический подход, метод сравнительного анализа.

Обзор литературы по теме. Тема вызывает интерес исследователей, имеется ряд работ, посвященных этой теме. В книге «Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship» Клэр Бишоп исследует роль социальных медиа в развитии участия зрителя в искусстве и политике [2]. В своей книге Никола Буррияд исследует идею социальной сферы в искусстве и как она связана с социальными медиа. В статье «How Instagram is changing the art world» Сара Каган исследует влияние социальных медиа, особенно Instagram, на искусство и его распространение [3]. В книге «Социальные медиа в культуре и искусстве: опыт взаимодействия» Михаил Гусев рассматривает использование социальных медиа в искусстве и культуре, а также их влияние на процессы взаимодействия с публикой [1]. В статье «Социальные медиа и современное искусство: междисциплинарный анализ» М.В. Киселева, Ю.А. Ростовцева проводят междисциплинарный анализ влияния социальных медиа на современное искусство [4].

Основная часть. В данной статье будет рассмотрено, как социальные медиа влияют на

современное искусство, какие новые возможности они открывают для художников и зрителей, а также какие проблемы могут возникать при использовании социальных медиа в искусстве. Будут рассмотрены примеры использования социальных медиа в различных областях искусства, таких как театральное и балетное искусство, и проведен анализ того, как эти технологии влияют на произведения искусства и их восприятие.

Использование социальных медиа в искусстве не только расширяет аудиторию и создает новые формы творчества, но также может вызывать некоторые этические вопросы, такие как коммерциализация искусства и уменьшение его качества. В данной статье мы также обратим внимание на эти проблемы и постараемся проанализировать их влияние на современное искусство.

Одним из ярких примеров использования социальных медиа в современной арт-индустрии является Instagram. Эта популярная социальная сеть позволяет показывать свои работы в удобном и доступном формате. Многие художники используют Instagram, чтобы продавать свои работы, привлекать новых покупателей и увеличивать свою популярность. Кроме того, социальные медиа предоставляют возможность создавать контент, который может быть доступен для массового потребления [5, с.203]. Например, художник Ричард Принс создал проект под названием «Новости», в рамках которого он публиковал фотографии из газет и журналов, добавляя к ним свои комментарии и подписи. Эти работы были популярны в социальных медиа, так как они комментировали актуальные новости и события.

Стоит отметить что социальные медиа сегодня играют важную роль в продвижении театрального искусства и взаимодействии с аудиторией. Ниже приведены примеры использования социальных медиа в театральном искусстве:

- Продвижение спектаклей. Многие театры используют социальные медиа для продвижения

своих спектаклей. Они публикуют анонсы предстоящих спектаклей, фото и видео фрагменты из постановок, интервью с актерами и режиссерами. Это помогает привлечь больше зрителей и увеличить интерес к театру в целом.

- **Задействование зрителей.** Социальные медиа могут быть использованы для задействования зрителей в создании спектаклей. Например, театры могут проводить конкурсы на лучший сценарий или предложить зрителям принять участие в создании декораций или костюмов.

- **Обратная связь.** Социальные медиа позволяют театрам получать обратную связь от зрителей. Актеры и режиссеры могут отвечать на комментарии и вопросы зрителей, учитывать их мнение и предложения для улучшения спектаклей.

- **Онлайн-трансляции спектаклей.** В связи с пандемией COVID-19 многие театры начали проводить онлайн-трансляции своих спектаклей. Это позволяет зрителям со всего мира наслаждаться театром в режиме онлайн и познакомиться с работами различных театров.

- **Театральные блоги.** Некоторые актеры и театры ведут свои блоги на социальных медиа, где они делятся своими мыслями, впечатлениями и опытом. Это позволяет зрителям узнать больше о жизни театра изнутри и узнать больше о том, как создаются спектакли.

Некоторые театры используют социальные медиа для создания новых форматов спектаклей, которые включают в себя взаимодействие зрителей с актерами и сюжетом. Например, театр Punchdrunk создал серию интерактивных спектаклей под названием «Sleep No More», которые проходят в огромном складском помещении и включают в себя взаимодействие зрителей со сценой и актерами, а также использование мобильных технологий [6, с.145].

Организация онлайн-выставок. Театры могут использовать социальные медиа для организации онлайн-выставок, которые позволяют зрителям узнать больше о театральном искусстве и его истории. Например, театр Shakespeare's Globe в

Лондоне организовал онлайн-выставку, посвященную жизни и творчеству Шекспира, которая включала в себя фотографии, видео и интерактивные элементы.

