

**ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ»**

ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНУ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

Котькова Тетяна Миколаївна

КВАЛІФІКАЦІЙНА ВИПУСКНА РОБОТА

на тему:

**ДИЗАЙН-РОЗРОБКА СЕРІЇ ОБКЛАДИНОК
МУЗИЧНИХ АЛЬБОМІВ ДЛЯ SIYA HIT**

Група ІК-9-22-Б1ГрД(4.0д)-Г-1

Спеціальність: 022 «Дизайн»

Спеціалізація: «Графічний дизайн»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Дипломна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів, текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Дипломант:

Котькова Т.М.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник:

Доцент кафедри дизайну, доктор філософії
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Каменецька Ю.В.
(прізвище та ініціали)

Допущено до захисту перед ЕК:

Завідувач кафедри,

Доктор наук, професор
(посада, науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

Павельчук І.А.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній випускній роботі розглянуто теоретичні, історичні, технологічні та практичні аспекти дизайн-розробки серії обкладинок музичних альбомів для виконавиці SIYA HIT. Досліджено еволюцію оформлення музичних збірок, зокрема вінілових платівок, компакт-дисків та цифрових альбомів, а також визначено роль обкладинки як важливого елемента візуальної комунікації в музичній індустрії.

У роботі проаналізовано історичний розвиток дизайну обкладинок музичних альбомів, особливості створення перших вінілових платівок, технології їх виробництва та вплив поліграфічних і цифрових процесів на формування візуального образу музичного продукту. Окрему увагу приділено значенню обкладинки у популяризації автора-виконавця, формуванні його іміджу, підвищенні впізнаваності та комерційної привабливості музичного релізу.

Проведено аналіз сучасного стану музичної індустрії та ринку альбомів, зокрема функціонування обкладинки у фізичному та цифровому середовищі. Розглянуто візуальну мову українських музичних виконавців за останні десятиліття, сучасні тенденції в оформленні музичних альбомів, а також роль соціальних мереж, стримінгових платформ і промоматеріалів у побудові цілісного образу артиста. Визначено, що обкладинка альбому сьогодні є не лише графічним супроводом музичного твору, а й інструментом айдентики, емоційної комунікації та просування.

У практичній частині виконано дизайн-розробку серії обкладинок музичних альбомів для виконавиці SIYA HIT. Серія складається з шести обкладинок: «Game Over», «Очі», «Силует», «Розбий мені скло», «Спогад» і «Час». Розроблено загальну стилістичну систему серії, що базується на поєднанні піксельної типографіки, цифрових спотворень, контрастної композиції, halftone-фактур, фрагментованого портрету та виразних кольорових акцентів.

Обґрунтовано концепцію кожної обкладинки, її композиційне рішення, колористику, шрифтове оформлення та зв'язок із загальним образом виконавиці. Визначено технічні аспекти реалізації серії, зокрема формат, матеріали, особливості друку та адаптацію візуальної системи до цифрових платформ. У результаті створено цілісну серію обкладинок, яка формує сучасний, емоційно насичений і впізнаваний візуальний образ музичної виконавиці SIYA HIT.

Дослідження спрямоване на виявлення ролі обкладинки музичного альбому як важливого елемента графічного дизайну, засобу візуальної ідентифікації артиста та інструменту комунікації між виконавцем і слухачем.

Ключові слова: обкладинка музичного альбому, вінілова платівка, графічний дизайн, візуальна комунікація, айдентика виконавця, музична індустрія, серія обкладинок, SIYA HIT, піксельна типографіка, цифрові спотворення, художньо-композиційний аналіз.

SUMMARY

The qualification thesis examines the theoretical, historical, technological and practical aspects of designing a series of music album covers for the performer **SIYA HIT**. The research explores the evolution of music album cover design, including vinyl records, compact discs and digital albums, and defines the album cover as an important element of visual communication in the music industry.

The thesis analyzes the historical development of music album cover design, the creation of the first vinyl records, production technologies and the influence of printing and digital processes on the formation of the visual image of a music product. Special attention is paid to the role of the album cover in promoting an artist, shaping their image, increasing recognition and strengthening the commercial appeal of a music release.

The research also examines the current state of the music industry and the album market, particularly the functioning of album covers in both physical and digital environments. The visual language of Ukrainian music performers over recent decades is analyzed, as well as current trends in music album design. The role of social media, streaming platforms and promotional materials in creating a unified image of an artist is also considered. It is determined that today an album cover is not only a graphic accompaniment to a musical work, but also a tool of identity, emotional communication and promotion.

