

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Розробка айдентики та серії афіш для українських музичних рок гуртів

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БЗДг-20

Сирота О.К.

Науковий керівник: к.т.н.

Омельченко Г.В.

Рецензент: д.т.н., професор

Пашкевич К. Л.

Київ 2024

АНОТАЦІЯ

Сирота О.К. Розробка айдентики та серії афіш для українських музичних рок гуртів. - Рукопис.

Кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2024 рік.

У кваліфікаційній роботі представлено результати дослідження особливостей створення сучасної айдентики для українських музичних рок гуртів. Проаналізовано історичні та сучасні тенденції художньо-комунікативних прийомів розробки плакатів як засобу реклами. Розглянуто особливості вибору композиційних та колірних рішень у дизайні рекламних афіш та айдентики.

Виявлено, загальні риси та унікальні особливості дизайну сучасних афіш рок гуртів та їх айдентики. Встановлено найефективніші методи та підходи до створення візуальних матеріалів. Отримані результати дозволили розробити айдентика та серію афіш для українських рок гуртів «Квіткіс», «Діти Інженерів», «Полюс».

Ключові слова: афіші, концерти, українські рок-гурти, айдентика, візуальна комунікація, типографіка.

SUMMARY

Syrota O. K. Development of Branding and a Series of Posters for Ukrainian Music Rock Bands. - The manuscript.

Qualifying work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 022 Design - Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2024.

The qualification work presents the results of a study of the features of creating a modern identity for Ukrainian rock bands. Historical and contemporary trends in the artistic and communicative techniques of poster design as a means of advertising are analyzed. The features of choosing compositional and color solutions in the design of advertising posters and branding are considered.

Common traits and unique characteristics of the design of modern rock band posters and their branding are identified. The most effective methods and approaches to creating visual materials are established. The results allowed the development of a modern and memorable design project. Branding and a series of posters were created for the following bands: "Kvitkis," "Dity Inzheneriv," "Polyus."

Keywords: posters, concerts, Ukrainian rock bands, branding, visual communication, typography, branding.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ АЙДЕНТИКИ ТА ДИЗАЙНУ В МУЗИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	10
1.1 Загальний огляд історії візуальної ідентичності в музичному світі.....	10
1.2 Еволюція дизайну у музичній індустрії та його вплив на концепцію концертних афіш.....	16
1.3 Технологічні інновації у дизайні концертних афіш.....	19
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ ТА АФІШ У МУЗИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.....	31
2.1. Огляд існуючих підходів до створення візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів.....	31
2.2. Порівняння та аналіз розробок інших дизайнерів у сфері музичної айдентики.....	36
2.3. Розробка власних дизайн-концепцій та ескізів для візуальної айдентики та афіш музичних рок-гуртів.....	38
Висновки до розділу 2.....	42
РОЗДІЛ 3. РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЕКТУ «РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ТА СЕРІЇ АФІШ ДЛЯ КОНЦЕРТІВ УКРАЇНСЬКИХ МУЗИЧНИХ РОК-ГУРТІВ».....	44
3.1. Аналіз музичного стилю та аудиторії гуртів.....	44
3.2 Відбір та художнє втілення вибраних ескізів для афіш концертів українських музичних рок-гуртів.....	47
3.3 Виготовлення дизайн-проекту.....	52
Висновки до розділу 3.....	58
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	68

ВСТУП

Рок-музика завжди відігравала важливу роль у культурному житті України, відображаючи дух часу та надаючи голос молодим поколінням. Сучасні українські музичні рок гурти продовжують цю традицію, пропонуючи новаторські звучання та змістовні тексти. Проте, в умовах високої конкуренції на музичному ринку, важливо не лише створювати якісну музику, але й забезпечувати її належну візуальну презентацію. Айдентика та афіші відіграють ключову роль у цьому процесі, допомагаючи гуртам виділитися, створити сильний брендовий образ та привернути увагу слухачів [15].

Розробка айдентики та серії афіш для українських музичних рок гуртів є актуальною темою, яка вимагає поєднання креативних і технічних навичок. Якісна айдентика не лише підкреслює унікальність гурту, але й сприяє його запам'ятовуванню та впізнаваності. Вона створює емоційний зв'язок з аудиторією, допомагає формувати візуальну історію та підтримує комунікацію з фанатами.

Актуальність теми дослідження визначається тим, що сучасна музична сцена в Україні активно розвивається, і молоді рок гурти потребують ефективної візуальної ідентифікації, яка допоможе їм виділитися серед інших виконавців та знайти свою аудиторію.

Мета дослідження полягає у розробці дизайн-проекту «Розробка айдентики та серії афіш для українських музичних рок гуртів» на основі комплексного дослідження сучасних тенденцій у дизайні, аналізу потреб цільової аудиторії та врахування специфіки української музичної сцени.

Завдання дослідження:

- провести аналіз історичних та сучасних тенденцій у дизайні музичних афіш;
- дослідити специфіку цільової аудиторії українських музичних рок гуртів;

- визначити ключові елементи, які впливають на візуальну привабливість та ефективність афіш;
- вивчити технічні можливості та обмеження використання різних графічних програм для створення афіш;
- розробити концепцію айдентики для обраних українських музичних рок гуртів;
- створити серію афіш та айдентику, що відображають унікальний стиль кожного гурту;
- визначити оптимальні колірні рішення та композиційні прийоми для афіш;
- визначити ефективні методи інтеграції цифрових і друкованих афіш у маркетингові кампанії гуртів;
- презентувати творчі розробки.

Методи дослідження. У роботі використано комплексний підхід, який включає аналіз літературних джерел для дослідження історичних та сучасних тенденцій у дизайні музичних афіш, огляд існуючих прикладів афіш рок гуртів для виявлення ключових візуальних та композиційних елементів, метод спостереження для аналізу поведінки та вподобань цільової аудиторії, визначення найефективніших дизайнерських рішень.

Візуальна складова створена за допомогою графічних редакторів Adobe Photoshop CC та Adobe Illustrator.

Елементи наукової новизни одержаних результатів полягають у створенні унікальної айдентики та серії афіш для українських музичних рок гуртів, що поєднують сучасні дизайнерські тенденції з традиційними музичними елементами. Цей підхід демонструє, як новітні графічні технології можуть вдосконалювати візуальне представлення гуртів. Крім того, проект вносить вклад у розвиток міждисциплінарної співпраці між дизайнерами і музикантами, відкриваючи нові можливості для просування української музики на ринку.

Практичне значення одержаних результатів. Розроблено авторські афіші та айдентику для українських музичних рок гуртів. Результати дослідження можуть служити зразком для інших музичних колективів, що прагнуть професійно представити себе на музичному ринку.

Структура і обсяг роботи. Структура бакалаврської дипломної роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (45 найменувань) та додатків. Загальний обсяг становить 68 сторінок комп'ютерного тексту (без додатків).

Апробація практичних досліджень. Участь у VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» з доповіддю на тему «Особливості розробки серії афіш для концертів українських музичних рок-гуртів» 25 квітня. 2024 р. Київ: КНУТД (Сертифікат учасника представлено в додатку А).

Публікація. Тези доповіді на VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» 25 квітня. 2024 р. [29] (Текст тез представлено у додатку Б, В, Г).

РОЗДІЛ 1.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ АЙДЕНТИКИ ТА ДИЗАЙНУ В МУЗИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

1.1 Загальний огляд історії візуальної ідентичності в музичному світі

Історія візуальної ідентичності в музичній індустрії є цікавим шляхом розвитку, який починається з виникнення музичних виконавців та гуртів і досягає сучасних висот у відображенні музичного образу через візуальні засоби.

Ранні етапи розвитку візуальної ідентичності в музичній індустрії були пов'язані з використанням простих символів, зображень і кольорів на обкладинках альбомів, постерах та інших матеріалах. Ці елементи допомагали відрізнити одного виконавця від іншого та встановити певний стиль чи жанр музики, який він представляв. З часом, цей процес став більш систематизованим та професійним, коли музичні гурти та виконавці почали звертатися до досвідчених дизайнерів для створення унікальних образів, що відображали їхню музичну ідентичність.

У 1960-х роках, які вважаються золотим віком рок-музики, візуальна ідентичність стала важливим елементом у просуванні музичних гуртів. Такі гурти, як The Rolling Stones та The Beatles, створили унікальні образи, що відображали їхній бунтарський дух та індивідуальність, і ці образи стали символами епохи (рис. 1.1; 1.2).

У 1970-х роках музична індустрія урізноманітнила свій візуальний стиль. Наприклад, гардероб і макіяж гурту Kiss стали настільки ж важливими для їхнього іміджу, як і їхня музика. Дизайн обкладинок альбомів також став більш складним і художнім, відображаючи розширення культурних кордонів музичного світу (рис. 1.3; 1.4).

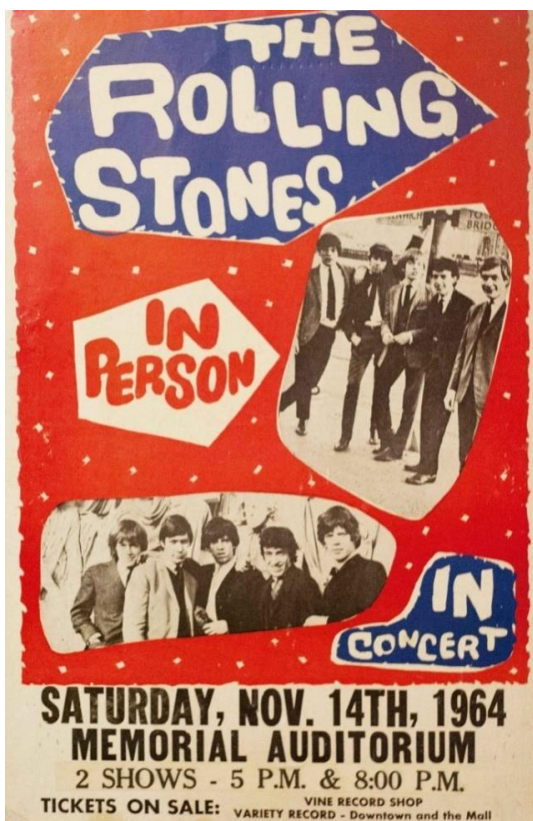


Рис. 1.1 Плакат гурту The Rolling Stones 1964 року з другого музичного туру

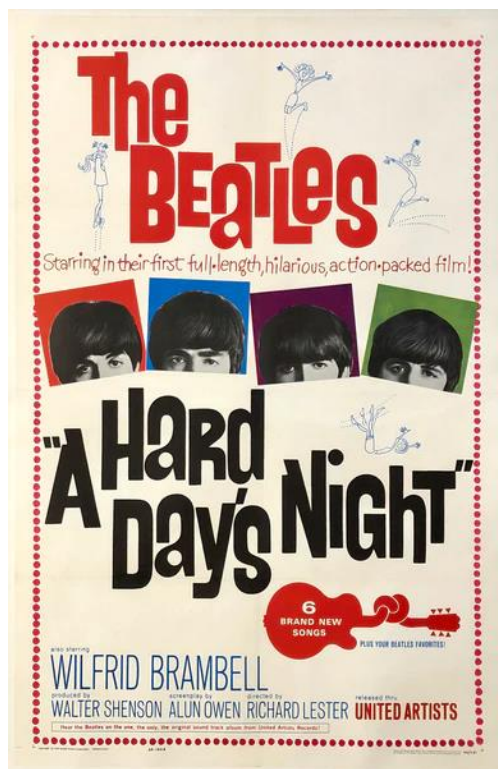


Рис. 1.2 Плакат гурту The Beatles 1964 року



Рис. 1.3 Плаката музичного гурту KISS «Blacklight» 1970-х років



Рис. 1.4 Плакат музичного гурту KISS «Rock Gods» 1970х років

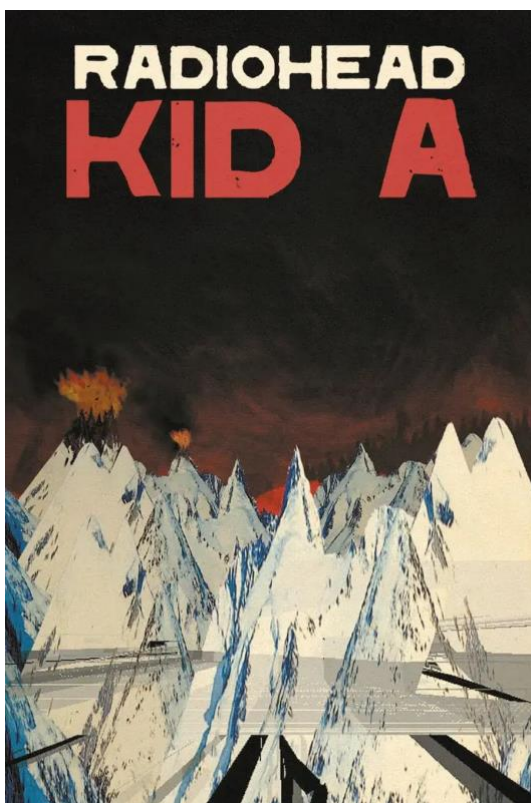


Рис. 1.5 Обкладинка музичного альбому «KID A»гурту Radiohead 2000 року



Рис 1.6 Постер гурту Radiohead 2003 року

Одним з найважливіших етапів розвитку візуальної ідентичності в музичній індустрії були 1990-2000-ті роки. Цей період відзначився появою альтернативних та експериментальних підходів до візуального дизайну. Наприклад, гурт Radiohead, були відомі своїми нетрадиційними обкладинками альбомів, використовуючи візуальні ефекти та абстракцію для створення загадкових образів, які відображали їхній музичний стиль (див. рис. 1.5; 1.6).

