Г. А. Барвенава,
кандыдат мастацтвазнаўства, дацэнт,
дацэнт кафедры рэжысуры
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта
культуры і мастацтваў

ВЫКАРЫСТАННЕ ЗДАБЫТКАЎ ТРАДЫЦЫЙНАЙ БЕЛАРУСКАЙ КУЛЬТУРЫ Ў СТВАРЭННІ ВОБРАЗА ДЗЯРЖАВЫ

(на прыкладзе сімвала ІІ Еўрапейскіх гульняў 2019 г.)

Найбагацейшая традыцыйная культура Беларусі, народная дэкаратыўна-прыкладная творчасць для беларускіх дызайнераў і мастакоў была і застаецца крыніцай натхнення. У апошнія гады такой крыніцай стаў традыцыйны беларускі арнамент, які ўдала выкарыстаны ў рэкламнай прадукцыі, дызайне інтэр’ера, адзення і інш. Дзякуючы беларускім мастакам, па-новаму, сімфоніяй загучалі арнаментальныя матывы, колеравыя спалучэнні, рытм беларускага традыцыйнага арнаменту [1].

Увесь свет яшчэ больш зацікавіўся Беларуссю ў сувязі з ІІ Еўрапейскімі гульнямі. Гэтыя міжнародныя спартыўныя спаборніцтвы сярод спартсменаў Еўропы праводзяць раз у чатыры гады пад кіраўніцтвам Еўрапейскіх алімпійскіх камітэтаў. Дэвізам ці лаканічнай, лёгка запамінальнай фразай, якая адлюстроўвае сутнасць мерапрыемства, якое адбылося ў Мінску 21–30 чэрвеня 2019 г., былі абраны словы «Bright Year, Bright You» – «Яркі Год, Яркі Ты», што адначасова ўдала ўказвае на нацыянальны дамен Беларусі і афіцыйнае міжнароднае скарачэнне – BY [2].

Візуальнаму абазначэнню ІІ Еўрапейскіх гульняў была нададзена асаблівая ўвага, як і кожнаму міжнароднаму спартыўнаму святу падобнага маштабу, бо візуальны шэраг – гэта тое, што лёгка прачытваюць і запамінаюць, што дае магчымасць прадставіць краіну, расказаць аб нацыянальных традыцыях, мастацтве. «Гэта спосаб прэзентацыі краіны, той выпадак, калі лепш адзін раз убачыць, чым сто разоў пачуць. Калі стваралі брэнд-бук – знешні вобраз ІІ Еўрапейскіх гульняў, перад распрацоўшчыкамі і дызайнерамі стаяла задача праз знешні вобраз, лагатып паказаць менталітэт Беларусі і яе філасофію. У аснове афармлення Еўрапейскіх гульняў ляжыць дрэва

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

жыцця, бо беларусы моцна прывязаныя да зямлі, з зямлі бяруць свае сілы і рухаюцца ўверх.

Мал. 1. Лагатып II Еўрапейскіх гульняў у Мінску

Мал. 2. Расказ пра лагатып і дэвіз II Еўрапейскіх гульняў у рэкламнай прадукцыі

... Сімволіка гульняў выканана ў стылі выцінанкі – традыцыйнага беларускага рамяства прарэзвання арнаменту, якім упрыгожвалі жыллё нашы продкі. Акрамя таго, дрэва жыцця – не толькі беларускі сімвал, гэта адна з універсальных каштоўнасцей чалавецтва, як, уласна, і спорт», – сцвярджае начальнік упраўлення цырымоніі і культурнай праграмы Дырэкцыі II Еўрапейскіх гульняў Сяргей Хоміч [5].

Мал. 3. Сімволіка Алімпійскіх гульняў

Мал. 4. Сімволіка I Еўрапейскіх гульняў, якія прайшлі ў Баку

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Сімвал і лагатып Еўрапейскіх гульняў – «дрэва жыцця» і «папараць-кветка» – шматзначныя, шматгранныя, ствараюць вобраз Беларусі, яе багатай культуры, мастацтва, традыцыйных свят. Крыніцай натхнення для дызайнераў стаў найстаражытнейшы сімвал беларускай культуры, дрэва жыцця з моцнымі каранямі, шырокім стромкім ствалом і разгалістай кронай. Карані дрэва – тысячагадовая беларуская гісторыя, традыцыі дазваляюць вырасці не толькі моцнаму ствалу дзяржаўнасці, але і сакавітай раслiннасці, якая шуміць і вітае гасцей, што хочуць адпачыць і парадавацца спорту пад шатамі магутнага дрэва. Раслiннасць – гэта стылізаваная архітэктура, так званыя Вароты Мінска – два будынкі на мінскай Прывакзальнай плошчы. Яны радасна схіліліся, вітаючы ўдзельнікаў Еўрапейскіх гульняў, балельшчыкаў, мінчан і гасцей сталіцы. Крона дрэва багата пакрыта пладамі з схематычнымі расказамі пра віды спаборніцтваў на II Еўрапейскіх гульнях. Галоўны колер дрэва, шрыфту, рэкламнай прадукцыі – блакітны. Гэта цалкам абгрунтавана, бо расказвае пра месца правядзення гульняў – Мінск і яго гісторыю, а таксама пра сімвал горада, дзе выкарыстаны два колеры – срэбны і блакітны.