The practical part of the thesis presents the design development of a series of music album covers for **SIYA HIT**. The series consists of six covers: **“Game Over”**, **“Очі”**, **“Силует”**, **“Розбий мені скло”**, **“Спогад”** and **“Час”**. A unified stylistic system of the series was developed, based on the combination of pixel typography, digital distortions, contrasting composition, halftone textures, fragmented portrait imagery and expressive color accents.

The concept of each cover, its compositional solution, color scheme, typography and connection with the overall image of the performer are substantiated. The technical aspects of the series implementation are defined, including format, materials, printing features and adaptation of the visual system for digital platforms.

As a result, a coherent series of album covers was created, forming a modern, emotionally expressive and recognizable visual image of the performer **SIYA HIT**.

The research is aimed at identifying the role of the music album cover as an important element of graphic design, a means of visual identification of the artist and a communication tool between the performer and the audience.

Keywords: *music album cover, vinyl record, graphic design, visual communication, artist identity, music industry, album cover series, SIYA HIT, pixel typography, digital distortion, artistic and compositional analysis.*

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	3
SUMMARY.....	5
ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ІСТОРИОГРАФІЧНИЙ ОГЛЯД ЕВОЛЮЦІЇ СТИЛІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОФОРМЛЕННЯ ОБКЛАДИНОК МУЗИЧНИХ ЗБІРОК.....	9
1.1 Історіографічний огляд еволюції стилістичних особливостей оформлення обкладинок вінілових платівок, дисків, музичних збірок.....	9
1.2 Технології створення перших вінілових платівок.....	13
1.3 Вплив візуальної складової на економічні чинники та популяризацію автора- виконавця у суспільстві.....	20
Висновки до 1 розділу.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ СУЧАСНИХ МУЗИЧНИХ АЛЬБОМІВ. ВІЗУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ.....	29
2.1 Аналіз ринку сучасних музикальних альбомів та вінілових платівок.....	29
2.2 Візуальні особливості.....	34
2.3 Візуальна мова та тренди в оформленні альбомів українських бендів та виконавців останніх 30 років.....	40
Висновки до 2 розділу.....	51
РОЗДІЛ 3. Дизайн-розробка обкладинок музикальних альбомів для гурту «SIYA HIT».....	57
3.1 Особливості жанру та візуальної мови виконавця – гурту «SIYA HIT».....	57
3.2 Дизайн-концепція та поетапна розробка серії обкладинок. Референси. Фото- матеріали.....	60
Висновки до 3 розділу.....	69
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТОК А (Ілюстрації).....	89
ДОДАТОК Б (Творчий проект).....	115
ДОДАТОК В (Таблиці).....	136

ВСТУП

Обкладинки альбомів у сучасній музичній індустрії є важливим засобом зв'язку артистів з їхньою аудиторією через візуальну комунікацію [3; 8]. Вони буквально створюють перше враження, яке аудиторія має про музичний твір. Саме через музичну обкладинку глядачі можуть визначити, як вона відповідає їхнім власним очікуванням щодо творчості артиста на основі жанру, емоційного тону, стилю тощо.

Зростання популярності цифрових платформ та стримінгових сервісів означає, що візуальні матеріали зараз є одним із головних інструментів для залучення аудиторії [65; 54; 62]. Тому створення унікального та легко впізнаваного дизайну обкладинок музичних альбомів стало головним пріоритетом графічного дизайну в сучасному світі.

Цю тему було обрано, виходячи з необхідності дослідити, як музичні обкладинки розвивалися з часом і як до них підходили візуально в сучасний час.

Метою цієї дипломної роботи є вивчення окремих компонентів розробки дизайну обкладинок музичних альбомів, водночас створюючи візуальні рішення у розробці музичних обкладинок для виконавиці SIYA HIT.

Для реалізації даної мети включатимуться такі завдання як:

1. Дослідити історію створення вінілових платівок.
2. Дослідити технологічні розробки, що передували першому процесу запису на вінілі.
3. Визначити, як візуальні засоби покращують маркетинг популярного музиканта.
4. Надати поточну оцінку ринку музичних альбомів.
5. Проаналізувати переважаючі тенденції в дизайні вінілових обкладинок.
6. Провести аналіз стилів та дослідити візуальну мову виконавиці SIYA HIT.
7. Створити концепцію дизайну для серії обкладинок музичних альбомів.