У 2000-х роках поява цифрових медіа та інтернету зробила візуальну ідентичність у музичній індустрії ще більш динамічною та доступною. Музиканти та гурти почали активно використовувати цифрові платформи для просування своїх брендів за допомогою фото-та відеоконтенту, а також для створення унікальних образів для соціальних мереж [40].

Варто також згадати про важливість візуального брендингу в сучасній музичній індустрії. Велика увага приділяється не лише створенню унікального образу артиста, але й його послідовному застосуванню на всіх платформах-від соціальних мереж до мерчандайзингу та концертних афіш. Це допомагає підтримувати цілісність бренду і допомагає йому привернути увагу широкої аудиторії.

Важливим етапом в еволюції візуальної ідентичності стала поява масштабних музичних фестивалів і концертів. Ці події стали справжнім майданчиком для виразної візуальної репрезентації як для музикантів, так і для шанувальників. Мистецькі інсталяції, фаєр-шоу та великі світлодіодні екрани особливо вражають і не лише створюють атмосферу, а й відображають візуальну ідентичність артиста [25].

Дослідження впливу психології на візуальну ідентичність також має важливе значення. Відтворення певної емоції чи настрою за допомогою візуальних елементів, кольорової гами та композиції може допомогти артистам створити глибший підсвідомий зв'язок зі слухачами, побудувати свій музичний бренд і розширити аудиторію [32].

Варто також розглянути роль моди у візуальній ідентичності в музичній індустрії. Взаємозв'язок між музикою та модою часто визначає імідж

музикантів та їхнє сприйняття в глобальному контексті. Наприклад, вплив моди на рок-н-рол на стиль і зовнішній вигляд Queen, або вплив гранжу на гардероб і зовнішній вигляд Nirvana.

Всі ці аспекти показують, що візуальна ідентичність в музичній індустрії- це складний і багатогранний процес, який враховує не лише естетичні вподобання, але й психологічні, соціокультурні та модні тенденції, що визначають сприйняття і переживання музики та її виконавців [14].

Роль графічного дизайну має вирішальне значення у створенні візуальної ідентичності музиканта чи гурту. Обкладинки альбомів, плакати, логотипи та концертні афіші- це елементи, які не лише представляють музику, але й передають її настрій, стиль та концепцію. Сам дизайн може стати символом історичного періоду або певного музичного жанру.

Важливим є візуальний маркетинг, товари з логотипом або графічними елементами артиста, такі як футболки, плакати, пляшки, кепки тощо, можуть допомогти розширити аудиторію і підтримувати візуальний образ у всіх аспектах музичної кар'єри [11].

Крім того, необхідно враховувати вплив соціокультурного контексту на візуальну ідентичність. Імідж музиканта може відображати соціальні тенденції та проблеми, що може допомогти сформувати ідентичність артиста та привернути увагу до певних питань та ідеалів.

Історичний огляд візуальної ідентичності в музичній індустрії показує, що її розвиток є складним і багатогранним процесом, який відображає еволюцію музичної індустрії разом із соціокультурними та технологічними змінами. Починаючи з простих символів на обкладинках альбомів та постерах, історія візуальної ідентичності досягла високого рівня спеціалізації та креативності завдяки розвитку графічного дизайну, відео-арту, моди та соціального маркетингу [23].

Дослідження показало, що візуальна айдентика не лише відображає музичний образ, але й впливає на сприйняття аудиторії, допомагає формувати імідж бренду артиста чи гурту та приваблює нових шанувальників. Крім того,

контекстуальний аналіз відіграє важливу роль у розумінні того, як соціальні, культурні та технологічні зміни впливають на візуальні елементи музичної індустрії.

1.2 Еволюція дизайну у музичній індустрії та його вплив на концепцію концертних афіш

З кожним роком музична індустрія та її візуальне представлення через концертні афіші піддаються значним змінам. Це стає підставою для вивчення та аналізу того, як еволюція дизайну у музичній індустрії впливає на концепцію концертних афіш. У цьому контексті, дипломна робота спрямована на дослідження змін у візуальному вираженні музичних подій та їх роль у формуванні сприйняття та ідентифікації аудиторією. Важливо розглянути як зміни в музичному дизайні відображають сучасні культурні та технологічні тенденції, що робить цю тему актуальною та цікавою для подальшого дослідження [35].

Початки дизайну у музичній індустрії були пов'язані з появою перших музичних виставок та концертів, де використовувались прості засоби візуальної реклами: текстові афіші з основною інформацією про виступ. Проте з розвитком музичного бізнесу і збільшенням конкуренції з'явилася потреба у більш складних та ефективних засобах привертання уваги [6].

Перші зміни у концепції концертних афіш сталися разом із зростанням популярності різних музичних жанрів. З'явилися афіші, які відображали стиль музики та виконавця, використовуючи художні образи, кольорові схеми та графічні елементи, що відповідали настрою та енергетиці виступу [4]. Наприклад, рок-концерти відрізнялися агресивнішими кольорами та графічними ефектами, тоді як джазові виступи мали більш затишні та стильні афіші. З популяризацією електронної музики, афіші для клубних вечірок та фестивалів почали використовувати яскраві неонові кольори, геометричні

форми та світлові ефекти, що передавали динаміку та електричний настрій музики [39]. У той же час, афіші для акустичних концертів або фольклорних виступів використовували натуральні кольори, пастельні відтінки та теплі тони, щоб передати атмосферу натхнення та близькості до природи [31].

Разом з цим, сучасні тенденції у дизайні афіш відображають індивідуальний стиль кожного виконавця. Наприклад, поп-виконавці можуть використовувати яскраві та підтримуючі кольори, а також фотографії високої якості з мінімальним текстом, щоб зосередити увагу на своїй особистості та музичному образі. У той же час, афіші для експериментальних або альтернативних гуртів можуть бути більш абстрактними та мистецькими, використовуючи неочікувані комбінації кольорів, форм та текстур для створення загадкового та інтригуючого враження.

Афіші можуть належати до різних жанрів в залежності від того, яку подію, захід чи продукт вони рекламують і яку атмосферу вони хочуть створити для аудиторії. Розглянемо кілька основних жанрів афіш:

- музичні афіші. Ці афіші рекламують концерти, музичні фестивалі, виставки або виступи виконавців різних музичних жанрів. Вони часто містять великі фотографії артистів, назви пісень або альбомів, а також дати та місця проведення концерту;
- кінематографічні афіші. Ці афіші просувають виходи нових фільмів у кінотеатрах. Вони можуть включати постери зображень головних акторів, кадри з фільму, опис сюжету та дату виходу у прокат;
- культурні афіші. Ці афіші промують виставки мистецтва, театральні вистави, літературні читання та інші культурні заходи. Вони можуть містити художні ілюстрації, назви творів чи авторів, дати та місця проведення події;
- спортивні афіші. Ці афіші рекламують спортивні змагання, матчі або турніри. Вони зазвичай містять фотографії спортсменів, назви команд чи видів спорту, дати та місця проведення змагань;

- комерційні афіші. Ці афіші просувають товари, послуги або акції певних компаній. Вони можуть містити зображення товарів, акційні пропозиції, контактну інформацію та інші важливі деталі.

Ці жанри можуть переплітатися або комбінуватися в одній афіші в залежності від специфіки події чи продукту, який вона рекламує.

Напередодні цифрової ери, концертні афіші використовувалися як основний інструмент для привертання уваги до музичних подій. Їхній дизайн відігравав ключову роль у створенні очікувань та атмосфери виступу. Наприклад, афіші рок-концертів акцентували увагу на енергії та драйві, використовуючи яскраві кольори та агресивні графічні образи, тоді як афіші джазових виступів передавали затишок та елегантність через спокійні кольорові палітри та вишукані типографічні рішення [28].

З настанням епохи цифрових медіа та соціальних мереж, роль концертних афіш у музичній індустрії почала зазнавати суттєвих змін. Традиційний формат паперової афіші, який розміщувався на стінах музичних магазинів та культурних центрів, поступово втрачає свою домінуючу позицію на користь віртуальних платформ. Сучасні афіші часто представлені у вигляді електронних зображень, які легко розповсюджуються через інтернет та соціальні мережі, забезпечуючи більший охоплення аудиторії [42].

Крім того, цифрові технології дозволяють використовувати афіші як інтерактивні інструменти. Наприклад, вони можуть містити QR-коди, які дозволяють швидко переходити на веб-сайт або сторінку події, де відвідувачі можуть отримати додаткову інформацію або купити квитки онлайн. Такий підхід забезпечує зручність та доступність для аудиторії, особливо для молодих людей, які активно користуються смартфонами та інтернетом [5].

Також слід відзначити, що сучасні концертні афіші стають все більше експериментальними та творчими. Дизайнери та музиканти починають використовувати нестандартні матеріали та формати для створення унікальних афіш, які привертають увагу та створюють запам'ятовувальні візуальні образи. Наприклад, афіші, що використовують анімацію, відеофрагменти або

мультимедійні ефекти, стають досить популярними серед молодшої аудиторії, яка цінує креативний та інноваційний підхід [21].

1.3 Технологічні інновації у дизайні концертних афіш

У сучасному світі, де технології невпинно розвиваються, дизайн концертних афіш стає не лише інформаційним інструментом, але й важливим медійним форматом для творчих експериментів та вражаючих візуальних вражень. Технологічні інновації в цій галузі відкривають широкі можливості для дизайнерів, щоб створювати унікальні, інтерактивні та захоплюючі афіші, які не лише привертають увагу аудиторії, але й забезпечують неперевершені враження від музичних подій [2].

Технологічні інновації надають дизайнерам концертних афіш широкі можливості для творчості та експериментів. Однією з головних тенденцій є використання розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) для створення унікальних візуальних ефектів на афішах. AR дозволяє відтворювати додаткові об'єкти та ефекти, коли користувачі переглядають афішу через спеціальні додатки на своїх смартфонах або планшетах [9]. Це може бути інтерактивна взаємодія з афішами, наприклад, відтворення музичних фрагментів або відео-трейлерів події, що дозволяє аудиторії отримати більш повні відчуття виступу.

Додатково, віртуальна реальність відкриває безмежні можливості для креативних рішень у дизайні афіш. Це може бути створення віртуальних просторів, які відображають атмосферу та енергію події, або навіть іммерсивні інтерактивні ігри, де користувачі можуть взаємодіяти з об'єктами та персонажами на афіші. Такий підхід не лише залучає увагу аудиторії, але і створює неперевершені враження та підвищує емоційну зв'язаність з подією [10].

Особливу увагу слід приділити використанню фотографій гуртів в афішах з кількох причин. По-перше, фотографії є важливим елементом візуальної комунікації, який привертає увагу потенційних відвідувачів. Вони допомагають створити емоційний зв'язок між гуртом і аудиторією, що може підвищити інтерес до заходу.

По-друге, фотографії гуртів на афішах можуть передавати стиль і атмосферу музики, яку виконує гурт. Наприклад, чіткі та динамічні знімки рок-гурту можуть відобразити їхню енергію та харизматичність, що може привабити любителів цього жанру. Натомість, більш спокійні та витончені фотографії можуть бути доречними для класичних або акустичних колективів.

По-третє, використання фотографій сприяє ідентифікації гурту. Багато фанатів впізнають своїх улюблених виконавців за обличчям, тому присутність фотографії на афіші може допомогти швидше ідентифікувати гурт та підтвердити, що саме вони виступатимуть на концерті. Це також додає афіші автентичності та достовірності [19].

Крім того, фотографії гуртів можуть служити візуальним підтвердженням їхньої присутності на заході, що є важливим для побудови довіри. Люди хочуть бути впевнені, що афіша рекламує справжній концерт з реальними артистами, а не якусь вигадану подію.

Таким чином, використання фотографій гуртів в афішах є ключовим елементом ефективного дизайну. Вони привертають увагу, передають атмосферу, допомагають ідентифікувати гурт і підвищують довіру до події. Це робить афіші більш привабливими та ефективними у залученні аудиторії на концерт.

У сучасному світі, де технології постійно розвиваються, друковані та цифрові афіші залишаються важливими способами розповісти про події та залучити людей. Друковані афіші, які існують вже давно, все ще популярні завдяки своїй відчутності та можливості прикрасити міські вулиці, кафе, театри та концертні зали. Їх можна побачити майже всюди, і вони надають містам свого особливого шарму [12].

Цифрові афіші, з іншого боку, швидко набирають популярність завдяки своїй гнучкості та зручності. Їх можна легко оновити, і вони здатні миттєво досягати людей через інтернет та соціальні мережі. Це робить їх дуже ефективними для поширення інформації про події в сучасному світі.

Розглянемо те, як ці два типи афіш взаємодіють і доповнюють один одного, які у них є переваги та недоліки, і чому вони залишаються такими важливими в нашому житті.

Переваги та збереження друкованих афіш. Багато людей і досі високо цінують друковані афіші за їхню відчутність та естетичну цінність. Вони можуть слугувати фізичними нагадуваннями про події, а також стати частиною декору в громадських місцях або навіть у домашніх інтер'єрах. Друковані афіші часто сприймаються як витвори мистецтва, які можуть зберігатися і колекціонуватися.

Крім того, друковані афіші не залежать від електронних пристроїв чи доступу до інтернету, що робить їх доступними для ширшої аудиторії, включаючи людей, які не користуються цифровими технологіями. Вони також можуть бути дуже ефективними в місцях з високим пішохідним трафіком, таких як кафе, бари, театри і концертні зали.

