

Гарадзенскі тэатр паказвае для самых маленькіх цэневы спектакль «Кто сказал «Мяу?»». Дзеці, дзякуючы інтэрактыўнасці тэатра ценяў, уцягнуты ў працэс стварэння пастаноўкі, што робіць іх актыўнымі саўдзельнікамі сцэнічнага дзеяння. У гэтым працэсе маленькія глядачы пачынаюць задаваць пытанні, аналізаваць, унікаць у дэталі і сэнсавыя аспекты.

Такім чынам, тэатр ценяў – адно з найболей арыгінальных з’яў сцэнічнага мастацтва. Гэта той від тэатральнага мастацтва, не застыў у сваёй архаічнай форме, некалі ўзнікшай і закам’яналай, але гэта прыклад таго, як традыцыйнае працягвае развівацца, не спыняючыся на адной толькі нейкай, раз і назаўсёды ўсталяванай форме, а знаходзіць новыя формы жыцця, арганічна ўрастая і пераплятаючыся з іншымі, больш сучаснымі формамі і відамі тэатральнага мастацтва. У Беларусі ён запазычае некаторыя формы ўсходніх традыцый тэатра ценяў, але ў той жа час выкарыстоўвае ўласныя высокатэхналагічныя прыемы і матэрыялы. Аналізуючы пастаноўкі тэатраў лялек Беларусі можна з упэўненасцю сказаць, што цэневыя паказы не толькі ўжываюцца у традыцыйным сэнсе, але і актыўна асімілююцца з іншымі сцэнічнымі мастацтвамі, такімі як музыка, акторскае майстэрства, выяўленчае мастацтва. Што значна ўзбагачае выяўленчую і вобразную будову спектакля, і разам з гэтым узмацняе эмацыйнае ўздзеянне на глядачоў, дазваляючы ім больш удумліва і ўпэўнена “прачытваць” сэнсы, якія даносяць да іх са сцэны.

Крыніцы і літаратура:

1. Башинская, Л.А. Театр теней. К вопросу о терминологии. – (cyberleninka.ru) (дата обращения: 24.09.2024);
2. Барышаў, Г.І. Беларускі народны тэатр «Батлейка» / Г.І. Барышаў, А.К. Саннікаў. – Мінск : Выд-ва Міністэрства вышэйшай, сярэдняй спецыяльнай і прафесіянальнай адукацыі БССР, 1962. – 161, [18] с.;
3. Ло Чаопэн Европейский театр теней второй половины XX – начала XXI веков: художественное своеобразие и основные представители : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.09 / Ло Чаопэн Белорусский государственный университет культуры и искусств. – Минск, 2024. – 23 с.;
4. Могилевский областной театр кукол (teatrkukol.by) (дата обращения: 25.09.2024).

БЕЛОРУССКИЙ СУВЕНИРНЫЙ ТЕКСТИЛЬ: СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА

Л.В. Домненкова (Минск)

В последние десятилетия в области научных исследований отмечается определенный интерес к такому явлению культуры как сувенир. Широкое распространение сувенирной продукции, устойчивый на нее спрос, многообразие функций, технологий изготовления и ряд других аспектов ставят перед исследователями ряд задач. Это и разработка не устоявшегося до сего времени понятийного пространства феномена сувенир, и определение его классификационных признаков, функций, значения и роли в жизни современного общества. В рамках данного проблемного поля следует назвать исследования Т.Ю. Быстровой [2, 3.4], И.И. Акинфеевой [1], А.В. Рябчикова [9], М.А. Корецкой [6] и др. Большое внимание уделяется рассмотрению процесса формирования сувенирной продукции для сферы туризма [7] и музейной деятельности [5, 8].

Современная сувенирная продукция чрезвычайно разнообразна по тематике, материалам, техникам, назначению, способу и приемам декорирования, назначению

и использования. В данной статье предпринята попытка анализа состояния развития белорусского сувенирного текстиля. Основными материалами для исследования является продукция предприятий Государственного производственно-торгового объединения «Белхудожпромислы»: «Скарбніца», «Крыніца Палесся» Пинской, Слуцкой, Могилевской, Бобруйской, Оршанской, Гомельской фабрик художественных изделий, а также ассортимента сувенирных магазинов и интернет-площадок.

Как показывает практика, текстильные изделия обладают большим спросом. Они разнообразны по тематике, образному решению, использованию в быту. В сфере бизнеса – это сувениры, несущие информацию о производителе и характере его деятельности и выполняют репрезентативно-рекламную функцию. Чаще всего это логотипы и фирменные знаки, нанесенные на текстильные изделия (футболки, бейсболки, сумки-шоперы и т.д.) для потребителей услуг и товаров компании, бизнес-сувениры для потенциальных или реальных партнеров по бизнесу и VIP-сувениры – уникальные и ценные подарки какому-то конкретному человеку [7, с.144].

