

Левенець В.В., мол. спеціаліст, Євсейцева О.С., доц., Чупріна Н.В., доц.
Київський національний університет технологій та дизайну
**ДИЗАЙН ОБКЛАДИНКИ АЛЬБОМУ МУЗИЧНОГО ГУРТУ "ALL THEM
WITCHES"**

Анотація. В статті розглянуто ключові аспекти підготовки візуальної частини релізу музичного гурту "All them Witches". Дослідження проводилося на основі аналізу сучасного музичного ринку, а саме стрімінгових платформ та вінілу, на яких представлений альбом даної групи. Викладені основні підходи до формування обкладинки альбому та його фірмового стилю.

Ключові слова: обкладинка; фірмовий стиль; дизайн обкладинки; вініл; музичний гурт.

Levenets V.V., Evseytseva O.S., Chuprina N.V.
Kyiv National University of Technologies and Design
COVER DESIGN FOR MUSIC BAND "ALL THEM WITCHES"

Abstract. The article considers the key aspects of preparing the visual part of the release of the music group "All them Witches". The research was conducted on the basis of the analysis of the modern music market, namely streaming platforms and vinyl, on which the album of this group is presented. The main approaches to the formation of the album cover and its corporate style are presented.

Keywords: cover; corporate identity; cover design; vinyl; music band.

Вступ. Темою даної статті стало оформлення обкладинки та фірмового стилю альбому "ATW" музичного гурту All them Witches. Тема була обрана не просто так: це улюблений альбом авторки даної статті, вона хотіла показати своє бачення альбому, та передати його естетику через свою працю. Також вона хотіла б спробувати попрацювати у сфері оформлювача обкладинки. На перший погляд може здатися, що створювати обкладинки дуже легко, але рідко коли можна побачити дійсно цікавий, естетичний та вдалий варіант. На жаль, оригінальна обкладинка "ATW" не передає дух тих композицій, які представлені в цьому збірнику. Вона здалася авторці незакінченою та прісною.

Головна ціль – це створити стильний й лаконічний фірмовий стиль альбому. Його аудиторією стане досить велика кількість людей: підлітки, творчі люди, представники певних субкультур, або особи, кому просто подобається рок музика. Ще авторка цієї статті хотіла показати усі свої знання графічного дизайнера, які були набуті впродовж шести років навчання, а саме: наскільки гарно вона опанувала правила композиції, вдалі поєднання кольорів, чи добре засвоїла навички рисунку та живопису, опанування комп'ютерними програмами тощо.

Постановка завдання. Потрібно детальніше ознайомитись з гуртом, для якого виконувався даний проєкт. All them Witches (з англ. «всі вони/(їхні) відьми») – американський рок-гурт з Нешвілла, штат Теннессі, в якому налічується чотири особи. Існують з 2012 року, грають у стилі стонер-, психоделічний та блюз-рок (рис. 1, а) [11]. ATW – це п'ятий студійний альбом групи, який був випущений 28 вересня 2018 року. До нього входять 8 композицій (рис. 1, б). Головним його записом стала пісня "Diamond", на естетику кліпу якого авторка створювала фірмовий стиль та обкладинку (рис. 2, а, б, в).



Рис. 1. All them Witches



Рис. 2. All them Witches

а, б, в – скріншоти з кліпу пісні "Diamond"

Рок-музика – узагальнена назва низки напрямків популярної музики другої половини ХХ століття, що походять від рок-н-ролу та ритм-енд-блюзу. Зміст пісень варіюється від легкого і невимушеного до похмурого, глибокого і філософського. Рок-музика як культурний феномен породила так званий «рок-н-рольний спосіб життя», певний стиль поведінки і систему життєвих цінностей, свого роду філософію. Проте, виникнувши на основі різних жанрів рок-музики, субкультури деколи мають мало схожого. Рок-музика володіє великою енергією, яка захоплює. Вона може дати особі свободу від усталених суспільних принципів і стереотипів, від навколишньої дійсності [14].

Мета та завдання даної роботи – це створити максимально підходячий до естетики гурту мерч та обкладинку альбому, детально демонструвати процес створення, показати знання деяких навичок, які були набуті впродовж шести років навчання та детальніше ознайомити з використаними програмами.