Ще однією перевагою друкованих афіш є їхня можливість стати частиною колекції чи мистецького оформлення. Багато людей зберігають афіші концертів чи виставок як сувеніри чи декор для своїх домівок.

Проте, друковані афіші мають і свої недоліки. Вони вимагають матеріальних ресурсів для друку та розповсюдження, що може бути затратним. Крім того, їх важко оновлювати або змінювати після друку, що може бути проблемою в разі змін у програмі чи розкладі подій.

Популярність і гнучкість цифрових афіш. З іншого боку, цифрові афіші набувають все більшої популярності завдяки своїй гнучкості та ефективності. Вони дозволяють швидко і легко оновлювати інформацію, що особливо корисно для подій, де зміни можуть відбуватися в останній момент. Цифрові

афіші можуть бути інтерактивними, містити відео, анімації та посилання, що значно збільшує їхній вплив і залучення аудиторії.

Цифрові афіші також можуть розповсюджуватися через соціальні мережі, веб-сайти та електронну пошту, досягаючи глобальної аудиторії з мінімальними витратами. Це робить їх надзвичайно ефективними для швидкого охоплення великої кількості людей. В умовах пандемії COVID-19 багато заходів перейшли в онлайн формат, що зробило цифрові афіші ще більш актуальними.

Проте цифрові афіші також мають свої обмеження. Вони залежать від наявності інтернету та електронних пристроїв, що може обмежувати їх доступність для деяких людей. Крім того, в умовах перенасиченості інформацією в цифровому просторі, цифрові афіші можуть бути менш помітними серед безлічі інших візуальних стимулів.

Комбінований підхід. Багато сучасних маркетологів і дизайнерів погоджуються, що найкращим рішенням є комбінований підхід, який використовує переваги обох форматів. Друковані афіші можуть ефективно працювати в локальних громадах і надавати фізичну присутність, тоді як цифрові афіші можуть забезпечити ширше охоплення та гнучкість.

У підсумку, у сучасному світі і друковані, і цифрові афіші мають своє місце та свої переваги. Вибір між ними залежить від конкретних потреб, цілей та контексту використання. Використання обох форматів дозволяє максимально ефективно комунікувати з аудиторією та досягати бажаних результатів.

Однією з новітніх технологій є також використання анімації та інтерактивних елементів на афішах. Це може бути рухомі графічні ефекти, змінні зображення при наведенні курсора чи натисканні на елементи, або ж анімаційні історії, які розкриваються поступово при прокручуванні афіші. Такий підхід додає динамічності та привабливості до дизайну, роблячи афіші більш цікавими та запам'ятовуваними для аудиторії.

Додатковими технологічними інноваціями у дизайні концертних афіш є використання інтерактивних QR-кодів. Ці коди дозволяють афішам стати не

просто інформаційними матеріалами, але і інтерактивними інструментами. Натискаючи на QR-код на афіші за допомогою смартфона, користувач може одразу перейти на веб-сайт події, де детальніше ознайомиться з інформацією та придбає квиток, що значно полегшує процес взаємодії аудиторії з подією.

Деякі дизайнери також використовують віртуальні та розширені реальності для створення інтерактивних ігор на афішах. Це можуть бути квестові ігри, які аудиторія може грати перед подією або під час неї, отримуючи при цьому різноманітні бонуси та подарунки. Такий підхід створює не лише емоційні зв'язки з подією, але і забезпечує залучення аудиторії вже на етапі ознайомлення з афішею.

Для дизайну афіш часто використовуються два основні типи графіки: векторна і растрова. Розглянемо переваги та недоліки, які важливо враховувати при створенні ефективних і привабливих афіш.

Векторна графіка складається з геометричних примітивів, таких як точки, лінії, криві та багатокутники, які визначаються математичними формулами. Ці примітиви використовуються для створення зображень, які можуть бути масштабовані до будь-якого розміру без втрати якості. На відміну від растрової графіки, яка складається з пікселів, векторні зображення не втрачають чіткості і детальності при зміні розміру.

Основні переваги векторної графіки:

- масштабованість. Векторні зображення можуть бути збільшені або зменшені до будь-якого розміру без втрати якості. Це робить їх ідеальними для логотипів, іконок, та інших елементів дизайну, які використовуються у різних розмірах;
- малий розмір файлів. Векторні файли зазвичай мають менший розмір у порівнянні з растровими зображеннями, що полегшує їх зберігання і передачу;
- редагованість. Векторні зображення легко редагуються. Кожен елемент можна змінювати незалежно, що робить їх ідеальними для дизайну.

Основні аспекти використання векторної графіки в афішах:

- *логотипи та символи.* Векторні логотипи та символи є основними елементами афіш. Оскільки ці зображення можуть бути масштабовані без втрати якості, вони ідеально підходять для розміщення на афішах будь-якого розміру. Наприклад, логотипи музичних гуртів, емблеми фестивалів або спонсорів можуть бути створені у векторному форматі та використовуватися на афішах без втрати якості при збільшенні [27];
- *текстові елементи.* Векторна графіка дозволяє створювати текстові елементи, які залишаються чіткими та зрозумілими при будь-якому масштабі. Це включає заголовки, підзаголовки, дати та місця проведення заходів. Векторні шрифти можуть бути легко змінені за розміром, кольором і стилем, що робить їх універсальними для різних дизайнів афіш;
- *ілюстрації та графічні елементи.* Ілюстрації та інші графічні елементи, створені у векторному форматі, можуть додавати унікальності та естетичної привабливості афішам. Наприклад, абстрактні форми, музичні інструменти, портрети музикантів та інші декоративні елементи можуть бути створені у векторному вигляді, щоб забезпечити їх чітке відображення на афішах різних розмірів.
- *фонові елементи.* Векторні фонові елементи можуть бути використані для додання глибини та текстури афішам. Це можуть бути паттерни, градієнти або інші декоративні фони, які додають візуального інтересу і допомагають виділити основні елементи афіші.

Розглянемо приклади використання векторної графіки на афішах:

- *концертні афіші.* Для концертних афіш важливо передати енергію та атмосферу події. Векторна графіка дозволяє створювати динамічні зображення музичних інструментів, сценічних декорацій та інших елементів, які підкреслюють унікальність концерту. Наприклад, афіша для рок-концерту може включати векторні зображення гітар, мікрофонів та барабанів, що додають динамізму та енергії;

- *фестивальні афіші*. Фестивалі часто мають складну і багатошарову структуру, яка включає різні виступи, заходи та активності. Векторна графіка дозволяє створювати чіткі та структуровані афіші, які легко читаються та привертають увагу. Наприклад, афіша музичного фестивалю може включати векторні значки для різних сцен, часові розклади та інші важливі деталі;
- *рекламні афіші*. Рекламні афіші можуть включати векторні логотипи спонсорів, ілюстрації продуктів або послуг, а також рекламні тексти. Це дозволяє забезпечити високоякісне відображення брендів і продуктів, які рекламуються на афіші. Наприклад, афіша з рекламою музичного альбому може включати векторні зображення обкладинки альбому, логотипи лейблів та інформацію про продаж.

Для створення векторної графіки використовуються спеціалізовані програми, такі як Adobe Illustrator, CorelDRAW, Inkscape та інші. Ці інструменти надають широкий спектр можливостей для створення і редагування векторних зображень, включаючи роботу з шарами, кривими Безьє, градієнтами та іншими ефектами.

Векторні зображення зазвичай зберігаються у форматах, що підтримують масштабованість без втрати якості, таких як SVG, AI, EPS та PDF. При експорті важливо враховувати кінцеве призначення зображення – чи буде воно друкуватися, чи використовуватися в цифровому форматі. Наприклад, для веб-дизайну частіше використовуються SVG файли, тоді як для друку – EPS або PDF.

Векторна графіка є надзвичайно потужним інструментом у дизайні афіш. Вона забезпечує чіткість, масштабованість та універсальність, що дозволяє створювати високоякісні і привабливі афіші для будь-яких заходів. Незалежно від того, чи йдеться про концертні афіші, фестивальні плакати або рекламні банери, векторна графіка допомагає втілити найсміливіші дизайнерські ідеї в життя [16].

Растрова графіка є важливим елементом у створенні афіш, оскільки дозволяє передавати багатство деталей і кольорів, які важко досягти за допомогою векторної графіки. Растрові зображення складаються з пікселів, кожен з яких має свій колір, що дозволяє створювати фотореалістичні зображення. Вони ідеально підходять для використання фотографій, текстур, градієнтів та складних ілюстрацій.

Основні переваги растрової графіки:

- фотореалістичність. Растрова графіка дозволяє створювати зображення з високою деталізацією, що робить її ідеальною для роботи з фотографіями та ілюстраціями, які повинні виглядати максимально реалістично. Завдяки цьому, растрова графіка часто використовується в афішах для відображення реалістичних зображень музикантів, сцен концертів та інших елементів;
- багатство кольорів і тонів. Растрова графіка може містити мільйони кольорів, що дозволяє передавати найдрібніші відтінки і нюанси. Це особливо важливо при створенні афіш, де необхідно відтворити всі деталі кольорової гами і забезпечити плавні переходи між різними відтінками;
- можливості редагування. Растрові графічні редактори, такі як Adobe Photoshop, GIMP, і Corel PaintShop Pro, надають широкий набір інструментів для редагування зображень. Це включає в себе можливості для ретушування фотографій, корекції кольорів, застосування фільтрів та ефектів, роботи з шарами і масками, що дозволяє дизайнерам створювати складні та багатошарові композиції;
- реалістичні текстури та ефекти. Завдяки високій деталізації, растрова графіка дозволяє створювати реалістичні текстури та ефекти освітлення, які додають зображенням глибини і реалістичності. Це може бути особливо корисним для створення фонових текстур або деталей, які надають афіші унікального вигляду.

Основні аспекти використання векторної графіки в афішах:

- *Фотографії.* Одним із найпоширеніших способів використання растрової графіки в афішах є включення фотографій. Фотографії музикантів, гуртів або сцен концертів додають афіші реалістичності та емоційної привабливості. Наприклад, афіша рок-концерту може містити високоякісну фотографію головного виконавця, що допомагає привернути увагу і зацікавити потенційних глядачів;
- *Текстури та фони.* Растрова графіка дозволяє створювати детальні текстури та фони, які додають візуальної глибини і складності афіші. Це можуть бути текстури паперу, металу, деревини або інші матеріали, які надають афіші унікального вигляду. Наприклад, афіша може мати текстурований фон, що імітує старий папір, щоб створити вінтажний ефект;
- *градієнти та ефекти освітлення.* Растрова графіка дозволяє застосовувати складні градієнти та ефекти освітлення, які додають афіші динамізму та обсягу. Це можуть бути м'які переходи кольорів, блиски, відблиски та інші ефекти, які важко досягти у векторній графіці. Наприклад, афіша може містити градієнтне освітлення, що підкреслює головні елементи дизайну і додає їм реалістичності;
- *комбіновані ілюстрації.* Растрова графіка часто використовується у поєднанні з векторними елементами для створення комбінованих ілюстрацій. Це дозволяє використовувати найкращі характеристики обох типів графіки. Наприклад, афіша може містити векторні логотипи і текст, а також растрові фотографії та текстури, створюючи таким чином гармонійну і візуально привабливу композицію [45].

Розглянемо приклади використання растрової графіки на афішах:

- *концертні афіші з фотографіями.* Багато концертних афіш містять растрові фотографії виконавців, щоб підкреслити їхню індивідуальність та харизму. Наприклад, афіша концерту популярного рок-гурту може містити

драматичну чорно-білу фотографію гурту, що додає афіші стилю і привабливості;

- *рекламні афіші з фотореалістичними елементами.* Рекламні афіші часто використовують фотореалістичні растрові зображення продуктів або послуг. Наприклад, афіша для рекламної кампанії нового музичного альбому може включати растрове зображення обкладинки альбому, яке демонструє його дизайн та художні елементи;
- *фестивальні афіші з детальними фонами.* Фестивальні афіші можуть включати детальні растрові фони та текстури, що створюють атмосферу події. Наприклад, афіша музичного фестивалю на відкритому повітрі може мати фон з деталями природи, такими як дерева, трава і небо, що додає відчуття простору і природи.

Для створення та редагування растрової графіки використовуються програми, такі як Adobe Photoshop, GIMP, Corel PaintShop Pro та інші. Ці інструменти надають широкий спектр можливостей для роботи з зображеннями, включаючи корекцію кольорів, ретушування, застосування фільтрів і ефектів, а також створення композицій з кількох шарів.

Растрові зображення зазвичай зберігаються у форматах, які підтримують високу якість зображення, таких як JPEG, PNG, TIFF та PSD. При експорті важливо враховувати кінцеве призначення зображення – чи буде воно друкуватися, чи використовуватися в цифровому форматі. Наприклад, для друку зазвичай використовуються формати TIFF або високоякісні JPEG, тоді як для веб-дизайну часто використовуються PNG або стиснені JPEG.

Растрова графіка є незамінним інструментом у дизайні афіш, що дозволяє створювати детальні, фотореалістичні і емоційно насичені зображення. Використовуючи растрову графіку, дизайнери можуть передати складні текстури, ефекти освітлення та фотореалістичні елементи, які роблять афіші привабливими та ефективними. Незалежно від того, чи йдеться про концертні, фестивальні або рекламні афіші, растрова графіка допомагає створювати

візуально багаті та естетично привабливі дизайни, які привертають увагу та викликають інтерес у глядачів.

