

©ВГТУ

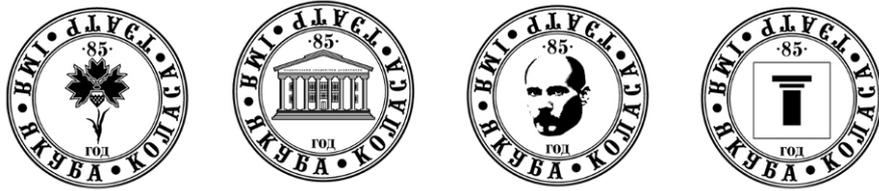
РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ К 85-ЛЕТИЮ НАДТ им. ЯКУБА КОЛАСА

П. А. ПИЛОВЕЦ, Н. И. ТАРАБУКО

The National academic drama Theatre of Vitebsk in 2011 are celebrated the anniversary. For formation of new shape rebranding of a sign and identity theater on the basis of modernist style was carried out

Ключевые слова: театр, айдентика, ребрендинг, конструктивизм, юбилей

В 2011 году витебский Национальный академический драматический театр имени Якуба Коласа отпраздновал 85-летие. Витебск – один из тех городов, который на протяжении всей истории своего развития тяготел к различным видам театрального искусства. В конце XIX века основу театральной труппы составляли «вольные художники» из российских городов. В 1906 г. Витебск посещает один из самых знаковых театральных фигур, выдающийся реформатор театра В. Э. Мейерхольд. Революционная эпоха приносит изменения в общественную, социальную жизнь людей, изменяется и сам театр. Итогом этих изменений становится показ в феврале 1920 г. на сцене Латышского клуба двух спектаклей в один вечер – футуристической оперы «Победа над Солнцем» и Супрематический балет. «Победа над Солнцем» – продолжает традиции ярмарки и балагана, спектакль состоял из различных элементов (самолет, падающий на сцену; персонаж Нерон; «люди будущего»; ряженые и т. д.). Показ имел историческое значение в образовании творческого объединения УНОВИС во главе с Малевичем, «Победа над Солнцем» становится кредо авангарда. Сегодня театр держится принципов независимого театрального искусства, приближая их потребностям массового зрителя.



Т Э А Т Р І М Я Я К У Б А К О Л А С А

Рисунок 1. Фирменные печати

Важную роль в становлении нового облика театра должен сыграть ребрендинг знака и айдентики театра. Новый знак НАДТ им. Я. Коласа представляет 3 визуальных аспекта: театральную принадлежность, территориальное расположение театра, а именно, Витебск, устремленность в будущее. Наиболее полно отвечает всем категориям модернистский знак на основе квадрата, шрифтовая композиция с элементами асимметрии, дающая простор для экскурсов в прошлое и коннотации с современностью, перспективам будущего – ясность и чистота решения. Образное решение рекламной поддержки для театра связано с атрибутом колонны, как символа классичности и академичности, и формой квадрата, как отображением идей совершенства, упорядоченности. Капитель колонны является в то же время и заглавной буквой «Т» в слове театр, стилизованной таким образом, чтобы сохранить узнаваемость и обогатить образность графического решения логотипа. Цветовое решение официальной документации и рекламных носителей для театра обусловлено концепцией элитарности и изысканности. В качестве фирменных цветов были предложены оттенки серого, белый и черный цвета. Так же, чтобы поддержать идею преемственности традиций театра, было принято решение разработать ряд печатей, которые соответствуют каждому из условных исторических периодов, одновременно с этим, являются знаком качества.

Все компоненты фирменного стиля театра говорят о его статусе, они подчинены законам простоты и элегантности. Научная работа имеет научно-практическое значение. Результаты исследования были представлены на выставке, посвященной юбилею театра.