Результати досліджень. Основою візуального стилю релізу завжди була, є і буде обкладинка, починаючи з пакування вінілових платівок, і закінчуючи зображенням на стрімінгових сервісах. Насамперед обкладинка – це обличчя альбому, те, по чому реліз зустрічають, і враження від неї часто впливає на рішення, слухати чи не слухати альбом, адже якщо у слухача співпав смак з музикантом у візуальній складовій, то, ймовірно, співпадатиме і в іншому. Також вдало підібране зображення може спростити навігацію та допомогти слухачеві знайти серед багатьох прослуханих релізів той самий, коли назва чи композиції, чи альбому або виконавця забулася, але є стійка асоціація мелодії з

обкладинкою. Все місія графічного дизайну. Графічний дизайн – це процес, що зв'язує клієнта з його цільовою аудиторією. Це творчий процес, викликаний особливими потребами, який здійснюється за допомогою особливих засобів і формується під впливом особливих цілей. Виділяють графічний дизайн фірмового стилю, упаковки, друкованих видань, рекламних матеріалів, веб-сторінок, мультимедіа, вивісок, вказівників і так далі. Одні дизайнери працюють у всіх цих областях, а інші – спеціалізуються на чомусь конкретному [8].

Важлива обкладинка і в контексті сучасного способу споживання інформації. У маркетингу є поняття "scroll stopper", і в наші часи візуальна складова відіграє значну роль у тому, щоб вона викликала бажання познайомитися з музикою, що стоїть за нею. Особливо актуально це для маловідомих гуртів, що шукають свого слухача на стрімінгах, де єдиний інструмент привернення до себе уваги зі сторінки пошуку – маленький квадратик з обкладинкою. Під впливом сучасних технологій і соціальних мереж, концентрація уваги людини на одній інформації складає лише 4 секунди. Тому хороша та гарно продумана обкладинка альбому є не тільки відмінним показником підходу до своєї музики, а й дієвим «скрол-стопером». Величезна конкуренція та стрімкий потік інформації спонукає виконавців бути вкрай уважними до візуальної складової, та приділяти цьому не менше уваги, ніж самій музиці.

Через повернення тренду до колекціонування фізичних носіїв та величезну кількість нової музики, щоб не загубитися серед тисячі і тисячі нових альбомів та збірників, музиканти мусять працювати не лише над своєю музикою, а й над візуальною складовою. Також надзвичайно важливий мерч групи – це велика складова прибутку артистів, і візуальний стиль сприяє цьому. Видатні роботи трапляються регулярно. З останніх хотіла б виділити свої улюбленні. Наприклад, перший альбом німецького рок-гурту Rammstein "Herzeleid". Він значно виділяється серед інших збірників групи за візуальним стилем: він має біле тло, на якому розташований принт квітки, яка відповідає естетиці альбому, ну і самі виконавці. Це незвично, адже більша частина обкладинок гурту має темне тло. Не менш важлива упаковка збірника, (якщо це платівка), адже чим вона цікавіша та привабливіша, тим краще. Дизайн упаковки – це один з найпотужніших маркетингових інструментів просування, певний вид комунікації між виробником і його цільовою аудиторією. Чим привабливіший оформлений товар, тим більшим попитом він буде користуватися. Хитрий хід здатний значно збільшити відсоток продажів, адже це загальновідомий факт, що красива, яскрава, помітна тара сприяє тому, що її будуть як обдуманно, так і спонтанно купувати. Кожен найдрібніший елемент повинен бути опрацьований і продуманий, адже важливо створити його таким, щоб він працював на бренд, його успішність.

Грамотний дизайн упаковки дає можливість:

1. виділити продукт серед конкурентів;
2. привернути увагу цільової аудиторії до нього;
3. підняти настрій покупцеві;
4. викликати у покупця довірливе ставлення до бренду.

Візуальний ефект дуже важливий. Численні маркетингові дослідження підтверджують, що споживач, серед безлічі інших подібних товарів, вибере те, що більше сподобається зовні.