Поєднання обох типів графіки дозволяє дизайнерам створювати багатошарові, комплексні та естетично привабливі афіші, які привертають увагу аудиторії і залишають тривале враження. Наприклад, растрові фонові зображення можуть бути доповнені векторними логотипами та текстом, створюючи гармонійний і збалансований дизайн.

Такий підхід також забезпечує гнучкість та ефективність роботи, оскільки кожен тип графіки може бути використаний там, де він найбільш доречний і ефективний. Це дозволяє дизайнерам не лише економити час, але й максимально використовувати творчий потенціал, створюючи унікальні і професійні афіші для будь-яких заходів.

Загалом, комбінація растрової та векторної графіки у дизайні афіш є потужним інструментом, що дозволяє досягати високої якості, привабливості та ефективності візуальних комунікацій. Це поєднання забезпечує не лише технічні переваги, але й відкриває нові горизонти для творчого самовираження та інновацій у сфері графічного дизайну.

Необхідно також відзначити роль адаптивного дизайну у технологічних інноваціях. Оскільки користувачі використовують різноманітні пристрої для перегляду афіш (від комп'ютерів до смартфонів та планшетів), важливо, щоб дизайн афіші був адаптивним до різних екранів і розмірів. Це забезпечує зручність перегляду та дозволяє афішам виглядати привабливо навіть на малих екранах мобільних пристроїв [30].

Загалом, технологічні інновації у дизайні концертних афіш перетворюють цей формат на більш інтерактивний, захоплюючий та зручний для споживачів. Вони допомагають створювати не лише ефективні рекламні матеріали, але й цікаві візуальні інструменти, що підсилюють враження та взаємодію з аудиторією, роблячи кожен виступ особливим та запам'ятовуваним.

Висновки до розділу 1

1. Дослідження історії візуальної ідентичності в музичному світі показали, що музична індустрія та її візуальна ідентичність є невід'ємними частинами один одного. Зміни в музичному світі відбиваються у його візуальному втіленні через дизайн обкладинок альбомів, афіш концертів та інших музичних подій.

2. Ознайомившись із тенденціями у розвитку дизайну було виявлено, що сучасні дизайнери активно експериментують з мінімалізмом, використанням нових типографічних рішень та кольорових палітр. Важливою стає також персоналізація та адаптація дизайну під різні музичні жанри та цільову аудиторію.

3. Виявлено, що технологічні досягнення, зокрема цифрові рішення, дозволяють створювати інтерактивні та цікаві концепції афіш, які привертають увагу та збільшують взаємодію зі слухачами. Такий розвиток дизайну відображає сучасні потреби та тенденції у музичному світі, створюючи нові можливості для виразності та взаємодії з аудиторією.

4. Детально розглянуто історичний контекст візуальної ідентичності у музичній сфері, зокрема еволюцію дизайну у музичній індустрії та його вплив на концепцію концертних афіш.

5. Проаналізовано різноманітні стилі, техніки та тенденції, які вплинули на формування графічного образу музичних подій та розвиток дизайну афіш. Особлива увага приділена технологічним інноваціям у сучасному дизайні афіш, зокрема використанню цифрових інструментів, нових матеріалів та методів виробництва.

6. На сьогоднішній день відкрито нові можливості у сфері дизайну концертних афіш, що відображається в постійному розвитку технологічних інновацій та кращому використанні різноманітних матеріалів та методів виробництва. Розвиток дизайну концертних афіш перебуває на стадії активного використання сучасних технологій та пошуку нових творчих підходів до створення візуальних образів для музичних подій.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО РОЗРОБКИ АЙДЕНТИКИ ТА АФІШ У МУЗИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

2.1. Огляд існуючих підходів до створення візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів

У дослідженні існуючих підходів до створення візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів було виявлено, що кожен елемент дизайну має значення у сприйнятті гурту та його музики. Аналіз історії візуальної ідентичності у музичній сфері дозволив зрозуміти, які зміни відбувалися з часом та як це вплинуло на сучасні підходи до дизайну. Розглядаючи еволюцію дизайну у музичній індустрії, було виявлено взаємозв'язок між музичними трендами та візуальним вираженням. Також, досліджуючи технологічні інновації у дизайні афіш, з'ясовано, як швидко розвивається ця галузь та які нові можливості відкриваються завдяки сучасним технологіям [8].

Розглянемо основні існуючі підходи:

- емоційний підхід до створення візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів є одним із найважливіших та найпоширеніших підходів в сучасному дизайні. Цей підхід базується на тому, що музика має потужну здатність викликати емоції у людей, і візуальний образ гурту має відображати ці емоції та створювати позитивний чи відповідний настрій у фанатів [1]. Наприклад, гурт Coldplay відомий своєю яскравою та емоційно зарядженою музикою. Їхня візуальна ідентичність на афішах часто використовує яскраві кольори, абстрактні образи та надзвичайні композиції, що допомагають створити позитивний настрій серед аудиторії та передати емоційне звучання їхньої музики. Цей підхід дозволяє створювати вражаючі та запам'ятовувані візуальні образи, які підкреслюють ідентичність гурту та сприяють побудові зв'язку з аудиторією (рис. 2.1);



Рис. 2.1 Постер гурту Coldplay

- мінімалістичний підхід у дизайні візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів є одним із найефективніших та впізнаваних підходів в сучасному музичному дизайні. Він базується на принципах простоти, чистоти форм, мінімалізму та ефективного використання простору на графічних носіях. Основними характеристиками мінімалістичного підходу є відсутність зайвих деталей та зосередження на основних елементах, таких як прості лінії, геометричні форми та чисті кольори. Це дозволяє створювати зручні для сприйняття графічні роботи, які легко впізнаються та запам'ятовуються аудиторією. На прикладі гурту "The xx" можна побачити вдалий приклад використання мінімалістичного підходу. Вони вдаються до монохромної палітри, використання простих ліній та мінімальних деталей, що дозволяє їх афішам виглядати елегантно та сучасно (рис 2.2);



Рис. 2.2 Постер гурту The XX

- тематичний підхід у дизайні візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів - це стратегія, яка ґрунтується на тематиці музики чи концепції альбому, яку використовують для створення графічних матеріалів. Цей підхід дозволяє гуртам використовувати візуальні елементи, що відповідають їхній музиці та атмосфері, створюючи єдиний стильний образ. Наприклад, гурт Imagine Dragons відомий своєю унікальною музикою, яка має фантастичну атмосферу та часто містить символіку. Їхня візуальна ідентичність відображає ці тематичні елементи через використання фантастичних образів, яскравих кольорів та символіки, що асоціюється з міфічним та дивовижним. Такий підхід допомагає гуртам створювати вражаючі та запам'ятовувані графічні матеріали, які не лише відображають їх музичну ідентичність, а й захоплюють увагу та створюють емоційне зв'язок з аудиторією. Він є ефективним інструментом для підсилення іміджу гурту та залучення нових шанувальників через візуальне враження та емоційне співпадіння [24] (рис. 2.3).

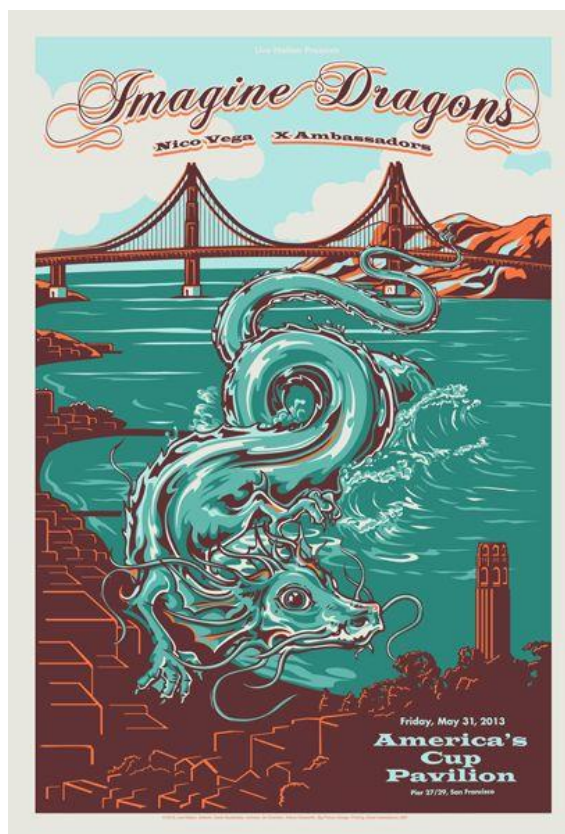


Рис. 2.3 Афіша гурту Imagine Dragons 2013 року

Крім того, ефективним методом є використання арт-дирекції та графічного дизайну для створення візуальних елементів, які сприяють розповіді про гурт, його музику та особливості. Це може включати в себе створення унікального логотипу, обкладинки для альбомів, постерів для концертів та інших графічних матеріалів [3].

При створенні візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів важливо враховувати кілька ключових аспектів. По-перше, це аналіз цільової аудиторії гурту, їхніх вподобань та очікувань. Наприклад, якщо гурт спрямований на молодшу аудиторію, то важливо використовувати сучасний та стильний дизайн, який приверне їхню увагу [44].

Далі, важливо використовувати оригінальні та креативні елементи в дизайні, які будуть відрізнятися від інших гуртів і створювати унікальну ідентичність. Це може бути унікальний логотип, нестандартні кольори та

шрифти, фотографії з концертів або відео зйомки, які підкреслюють індивідуальність гурту.

Також важливо враховувати те, що візуальний стиль гурту повинен відображати його музичний жанр та атмосферу. Наприклад, для рок-гурту можна використовувати більш агресивні та динамічні елементи в дизайні, тоді як для поп-гурту важливо буде зосередитися на яскравих та енергійних кольорах.

Не слід забувати і про важливість мобільного дизайну. Оскільки багато людей переглядають інформацію про гурти на своїх смартфонах, важливо мати адаптивний дизайн для веб-сайту гурту та соціальних медіа-профілів.

Отже, дослідження огляду існуючих підходів до створення візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів підтвердило, що успішна презентація музичного проекту значною мірою залежить від креативності, унікальності та цільового спрямування в дизайні. Виявлено, що варіативність стилів, відмінність та візуальна привабливість є ключовими елементами, що привертають увагу аудиторії та сприяють її запам'ятовуваності [20]. Крім того, використання сучасних технологій, таких як адаптивний дизайн, анімації та інтерактивність, дозволяє створити додатковий ефект та збільшити вплив візуальної комунікації на цільову аудиторію [43]. Зазначено, що врахування специфіки музичного стилю та атмосфери проекту є не менш важливим фактором у формуванні дизайну, що дозволяє передати унікальність та індивідуальність музичного виконавця. Такий інтегрований підхід до дизайну візуальної ідентичності та афіш музичних гуртів визнаний способом досягнення ефективного та запам'ятовуваного враження, що сприяє успішній популяризації та розвитку музичних проектів.

2.2. Порівняння та аналіз розробок інших дизайнерів у сфері музичної айдентики

Порівняльний аналіз розробок інших дизайнерів у сфері музичної ідентичності дозволяє краще розуміти тенденції та перспективи у цій галузі. На сьогоднішній день спостерігається різноманітність підходів до створення візуальної ідентичності музичних проектів, що відображається у стилістиці, колористиці, використанні графічних елементів та загальному враженні, яке вони створюють [7].

Деякі дизайнери акцентують увагу на мінімалістичних рішеннях, де кольорова палітра складається з нейтральних тонів або кольорів, що асоціюються з конкретним жанром музики. Це може бути ефективним способом підкреслити простоту та пряmolінійність музичного проекту, а також додати елегантності та сучасності до його ідентичності (Додаток Д).

Інші дизайнери вдаються до більш яскравих та виразних рішень, використовуючи насичені кольори, нестандартні шрифти та велику кількість графічних деталей. Це дозволяє створювати запам'ятовувальні та енергійні образи, які активно привертають увагу аудиторії та створюють динамічну атмосферу навколо музичного проекту [17] (Додаток Е).

Також важливо враховувати інноваційні підходи до дизайну, які включають в себе використання новітніх технологій, анімації та інтерактивності. Це може бути відмінним способом залучити увагу молодшої аудиторії та підкреслити сучасність та технологічність музичного проекту (Додаток Ж).

Провівши детальне порівняльне дослідження робіт трьох визначних дизайнерських студій: Minimalist Design Studio, ColorSplash, InnovativeTech Designs у музичній сфері, було визначено їхні підходи, які описано нижче.

Minimalist Design Studio славиться своєю нейтральністю та простотою. Вони вдало використовують мінімалістичні форми та монохромні кольори, створюючи стримані, але елегантні афіші та айдентика для музичних гуртів. Їх

підхід акцентується на чистому дизайні без зайвих деталей, що робить їхні роботи лаконічними та зрозумілими (Додаток З)

Насупроти них стоїть ColorSplash, яка вражає своїми яскравими та виразними роботами. Вони вміло використовують насичені кольори, геометричні форми та вишукані шрифти, щоб створити динамічні та запам'ятовувані афіші та ідентичність для музичних гуртів. Їхній стиль акцентується на енергії та виразності, що дозволяє гуртам виділятися та привертати увагу глядачів [18] (Додаток И).

Крім цього, InnovativeTech Designs відзначається своїми технологічними та інноваційними рішеннями у сфері музичного дизайну. Вони поєднують сучасні технології, якість виконання та креативність, створюючи унікальні афіші та айдентику які відображають технологічний прогрес у музичній індустрії (Додаток К).

Загалом, кожна студія має свої сильні та слабкі сторони, і вибір між ними залежить від потреби виразності, чіткості та інновацій у створенні візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів [33].

