

собственного стиля и способу изречения мыслей и чувств.

Его особая любовь к тематике материнства подкреплялась и появлением в его жизни дочери. Он находил всё новые способы высказывания на эту тему, доходя до загадочности и даже агрессии.

Он без сомнения был озабочен, соизмеряя себя с мастерами прошлого. Художники с течением времени, всё ближе подходя к старости, стараются упрощать их поздние работы, они становились проще и фрагментарней, несовершенней и незаконченней. Связывая их такой критикой, Мур, несомненно, имел ввиду и себя. Но Генри Мур, совершенно точно стал иконой послевоенной Великобритании. Он вернул популярность скульптуре, которая выбилась из бурного потока современного искусства, и несомненно повлиял на развитие форм высказывания в целом.

Список использованных источников

1. Lewison J. Henry Moore. Bonn: Taschen, 2007.
2. James Ph. Henry Moore on Sculpture. London, 1966.
3. Sylvester D. Henry Moore. Ausstellungskatalog. Tate Gallery. London, 1968.
4. Henry Moore at the British Museum. New York, 1981.
5. Berthoud R. The Life of Henry Moore. London, 2003.

УДК 659.1:792

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ ДЛЯ МУЗЫКАЛЬНОГО ТЕАТРА

Тарабуко Н.И., доц., Авчук А.С., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассмотрена разработка концепции информационного проекта для Белорусского государственного академического музыкального театра в виде графических плакатов и айдентики.

Ключевые слова: театральный плакат, музыкальный театр, опера, мюзикл, балет, театральная айдентика, типографика.

В эпоху изобилия разнообразных способов проведения досуга, театр, как один из их видов, остается популярным по сей день. Театральное представление посещает каждый человек, дети и взрослые, мужчины и женщины, представители разных взглядов и стилей жизни, любой приобщается к театральному действу хотя бы раз в жизни. В повседневной жизни и высоком информационном шуме театр представляет собой идеальный вариант культурного времяпрепровождения, приобщает обывателя к высокому. На сегодняшний день Белорусский государственный академический музыкальный театр – это одно из крупнейших театрально-зрелищных учреждений Беларуси. Театр имеет высокую репутацию у зрителей и коллег-профессионалов из разных стран, является одним из самых популярных, любимых и посещаемых театров республики. За год театр посещает более 250 тысяч человек, включая творческие проекты, которые проходят на открытом воздухе, гастрольные спектакли и концерты. Основной целью Белорусского государственного академического музыкального театра является сохранение культурных традиций белорусского народа, развитие творческих принципов национального музыкального сценического искусства в современных условиях, создание спектаклей, концертов, способствующих нравственному, эстетическому и культурному воспитанию подрастающего поколения, создание условий для диалога европейских культур и формирование общеевропейского пространства. Основной проблемой Белорусского государственного академического музыкального театра является стагнация в области самопрезентации, а следовательно, и потеря интереса зрителя к постановкам, особенно в стремительно развивающемся современном мире, где важно уметь зацепить взгляд и вызвать любопытство и создать интригу. Для театра актуально обновлять свою визуальную составляющую, ведь хороший театральный плакат это не только способ рекламы для повышения объемов продаж билетов, но и часть городской среды, общей визуальной культуры города и средство поддержания имиджа театра среди массового зрителя. А также

расширение целевой аудитории посредством создания современного образа театра, привлекающего внимание молодого поколения к репертуару.

Целью проекта является разработка концепции информационного проекта для Белорусского государственного академического музыкального театра. Музыкальный театр имеет отличительные особенности, делающие это направление в искусстве уникальным, поэтому развитие искусства музыкального плаката очень важно для общества, так как плакат дает возможность погрузиться в среду, не посещая театра, формирует представление о постановке. Вместе с развивающимися технологиями мира меняются инструменты и визуальные средства плаката. Дипломный проект актуализирует роль культуры, а в частности той, что включает в себя синтез танца, пения, актерской игры и работы декораторов, оформителей костюмеров, художников, режиссеров и сценаристов – труд огромного количества талантливых людей, о важности которых стоит помнить, направляясь в театр. Важно разработать проект, отражающий все суть этого искусства, наполнить дизайн уникальностью, присущей театральному миру. Создание изображения, как и дизайн плаката в целом, тесно связано с целевой аудиторией. При разработке плакатов, афиш и постеров следует учесть её предпочтения, для того чтобы получить максимальную отдачу. Обычно человек тратит на изучение рекламного плаката около 3 секунд, поэтому нужно создать такой слоган, который потенциальный покупатель успеет прочесть и сможет запомнить. В зависимости от того, где будет использоваться плакат (на улице или в помещении), на нем может быть разные объемы текста. Знание психологии восприятия, тонкий вкус и большой опыт – это то, что помогает создавать действительно эффективные плакаты и афиши. Наиболее оптимальная целевая аудитория: люди 20-45 лет, задействованные в сфере искусства и дизайна, профессионалы, с высшим образованием, а также интересующиеся литературой и театром. Объекты искусства создаются не для того, чтобы «подстраиваться» под зрителя, модифицироваться для увеличения объемов сбыта, а по той причине, что их производство является важнейшей социальной задачей (сохранение культурного наследия и др.). В создании плаката дизайнер должен отталкиваться, прежде всего, от своей миссии, от творческих идей, даже если они в настоящее время не пользуются спросом на рынке. Театральный плакат столь же разнообразен по репертуару, как и сам театр. Все театральные плакаты можно разбить на несколько тематических блоков:

- театральный плакат (плакаты для постановок драматического и нового театра);
- оперный плакат;
- плакат для музыкального театра (оперетта, мюзикл, кабаре);
- балетный плакат;
- фестивальныи плакат.