Розробка індивідуального дизайну упаковки-складний процес, адже його результатом може стати надбанням товаром одного з головних конкурентних переваг – естетично гармонійного зовнішнього вигляду. Обов'язково потрібно брати до уваги особливості і характеристики продукту. Колірна гамма, шрифт, зображення, використані матеріали – значення має все, ніщо не можна упускати. Подбати також варто і про

збереження оригінальності і неповторності, захист від підробок, які можливі в подальшому.

Етапи роботи:

1. проведення аналізу ринку;
2. розробка оригінальної концепції;
3. створення кількох варіантів;
4. вибір одного варіанта, внесення до нього правок;
5. підготовка макету;
6. визначення оптимальної технології друку.

Це складна, багаторівнева, многозадачна, тривала процедура, що вимагає від фахівців певних знань, умінь, досвіду.

В вище згаданому альбомі – упаковка-трансформер. Тобто вона може розкладатися у різні сторони, та зберігати у собі немало цікавинок: тексти пісень, додатковий арт матеріал, цитати артистів і навіть їх автографи (таким чином вартість даної платівки стрімко зростає). Частіше вид упаковки-трансформер являє собою спеціальне видання або що.

Також потрібно згадати і про мерч гурту. Мерч - це абсолютно будь-який предмет, на який нанесена символіка певної компанії, групи, кінофільму, відеогри, організованого заходу або навіть фото улюбленого блогера з його автографом. Це настільки масове явище, що кожна людина стикається з ним десятки разів протягом дня [13]. Хочу привести в приклад молодий український рок-гурт VOVK. Вони написали лише один альбом "Lair", який був чудово оформлений: на ньому присутній рій кольорів, які передають настрій збірника. Але окремо хочу виділити їхній мерч – не дивлячись на те, що це молодий гурт, мерч приносить їм колосальний успіх. На сайті групи представлені футболки, наліпки, постери та багато іншого, що приносить фінансовий успіх артистам. Все це має естетичне, цікаве та грамотне оформлення. Мерч – це те саме, що і фірмовий стиль. У свою чергу фірмовий стиль – це набір кольірних, графічних, словесних, типографських, дизайнерських, постійних елементів (констант), що забезпечують візуальну і змістову єдність товарів (послуг) усієї вихідної від фірми інформації, її внутрішнього оформлення. Основними цілями фірмового стилю можна назвати ідентифікацію виробів і вказівку на зв'язок їх з фірмою, виділення цих товарів із загальної маси аналогічних товарів її конкурентів. Наявність фірмового стилю свідчить про впевненість його власника в позитивному враженні, яке він справляє на споживача. Це те, що робить компанію пізнаваною, рекламу – що запам'ятовується. Він виявляється в повторенні основних елементів фірмового дизайну (логотип, кольори, шрифти) на всіх елементах рекламної кампанії. При створенні фірмового стилю необхідно пам'ятати про те, що обраний стиль в ідеалі повинен мати добрий вигляд як на візитці 90×50 мм, так і на рекламному щиті площею 5 м², як у кольорі, так і в чорно-білому варіанті (наприклад, факсимільна копія) [16].

В даний проєкт входить оформлення мерчу та обкладинки альбому "ATW" гурту All them Witches (рис. 3, а, б, в). Як вже сказано, альбом представлений в двох видах музичних носіїв – стрімінговий сервіс та вініл. Мерч гурту значно різноманітніший, це: футболки, постери, шопери, значки, наліпки, кепки та інша сувенірна продукція. Стрімінгові сервіси, у яких представлений альбом називаються Bandcamp та Spotify. Bandcamp – це приватна компанія, заснована колишніми співзасновниками сервісу Oddpost. У 2008 році компанія запустила інтернет-магазин музики, який є також платформою для розкрутки музикантів. Музиканти, що використовують Bandcamp, можуть скористатися інтерфейсом сайту, а також опублікувати власні композиції. Всі

композиції доступні для користувачів безкоштовно, при цьому найчастіше надається можливість придбати альбом або конкретний трек за гнучкими цінами [15].