Создание онлайн-шоу. Некоторые театры создают онлайн-шоу, которые транслируются через социальные медиа. Например, театр Royal Court в Лондоне создал серию онлайн-шоу под названием «Living Newspaper», которая включала в себя новости и сатирические скетчи о текущих событиях [7, с.16].

Проведение мастер-классов и обучающих программ. Театры могут использовать социальные медиа для проведения мастер-классов и обучающих программ, которые позволяют зрителям узнать больше о театральном искусстве и его технике. Например, театр National Theatre в Лондоне проводит онлайн-мастер-классы по актерскому мастерству и другим темам, которые можно посмотреть на их страницах в социальных медиа.

Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами. Театры могут сотрудничать с блогерами и инфлюенсерами в социальных медиа, чтобы привлечь новых зрителей и увеличить свою аудиторию. Например, театр Old Vic в Лондоне сотрудничал с блогерами в Instagram, которые посещали и обсуждали спектакли театра, что привлекло новых зрителей и увеличило популярность театра в социальных медиа.

Социальные медиа сегодня играют значительную роль в продвижении искусства во всех его проявлениях, включая балет. Ниже представлены примеры использования социальных медиа в балетном искусстве:

- Продвижение спектаклей. Многие театры балета используют социальные медиа для продвижения своих спектаклей. Например, они публикуют анонсы предстоящих спектаклей, фото и видео фрагменты из постановок, интервью с танцорами и режиссерами. Это помогает привлечь больше зрителей и увеличить интерес к балету в целом.

- Танцы на TikTok. Социальная сеть TikTok стала популярным местом для танцев. Многие танцоры балета создают танцевальные ролики, используя классические балетные движения. Это позволяет им привлекать новую аудиторию и демонстрировать свои таланты в нестандартном формате.

- Обучение балету. Социальные медиа также используются для обучения балету. Многие балетные компании и танцоры публикуют видеоуроки, в которых рассказывают о технике балета, демонстрируют упражнения и комбинации. Это позволяет людям изучать балет в любом месте и в любое время.

- Онлайн-трансляции спектаклей. В связи с пандемией COVID-19 многие театры балета начали проводить онлайн-трансляции своих спектаклей. Это позволяет зрителям со всего мира наслаждаться балетом в режиме онлайн и познакомиться с работами различных балетных компаний.

- Балетные фотосессии. Многие танцоры и балетные компании проводят фотосессии для социальных медиа. Это позволяет им продемонстрировать красоту и изящество балетных движений и создать интерес к своей работе.

Livestream спектаклей. Многие балетные труппы и театры транслируют свои спектакли в прямом эфире через социальные медиа, что позволяет зрителям наслаждаться выступлением из любой точки мира. Например, Королевский балет в Лондоне транслирует свои спектакли в прямом эфире через Facebook и YouTube [7, с.201].

Создание онлайн-курсов. Балетные труппы могут использовать социальные медиа для создания онлайн-курсов по балетной технике, которые можно просмотреть и использовать в качестве учебных материалов. Например, труппа Большого театра в Москве создала серию онлайн-курсов по классическому балету, которые доступны на их YouTube-канале.

Взаимодействие с публикой. Балетные труппы могут использовать социальные медиа для взаимодействия с публикой, отвечая на вопросы,

проводя трансляции душевных бесед с танцорами и режиссерами, и публикуя фотографии и видео, чтобы поделиться за кулисами в жизни балетной труппы.

Создание виртуальных туров по театрам и зданиям. Балетные труппы и театры могут использовать социальные медиа для создания виртуальных туров по их зданиям и театрам. Например, Большой театр в Москве создал виртуальный тур по своему театру, который можно посмотреть на их сайте и YouTube-канале. Это позволяет зрителям узнать больше о театральном здании и истории балетной труппы [8, с.100].

Таким образом, социальные медиа являются мощным инструментом для продвижения балетного искусства и привлечения новой аудитории.

Однако социальные медиа также могут стать причиной возникновения некоторых проблем в арт-индустрии. Например, многие критики считают, что социальные медиа могут стать причиной коммерциализации искусства, где ценность работы определяется не ее качеством, а ее популярностью в социальных медиа [9, с.70]. Кроме того, социальные медиа могут привести к потере контроля за производством искусства. Если работа художника получает большую популярность в социальных медиа, то ее могут начать использовать без разрешения художника или даже начать продавать подделки.

Заключение. В заключение, можно сказать, что социальные медиа стали неотъемлемой частью современного искусства. Они позволяют художникам, музыкантам, актерам и другим творческим людям достигать большей аудитории, взаимодействовать с ней и получать обратную связь. Кроме того, социальные медиа позволяют создавать новые форматы искусства, такие как виртуальные выставки и онлайн-концерты.