Наиболее широкий сегмент сувенирной продукции – это розничная торговля, где представлены изделия фабрик, мастерских, народных мастеров и художников. Традиционно это небольшие или удобные для перевозки предметы, доступные по цене и изготавливаемые небольшими сериями. Их основная функция – информационно-коммуникативная: передача и сохранение воспоминаний человека о посещенных им интересных местах, памятниках, о важных событиях.

Обширность сувенирного текстиля усложняет систематизацию изделий. Классификационными критериями могут стать следующие: тематика, целевое назначение, используемая технология изготовления и декорирования, характер производства.

Рассмотрение сувенирного текстиля по функциональному признаку, использованию в быту позволяет выделить две группы изделий: утилитарного и декоративного характера. К первой группе следует отнести полотенца, скатерти и салфетки, столовые и чайные комплекты, покрывала, пледы, постельные комплекты, декоративные наволочки, одежду. Все перечисленные текстильные объекты по сути являются традиционными для белорусской культуры и встречаются повсеместно. Уникальность и неповторимость таких изделий обеспечивается рядом признаков: характером взаимосвязи с конкретным регионом и носителем, эстетическими предпочтениями жителей региона и разработчика, структурой и масштабами соподчинения частей, выражающимися в орнаментике, приемах декорирования, цветовой гамме.

Пояса и закладки, шапки и рукавицы, шарфы, шали и палантины, обложки для блокнотов и скетч-буков, закладки, сумки, упаковка и т.д., выполненные крафтовым способом и объединяющие традиции и новации, приобретают ярко выраженный сувенирный характер.

Во вторую группу можно отнести декоративные панно, текстильные куклы, сувениры-обереги, новогодний и пасхальный декор и т.д.

Производство сувенирного текстиля строится на использовании промышленной ткани или изделие выполняется на ткацком станке, отсюда и его деление на швейные, тканые и смешанные группы. Технологии украшения изделий разнообразнее – это приемы ткачества и вышивки, аппликация, роспись красителями, шелкография, гильоширование.

Анализ белорусского сувенирного текстиля позволяет выявить ряд аспектов его развития. Следует отметить, что высокий художественный уровень достигается в случаях обращения к традиционным изделиям, технологиям, орнаментам и приемам организации узоров, их творческому применению. Примером тому продукция таких ведущих предприятий как «Скарбніца», «Крыніца Палесся», Слуцкія паясы»,

выполненная на основе использования местных ткацких технологий. Она выделяется оригинальностью разработок тканой и орнаментальной структур, гармоничностью композиционного и колористического решения. В их рушниках, скатертях и салфетках, пледах и покрывалах находят отражение региональные особенности белорусского текстиля. Используются также традиционные для Беларуси натуральные материалы: льняная и шерстяная пряжа. Многие цветовые решения строятся на сочетании отбеленных и неотбеленных льняных ниток, сдержанных природных оттенках. Орнаментальный ряд базируется на текстильной орнаментике, свойственной региону, творческая их переработка строится на новых ритмических и масштабных соотношениях, сочетаниях гладких и декоративных частей.

Ориентация на образцы традиционных вышитых изделий, на устоявшиеся локальные орнаментальные и технологические особенности также позволяет достигать выразительности и высокого качества таких изделий, как рушники, скатерти, столовые и чайные комплекты, реконструкции народного костюма. Применение в декорировании такого типа изделий приемов свободной вышивки, в основном простой и цветной глади, не имеющей глубинной народной традиции и базирующихся на рукоделии середины XX века, достаточно часто вызывают вопросы по организации поля текстильного изделия, композиции, масштабности, ритмической организации.

В украшении текстильных сувениров вышивкой отмечается расширение сферы ее применения. Так, в последнее время большую популярность приобрели вышитые мужские сорочки, женские блузки, платья из натурального льна. Следование устоявшимся аутентичным образцам белорусской народной одежды позволяет сохранять в дизайнерских разработках национальный колорит. В этой связи следует отметить коллекцию одежды, разработанной художниками «Скарбницы», некоторые предложения Пинской и Слуцкой фабрик художественных изделий. К сожалению, в проектировании таких объектов художникам порой не хватает глубоких знаний в области народного белорусского костюма, нет понимания его как многозначной системы эстетических и функциональных качеств, а порой не хватает и профессиональных знаний дизайнера одежды, творческого мышления и креативности.