Методи проведення дослідження:

- Аналіз наукових та інформаційних джерел.

- Порівняльний аналіз.
- Візуальний аналіз.
- Систематизація інформації.
- Дизайнерська методологія.

Обсяг основного тексту дипломної складає 85 сторінок, при цьому загальний обсяг роботи сягає 127 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ІСТОРИОГРАФІЧНИЙ ОГЛЯД ЕВОЛЮЦІЇ СТИЛІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОФОРМЛЕННЯ ОБКЛАДИНОК МУЗИЧНИХ ЗБІРОК

1.1 Історіографічний огляд еволюції стилістичних особливостей оформлення обкладинок вінілових платівок, дисків, музичних збірок.

У першому розділі буде розглянуто стилістичний розвиток дизайну обкладинок альбомів. Дослідження зосередиться на тому, як розвивалися візуальні дизайни музичних носіїв, які були технології, що використовувалися для створення ранніх вінілових платівок, та як обкладинка альбому впливала на сприйняття виконавця.

Розглядаючи цю тему, ми побачимо, як дизайн музичних альбомів розвивався протягом багатьох років завдяки зміні художніх тенденцій, розвитку технологій та вимогам музичної індустрії.

Обкладинки альбомів – це не просто спосіб оформлення альбому, а й засіб візуальної передачі настрою, стилю та концепцію музичного твору.

Обкладинка музичного альбому є частиною візуальної культури та способом комунікації, згідно з науковими дослідженнями графічного дизайну. Розвиток обкладинок альбомів пов'язаний зі змінами художніх стилів, удосконаленням технологій друку та розвитком музичної індустрії. Аналіз літератури показує, що обкладинки альбомів перетворилися на самостійний дизайнерський об'єкт, який поєднує інформацію, мистецтво та маркетинг. [11]

Еволюція графічного дизайну – це галузь, де існує багато різних точок зору. Двоє з найвідоміших – це Філіп Б. Меггс та Річард Голліс (див. іл.1.1;1.2). Досліджуючи графічний дизайн сьогодні, можна побачити, що багато дослідників розглядають його як систему візуальної комунікації, що складається з тексту та зображення, які працюють разом. За словами Меггса, «Графічний дизайнер розробляє повідомлення за допомогою візуального середовища, складеного впорядкованим чином [51, с. 12]».Цей тип роботи можна розглядати як приклад того, як візуальні елементи обкладинки

взаємодіють між собою та передають характер і настрої музичної композиції альбому.

Розвиток музичних носіїв інформації розпочався без художнього дизайну. Наприклад, на початку 1900-х років не існувало стандартного дизайну упаковки грамофонних платівок (див. іл.1.3). Упаковка музичних платівок у перший половині двадцятого століття, як правило, мала однаковий дизайн і була упакована в універсальний конверт (найчастіше з паперу). Основна увага при розробці дизайну упаковки приділяється тому, «наскільки добре» платівка виглядатиме. До кінця 1930-х років упаковка музичних видань не мала візуального компонента, який міг би зробити її більш привабливою для аудиторії [34].

Алекс Штайнвайс (див. іл.1.4), починаючи з кінця 1930-х років, почав вносити значні зміни в дизайні. У 1939 році йому спало на думку, що замість простого оформлення альбомів для звукозаписної компанії Columbia Records, чудовою ідеєю було б використання ілюстрованих обкладинок альбомів, дизайни яких можна переглянути в додатку А іл.1.5. Саме вони стали початком великого прориву в музичному дизайні, завдяки новим стилям та використанню графічних композицій, типографіки та кольорів. За словами Стівена Джонса, ілюстровані обкладинки «значно підвищили інтерес до музичних видань та сприяли збільшенню продажів завдяки цьому новому способу». [49, с. 102]

Основи для створення дизайну обкладинок музичних альбомів були закладені в 1940-х і 1950-х роках з початком модернізму. Геометричні форми, асиметричний дизайн та функціональне використання типографіки – все це характерні риси модернізму. Зокрема, дизайнери, що працювали у сфері джазу, такі як Рід Майлз (див. іл.1.6) , відіграли важливу роль у цьому переході. Він використовував поєднання фотографічних зображень та типографських літер, що створювало ритм і контрастний візуальний образ у своїх дизайнах для Blue Note Records (див. іл.1.7). Філ Бейнс (див. іл.1.8) стверджував: «Існує певна структура дизайну обкладинок Blue Note створених та організованих з використанням мінімалістичного підходу до візуальної організації [32, с. 76].