Однако, использование социальных медиа в искусстве может иметь и отрицательные последствия, например, привести к коммерциализации искусства и уменьшению его

качества [10, с.12]. Поэтому важно использовать социальные медиа с умом и не забывать о главной ценности искусства – его эстетическом и духовном содержании.

Тем не менее, можно с уверенностью сказать, что социальные медиа не просто помогают современному искусству развиваться и привлекать новую аудиторию, но и создают новые возможности для творческого самовыражения и взаимодействия между художниками и зрителями.

Список использованных источников:

1. Гусев М. Социальные медиа в культуре и искусстве: опыт взаимодействия. – М.: Издательство Московского университета, 2020. – 272 с.
2. Бишоп К. *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. – Verso, 2023
3. Каган С. *How Instagram is changing the art world*. – Art republic, 2021
4. Киселева М.В., Ростовцева Ю.А. Социальные медиа и современное искусство: междисциплинарный анализ // Медиаобразование и медиакультура: теория и практика. – 2017. – №4.
5. Миронов Т. Инстаграм для искусств: эффективный маркетинг в Instagram. – М.: Эксмо, 2019. – 224 с.
6. Медиакультура и искусство: социально-философские и эстетические аспекты / под ред. О. Ю. Шапиро. – СПб.: Алетейя, 2019. – 344 с.
7. Смит Ш. Искусство социальных медиа. – М.: Издательский дом «Коммуникации», 2019. – 240 с.
8. Логунова А.В. Виртуальные пространства как новый способ коммуникации с аудиторией в современном искусстве // Медиа-искусство: технологии, творчество, исследования. – 2017. – №2.
9. Ловинк Г. Сети без причины: критика социальных медиа. – Кембридж: Polity, 2011.
10. Хирн А. Культура цифровой индустрии: история цифрового распространения. – Нью-Йорк: Routledge, 2018.

References:

1. Gusev M. *Social'nye media v kul'ture i iskusstve: opyt vzaimodejstvija*. – M.: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, **2020**. – 272 s. (In Russ.).
2. Bishop K. *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. – Verso, **2023**. (In Engl.).

3. Kagan S. *How Instagram is changing the art world.* – Art republic, **2021.** (In Russ.).
4. Kiseleva M.V., Rostovceva Ju.A. *Social'nye media i sovremennoe iskusstvo: mezhdisciplinarnyj analiz // Mediaobrazovanie i mediakul'tura: teorija i praktika.* – **2017.** – №4. (In Russ.).
5. Mironov T. *Instagram dlja iskusstv: jeffektivnyj marketing v Instagram.* – M.: Jeksmo, **2019.** – 224 s. (In Russ.).
6. *Mediakul'tura i iskusstvo: social'no-filosofskie i jesteticheskie aspekty /* pod red. O. Ju. Shapiro. – SPb.: Aletejja, **2019.** – 344 s. (In Russ.).
7. Smit Sh. *Iskusstvo social'nyh media.* – M.: Izdatel'skij dom «Kommunikacii», **2019.** – 240 s. (In Russ.).
8. Logunova A.V. *Virtual'nye prostranstva kak novyj sposob komunikacii s auditoriej v sovremennom iskusstve // Media-iskusstvo: tehnologii, tvorcestvo, issledovanija.* – **2017.** – №2. (In Russ.).
9. Lovink G. *Seti bez prichiny: kritika social'nyh media.* – Kembridzh: Polity, **2011.** (In Russ.).
10. Hirn A. *Kul'tura cifrovoj industrii: istorija cifrovogo rasprostraneniya.* – N'ju-Jork: Routledge, **2018.** (In Russ.).

МАЗМҰНЫ / CONTENTS / СОДЕРЖАНИЕ

**ХОРЕОГРАФИЯЛЫҚ ӨНЕР
CHOREOGRAPHY ARTS
ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЕ ИСКУССТВО**

1. **М.Р. Асанова
M.R. Assanova**
- МЕТОДОЛОГИЧЕСКА
Я ОСНОВА
ПРЕПОДАВАНИЯ И
СИСТЕМАТИЗАЦИЯ
ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГ
О ОБРАЗОВАНИЯ**
- ОҚЫТУДЫҢ
ӘДІСНАМАЛЫҚ
НЕГІЗІ ЖӘНЕ
ХОРЕОГРАФИЯЛЫҚ
БІЛІМ БЕРУДІ
ЖҮЙЕЛЕУ**
- METHODOLOGICAL
BASIS OF TEACHING
AND
SYSTEMATIZATION OF
CHOREOGRAPHIC
EDUCATION**
- 5**
2. **Ж.Д. Әлімжан,
Е.Б. Мамбеков**
- Zh.D. Alimzhan,
E.B. Mambekov**
- ИСТОРИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ
ЭСТРАДНОГО ТАНЦА**
- ЭСТРАДАЛЫҚ БИДІ
ДАМЫТУДЫҢ
ТАРИХИ АСПЕКТІЛЕРІ**
- HISTORICAL ASPECTS
OF THE
DEVELOPMENT OF
POP DANCE**
- 15**