Spotify – це інтернет-сервіс потокового аудіо (стримінговий сервіс), що дозволяє легально й безкоштовно прослуховувати музичні композиції. Надає послуги легального онлайн-стримінгу аудіозаписів основних світових і незалежних лейблів, в тому числі BBC, Sony, EMI, Warner Music Group та Universal. Загалом сервіс доступний на ринках 187 країн світу й перекладений на більше, ніж 36 мов, серед яких є і українська. Попри стабільне зростання прибутків, збитковість Spotify продовжує збільшуватись, досягнувши 394 млн дол. за 2 квартал 2018 року. У лютому 2019 року за 340 млн доларів були придбані компанії Gimlet Media Inc. та Anchor FM Inc., які створюють і розповсюджують подкасти. До кінця року Spotify планувала витратити на подкасти 500 млн дол., вбачаючи в них серйозні рекламні можливості. З 14 липня 2020 року, сервіс доступний в Україні [18].



Рис. 3. All them Witches

а, б, в – оновлена обкладинка альбому "ATW", представлена в трьох кольорах.

Висновки. В цій статті було розглянуто ключові аспекти підготовки візуальної частини релізу музичного гурту "All them Witches". Було проведене дослідження на основі аналізу сучасного музичного ринку, а саме стримінгових платформ та вінілу, на яких представлений альбом даної групи; були викладені основні підходи до формування обкладинки альбому та його фірмового стилю.

Була розглянута головна ціль проєкту – створити стильний й лаконічний фірмовий стиль альбому. Його аудиторією стала досить велика кількість людей: підлітки, творчі люди, представники певних субкультур, або особи, кому просто подобається рок музика. Ще авторка цієї статті показала всі свої знання графічного дизайнера, які були набуті впродовж шести років навчання, а саме: наскільки гарно вона опанувала правила композиції, вдалі поєднання кольорів, чи добре засвоїла навички рисунку та живопису, опанування комп'ютерними програмами тощо.

Був створений максимально підходящий до естетики гурту мерч та обкладинка альбому, детально демонстрований процес створення, показані знання деяких навичок, які були набуті впродовж шести років навчання. В даний проєкт увійшли оформлення мерчу та обкладинки альбому "ATW" гурту All them Witches. Як вже сказано, альбом був представлений в двох видах музичних носіїв – стримінговий сервіс та вініл.

Також була виконана задача, ознайомити читача з гуртом All them Witches, їх альбомом "ATW" та з музикою, яку вони грають – рок.

Список використаної літератури

1. Березін О. В. Економіка підприємства: практикум: навч. посіб. К.: Знання, 2011. 254 с.

- Болтянська А. О., Андреева А. О., Лисак О. І. Економіка підприємства: навч. посіб. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 667 с.
3. Бондар Н. М. Економіка підприємства: навч. посіб. 2-ге вид., доп. К.: А.С.К., 2010. 400 с.
4. Васильців Т. Г., Ляш О. І., Міщенко Н. Г. Економіка малого підприємства: навч. посіб. К.: Знання, 2013. 446 с.
5. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: навч. посіб. 2-ге вид. К.: Центр навчальної літератури, 2010. 488 с.
6. Горбонос Ф. В., Черевно Г. В., Павленчик Н. Ф., Павленчик А. О. Економіка підприємства: підруч. К.: Знання, 2010. 463 с.
7. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т., Погрішук Б. В. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2010. 304 с.
8. Мус Р., Эррер О. Управління проектом в сфері графічного дизайну. 2013. 220 с.
9. Причепя І. В. Економіка підприємства. Самостійна робота студентів: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2014. 145 с.
10. Покропивний С. Ф., Соболев С. М., Швиданенко Г. О., Шапринська Л. М. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: навч. метод. посібник для самост. вивч. диск. К.: КНЕУ, 2010. 160 с.
11. All Them Witches. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/All_Them_Witches.
12. Виниловые пластинки в современном мире. URL: https://web-3.ru/audio-video/televideo/hifi/vinils/vinylplayrev/?act=full&id_article=3717.
13. Мерч (Merch) – що це таке простими словами. URL: <https://termin.in.ua/merch/>
14. Рок-музика. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%BA-%D0%BC%D1%83%D0%B7%D0%B8%D0%BA%D0%B0>.
15. Bandcamp. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Bandcamp>.
16. Фірмовий стиль. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%96%D1%80%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BB%D1%8C.
17. Дизайн упаковки. URL: <https://www.antech.ru/wiki/opredeleniya/dizayn-upakovki/>
18. Spotify. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Spotify>.