Таким чином, аналіз розробок дизайнерів у сфері музичної ідентичності дозволяє виявити різноманітні підходи та тенденції, що відображають сучасні тренди та вимоги аудиторії. Один з основних висновків полягає в тому, що кожен дизайнер має свій власний стиль та спосіб вираження, який впливає на візуальний спектр у музичній ідентичності. Унікальність та запам'ятовуваність дизайну музичної ідентичності визначаються не лише креативністю дизайнера, але й урахуванням цілей та особливостей конкретного музичного проекту. Також важливо враховувати технологічні можливості та сучасні тренди в дизайні, що дозволяє створювати актуальні та привабливі візуальні концепції для музичних гуртів та артистів.

2.3. Розробка власних дизайн-концепцій та ескізів для візуальної айдентики та афіш музичних рок-гуртів

Створення ескізів для візуальної ідентичності та афіш музичних рок-гуртів є ключовим етапом у процесі дизайну. Ескізи допомагають перетворити ідеї та концепції в конкретні візуальні образи, які можна в подальшому реалізувати у великому форматі для афіш, флаєрів та інших рекламних матеріалів. У цьому розділі основна увага приділяється розробці власних дизайн-концепцій для візуальної ідентичності та афіш музичних рок-гуртів. Створення власного дизайну для музичного гурту - це складний та відповідальний процес, що передбачає багато етапів та ретельне вивчення аудиторії та характеру самого гурту.

Ескізи є важливою складовою процесу розробки дизайну, вони призначені для кількох цілей:

- візуалізація ідей. Ескізи допомагають візуалізувати ідеї та концепції дизайну до їх остаточного втілення. Вони дозволяють дизайнерам та замовникам бачити, як виглядатиме дизайн в реальності та оцінювати його ефективність;

- перевірка концепції. Ескізи допомагають перевірити правильність та цілісність обраної концепції дизайну. Вони дозволяють виявити можливі недоліки чи проблеми та внести корективи до остаточної версії;

- комунікація з клієнтом. Ескізи стають засобом комунікації між дизайнером і замовником. Вони допомагають розуміти, яким чином буде виглядати готовий дизайн та чи відповідає він вимогам клієнта [38];

- робочий інструмент. Ескізи використовуються для розробки деталей дизайну, встановлення композиції та розташування елементів. Вони дозволяють дизайнерам ефективно працювати над реалізацією ідеї та вибрати найкращий варіант.

Графічний дизайн включає в себе не лише вивчення ідей і концепцій, але й їхнє творче переосмислення та трансформацію у конкретні візуальні образи.

Розробка узагальнюючих ескізів є ключовим етапом в цьому процесі, оскільки вона дозволяє дизайнерам швидко експериментувати з різними варіантами та знаходити оптимальне рішення. Серія узагальнюючих ескізів є своєрідним майданчиком для дослідження різних дизайнерських підходів. Дизайнери можуть порівнювати, аналізувати та вибирати найбільш ефективні та відповідні варіанти для подальшого розвитку. Цей підхід дозволяє зберегти час і зусилля, оскільки вже на етапі ескізів відкидаються менш удачні або несумісні з концепцією ідеї. Такий підхід до розробки ескізів сприяє створенню більш цілісного та згуртованого дизайну. Дизайнери можуть більш ясно уявити кінцевий результат та детальніше проробити деталі на ранніх етапах розробки. В результаті, вони мають можливість створити візуальну ідентичність та афіші, які відповідають вимогам замовника та сприймаються цільовою аудиторією з більшою ефективністю.

Індивідуальність та унікальність. Створення власних дизайн-концепцій дозволяє дизайнерам проявити свою унікальність та стиль, створюючи продукт, який відповідає їхнім уявленням та виражає їхнє мистецтво.

Гнучкість та адаптивність. Розробка власних концепцій дозволяє адаптувати дизайн до конкретних потреб та вимог клієнтів, забезпечуючи гнучкість у виборі стилів, кольорів, форм та інших елементів.

Краще розуміння продукту. Процес створення власних дизайн-концепцій допомагає дизайнерам краще зрозуміти функціональні та естетичні характеристики продукту, що сприяє його подальшому вдосконаленню та виправленню недоліків.

Збільшення впізнаваності та репутації. Унікальний дизайн та власні концепції можуть сприяти збільшенню впізнаваності бренду чи продукту, підвищуючи його привабливість для цільової аудиторії та покращуючи репутацію компанії.

Загалом розробка дизайн-концепцій та ескізів для музичної індустрії - це не просто технічний етап у створенні візуальної ідентичності. Це можливість виявити творчий потенціал та унікальність, впровадити новаторські ідеї та

концепції в дизайні. Розробка концепцій допомагає зрозуміти суть музичного продукту, виявити його унікальні риси та привернути увагу цільової аудиторії. Такий підхід сприяє створенню сильної візуальної ідентичності, яка забезпечує успішну комунікацію з фанатами та поклонниками музики, підвищує впізнаваність та конкурентоспроможність бренду в музичній індустрії [26].

Зважаючи на те, що аудиторія обраних гуртів широка та молода, для зацікавлення ними афішею потрібно враховувати їхні сучасні тенденції та інтереси.

Аналіз аудиторії.

Вік: 16-30 років.

Інтереси: музика, сучасні технології, мода, вечірки.

Поведінка: активні у соціальних мережах, відвідують концерти та фестивалі, цінують естетичний та оригінальний дизайн.

Нижче описано авторську дизайн-концепцію, яка може зацікавити зазначену аудиторію:

- 1) **стильний та сучасний дизайн.** Планується використання яскравих кольорів, сучасних графічних елементів та модернових шрифтів, щоб афіша виглядала привабливо та сучасно;
- 2) **фото та ілюстрації з атмосферою.** Планується до основних елементів композиції додати фотографії, які повинні нести енергію та атмосферу виступу. Зображення музикантів у динамічних позах, щоб відобразити музичну енергію;
- 3) **інформативність та доступність.** Забезпечення достатньої інформації про подію на афіші, таку як дата, час, місце проведення концертів;
- 4) **креативність та оригінальність.** Проекспериментувати з нестандартними форматами афіш, які привертають увагу та запам'ятовуються.

Процес створення ескізів здійснювався за власною дизайн концепцією. Вибір насичених акцентних кольорів в поєднанні з білим та чорним фонами дозволив створити контраст та привернути увагу. Для динамічного ефекту

назву гурта було розташовано повторювано, створюючи фон, що виділяє головне зображення. Експериментували з фотографіями гуртів, обробляючи їх у чорно-білому форматі з високим контрастом, щоб створити ефектні силуети і пробували фотографії з мінімальною обробкою, щоб залишити впізнаваність учасників. Пошук шрифту зосереджувався на сучасних варіантах із великими чіткими лініями та геометричними формами, щоб забезпечити читабельність та акцент на ключових елементах. Усі ці експерименти й дослідження об'єдналися у серію ескізів афіш (рис. 2.4; 2.5; 2.6).



Рис. 2.4 Ескізи до гурту Полюс



Рис. 2.5 Ескізи до гурту Квіткіс



Рис. 2.6 Ескізи до гурту Діти Інженерів

Процес створення ескізу включав вибір яскравої кольорової гами, ретельне розташування елементів композиції, обробку фотографій для створення динамічних силуетів, а також пошук та вибір сучасного шрифту. Усі ці елементи спрямовані на створення привабливої та запам'ятовуваної афіші, яка відповідала б інтересам та смакам цільової аудиторії.

Висновки до розділу 2.

1. Аналіз сучасних підходів до створення візуальної ідентичності та афіш для музичних гуртів показав, що використання інноваційних технологій та креативних методів є ключовими для привернення уваги аудиторії. Зокрема, акцент на використанні анімацій, інтерактивних елементів та сучасних шрифтів дозволяє дизайнерам створювати унікальні та запам'ятовувані образи. Це не тільки підвищує впізнаваність бренду, але й забезпечує ефективну комунікацію з фанатами через різні платформи.

2. Порівняння робіт різних дизайнерів показало, що мінімалістичні підходи, як у студії «Minimalist Design Studio», акцентують на стриманості та

елегантності, використовуючи прості форми та монохромні кольори. Водночас, роботи таких студій, як «ColorSplash», демонструють, як насичені кольори та геометричні форми можуть створювати динамічні та запам'ятовувані афіші. Ці контрастні підходи підкреслюють важливість вибору стилю дизайну, який найкраще відповідає музичному стилю та образу гурту.

3. Аналіз сучасних підходів до розробки айдентики та афіш у музичній індустрії показав, що успіх полягає у використанні інноваційних технологій та креативних методів, які забезпечують унікальність та запам'ятовуваність візуальних образів. Порівняння робіт різних дизайнерів підтвердило, що як мінімалістичні, так і насичені підходи можуть бути ефективними, залежно від музичного стилю та аудиторії гурту. Розробка власної дизайн-концепції для візуальної айдентики та афіш музичних рок-гуртів ґрунтувалася на детальному розумінні стилю та цінностей гурту.

4. Авторська дизайн-концепція була сформульована за наступними характеристиками та має такий зміст:

- **стильний та сучасний дизайн.** Планується використання яскравих кольорів, сучасних графічних елементів та модернових шрифтів, щоб афіша виглядала привабливо та сучасно;
- **фото та ілюстрації з атмосферою.** Планується до основних елементів композиції додати фотографії, які повинні нести енергію та атмосферу виступу. Зображення музикантів у динамічних позах, щоб відобразити музичну енергію;
- **інформативність та доступність.** Забезпечення достатньої інформації про подію на афіші, таку як дата, час, місце проведення концертів;
- **креативність та оригінальність.** Проекспериментувати з нестандартними форматами афіш, які привертають увагу та запам'ятовуються.

5. Відповідно до концепції була розроблена серія експериментальних ескізів.

РОЗДІЛ 3.

РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙН-ПРОЕКТУ «РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ТА СЕРІЇ АФІШ ДЛЯ КОНЦЕРТІВ УКРАЇНСЬКИХ МУЗИЧНИХ РОК-ГУРТІВ»

3.1. Аналіз музичного стилю та аудиторії гуртів

Аналіз музичного стилю та аудиторії гуртів є важливим етапом при розробці айдентики та серії афіш для концертів українських музичних рок-гуртів з погляду на наступні фактори:

1. Цільове спрямування. Розуміння музичного стилю та уподобань аудиторії допоможе створити дизайн, який точно відповідає смакам та очікуванням слухачів. Це сприятиме привертанню уваги та залученню більшої кількості глядачів на концерти;
2. Підвищення ідентифікації. Унікальний дизайн, який відображає музичний стиль гурту, дозволяє слухачам легше ідентифікувати та асоціювати себе з музикантами. Це сприяє побудові сильної зв'язку між гуртом та аудиторією;
3. Створення емоційного зв'язку. Айдентика, яка відповідає музичному стилю та інтересам аудиторії, може створити емоційний зв'язок між гуртом і фанами. Це допоможе підвищити зацікавленість та залучення аудиторії на концерти та інші події;
4. Привабливість для спонсорів та партнерів. Якщо дизайн афіш та айдентика гармоніюють з музичним стилем та аудиторією, це може зробити проект більш привабливим для спонсорів та партнерів, що допоможе залучати додаткові ресурси та підтримку для концертів

Для реалізації проекту було обрано такі гурти: «Квіткіс», «Діти Інженерів», «Полюс».

«Діти Інженерів» - це український рок-гурт, що заснований у 2010 році в Києві. Гурт відомий своїм оригінальним підходом до музики та виразними текстами пісень. Музичний стиль гурту можна описати як комбінацію різних напрямків року, від альтернативного року до пост-панку та електронних елементів. Характерними рисами їхнього звучання є енергійність, глибокий текст і оригінальні музичні рішення. Гурт «Діти Інженерів» активно виступає на концертних майданчиках, де їхня музика знаходить відгук у шанувальників різного віку. Тексти їхніх пісень часто відображають соціальні та психологічні теми, а також мають елементи філософії та внутрішнього пошуку. Успіх гурту «Діти Інженерів» полягає в їхній творчій оригінальності, здатності привертати увагу аудиторії та створювати музику, яка залишається в пам'яті слухачів.

«Квіткіс» - це український рок-гурт, що був заснований у 2012 році у місті Львів. Гурт відомий своїм унікальним поєднанням етнічних та рокових музичних напрямків, що створює динамічний та захоплюючий звук. «Квіткіс» створюють музику, яка поєднує в собі енергійний рок з мелодійними елементами фольклору. Музичний стиль можна описати як експериментальний рок з етнічними впливами. Їхні пісні часто мають ліричні тексти про природу, кохання та життєві питання, що відображає глиbokість та різноманіття творчого підходу гурту. «Квіткіс» відомі своїми захоплюючими виступами, де енергія та емоції переплітаються з музичною майстерністю учасників. Гурт знаходить відгук серед шанувальників року та етнічної музики як в Україні, так і за кордоном.

«Полюс» - це молодий український колектив, що спеціалізується на жанрі альтернативного року. Заснований у 2019 році в місті Києві, гурт швидко здобув популярність завдяки своєму свіжому підходу до музики та вражаючому сценічному виконанню. «Полюс» поєднує в собі елементи альтернативного року з впливами інших музичних напрямків, створюючи оригінальне та запам'ятовує звуку. Гурт відзначається своєю енергією на сцені та здатністю передати емоції через свою музику.

Було проведено аналіз гуртів, досліджуючи їх музичний стиль, вплив на аудиторію та характеристики виступів. В результаті, було визначено та виділено основні схожі риси обраних гуртів.