У 1960-х роках відбувся підйом поп-арту разом зі значним зростанням масової культури та її значенням. Дизайнери створювали дизайн, використовуючи колаж, фотомонтаж, широкий спектр яскравих кольорів та дуже експериментальні комбінації шрифтів. У цьому десятилітті візуальний дизайн також почав відображати соціальні процеси, не лише зміст музики, а й соціальний контекст. Як зазначає Меггс, «Розвиток графічного дизайну як важливого компонента популярної культури розпочався наприкінці 20-го століття» [51, с. 356]

Обкладинка альбому Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band (див. іл.1.9) була важливим прикладом дизайну альбому цього періоду, створеним у співпраці з Then Again, також вона являла собою результат спільної роботи таких художників, як Пітер Блейк та дизайнер/фотограф Річард Адевон (див. іл.2.1;2.2). Використання колажу, фотографічних зображень, символічних образів – все це поєдналося, щоб створити витвір мистецтва, який називають концептуальним твором і який вплинув на те, як музичні альбоми розроблялися та випускалися з того часу [46, с. 214].

Період 1970-х-1980-х років часто описують як період зростаючих візуальних труднощів, особливо щодо дизайну музичних обкладинків. Однією з найважливіших студій, що займалися розробкою вінілових обкладинок у цей період, була Hipnosis (див. іл.2.3). Вони працювали з багатьма найінноваційнішими музикантами того часу, включаючи Pink Floyd та Led Zeppelin (див. іл.2.4; 2.5), щоб розробити оригінальні та привабливі обкладинки альбомів. Використання фотомонтажів, сюрреалістичних образів та складних композиційних рішень було відмінними рисами студії Hipgnosis, а Обрі Павелл (див. іл.2.6), один з її засновників, заявив, що «обкладинка повинна викликати інтерес і діяти як візуальна головоломка, що спонукає людей взаємодіяти з нею»[57, с. 58]. Дизайни можна розглянути в додатку А іл.2.7; 2.8; 2.9.

Результатом цього є те, що обкладинки починають утверджуватися як носії концептуального змісту, візуальні образи інтегруються у вираження музики, тим самим створюючи ширший діапазон, у якому альбом буде оцінено.

Дизайнери працюють над створенням цілісного художнього продукту, який складається як з музики, так і з візуального мистецтва, об'єднаних для створення єдиного цілісного продукту.

У 1980-х роках поява компакт-дисків змінила формат обкладинок. Фізичний розмір носія значно зменшився, що призвело до змін у композиційних підходах. Новий формат вимагав від дизайнерів пошуку візуальних рішень, які б працювали в новому масштабі, залишаючись при цьому інформативними та виразними. Девід Хесмондхалг (див. іл.3.1) зазначає: «технології, що змінюються у способах розповсюдження музики, також змінюють спосіб її візуального представлення» [44, с. 142].

З початком цифрової ери функція обкладинок альбомів кардинально змінилася. Тепер обкладинка альбому виконує функцію інтерфейсу до потокових сервісів і є просто візуальним маркером музичного контенту. Однак, хоча формат змінився, функції обкладинки альбому все ще актуальні. Наприклад, обкладинки альбомів виконують низку різних функцій, включаючи ідентифікацію продукту, визначення іміджу виконавця та представлення концепції альбому.

Сучасні наукові роботи, особливо цей внесок Кіта Негуса (див. іл.3.2), демонструють чіткий зв'язок між візуальним дизайном та культурною індустрією. Негус стверджує, що «музичні продукти існують у символічній системі, в якій візуальні елементи відіграють вирішальну роль у тому, як вони інтерпретуються» [55, с. 98].

Огляд наукової літератури дає уявлення про п'ять періодів змін, пов'язаних з еволюцією упаковки музичної продукції:

1. Період, коли не було художнього представлення музичних предметів (утилітарний).
2. Період введення ілюстрацій до музичних предметів (1930-ті роки).
3. Модерністські ідеї виникли в 1950-х роках; рух концептуального дизайну розпочався в 1960-1970-х роках.
4. Період експериментів відбувся протягом 1970-х–1980-х років;

5. Кінець 20-го та початок 21-го століть стали свідками цифрової трансформації.