Расширение предметного пространства современного человека естественным образом способствует и появлению новых сувенирных изделий: обложек для блокнотов и скетч-буков, чехлов для смартфонов, сумок-шоперов и сумок-рюкзачков, текстильной бижутерии и фурнитуры, упаковок в форме мешочков и т.д. Самобытность, яркую индивидуальность и национальный колорит этим вещам придает белорусский орнамент и традиционная вышивка.

Приемы украшения текстильного сувенира выразительными мотивами белорусского орнамента – это не только ткачество и вышивка, а также вывязывание узоров на спицах и крючком, трафаретная печать, роспись красителями. Обозначенные современные текстильные сувениры чаще всего представляются отдельными художниками и мастерами, всегда выполняются ручным способом, порой в единственном экземпляре или очень малой серией. Такое положение соответствует актуальным тенденциям в современной культуре: возврату к индивидуальным единичным товарам, обращением к семейному творчеству и мастерству, различным формам регионального возрождения, в том числе – к традиционным видам кустарного производства, поскольку подобные изделия, как правило, являются уникальной, самодостаточной системой [1, с. 306].

Востребованность сувенирной продукции сегодня способствует росту спонтанной активности по их производству, продаже и приобретению. Однако, следует отметить, что недостаточный уровень профессиональных и потребительских представлений

приводят к тому, что появляются сувениры, которые рассчитаны на невзыскательный вкус и моду. Так, например, много вопросов возникает при рассмотрении такой сувенирной продукции как кукла в национальном костюме. В отличие от выше рассмотренного текстиля, в той или иной степени обладающего утилитарными функциями, сувенирная кукла не является игровой и служит «знаком» того иного места, события, эмоционального переживания. Создание яркого, выразительного и оригинального образа – одна из самых сложных задач разработчика. К сожалению, хороший результат достигается крайне редко, а представленные в продаже образцы отличают неудачные пропорции тела куклы, «мимишные» гипертрофированные расписные лица, немасштабность текстиля для одежек (чаще всего отделочная тесьма и кружева, а также для обрезки от крупных текстильных изделий). Более успешно решается образ сувенирной куклы-оберега, традиционной куклы-мотанки.

Сувенирные текстильные панно представляют собой также один из распространенных объектов и отличаются широтой тематики: природные и пейзажные мотивы, архитектура белорусских городов, сюжетные и орнаментальные композиции. Выполняемые технически на высоком уровне, эти изделия порой грешат излишней иллюстративностью, имитацией живописного или графического подходов.

Понимание важности роли сувенира как средства национальной идентификации, трансляции культурных норм и эстетических представлений требует привлечения к созданию и отбору текстильных сувенирных изделий профессиональных художников и дизайнеров, искусствоведов, креативно мыслящих мастеров.

Источники и литература:

1. Акинфеева, И.И. Сувенир как феномен культуры: специфика и классификационные признаки / И.И. Акинфеева, О.Е. Железняк // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2015. – № 5 (100). – С. 305–314
2. Быстрова, Т.Ю. Сувенир – это серьезно: социально-коммуникативный анализ сувенира / Т. Ю. Быстрова, А. К. Хисматуллин – Екатеринбург: Рекламная студия «га4.ru», 2009. – 96 с.
3. Быстрова Т.Ю. Образ сувенира: разработка и восприятие / Т.Ю. Быстрова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1, Проблемы образования, науки и культуры. – 2015. – № 1 (135). – С. 177-185.
4. Быстрова, Т.Ю. Необходимые характеристики образа в дизайне сувенирной продукции / Т.Ю. Быстрова // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. – 2015. – №1. – С.91-97.
5. Кривошеева, Т.М. Сувенирная продукция в музеях- инструмент эмоциональной коммуникации с посетителями / Т.М. Кривошеева // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2016. – № 2. – С. 29 – 37.
6. Корецкая М.А. Сувенир / М.А. Корецкая // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». – 2008. –№ 1. – С. 38–43.
7. Кузнецова, Н.Ф. Производство сувениров как ресурс для повышения туристской привлекательности региона / Н.Ф. Кузнецова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2018. – Т. 7. – № 3(24). – С. 143-148.
8. Никифорова, А.А. Сувенирная продукция в музеях: современные кейс-практики / А.А. Никифорова, Л.Г. Скульмовская // Вестник культуры и искусств. – 2018. – № 2 (54). – С. 80–88.
9. Рябчиков А.В. К определению рекламного сувенира / А.В. Рябчиков // Знание. Понимание. Умение. –2013. – № 1. – С.160–166.