Гурти «Квіткіс», «Полюс» та «Діти Інженерів» об'єднуються як стилістично, так і за аудиторією, що визначається їхнім музичним напрямком та спрямованістю до певної групи слухачів.

Стиль:

- усі три гурти відносяться до жанру альтернативного року, але кожен з них має свій унікальний підхід до музики;
- «Квіткіс» відзначається поєднанням української етнічної музики та сучасних звуків, що робить їхню музику привабливою для любителів аутентичної музики та фольклору;
- «Полюс» представляє сучасну інтерпретацію альтернативного року з елементами експериментів у звуці, що привертає молоду та енергійну аудиторію;
- «Діти Інженерів» мають оригінальний підхід до музики, що поєднує в собі елементи пост-панку та альтернативного звучання.

Аудиторія:

- гурт «Квіткіс» привертає любителів української етнічної музики, фольклору та традиційних звуків, а також тих, хто цінує ліричні тексти та глибокий зміст пісень;
- «Полюс» залучає молоду аудиторію, яка шукає новаторський підхід до рок-музики та готова до експериментів у звучанні;
- «Діти Інженерів» мають фанатів пост-панку та альтернативного звучання, що оцінюють енергійність та актуальність текстів пісень.

Ці гурти об'єднуються своїм творчим підходом до музики, який розкривається через різні музичні експерименти та здатність до спілкування з різними категоріями слухачів.

3.2 Відбір та художнє втілення вибраних ескізів для афіш концертів українських музичних рок-гуртів.

Процес відбору та художнього втілення ескізів для афіш концертів українських музичних рок-гуртів є багатоступеневим і включає в себе декілька ключових етапів. Кожен з цих етапів має на меті забезпечити високий рівень якості та виразності кінцевого продукту, що відповідає концепції та стилістиці музичного заходу.

Першим кроком був відбір найкращих ескізів з-поміж варіантів, розроблених на початкових етапах проекту (див. рис. 2.4 – 2.6). Критерії відбору включали відповідність загальній концепції, гармонії з айденікою гурту, а також естетичну привабливість. Особлива увага приділялася деталям, які можуть підкреслити унікальність кожного гурту. Важливо, щоб ескізи мали потенціал привернути увагу глядачів та відобразити атмосферу концерту.

Було обрано кольорову гаму. В трьох афішах використовується білий та чорний кольори як основа, а також один акцентний колір, який змінюється для кожної афіші. Цей варіант кольорового рішення ми обрали для того, аби досягти гармонії та візуальної різноманітності, одночасно зберігаючи єдність серії.

Після вибору фотографій та кольорової гами розпочалася робота над самим створенням дизайн-проекту. Було удосконалено композиційне розташування елементів та розміщення декоративних деталей, щоб забезпечити візуальну цілісність стилю.

Акцентними кольорами для афіш було обрано три абсолютно різних контрастних кольори: червоний, синій та зелений. Це кольорове рішення має кілька важливих переваг. Використання цих контрастних кольорів допомагає створити запам'ятовувані афіші, які виділяються серед інших і привертають увагу потенційних відвідувачів концертів. Крім того, контрастні кольори підкреслюють індивідуальність кожного гурту, дозволяючи кожній афіші бути унікальною, але водночас гармонійною частиною єдиної серії (рис.3.1).

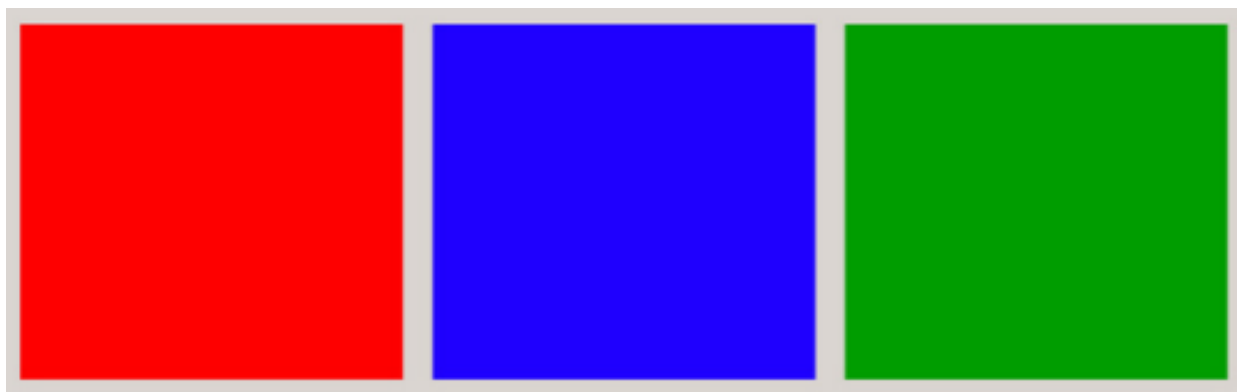


Рис. 3. 1 Акцентні кольори, які планується використати в афішах

Основні значення кольорів у різних кольорових просторах зазвичай включають RGB (Red, Green, Blue), CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black), і HSB (Hue, Saturation, Brightness). Ось основні значення для обраних акцентних кольорів:

Червоний (Red)

RGB: (228, 35, 32)

CMYK: (1, 94, 91, 0)

HSB: (0°, 85%, 89%)

Синій (Blue)

RGB: (31, 0, 255)

CMYK: (87, 77, 0, 0)

HSB: (247°, 100%, 100%)

Зелений (Green)

RGB: (0, 157, 0)

CMYK: (82, 6, 100, 1)

HSB: (120°, 100%, 61%)

Ці значення дозволяють визначити та відтворити кольори у різних графічних програмах та пристроях, забезпечуючи точність у використанні їх для дизайну афіш. В подальшому ці кольори використовувалася у створенні сувенірної продукції для обраних гуртів.

Нижче представлено опис художньо-графічного оформлення афіші концерту гурту «Діти Інженерів».

Афіша "Діти Інженерів" вирізняється динамічним розташуванням тексту та фігури на чорному фоні. Назва гурту повторюється декілька разів, створюючи ритм і підсилюючи впізнаваність гурту. Центральний елемент — зображення учасниці гурту з піднятими руками, яке вказує на енергію та драйв виступу. Використання фігури у чорному кольорі дозволяє зробити акцент на червоному світловому ефекті навколо голови, що символізує емоційність та енергію музики.

Колористична палітра афіші складається з чорного, червоного та білого кольорів. Чорний фон надає афіші глибину та контраст, тоді як червоний акцент привертає увагу та додає драматизму. Білий текст забезпечує чіткість та легкість для читання. Така комбінація кольорів є традиційною для рок-музики, підкреслюючи її бунтарський дух та енергію (Рис. 3.2).

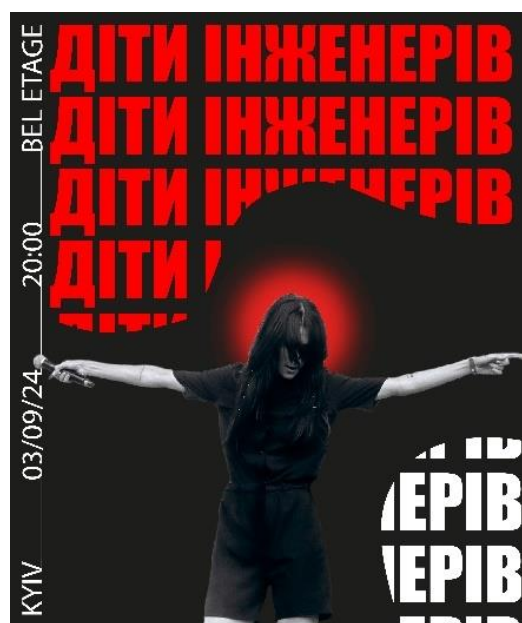


Рис. 3.2. Афіша концерту гурту «Діти Інженерів»

Нижче представлено опис художньо-графічного оформлення афіші концерту гурту «Квіткіс».

В ескізі афіші також використовується повторюваний текст, що створює візуальний ритм та акцентує увагу на назві гурту. Центральний елемент — зображення трьох учасників гурту у різних позах, розташованих по діагоналі, що створює динаміку та цікаву візуальну композицію. Такий підхід надає афіші сучасного вигляду та дозволяє показати індивідуальність кожного учасника.

Колористика афіші складається з чорного та синього кольорів. Чорний фон забезпечує контрастність, тоді як синій колір тексту та графічних елементів додає візуальний спокій. Синій колір також асоціюється з певним жанром музики, який виконує гурт, підкреслюючи його стиль та атмосферу. Таке поєднання кольорів є досить сучасним та привабливим для молодшої аудиторії (Рис. 3.3).



Рис. 3.3 Афіша концерту гурту «Квіткіс»

Нижче представлено опис художньо-графічного оформлення афіші концерту гурту «Полюс».

Велика зелена назва гурту у верхній частині афіші привертає увагу з першого погляду, створюючи точку входу для глядача та забезпечуючи легкість прочитання основної інформації. Використання великих літер і геометричних форм додає динамічності та сучасності. Елементи тексту перекриваються чорними формами, що створює глибину та об'єм. Зображення учасників гурту розташовані у нижній частині афіші, вони є центральним елементом, навколо якого побудована вся композиція. Це підкреслює важливість музикантів та їхнього образу, створюючи зв'язок між текстовою інформацією та візуальним контентом. Контраст між чорно-білими зображеннями та зеленим текстом забезпечує візуальну ієрархію, допомагаючи глядачеві легко сприймати інформацію (Рис.3.4).



Рис. 3.4 Афіша концерту гурту «Полус»

В усіх ескізах намагалися досягти балансу між естетикою та функціональністю, використовуючи чіткі, прості лінії та обмежену кольорову палітру. Це дозволяє створити запам'ятовувані візуальні образи, які легко сприймаються глядачем і ефективно передають емоції та характер музичних

колективів. Таким чином, ескізи спрямовані на створення впізнаваного та привабливого візуального стилю, який буде підтримувати брендинг українських рок-гуртів та сприяти їх популяризації.

3.3 Виготовлення дизайн-проекту.

Перед початком процесу створення серії афіш було визначено основні концептуальні підходи.

Загальна концепція: Основою всіх афіш є однаковий дизайн-шаблон, який включає певні елементи, такі як кольорова гама, типографіка та графічні елементи. Це дозволяє створити єдиний стиль, що легко впізнається і асоціюється з конкретним заходом або гуртом.

Вибір фотографій: Для кожної афіші було обрано одну фотографію гурту. Критерії відбору включали високу якість зображення, гармонійність композиції та чіткість зображення учасників, що зберігає візуальну привабливість та професійний вигляд афіш.

Кольорова гама: В усіх трьох афішах використовуються базові кольори – білий та чорний, що забезпечують чіткий контраст. Окрім базових, для кожної афіші було обрано один акцентний колір: червоний, синій або зелений. Це додає афішам динамічності та привабливості, зберігаючи загальну гармонію.

Типографіка: Всі афіші використовують однаковий шрифт для основних текстових елементів, що забезпечує єдність стилю та легку читабельність. Шрифт вибраний таким чином, щоб бути чітким і помітним, підходив для музичної тематики.

Графічні елементи: Окрім тексту та фотографій, в афішах використовуються графічні елементи, такі як лінії, геометричні фігури та освітлення. Вони додають дизайну глибини та створюють певний настрій. Наприклад, у всіх афішах використовується червона напівпрозора аура навколо гуртів, що створює ефект освітлення і додає динаміку.

Для створення серії афіш для концертів українських музичних рок-гуртів було прийнято рішення використовувати комбінацію растрової та векторної графіки. Растрова графіка була застосована для фотографій гуртів, тоді як векторна графіка використовувалася для фону та інших графічних елементів. Такий підхід дозволив максимально ефективно використовувати переваги кожного типу графіки.

Розглянемо декілька переваг комбінації растрової та векторної графіки:

- комбінація растрових фотографій гуртів з векторними графічними елементами створює гармонійний та збалансований дизайн. Растрові зображення забезпечують емоційну привабливість, а векторні елементи додають структурованість та професіоналізм;
- використання обох типів графіки дозволяє створювати багатошарові дизайни, де кожен елемент має свою функцію та естетичну роль. Це додає глибину і складність до афіш, роблячи їх більш цікавими та привабливими для аудиторії;
- векторні елементи, які легко редагуються, можуть бути швидко адаптовані для різних форматів та контекстів, що знижує витрати часу та ресурсів на створення нових дизайнів. Растрові зображення, у свою чергу, забезпечують високу якість та деталізацію без потреби в подальшій обробці.

Наступним кроком у створенні афіш було обрано три фотографії гуртів. Відбір фотографій здійснювався за кількома важливими критеріями. По-перше, зверталася увага на якість зображення, щоб фотографії були чіткими та високої роздільної здатності. По-друге, важливою була композиція: фотографії мали відображати гармонійне розташування членів гурту, передавати їхню енергію та взаємодію. Крім того, враховувалося, як добре фотографії підходять до загального стилю та концепції афіш, щоб створити цілісну та привабливу візуальну презентацію.

Для створення афіш використовувалися два програмних забезпечення: Adobe Photoshop та Adobe Illustrator.

Процес створення афіш розпочався з видалення фону з фотографій гуртів у програмі Adobe Photoshop. Спочатку, фотографії були відкриті у Photoshop, де за допомогою інструмента "Quick Selection Tool" виділялися лише люди. Цей інструмент дозволяє швидко обвести об'єкти на фотографії, автоматично визначаючи їх краї. Після початкового виділення було використано функцію "Select and Mask" для точнішого уточнення країв, особливо у випадках з волоссям та іншими дрібними деталями. Потім фон видалявся, залишаючи лише людей, шляхом виведення виділення до нового шару з маскою. Подальша робота проводилася в програмі Adobe Illustrator.