Кожен із цих періодів являє собою зміну в галузі візуальної культури та технологій, що використовуються для її створення. Еволюція дизайну обкладинки як складного засобу візуальної комунікації призвела до поєднання мистецтва, інформації та комерційної цінності.

1.2 Технології створення перших вінілових платівок.

Дослідження історії звукозапису показали, що виробництво вінілових платівок пов'язане з поступовим розвитком технологічних методів запису звуку, досягненнями в розробці нових матеріалів та поступовою еволюцією виробничих методів, що використовуються в індустрії звукозапису. Поява вінілу як носія для записаної музики є одним із найважливіших досягнень в еволюції звукозапису та дозволить забезпечити більшу точність відтворення записаних звуків, а отже, відкріє нові можливості у створенні та прослуховуванні музики.

Грамофон був винайдений Емілем Берлінером в далекому 1887 році (див. іл.3.3). Цікаво, що спочатку апарат не оцінили. Наприклад, знаменитий Едісон гордовито говорив про те, що майбутнього у такого пристрою немає. Але саме грамофону судилося витіснити з ринку аудіотехніку Едісона і в цілому стати одним з найпопулярніших свого часу. Затребуваність апарату була обумовлена нововведенням в технології запису фонограми та інноваціями з тиражування записаних музичного твору. Цікаво, що самі старовинні пластинки були зроблені з целулоїду. Надалі були тривалі пошуки відповідного варіанту. Результатом став шелак.[14]

Створення вінілових платівок оцінюється як продукт розвитку різних технічних процесів запису звуків протягом багатьох років. Завдяки цьому процесу різноманітні галузі промисловості зробили свій внесок у формування цієї форми носія звуку. Інженерні рішення, визначення акустичних властивостей та промислові масштаби розповсюдження музики суттєво вплинули на те, як вироблялися та використовувалися вінілові платівки. Коли

всі ці елементи були об'єднані в один кінцевий продукт, вони утворили остаточну версію вінілу, яка відповідала галузевим стандартам щодо технічних характеристик масового відтворення музики. Вінілові платівки забезпечували стабільну якість відтворення звуку для слухача та мали здатність відтворювати достатню гучність звуку для підтримки використання альбомного формату.

Перші носії звуку виникли з механічних пристроїв, створених для запису звуку наприкінці 19 століття. Ранні платівки виготовлялися з використанням шилаку, природного матеріалу, достатньо міцного, щоб витримувати звук запису, проте шелакові платівки, як правило, Смола, відома як шелак, утворюється у твердому стані в результаті органічних процесів. Її виробництво є дивовижним, оскільки воно залежить від діяльності комах, які виробляють лак. Самки комах, що виробляють лак, споживають сік тропічної флори і, перетравивши його власними організмами, виробляють лак у результаті цього процесу. Ретро-платівки, виготовлені з шелаку, насправді були доступним, але високоякісним варіантом. Вироби, виготовлені з використанням цього матеріалу, можна впізнати завдяки дуже високій питомій вазі, високій товщині та низькому рівню стійкості до пошкодження.

Шелакові платівки мають невеликий бар'єр, який запобігає котінню голки. Це пов'язано з тим, що старі грамофони мали велику потужність. Вага головок звукознімачів зазвичай становить від 100 до 130 грамів. Голки були грубішими, ніж зараз, і їх було легко знімати, оскільки вони були потрібні лише для програвання однієї платівки. Знову ж таки, більша вага та грубість голок попередніх років створювали труднощі з програванням платівок. Також були доступні корундові голки, які відтворювали музику приблизно 150 годин, та алмазні голки – приблизно 1500 годин. Однак їх вартість була занадто високою для більшості споживачів у той період. Відповідно, шелакова платівка швидко ставала непридатною для використання. Багато виробів, що збереглися донині, мають борозни, відколи, подряпини. Коли ми говоримо про шум, пов'язаний з цими пристроями, звичайно, що ці пристрої створювали шум. Однак, що стосується пристроїв Едісона, гучність, що виробляється під час створення

музики на грамофоні, настільки відрізнялася від гучності, що виробляється пристроями Едісона, що зараз вона стала майже ідеальною; це робить це значним кроком вперед у тому, як ми створюємо музику. Для сучасних людей звук на такій гучності здавався б надзвичайно гучним і досить різким; але це легко пояснити тим фактом, що єдиним способом передачі звуку від фонографа до аудиторії був рупор фонографа без будь-якого підсилення. А оскільки, щоб нормально чути у великому просторі або для багатьох людей, потрібно створювати високу гучність.