Распространенные приемы, которые помогают плакату найти решение для плаката:

- использование фото спектакля, использование фото или эскизов элементов декорации;
- шрифтовая композиция;
- решение в согласии со стилем глобальной рекламной кампании, единое стилистическое решение для всех постановок театра;
- индивидуальная авторская трактовка, которая, с одной стороны, основана на конкретике спектакля, а с другой – на общем шлейфе ассоциаций, тянущемся за театральным образом – самый трудоемкий и самый артистичный путь, – для презентации постановки создается уникальная иллюстрация.

В силу специфики жанра каждое из этих решений будет дополнено текстовым блоком, который отвечает за передачу информации [1]. Успех работы художника в области плаката во многом зависит от знания и практического применения психологических приемов привлечения внимания. Современный плакат испытывает на себе влияние различных факторов: технический прогресс, построение визуально-композиционного строя, развитие культурной жизни страны. Грамотно созданный театральный плакат является мощным инструментом трансляции искусства и значимости театра. Знание дизайнером теоретических основ при создании театрального плаката позволит создать для зрителя качественный контент с учетом современных тенденций в области дизайна [2].

Среди большого количества выразительных средств плаката прикладная графика уже давно вызывает к себе внимание и интерес. На основе прикладной авторской графики можно создавать товарные знаки, рекламный плакат, афиши, программки, открытки и другие предметы печати, которые несут в себе художественную составляющую. Авторская прикладная графика в информационной поддержке Белорусского государственного

академического музыкального театра и плакатов способна выявить характер и уникальность театра мгновенно на подсознательном уровне. Если авторское видение и творческий потенциал совпадает с видением театра, то возможна синергия воздействия на зрителя. Все развитие информационной визуальной поддержки театра зависит от знака театра, который и определяет направление айдентики и брендирования театра. Логотип для Белорусского государственного академического музыкального театра представляет собой линейный знак (стиль монолайн), стилизующий изображение окрыленной музы – богини в древнегреческой мифологии, покровительницы искусств и наук, с текстовой частью, формирующей музыкальные ноты. Известно, что от муз происходит слово «музыка», первоначально обозначавшее не только музыку в нынешнем смысле, но любое искусство или науку, связанные с деятельностью муз. Так и в знаке объединены оба смысла – маска, относящая нас к миру театра, скрывающая настоящее за вымышленными образами лицедеев и птица – символ свободы (идеи отделения духовного начала от земного), души. Воплощение в птицах одновременно человеческого начала и космического духа – символизм, определенный их легкостью и скоростью передвижения, свободным парением и приписываемой им способностью достигать небес. Задача знака – выразить основное направление, философию и позиционирование представляемого места, в случае с музыкальным театром ведущим является труд огромного количества людей над созданием легкости и совершенства на сцене, будь то балет, опера или мюзикл, зритель должен видеть этот результат и погружаться в параллельный мир, окутанный бесконечной фантазией, грезами и волшебством, так и в логотипе соединены фантазмагория и символизм – летящая муза-полуптица получеловек, накрывающие своей загадкой и силой мир реальности, уносящие нас в другой мир – мир искусства. Изящная легкая и светлая линия также играет роль в восприятии знака, а протяженность знака по горизонтали дает впечатление простора белорусской земли. Легкость, минимализм и символизм знака позволяет включить фантазию зрителя, открыть мир театральных музыкальных подмоств, авторский рисунок подчеркивает уникальность театра, совпадающую с его направлением деятельности.



Рисунок 1 – Варианты товарного знака
для Белорусского государственного академического музыкального театра

Найденная автором графика, образность, символический язык позволяют разрабатывать информационную и рекламную продукцию, дающую зрителю простор для воображения, создавая желаемый образ Белорусского государственного академического музыкального театра для аудитории, на которую она рассчитана. И соответственно привлечь дополнительную аудиторию, расширить границы воздействия культурного пространства театра.

Список использованных источников

1. Эволюция театрального плаката: источник [cyberleninka.ru] / Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-teatralnogo-plakata-put-ot-transliteratsii-k-rezhissure/>. – Дата доступа: 25.02.2021.
2. Графический дизайн: источник [rb.ru] / Режим доступа: <https://rb.ru/story/10-design-trends-in-2020/> – Дата доступа: 25.02.2021.