Далі в роботі представлено послідовність операцій по створенню розробленого автором дизайну афіш.

Практичне відтворення розробленої автором послідовності дій дизайнера:

1. Відкрийте Adobe Illustrator і створіть новий документ, встановивши відповідні розміри для афіші.
2. Використайте інструмент "Rectangle Tool (M)" для створення чорного прямокутника, який покриє весь артборд. Це буде фоном для афіші.
3. Використайте інструмент "Type Tool (T)" для написання назви гурту. Оберіть шрифт «Impact» білого кольору він має високу контрастність між літерами та фоном. Це надає афіші агресивний та динамічний вигляд, що підходить для рок-гурту. Збільште розмір тексту та розмістіть його на афіші.
4. Продублюйте цей текст декілька разів, щоб заповнити весь фон, створюючи повторюваний текстовий малюнок. Для цього можна використовувати копіювання та вставку (Ctrl+C і Ctrl+V) або інструмент "Transform".
5. Фото гурту спочатку потрібно підготувати в Adobe Photoshop (як описано раніше: видалення фону, згладжування країв). Після підготовки збережіть фото у форматі PNG з прозорим фоном.
6. Імпортуйте це фото в Illustrator (File > Place) і розмістіть його на передньому плані афіші. За допомогою інструменту "Selection Tool (V)" масштабуванням та розміщенням добийтеся бажаного ефекту.

7. Використайте інструмент "Ellipse Tool (L)" для створення яскравого кола позаду гурта. Це коло повинно бути напівпрозорим, щоб створити ефект освітлення. Встановіть відповідний колір кола і знизьте непрозорість у панелі "Transparency". Для більш реалістичного вигляду застосуйте ефект "Gaussian Blur" (Effect > Blur > Gaussian Blur).

8. Використайте інструмент "Type Tool (T)" для додавання тексту з датою, часом і місцем проведення концерту. Оберіть відповідний шрифт, розмір і акцентний колір тексту. Розмістіть ці елементи з боку афіші.

9. Для створення додаткових графічних елементів, таких як лінії та інші декоративні елементи, використовуйте "Line Segment Tool" та інші інструменти малювання.

10. Перевірте всі елементи афіші на гармонійність і збалансованість композиції. Зробіть необхідні корекції.

11. Збережіть свій файл у форматі AI (Adobe Illustrator) для можливості подальшого редагування. Також екпортуйте афішу у форматі PDF або PNG для друку або цифрового використання (File > Export > Export As).

12. Фінальні штрихи: Після завершення основного дизайну, кожна афіша проходила фінальну перевірку та корекцію для забезпечення балансу та гармонійності всіх елементів. Це включало налаштування кольорів, розміщення тексту та фотографій, а також додавання додаткових декоративних деталей.

В результаті реалізації представленої послідовності дій, автором було створено три різні афіші зі збереженням єдиного стилю, який забезпечує візуальну цілісність серії (рис. 3.1).

Кожна афіша має свою унікальність, але при цьому вони всі відображають загальну концепцію та стильовий підхід (Додаток Л, М, Н).

Таким чином, було отримано три різні афіші, які відрізняються фотографіями та акцентними кольорами, але зберігають єдиний стиль та концепцію. Це дозволяє глядачам легко впізнавати їх як частину однієї серії та асоціювати з конкретним гуртом або заходом. Для кожного гурту було розроблено унікальний мерч та квитки на концерт, з використанням елементів розробленої айдентики.



Рис. 3.1 Зовнішній вигляд афіш

Процес розробки мерчу включав створення футболок та шоперів. На кожному з них було відтворено графічні елементи айдентики, які було використано під час створення афіш – ті ж самі кольорові акценти та типографіка. Червоний, синій та зелений кольори, які використовувались в афішах як акцентні, знайшли своє відображення у дизайні футболок, де вони слугували основними елементами декору. Розроблені мерч з елементами айдентики та білети на концерти представлено на рисунках 3.2 – 3.4.



Рис. 3.2 Зовнішній вигляд шоперів з елементами айдентики гуртів



Рис. 3.3 Зовнішній вигляд футболок з елементами айдентики гуртів



Рис. 3.4 Зовнішній вигляд квитків на концерти

Крім створення афіш та айдентики для українських музичних рок-гуртів, був розроблений логотип для музичної платформи, на яку випускають свою музику наші гурти. Логотип є важливою складовою бренду, оскільки він забезпечує впізнаваність та професійний вигляд платформи, що сприяє її популяризації серед слухачів. При розробці логотипу була обрана проста та легко читаєма форма, яка відразу запам'ятовується та несе в собі ключові

елементи, що асоціюються з музичною індустрією. Такий підхід дозволяє логотипу бути універсальним та зручним для використання в різних медіа та на різних рекламних матеріалах (рис. 3.5).

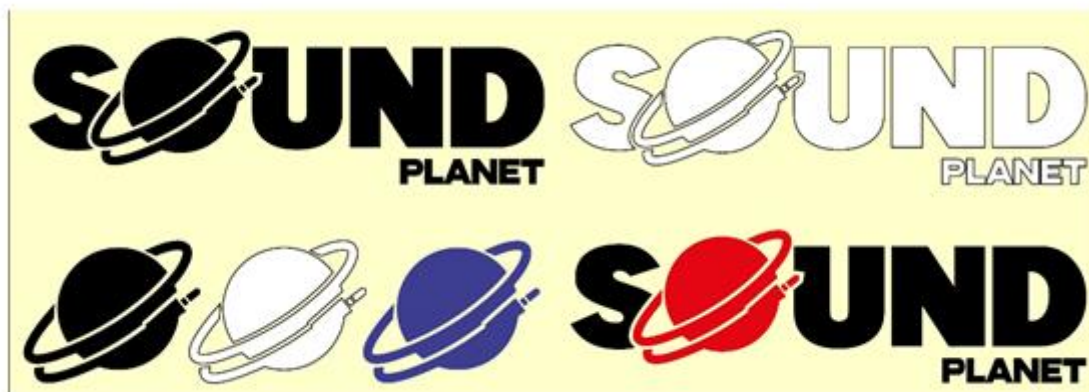


Рис. 3.6 Логотип музичної платформи

Висновки до розділу 3

1. У третьому розділі було проведено аналіз музичних стилів та цільової аудиторії обраних рок-гуртів, з метою створення унікальної айдентики для кожного з них. Детально вивчено характерні особливості репертуару та візуальні уподобання слухачів, що дозволило розробити дизайн-проект, який точно відображає суть і стиль кожного гурту. Цей аналіз став фундаментом для подальшого процесу створення ескізів та афіш.

2. Після проведення аналізу було розпочато відбір та художнє втілення вибраних ескізів для афіш концертів. Кожен ескіз був ретельно опрацьований з урахуванням композиційних рішень та кольорової гамми, яка найкраще підходить для передачі атмосфери музики. Обирані кольори, не лише доповнюють візуальний стиль, але й асоціюються з музичними жанрами гуртів. У процесі відбору також враховували інноваційні підходи та сучасні тенденції в дизайні концертних афіш.

3. Заключним етапом було безпосереднє втілення дизайн-проекту, що включало створення афіш та мерчу для гуртів. Було розроблено афіші, що ефективно комунікують з аудиторією, привертають увагу та залишаються в пам'яті. Також були створені елементи мерчу, які підкреслюють унікальність бренду кожного гурту та сприяють їх популяризації. Цей процес включав тісну співпрацю з гуртами, щоб забезпечити відповідність дизайну їхнім очікуванням та музичній концепції.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Кваліфікаційна бакалаврська робота охоплює всі ключові етапи дизайн-проекту айдентики та афіш концертів українських рок гуртів, підкреслюючи важливість візуальної ідентичності в музичній індустрії та демонструючи, як ретельно спланований дизайн може сприяти створенню впізнаваного бренду.

1. У процесі дослідження було розглянуто різні аспекти створення афіш та айдентики, зокрема, аналіз сучасних тенденцій в дизайні, вивчення психології кольору, типографіки, композиції та інтерактивних елементів у візуальному оформленні. Було проаналізовано приклади успішних афіш відомих гуртів та проведено дослідження їхнього впливу на аудиторію. Цей аналіз дозволив визначити найефективніші методи та підходи до створення візуальних матеріалів.

2. Проведене дослідження продемонструвало, що успішна айдентика та афіші не лише відображають унікальність гурту, але й створюють емоційний зв'язок з аудиторією. Було використано яскраві кольори на чорному фоні, щоб створити сильний контраст і привернути увагу. Використовували великі літери і жирні шрифти які додають афіші сучасного вигляду та допомагають донести основну інформацію до глядача.

3. Детально вивчено музичні характеристики та візуальні вподобання слухачів, що дозволило створити дизайн-концепцію, яка відображає сутність і стиль кожного гурту. Це включало визначення графічних елементів, які підсилюють зв'язок між музикою та візуальним оформленням, роблячи афіші впізнаваними та привабливими.

4. Автором представлена послідовність дій дизайнера в процесі розробки унікального дизайну афіш, яка підкреслює, що детальне опрацювання кожного етапу роботи – від вибору фотографій та кольорової гамми до створення композиційних рішень – є ключем до успішного завершення проекту. Це також показує, що використання як векторної, так і растрової

графіки дозволяє досягти високої якості зображень та забезпечує гнучкість у роботі з деталями.

5. Загалом бакалаврська робота є інноваційною спробою розробити унікальну айдентику та серію афіш для українських музичних рок гуртів. Вона показує, як сучасний дизайн може вдосконалювати та підтримувати традиційні музичні підходи, створюючи привабливі та легко впізнавані візуальні образи. Застосований автором креативний підхід сприяє розвитку музичної індустрії та мистецтва графічного дизайну, підкреслюючи важливість співпраці між музикантами і дизайнерами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авраменко Д. Об'ємно-конструктивний компонент образу зовнішньої реклами. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура*. Харків, 2014. № 1. С. 4–7.
2. Андрейканіч А. Визначення поняття плаката, його види та жанри. *Вісник Закарпатського художнього інституту*. 2014. №5. С. 134-138. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/newtracaar_2014_5_36
3. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2013. Вип. 19(1). С. 121-126.
4. Ахрамєєва А. Ю., Никоненко Т. М. Особливості розвитку графічного дизайну обкладинок музичних альбомів. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (26-27 квітня 2018 р., Київ)*. Київ: КНУТД, 2018. Т. 1: Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. С. 497-498.
5. Бойко О. М. Українська масова музика: етапи розвитку, національні особливості: дис. ... канд. мистецтвознавства: 17.00.03. Київ, 2017. 215 с.
6. Бойко О. Становлення української рок-музики: бігбіт. *Музична україністика: сучасний вимір*. Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського, 2009. Вип. 3.
7. Будник А., Фурдичко А., Поліщук К. Візуалізація української музичної культури у студентських проєктах «Слухай українське!» та Vinyl-art. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*, 2022. 46, С.209-220. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.46.2022.258798>
8. В. Мусієнко, М. Шкурлей, О. Михайлюк, О. Гальчинська, І. Петрова. Особливості розробки фірмового стилю. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 27 квітня 2023 року. – У 2-х т. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 96-99.

9. Віноградова М. Роль віртуального простору у дизайні візуальної комунікації. *IV Міжнародна науково-практична конференція Актуальні проблеми сучасного дизайну*. 27 квітня 2022р. Київ : КНУТД, 2022. С. 223–224.
10. Графічний дизайн: що це таке? URL: https://dnl.dn.ua/blog/user_19951/grafichniy-dizayn-shcho-tse-take_191558 (дата звернення 20.04.2024).
11. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : *монографія* / за заг. ред. М. В. Колосніченко. Київ : КНУТД, 2022. 227 с.
12. Грищенко В. В. Особливості дизайну в мистецтві плаката. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2011. № 6. С. 138–140.
13. Гула Є. П., Демченко Г., Черниш М. Особливості створення ефективного рекламного плакату. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції* (23 квітня 2020 р., м. Київ) : В 2-х т. Т. 2. Київ: КНУТД, 2020. С. 54–57.
14. Гула Є.П., Осипчук М.В., Демків А.Р., Жир С.А. Візуальна комунікація як основа графічного дизайну. *Polish journal of science*. 2021. № 45 (3). С. 3–7.
15. Гула Л. Д., Пархоменко Н.В. Українська рок-музика. *Тези доповідей XV Всеукраїнської наукової конференції молодих учених та студентів "Наукові розробки молоді на сучасному етапі"*. Т. 3 : Секція "Економічні та соціально-політичні проблеми активізації інноваційної діяльності підприємств України": 28–29 квітня 2016 р. К. : КНУТД, 2016. С. 320.
16. Джевага Г. Використання векторної графіки у веб-дизайні. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 22 квітня 2021 року. В 2-х т. Т. 2. Київ: КНУТД, 2021. С. 114–117.
17. Дидик, А. А. Застосування шрифтів в рекламі. *Вісник КНУТД*. 2015. № 1 (83): Серія "Економічні науки". С. 85–90.