Через обмеження, що накладалися на запис великих ділянок звуку на старих платівках, створення та зберігання повних музичних творів було складним. Крім того, всі шелакові диски відтворювалися зі швидкістю 78 об/хв (обертів за хвилину). Слід також враховувати розмір канавок на дисках. Наприклад, стандартний диск радіусом 150 мм може вмістити лише 5 хвилин аудіо. Індустрія грамофонних платівок продовжувала зростати. У 1897 році загальна кількість доступних платівок становила приблизно 500 тисяч. Вже через пару років тираж збільшився в три рази, що можна назвати досить хорошим результатом.

Виробництво відбувалося на фабриках і підприємствах, де диски формували з правильного матеріалу відповідно до заздалегідь визначених специфікацій. У 1890-х роках відбувся зсув у способі запису музичних творів на нові типи дисків. Найдавніші типи комерційних аудіозаписів називалися «шелакові платівки», на яких були записані такі категорії творів: вальси; марші; оперні арії. Більшість ранніх шелакових платівок містили музику, написану італійським тенором Енріко Карузо. Ціни на старі платівки спочатку були досить високими, оскільки вони переважно записувалися для опер, поки аристократи не почали втрачати інтерес, а попит не впав; тому їхні ціни продовжували зростати, що з часом призвело до їх зниження. Репертуар платівок також з часом розширився, і це дозволило створити багато інших типів записів, включаючи міську музику та різні форми традиційної пісні, такі як романс, комічні куплети та танці. Наявність колекції вінілових платівок вдома

відкрила людям багато дверей. Наприклад, якщо у когось є грамофон, вони можуть слухати музику щодня без необхідності наймати музикантів та заощаджувати гроші[57].

Аналітики зазначають, що шелакові платівки зазвичай відтворювали музичний контент лише кілька хвилин за раз, що значно обмежувало їхню корисність як носіїв звуку [6, с. 74].

Середина двадцятого століття ознаменувалася повною переоцінкою технології носіїв запису. Окрім розвитку технології електричного звукозапису, яка дозволила точніше відтворювати записані частоти, ніж традиційні аналогові методи, також виникла потреба у високоякісних матеріалах для використання у виробництві носіїв звукозапису. Після багатьох років досліджень і розробок, спрямованих на створення найкращого за звучанням зразка цієї нової технології, був створений полівінілхлорид (ПВХ), який забезпечував як добру еластичність, так і стабільність фізичної канавки платівки (частини фізичної вінілової платівки, яка містить фактичний звук). Ці покращення означають, що у всіх платівках, виготовлених з використанням ПВХ, присутній менше шуму (в результаті недосконалостей поверхні платівки), а також це забезпечує набагато більшу кількість відтворення (до того, як поверхня платівки стане непридатною для відтворення). Впровадження нових матеріалів також призвело до появи нових швидкостей запису, що дозволило виробникам краще збалансувати якість звуку та тривалість відтворення; [18, с. 128].

Випуск довгограючих платівок створив Альбом як невід'ємне ціле музичного твору. Тривалість від 20 до 25 хвилин дозволила структурувати та представити матеріал разом з домінуючими концепціями, а також уможливила створення повних циклів. Вимоги до розробки інженерних рішень змінилися, оскільки посилилися правила щодо того, як трек має залишатися постійним, рівномірність висоти спіралі та контроль амплітуди сигналу.

Виготовлення вінілових платівок включає кілька взаємопов'язаних етапів у рамках технологічного виробничого процесу. Перший етап – створення майстер-запису. Студія звукозапису враховує акустичні властивості приміщення,

характеристики мікрофона та те, як сигнали будуть оброблятися після того, як вони залишать студію мастерингу під час запису. Невід'ємною частиною етапу мастерингу є налаштування частотного балансу, динаміки та стереобазиса записаного продукту. Багато унікальних факторів впливають на басы під час мастерингу для вінілових носіїв. Наприклад, якщо в запис включено забагато басу, це може створити надзвичайно велику амплітуду коливань на доріжці. З іншого боку, розміщення різкого "піку" у діапазоні високих частот створює спотворення під час відтворення платівки. Тому криві еквалізації використовуються для нормалізації розподілу частот. Наступний етап включає різання лакового диска. Різальна машина прийматиме електричний сигнал і створюватиме механічні коливання різця, тому різець різатиме поверхню лаку по спіралі. Форма канавки залежатиме як від амплітуди, так і від частоти сигналу. Контроль як швидкості подачі, так і кроку спіралі надзвичайно важливий, оскільки вони впливають на рівномірність розміщення доріжок і перехресні перешкоди. Лаковий диск виступатиме в ролі шаблону, з якого буде виготовлено метал.

