

РОЛЬ АРХИТЕКТУРЫ В СЦЕНОГРАФИИ КУКОЛЬНОГО ТЕАТРА

Т.В. Горолевич
Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

Взаимодействие областей архитектуры и театра кукол происходит в разных формах. Область, в которой происходит соприкосновение театра и архитектуры, – это сценография. Художественное оформление кукольной театральной сцены состоит из определенных декораций, собранных в целостную композицию, она представляет собой архитектуру представления [1]. Сценография – это, прежде всего, работа с пространством. Историческая воспроизведение пьесы немыслима не только без зафиксированного в иллюстративном материале актерского воплощения, но и без его конкретного сценографического построения, предметного мира, цветового решения в сочетании с костюмами и другими дополнительными атрибутами [2].

Цель статьи – проанализировать влияние архитектуры на сценографическое пространство в кукольных театрах Беларуси.

Материал и методы. Материалом для статьи послужили исследования отечественных и зарубежных ученых, посвященные проблемам синтеза искусств. Использованы сравнительно-сопоставительный и описательно-аналитический методы.

Результаты и их обсуждение. В античной Греции и Риме ведущая роль в представлении того, из чего состояла сцена, отводилась архитекторам. В первые архитектура синтезировалась в период Средневековья и носила условный характер в сценографии постановки. Для спектакля элементы архитектуры играли роль фона (архитектурного задника). Особенностью изображения средневековой сценической среды была стилизация архитектуры, интерьеров и ландшафтов.

Художники эпохи барокко и классицизма – те, что отвечали за сценическое оформление спектаклей, создавали великолепные пространственные панорамы.

Основополагающим периодом в сценографии, когда ощущается влияние архитектуры, являются XX–XXI века. Значимые нововведения в н. XX века внедрил архитектор Эдвард Гордон Крэг. Вместо традиционного расписного задника, выполнялись объемно-пространственные композиции, в которых пространство сцены работало подобно дополнительному объемному объекту.

Свои творческие приемы и принципы в оформлении спектакля, создававшее изобразительно-пластический образ воплотили и другие архитекторы.

Художественное оформление кукольной театральной сцены состоит из определенных декораций, собранных в целостную композицию, она представляет собой архитектуру представления. А сценография – это строительство театрального пространства, при котором учитывается взаимодействие сцены и зрительного зала [1]. Исследователи театра считают главным на сцене это развитие мизансценического рисунка актерской и кукольной пластики в определенной пространственной среде. Если сопоставить это понятие в сферу архитектурного проектирования, то основой средовой сценографии являются средовые мизансцены, сформированные различными средствами выразительности.

Устремление к ясности, простоте, рациональным и конструктивно-архитектурным решениям стало одной из творческих доминант искусства конструктивизма. Поиск технической конструктивности, исходных элементов захватил все виды искусств. Эти тенденции нашли отражения и в театре. Созданием конструктивистского театрального стиля занимались художники и архитекторы начала XX века – Л. Попова, А. Веснин, Н. Альтман, В. Татлин, В. Ходасевич, К. Малевич и др.

Ряд основополагающих принципов архитектуры воплощаются в современном театре кукол:

- применение в декорациях к спектаклям элементов архитектурных стилей исторических эпох (места действия);

- влияние образно-ассоциативных характеристик архитектурных форм в спектакле.

Заключение. Таким образом, архитектура, оказывала влияние на создание сценографии еще со времен Средневековья. В спектакле того времени она играла роль фона (архитектурного задника). В начале XX века роль архитектуры в создании сценографии стала еще более очевидной. Вместо традиционного расписного задника, выполнялись объемно-пространственные композиции, в которых пространство сцены работало подобно дополнительному объемному объекту. В современном театре кукол воплощаются некоторые принципы архитектурного проектирования сценографии: применение в декорациях элементов архитектурных стилей исторических эпох; влияние образно-ассоциативных характеристик архитектурных форм в декорациях, предметах.

1. Лотфуллина, А. Р. К вопросу о взаимовлиянии архитектурного проектирования и сценографического искусства / А. Р. Лотфуллина // Известия КГАСУ. – 2019. – №3(49). – С. 18–25.

2. Ярмалінскай, В. М. Сцэнаграфія як феномен тэатральнага мастацтва Беларусі XX – пачатку ХХІ ст. : аўтарэф. дыс. ... д-ра мастацтвазнаўства : 17.00.01 / В. М. Ярмалінскай ; Цэнтр даследаванняў беларускай культуры, мовы і літаратуры Нациянальнай акадэміі навук Беларусі. – Мінск, 2015. – 47 с.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ИСТОРИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ

A.A. Гуркова

Витебск, Витебский государственный индустриальный колледж

Фирменный стиль выступает как один из определяющих факторов, напрямую влияющих на достижение корпоративных целей и коммерческий результат. Путь дизайна фирменного стиля к его современной форме измеряется обширной историей. Каждая историческая эпоха ставила перед дизайном фирменного стиля новые задачи и предоставляла новые инструменты, что вело к качественному преобразованию его функций и масштаба влияния. Данная тема актуальна, потому что позволяет осмысливать важность фирменного стиля через призму его определений разных теоретиков и использовать исторический опыт в дизайнерской деятельности.

Цель исследования – провести анализ эволюции дизайна фирменного стиля.

Материал и методы. В данной работе применяется комплексный методологический подход, позволяющий системно исследовать определение, эволюцию и современное состояние дизайна фирменного стиля. Обзор литературных источников помог выявить ключевых теоретиков, которые пытались дать определение фирменному стилю. Исторический анализ, а именно прослеживание преемственности и трансформации элементов фирменного стиля от древних цивилизаций до наших дней, позволили выявить основные этапы эволюции, установить причинно-следственные связи между изменениями в дизайне фирменного стиля.

Результаты и их обсуждение. Феномен фирменного стиля становился предметом исследования многих теоретиков дизайна и маркетинга, которые рассматривали его с различных научных и практических позиций. Кенным теоретикам, которые пытались дать определение фирменному стилю можно отнести: Дж. Балмера, А. Уилсана, С. Александри, А.Н Азрилияна, В.П. Скараманга, Д.А. Шевченко, А.Л. Дикура, М.П. Торшина, В.Л. Глазычева и других.

Фирменный стиль – это сочетание цветовых, графических, словесных и других атрибутов компании или бренда, разработанные и стандартизованные для различных коммуникаций [1].