- 18.Затуловська, Г. А. *Актуальні особливості розвитку сучасного шрифтового художнього плакату*. Вісник КНУТД. 2015. № 1 (82) : Серія "Технічні науки". С. 66-72.
- 19.Семеняка, І.В., Мельник Ю.О., Слітюк О.О., Овчарик В.Є. Принципи використання фотографії в сучасному рекламному графічному дизайні Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості : *матеріали I Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених* (17 листопада 2020 р., м. Київ) / за заг. ред. О. М. Ніфатової. Київ: КНУТД, 2020. С. 565-570.
20. Пашкевич К.Л., Руденко М.Ф., Куценко А, Савчук А. Вплив художніх стилів фірмового стилю на імідж компанії. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 27 квітня 2022 року. В 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2022. С. 130-132.
- 21.Коваль Н.С. Еволюція форми плаката як засобу графічної комунікації. *Вісник КНУТД*, №3, 2014. С. 257-258.
- 22.Колісник О.В., Волкова В.В., Лук'яненко К.С. Система візуальної комунікації в контексті її традиційних і сучасних форм. *Технології та дизайн. Електронний науковий журнал*. К:КНУТД, 2020, №2.
- 23.Косаль Н.С., Еволюція форми плаката як засобу графічної комунікації, 2014. С. 255-260. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/712/1/V77_P255-260.pdf (дата звернення: 29.05.2024).
- 24.Косів В.М. Графічний дизайн як візуальна мова. Проблеми спілкування. *Вісник Львівської академії мистецтв: зб. наук. пр.* Львів: ЛАМ, 1999. 190-194 с.
- 25.Малиш Д. Візуальні особливості плакатів української народної та естрадної музики від другої половини ХХ століття до сьогодення : *дипломна магістерська робота за спеціальністю 022 Дизайн* / Д. Малиш ; наук. кер. О. В. Колісник ; рец. Н. Чупріна. Київ : КНУТД, 2021. 105 с.

- 26.Мирошниченко М. Е., Дубрівна А. П. Особливості побудови візуальної комунікації у дизайні плакату. *Технології та дизайн*. 2020. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2020_4_8 (дата звернення: 22.06.2024).
- 27.Міхєєва Л. В. Особливості візуалізації логотипів музичних колективів незалежної України. *Art and Design*. 2020. № 1 (09). С. 142-153.
- 28.Мазніченко О.В., Кугай Т.А., Приходько І. О., Пашукова С.Г. Особливості дизайну рекламних афіш музичних заходів · *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 27 квітня 2022 року. В 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2022. С. 120-123.
- 29.Омельченко Г., Сирота О. Допроєктні дослідження розробки серії афіш для концертів українських музичних рок-гуртів. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: зб. тез доп. VI міжнар. наук.-практ. конф.*, м. Київ, 25 квіт. 2024 р. Київ, 2024. С. 346-349.
- 30.Остапенко Н.В., Колосніченко М.В., Луцкер Т.В. Сучасний плакат як різновид реклами: види та формати носіїв в різних каналах комунікації (на прикладі адаптивного дизайну плаката). *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко*. Київ: КНУТД, 2022. С. 212-226.
- 31.Пешняєва А., Логвін А, *Візуальна мова музичної афіші* 2019. URL: <https://issuu.com/steppewinde/docs/bynthf> (дата звернення: 17.05.2024).
- 32.Пономарьова Н. С., Пшінка Н.М., Гальчинська О.С. Соціальний плакат як засіб впливу на громадську свідомість. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів* (27-28 квітня 2017 р., Київ). К.: КНУТД, 2017. Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. С. 544-545.
- 33.Приходько І. В. Особливості дизайну сучасних музичних афіш: порівняльний аналіз : *дипломна магістерська робота за спеціальністю 022 Дизайн*. Київ: КНУТД, 2022. 130 с.

- 34.Романичева Є., Яцюк О. Дизайн та реклама. *Комп'ютерні технології*. Київ : ДМК, 2000. 464 с.
- 35.Руссол Ю. С. Актуальні тенденції дизайну сучасного рекламного плакату. України: кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн / Ю. С. Руссол ; наук. кер. А. П. Дубрівна ; ред. О. В. Колісник. Київ : КНУТД, 2021. 73 с.
- 36.Сафронов В. К., Сафронова О.О. Аналіз розвитку і впровадження концепції розміщення зовнішньої реклами в місті Києві. *Сучасні проблеми в архітектурі і містобудуванні*. К.: КНУБА, 2015. Вип. № 41. С. 185-189.
- 37.Синиця В. А., Щербак В.Г. Використання музичних конкурсів як форми соціального розвитку суспільства. *Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа "Студентські підприємницькі ініціативи" : матеріали V Всеукраїнської наукової Інтернет-конференції* (3 грудня 2020 р., м. Київ). Київ: КНУТД, 2020. С. 172-179.
- 38.Склярєнко Н., Романюк О., Колосніченко М. Сторітелінг у дизайні візуальних комунікацій: методи побудови динамічного сюжету. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2022. Вип. 54, Т. 2. С. 102-108.
- 39.Слута Ю. М., Дубрівна А.П. Тенденції використання кольору в проектуванні реклами як художньо-комунікативний феномен. *Технології та дизайн*. 2020. № 4 (37). С.1-10. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/17016/1/td_2020_N4_07.pdf (дата звернення 25.05.2024).
- 40.Стеценко А. *Розвиток сучасного плакату та його вплив на суспільство*. URL:https://knowledge.allbest.ru/culture/3c0b65625a3ac69a4d43a88521316d36_0.html (дата звернення: 12.06.2024).
- 41.Сухецька Я. А., Павленко А.Ф., Дубрівна А.П. Поняття та особливості зовнішньої реклами, канали її поширення. Наукові розробки молоді на

сучасному етапі : *тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів* (27-28 квітня 2017 р., Київ). К.: КНУТД, 2017. Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення. С. 526-527.

- 42.Тюх А. І., Дубрівна А.П. Особливості проектування фірмового стилю сучасних культурно-масових заходів (на прикладі дитячих фестивалів). *Технології та дизайн*. 2019. № 3 (32). С.1-10.
- 43.Чупріна Н.В., Кротова Т.Ф., Струмінська Т.В. Графічні особливості та комунікаційна специфіка презентаційних плакатів мистецьких та культурних заходів. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі* : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. Київ: КНУТД, 2022. С. 91-109.
- 44.Чупріна Н., Малиш Д. Візуальні особливості соцреалізму у плакаті української народної музики і пісні другої половини ХХ ст. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 22 квітня 2021 р.. В 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2021. С. 98-101.
- 45.Шевченко В. Я. Композиція плаката: навчальний посібник. Х.: Колорит, 2007. 124 с

ДОДАТКИ

Додаток А

Апробація результатів роботи



Рис. А.1. Сертифікат міжнародної науково-практичної конференції

Додаток Б



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

УДК 659.136:004.946

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СЕРІЇ АФІШ ДЛЯ КОНЦЕРТІВ УКРАЇНСЬКИХ МУЗИЧНИХ РОК-ГУРТІВ

ОМЕЛЬЧЕНКО Ганна, СИРОТА Ольга
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
olya21247@gmail.com

Анотація: В тезах обґрунтовано актуальність розробки афіш для концертів українських рок-гуртів. Описано результати дослідження історичних та сучасних тенденцій художньо-комунікативних прийомів розробки афіш. Представлено концепт майбутньої серії афіш для творчого концерту рок гуртів «Квітка», «Діти Інженерів» та «Sonic Temple».

Ключові слова: афіші, концерти, українські рок-гурти, айдендика, візуальна комунікація, типографіка.

ВСТУП

Розвиток української музичної сцени та зростання популярності рок-гуртів ставлять перед організаторами концертів і фестивалів завдання залучити увагу широкої аудиторії та сформувати унікальний образ подій.

Розробка айдентики щорічних концертів-фестивалей українських рок-гуртів є невід'ємною складовою успішної організації та просування подібних музичних заходів. Особливості розробки айдентики багаторазових музичних заходів охоплюють широкий спектр творчих підходів у графічному дизайні, які відображають характер та енергію виконавців. Розвиток графічного змісту афіш сприяє популяризації української музичної сцени як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях [1].

Тому професійно розроблена айдендика музичних заходів є актуальним завданням сьогодення, вирішення якого має сприяти розвитку української рок-сцени та загальній популяризації музичної культури.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є розробка афіш до концертів українських рок-гуртів.

Для досягнення зазначеної мети було вирішено наступні завдання:

- проаналізовано історичні та сучасні тенденції художньо-комунікативних прийомів розробки плакатів як засобу реклами;
- досліджено сучасні дизайнерські рішення, що використовуються при створенні афіш;
- розроблено концепт афіш для концертів українських рок-гуртів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

В результаті проведеного аналізу щодо сучасних тенденцій художньо-комунікативних прийомів розробки плакатів було встановлено, що, починаючи з початку 2000-х років, коли українська рок-сцена переживала своєрідне

Додаток В

Публікації



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»

Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

відродження та активне зростання популярності, дизайн афіш гуртів базувався на інноваційних підходах того часу з використанням нових технологій та новаторських експериментів з естетикою [2].

У створенні афіш була використана шрифтова композиція як ключовий акцент, що підкреслює назву гурту. Основу шрифтової композиції утворював простий та виразний шрифт, який легко читався та привертав увагу. Графічні елементи, які супроводжують обраний шрифт, створювали цікавий та унікальний образ афіш.

Дослідження сучасних афіш українських рок-гуртів дозволило виявити загальні риси та унікальні особливості їх дизайну. Вони включають в себе не лише логотипи та графічні елементи, але й, в деяких випадках, візуальні ефекти з використанням інтерактивних медіа [3].

З урахуванням результатів проведених досліджень автором було сформовано концепт серії афіш для творчого концерту рок-гуртів «Квіткіс», «Діти Інженерів» та «Sonic Temple». Афіші містять в собі чорно-білу фотографію виконавця, де їхні голови підсвічуються яскравим кольором, створюють візуальний контраст та привертають увагу перш за все до центральної фігури афіші – виконавця. Чорно-біла назва гурту, яка займає весь фон, виокремлена за допомогою контуру та зміщення. Це додає глибину та виразність афіші, роблячи назву гурту помітною та легко читабельною. Текст з інформацією про концерт, що містить дату, час та місце проведення, зроблений в колір акценту виконавця. Контрастний блок тексту привертає увагу і швидко передає інформацію про подію (рис.1). На кожній афіші змінюється розміщення, орієнтація фотографій та акцентний колір, за рахунок чого створюється візуальна різноманітність, яка привертає увагу (рис.2).

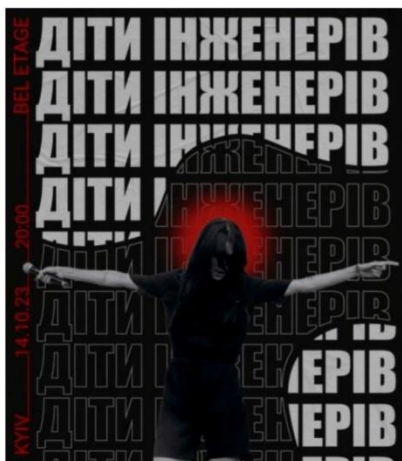


Рис. 1. Діти Інженерів, афіша



Рис. 2. Квіткіс, афіша

Додаток Г

Публікації



VI Міжнародна науково-практична конференція
«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ»
 Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 р.

ВИСНОВКИ

Під час роботи над заявленою темою було проведено дослідження тенденцій художньо-комунікативних прийомів розробки плакатів як засобу реклами, проаналізовано сучасні дизайнерські рішення та, на підставі отриманих даних, сформульовано концепт майбутньої серії афіш для концерту таких рок гуртів: «Квіткіс», «Діти Інженерів» та «Sonic Temple».

ЛІТЕРАТУРА

1.Тюх А. І. Особливості проектування фірмового стилю сучасних культурно-масових заходів (на прикладі дитячих фестивалів) / А. І. Тюх, А. П. Дубрівна // Технології та дизайн. - 2019. - № 3 (32).

2.Малиш Д. Візуальні особливості плакатів української народної та естрадної музики від другої половини XX століття до сьогодення : дипломна магістерська робота за спеціальністю 022 Дизайн / Д. Малиш ; наук. кер. О. В. Колісник ; рец. Н. Чупріна. – Київ : КНУТД, 2021. – 105 с.

3.Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. – Київ : КНУТД, 2022. – 227 с.

SYROTA O.

DEVELOPMENT PARTICULARITIES OF A SERIES OF POSTERS FOR CONCERTS OF UKRAINIAN MUSIC ROCK BANDS

Abstract: The article substantiates the relevance of developing posters for concerts of Ukrainian rock bands. The results of the research of historical and modern trends in artistic and communicative methods of poster development are described. The concept of the future series of posters for the creative concert of rock bands "Kvitkis", "Children of Engineers" and "Sonic Temple" is presented."

Key words: Posters, concerts, Ukrainian rock bands, identity, visual communication, typography.

Додаток Д



Рис. Д.1. Афіша для концерту Radiohead, створена дизайнером Стенлі Донвудом (Stanley Donwood)

Додаток Е

Афіша фестивалю Coachella 2018 створена лондонською студією Studio Moross



Рис. Е.1. Афіша фестивалю Coachella 2018 створена лондонською студією Studio Moross

Додаток Ж



Рис. Ж.1. Афіша створена для турне "The Now Now" групи Gorillaz

Додаток 3

Афіша дизайнерської студії Minimalist Design Studio



Рис. 3.1. Афіша дизайнерської студії Minimalist Design Studio

Додаток И

Афіша дизайнерської студії ColorSplash



Рис. И.1. Афіша дизайнерської студії ColorSplash

Додаток К

Афіша дизайнерської студії InnovativeTech Designs



Рис. К.1. Афіша дизайнерської студії InnovativeTech Designs

Додаток Л



Рис. Л.1. Афіша гурту «Квіткіс»

Додаток М



Рис. М.1. Афіша гурту «Діти Інженерів»

Додаток Н



Рис. Н.1. Афіша гурту «Полнось»