Металізація відбувається за допомогою електролітичного осадження. Поверхня лакового диска отримує провідне покриття перед нанесенням кожного металевого шару, що призводить до утворення негативної матриці, яка відображає деталі канавки у зворотному порядку. Цю матрицю можна використовувати для виготовлення як майстер-копій, так і штамів; окрім визначення точності виробництва копій, вона матиме найбільший вплив на термін служби реплікації. Якість металізації може впливати на рівень шуму, кількість мікродефектів та стабільність параметрів під час масового виробництва [10, с. 59; 10, с. 63].

Для пресування платівок використовуються гідравлічні преси. Вініловий матеріал формується у «пиріг» і стає достатньо м'яким, щоб під тиском утворюватися між двома штампами; надзвичайно високий тиск необхідний для створення мікрорельєфу, який тримається тиску. Для рівномірного пресування необхідне точне регулювання температури, тиску та часу; канавки, утворені в

цій точці, будуть підтримуватися протягом процесу охолодження, що захищає властивості диска. Будь-який надлишок вінілу за межами периметра дисків обрізається до заданого діаметра. Параметри пресування безпосередньо впливають на однакову товщину та площинність дисків, а також на відсутність напружень всередині кожного диска. [2, с. 91]

Виготовлення центральної етикетки відіграє значну, незалежну роль, оскільки вона друкується незалежно перед інтеграцією в процес штампування. Етикетка повинна витримувати термічні навантаження та не деформуватися в процесі. Точність центрування етикетки впливатиме на балансування платівки під час її обертання. Дизайн обкладинок продовжує розвиватися разом із розвитком технологій виробництва друкованої продукції (друку). Сьогодні офсетний друк є основним методом, який дозволяє відтворювати високоякісні кольорові друковані зображення, а також чіткість деталей. Етапи, що включають створення друкованої продукції, починаючи з підготовки макета друкованої продукції, включають кольороподіл, створення макета та вибір відповідного паперу для друку. Додавання інших процесів, таких як ламінування, тиснення або лакування, до дизайну обкладинок підвищує стійкість до зносу, а також створює тактильні ефекти. Це, очевидно, розширює виразний потенціал дизайну та впливає на сприйняття продукту [22, с. 203].

Розмір платівки приблизно 30 x 30 см створює значну візуальну площу (більшу за обкладинку компакт-диска) та заохочує рівноправне використання фотографії, ілюстрації та типографіки як частини візуальної мови дизайну обкладинки, побудованої через взаємозв'язок між обмеженнями друкованого виробництва (кількість кольорів, растр, контрастність), а також балансує естетичні дизайнерські міркування з можливостями відтворення під час виробничого процесу.

У масовому виробництві забезпечення якості є надзвичайно важливим. Вони перевіряють такі речі, як геометрія диска, рівень шуму та наявність будь-яких дефектів у канавках. Вони роблять це за допомогою тестового прослуховування та візуального огляду. Забезпечення постійної якості

забезпечить стабільні результати, дозволяючи виробникам виробляти велику їх кількість, зрештою зберігаючи легітимність виробника.

У процесі створення організації у другій половині 20-го століття відбулася стандартизація процесів, що дозволило масштабувати виробництво до різних рівнів. Одночасно зростає значення дизайнерських рішень, оскільки візуальні елементи стають більш важливими для конкурентоспроможності продукту. Скоординований технічний та художній аспект створить альбом як єдиний об'єкт у відповідному контексті. Організація альбому передбачає спільні зусилля як технічних, так і художніх елементів для створення альбому як єдиного цілого в певному контексті.

Зміни за останні двадцять років, спричинені новими технологіями, дозволили з'явитися новим методам розповсюдження музики. Вінілова платівка продовжує залишатися придатною як носій завдяки своїм особливим акустичним та фізичним якостям. Вініл досі цінується за бажання відчувати звук через фізичний носій, а не в цифровому форматі. Також, зовнішній вигляд вінілу додає йому додаткової цінності як об'єкту та дозволяє глибшу загальну фізичну взаємодію, ніж просто прослуховування музики.