Мал. 5. Дрэва жыцця і спорту на білетах II Еўрапейскіх гульняў

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

Дрэва жыцця і спорту выканана як выцінанка (ад слова выцінаць – тонка, ажурна выразаць; іншыя назвы в ы р а з а н к а, в ы с т р ы г а н к а), ажурны ўзор, што выйгрышна прадстаўляе беларускае мастацтва, дазваляе дызайнерам падаць дрэва ў розных колерах, наносіць яго на любы кантрасны фон. Выцінанка як від народнай дэкаратыўна-прыкладной творчасці была вельмі распаўсюджана ў беларускім інтэр'еры ў сярэдзіне XIX – першай палове XX ст., пасля на некаторы час была паўзабытаю [2; 3, с. 8–22]. З новай сілай, гучна, маштабна, з новымі тэмамі, дасканалай тэхнікай выцінанкі загучалі ў канцы XX – пачатку XXI ст., калі іх пачалі ствараць прафесійныя мастакі В. Бабурына, С. Вяль, Н. Гамаюнава, В. Дзенісевіч, В. Дубінка, Л. Казачонак, Ю. Малышэўскі, Т. Маркавец, Н. Сакалова-Кубай, Н. Сухая, А. Шаліма і інш. [3, с. 24–225].

II Еўрапейскія гульні ў Мінску адбываліся ў дні летняга сонцастаяння і наступнага за імі традыцыйнага свята Купалле. Таму вельмі пісьменна, з глыбокім сэнсам для стварэння лагатыпа гульняў крыніцай натхнення паслужылі купальскі агонь і папараць-кветка, якія іграюць важную ролю ў беларускай і, больш шырока, у еўрапейскай культуры. Так, згодна з легендай, папараць-кветка квітнее раз у год апоўначы на Івана Купалу і ўсяго імгненне. Любы, хто ўбачыць гэта, стане ўладальнікам незвычайных здольнасцей і талентаў. Лагатып II Еўрапейскіх гульняў складаецца з 5 прамянёў полымя ці пялёсткаў, інакш з 5 сегментаў розных колераў, што пераклікаецца з пяццю кольцамі Алімпійскіх гульняў. Адначасова пялёсткі ўтвараюць маляўнiча выгнуты лісток, які выразна нагадвае лісток папараці. Аўтар лагатыпу II Еўрапейскіх гульняў – беларускі дызайнер В. Дзегцяроў, крэатыўны дырэктар *Brama Branding*.

Дзякуючы створаным сімвалу і лагатыпу II Еўрапейскіх гульняў, Беларусь паказана як сучасная дзяржава з багатай гісторыяй і мастацкай культурай, у якой працуюць прафесійныя дызайнеры, рэжысёры. На вялікі жаль, не кожны беларус прачытвае прафесійна створаную сімволіку Гульняў, далёка не кожны ведае, што такое выцінанка, Купалле і яго сувязь з летнім сонцастаяннем і інш. І тут раскрываюцца праблемы ў мастацкай адукацыі ў Беларусі, праблемы з прапагандай беларускага мастацтва, традыцыйнай культуры, праблемы з сучас-

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

ным мастацкім і святочным жыццём у краіне, з выкарыстаннем беларускай мовы. Спадзяёмся, што міжнародныя форумы навучаць любові да беларускай культуры, мастацтва, мовы, павазе да мастакоў.

1. *Бохан, А. С.* Традыцыйны беларускі арнамент як крыніца інспірацыі ў творчасці сучасных дызайнераў / А. С. Бохан // Дзяржава і творчая асоба : матэрыялы V рэсп. навук.-практ. канф., 4 снеж. 2014 г. – Мінск, 2014. – С. 35–39.

2. II Европейские игры 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minsk2019.by/ru. – Дата доступа: 3.01.2019.

3. *Сахута, Я. М.* Беларуская выцінанка / Я. М. Сахута. – Мінск : Беларусь, 2008. – 230 с.

4. *Сахута, Я. М.* Народнае мастацтва / Я. М. Сахута. – Мінск : Беларуская навука, 2015. – 180 с.

5. Хомич : древо жизни в символике II Европейских игр [Электронный ресурс] // Sputnik Belarus. – Режим доступа: https://sputnik.by/radio/20181117/1038718036/Khomich-drevo-zhizni-v-simvolike-II-Evropeyskikh-igr.html. – Дата доступа: 20.12.2018.

Т. У. Бачурына,
старшы выкладчык кафедры
інфармацыйных тэхналогій у культуры
Беларускага дзяржаўнага ўніверсітэта
культуры і мастацтваў

САЦЫЯКУЛЬТУРНЫЯ АСАБЛІВАСЦІ БЕЛАРУСКАЙ НАЦЫЯНАЛЬНАЙ РЭКЛАМЫ

Рэклама – адна з яркіх сацыякультурных з'яў паўсядзённага жыцця сучаснага беларускага грамадства. У канцы XX ст. у краінах з развітай эканомікай рэклама стала ўніверсальнай грамадскай з'явай, якая адлюстроўвае шматлікія ключавыя праблемы існавання свядомасці грамадства, узаемадзеяння матэрыяльнага і ідэальнага фактараў, тэхнікі, тэхналогій і культуры.

Сучасны чалавек з ранняга дзяцінства жыве ў рэкламнай прасторы і адчувае каласальнае яе ўздзеянне. Ужо на першых этапах сацыялізацыі чалавека рэклама становіцца значнай крыніцай інфармацыі: яркія фарбы, прыгожая музыка, кідкія

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