3. **С.А. Бәкірова**
S.A. Bakirova
- МЕТОДОЛОГИЧЕСКИ
Е ОСНОВЫ
ПРОВЕДЕНИЯ
НАУЧНО-
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСК
ОЙ РАБОТЫ В
ОБЛАСТИ
ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГ
О ИСКУССТВА**
- ХОРЕОГРАФИЯЛЫҚ
ӨНЕР САЛАСЫНДА
ҒЫЛЫМИ-ЗЕРТТЕУ
ЖҰМЫСТАРЫН
ЖҮРГІЗУДІҢ
ӘДІСНАМАЛЫҚ
НЕГІЗДЕРІ**
- METHODOLOGICAL
FOUNDATIONS OF
CONDUCTING
RESEARCH WORK IN
THE FIELD OF
CHOREOGRAPHIC ART** 29
4. **А. Мирзаев**
A. Mirzayev
- К ВОПРОСУ О
СОЦИАЛЬНЫХ
МЕДИА В
СОВРЕМЕННОМ
ИСКУССТВЕ**
- ЗАМАНАУИ
ӨНЕРДЕГІ
ӘЛЕУМЕТТІК МЕДИА
МӘСЕЛелЕРІ
ТУРАЛЫ**
- TO THE QUESTION OF
SOCIAL MEDIA IN
CONTEMPORARY ART** 38

**СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ
ӘЛЕУМЕТТІК-ГУМАНИТАРЛЫҚ ҒЫЛЫМДАР
SOCIAL AND HUMAN SCIENCES**

7 **K. Kveliashvili,
N. Kutsia**

**К. Квелиашвили,
Н. Куциа**

**PICTORIAL
OVERTONES OF
GEORGIAN
POSTMODERNIST
MINIATURE (ON THE
EXAMPLE OF ROSTOM
CHKHEIDZE'S
MINIATURES)**

**ЖИВОПИСНЫЙ
ПОДТЕКСТ
ГРУЗИНСКОЙ
ПОСТМОДЕРНИСТСКО
Й МИНИАТЮРЫ (НА
ПРИМЕРЕ
МИНИАТЮР
РОСТОМА ЧХЕИДЗЕ)**

**ГРУЗИН
ПОСТМОДЕРНДІК
МИНИАТЮРАЛАРЫН
ДАҒЫ КӨРКЕМ СӨЗ
АСТАРЫНЫҢ
СИПАТТАМАСЫ
(РОСТОМ
ЧХЕИДЗЕНҢ
МИНИАТЮРАЛАРЫ
МЫСАЛЫНДА)**

76

8	Ж.Ж. Толысбаева Zh.Zh. Tolysbaeva	ОБРАЗ АЛМАТЫ В СТИХАХ ВЕРЫ САВЕЛЬЕВОЙ	
		ВЕРА САВЕЛЬЕВАНЫҢ ӨЛЕҢДЕРІНДЕГІ АЛМАТЫ БЕЙНЕСІ	
		THE IMAGE OF ALMATY IN THE VERSES OF VERA SAVELYEVA	87
	Авторлар туралы мәлімет Information about the authors Сведения об авторах		98
	Мазмұны/Contents/ Содержание		101

«ARTS ACADEMY»

scientific journal
наурыз/ март/ march
2023

Пішім/ Format/ Формат 170x260.
Офсетті қағаз/ Offset paper/ Бумага офсетная.
Көлемі/ Scope/ Объём – 6,62 п.л.
Таралымы/ Edition/ Тираж 300.

Қазақ ұлттық хореография академиясы
Kazakh National Academy of Choreography
Казахская национальная академия хореографии

Ғылым, жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру және аккредиттеу бөлімі
The department of science, postgraduate education and accreditation
Отдел науки, послевузовского образования и аккредитации

010000, Астана/ Astana
Ұлы Дала/Uly Dala, 43/1, офис/ office/ офис – 470
8 (7172) 790-832
artsballet01@gmail.com
artsacademy.kz