

Ларіна О.І.

студентка,

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

СПЕЦИФІКА РЕКЛАМНОГО СУПРОВОДУ МУЗИЧНОГО ГУРТУ

Створення образу, що здатен привернути увагу та зацікавити, є надзвичайно важливим кроком у творчості музичного виконавця.

Особливо це стосується молодих гуртів, котрі лише починають намацувати власний стиль. Підтримання чи оновлення образу часом стає важливою темою і для досвідчених виконавців – наприклад, у результаті творчого застою чи духовного занепаду митця, надто якщо він довгий час не давав про себе знати.

Необхідність розробки гармонійного, вираженого образу музичного альбому постає особливо гостро зараз, у добу нестримного розвитку технологій, коли вразити споживача нестандартним дизайн-рішенням доволі проблематично.

Існує достатньо джерел, де згадано різноманітні аспекти створення альбомного арту. Приміром, Ф. В. Фуртай розглядає оформлення обкладинки крізь призму синтезу мистецтв.

Крім того, важко не помітити ряд авторів, що у своїх роботах зосереджують увагу на хронологічній демонстрації показових обкладинок. Серед них, наприклад, Дж. Дрейпер, Р. Клантен, Ш. Ріверс, О. Пауелл, П. Грушкін і Д. Кінг.

Існує також безліч вартих уваги неофіційних публікацій, які розглядають процес розробки альбомної обкладинки й аспекти, що мають на неї вплив.

Недоліком згаданих досліджень є те, що вони розглядають музичну індустрію загалом, не виділяючи окремих стилів. Цю ваду компенсує Е. В. Ашбель, що у своїх працях підкреслює зв'язок дизайну обкладинок із відповідними субкультурами.

У зв'язку з цим, складно знайти публікації, зосереджені на певному жанрі; тому для визначення стильових рис потрібен аналіз творів різних музичних епох.

Мета і завдання статті – сформулювати роль обкладинки як ключової частини рекламного супроводу альбому, й окреслити фактори, що впливають на не.

Масове візуальне сприйняття музичних жанрів має сформовані моделі та стереотипи, у зв'язку з чим вони залишаються впізнаваними як аудіально, так і візуально. Формування графічних тенденцій музичної течії починається з оформлення творчості відповідного гурту, але неможливо розглядати цей процес у розриві з субкультурою, де зріє система цінностей, відображена в музиці та її візуальних атрибутах. Тому стиль генерується не одним гуртом, а декількома, і найчастіше вони мають спільну аудиторію, належну до єдиного замкненого ціннісного поля певної субкультури [2].

Основоположною складовою образу музичного альбому виступає обкладинка, що підтверджується розмаїттям її функцій:

1) Обкладинка виступає обличчям альбому. За допомогою оформлення людина ідентифікує музичний альбом як твір певного жанру, та впізнає роботу своїх улюблених виконавців з першого погляду.

Серед слухачів існують як представники замкнених субкультурних явищ, так і люди, не пов'язані з локальними спільнотами. Представники субкультур –

не надто чисельна частина аудиторії, та для розробки дизайну, що відповідатиме їх цінностям, художникам необхідно принаймні в них орієнтуватись або самому бути носієм даної субкультури. Варто підкреслити, що для роботи з виконавцями, твори яких орієнтовані на вузьку аудиторію, масові засоби реклами не залучаються. В цій ситуації дизайн альбому грає особливу ідентифікаційну та маркетингову роль [2].

2) Обкладинка здатна зробити рекламу альбому ефективнішою та розширити аудиторію, привабивши слухачів, які, навіть не є прихильниками жанру.

Це пов'язано з тим, що обкладинка – перша річ, яку бачить споживач, а отже саме вона може викликати його зацікавленість [4].

3) Графічне оформлення – це спосіб відобразити концепцію музичного альбому на супровідній поліграфічній продукції не менш змістовно та чітко, ніж у піснях. В результаті формується гармонійне, взаємодоповнююче переплетення образу та сутності.

Зазвичай пісні пов'язані між собою не лише композицією та змістом, але і єдиним настроєм. Обкладинка певною мірою відображає емоції музичних треків, щоб вони торкнулися потенційного слухача [4].

При виданні дебютного альбому обкладинка несе додаткове навантаження, оскільки з її допомогою новонароджений гурт заявляє про себе в оточенні безлічі конкурентів; крім того, вона відображає характерні риси гурту і заданий ним вектор розвитку, внаслідок чого формується впізнаваний образ і стиль.

Пошук індивідуальності – одна з найбільш актуальних і вагомих проблем творчої особистості. Від того, наскільки твір буде відрізнятися від оточення, залежить і ступінь уваги до роботи [2].

Отже, роль обкладинки музичного альбому спирається на декілька важливих функцій, а саме ідентифікаційну, маркетингову та концептуальну.

Можна підсумувати, що вказані функції певним чином збігаються із завданнями фірмового стилю, проте, на відміну від нього, альбомна обкладинка, по-перше, не скута заданими власноруч стандартами та шаблонами, і, по-друге, з усіх своїх функцій, перерахованих вище, здійснює ухил на концепцію, адже головне для неї – відображення ідеї альбому.

Список використаних джерел:

1. А. Нечай. Music meets Art vol. 1. URL: <https://www.neformat.com.ua/ru/articles/music-meets-art-vol-1.html>.
2. Ашбель Е. В. Графический дизайн обложек музыкальных альбомов: индивидуальность и общая стилистическая тенденция в единстве и противоположности. Оренбург: вестник ОГУ. 2007. № 27. Архитектура и дизайн. Теория и практика. С. 242-247.
3. Брендинг в музыкальной индустрии. Вступление. Территория творческой свободы. URL: <http://musecube.org/blogs/avtorskij-blog-dmitriya-nila/brending-v-muzykalnoj-industrii-vst/>.
4. Д. Нил. Дизайн обложек музыкальных альбомов. Часть 1. URL: <https://graph.company/blog/dizayn-oblozhek-muzykalnykh-albomov>.
5. К. Коламбет. Продвижение музыки в интернете. URL: https://netpeak.net/ru/blog/music_promotion/.
6. Оформление альбомов Pink Floyd как отдельная грань легендарного коллектива. URL: <https://estetico.me/posts/view/oformlenie-albomov-pink-floyd-kak-otdelnaja-gran-legendarnogo-kollektiva>.