Сучасні методи створення музики використовують аспекти як традиційних, так і сучасних технологій під час підготовки вихідного матеріалу. Використання цифрових носіїв під час процесу мастерингу дозволяє продюсерам зберігати звукові якості запису та використовувати змінні параметри для контролю якості кінцевого продукту; однак аналогові записи все ще зберігають своє унікальне звучання. Дизайн обкладинки альбому повинен враховувати різні медіаформати, зберігаючи при цьому впізнавану ідентичність від одного формату до іншого.

Розвиток графічного дизайну обкладинок платівок значною мірою зазнав впливу різних аспектів технології, що використовується для створення платівок. Зокрема, технічні можливості та обмеження, а також творчі аспекти дизайну. Таким чином, як технічні, так і художні елементи дизайну обкладинок платівок

працюють разом, створюючи цілісний та цілісний продукт, де звук доповнює художнє оформлення.

1.3 Вплив візуальної складової на економічні чинники та популяризацію автора-виконавця у суспільстві.

У сучасних дослідженнях дизайну та культурної індустрії вважається, що візуальний аспект (дизайн) обкладинок музичних альбомів служить певній меті як частина загальної системи комунікації між виконавцем та аудиторією. Обкладинки альбомів виступають засобом передачі візуальних повідомлень, які допомагають розвивати розуміння змісту альбому/запису та згодом впливають на те, як вони будуть сприйматися. Фактична функція обкладинки альбому виходить за рамки ідеї простого декоративного візуального елементу. Обкладинка альбому пов'язана з багатьма процесами: ідентифікацією та розпізнаванням; інтерпретацією та створенням сенсу; і, зрештою, популярністю музичного контенту.

Дослідження, проведені в галузі графічного дизайну для музики, показують значний зв'язок між тим, як графічний дизайн музичного продукту впливає на поведінку споживача. Спостереження українських дослідників підтверджують це, стверджуючи, що «перше враження про музичний продукт створюється в результаті візуальних характеристик або характеристик, таких як макет, кольори, стилі шрифтів та загальний стиль» [12, с. 156]. Прикладом є обкладинка музичного альбому, яка є основною точкою контакту слухача та може бути використана для оцінки рівня зацікавленості цього слухача.

Обкладинка являє собою візуальний ідентифікатор у рамках структури музичного ринку та є ключовим фактором для ідентичності та іміджу виконавця, а також для візуальних зв'язків музичного стилю. Дослідники візуального дизайну показали, що підтримка послідовних елементів дизайну в усіх альбомних релізах виконавця сприятиме встановленню цілісної ідентичності виконавця та підвищуватиме рівень довіри аудиторії [6, с. 203].

Те, як візуальний дизайн музичного продукту пов'язаний з певними економічними показниками в музичній індустрії загалом, є важливим. Щоб продюсери могли конкурувати на музичному ринку, вони повинні надавати споживачам не лише високоякісний аудіоконтент, але й естетично приємні візуальні елементи чи компоненти. Візуальний дизайн обкладинки музичного продукту служить засобом привернення уваги потенційних клієнтів і безпосередньо впливає на їхнє рішення щодо придбання саме цього музичного продукту. Дослідження підтверджують, що візуальна привабливість продукту збільшує потенціал комерційного успіху [18, с. 98].

Комунікативна функція обкладинки полягає у здатності передавати зміст музичного твору за допомогою візуальних засобів. Використовуючи колір, графічні форми та типографіку для створення певного емоційного фону, що корелює з музичним матеріалом, досягається цілісне сприйняття; це максимізує те, наскільки добре музика буде сприйнята аудиторією. У науковій літературі встановлено, що поєднання звукових та візуальних елементів призводить до створення складного культурного продукту [10, с. 67].

Завдяки ширшій комунікаційній системі (в яку входить величезна кількість візуального матеріалу), потенційні дизайни обкладинок стають частиною загальної маркетингової стратегії маркетологів. Візуальні рішення, інтегровані в дизайн альбому, використовуються в багатьох інших формах реклами, включаючи концертний мерч, цифрові медіа та рекламні товари. Використання візуальних рішень у дизайні обкладинки може створити єдиний образ для артиста, а також допомогти покращити його маркетинговий успіх. Цю ідею підтримали дослідники дизайну, які задокументували, що візуальні елементи артиста на всіх комунікаційних платформах призводять до більшої впізнаваності бренду його аудиторією [4, с. 145].

Використання узгоджених візуальних рішень у різних каналах комунікації сприяє формуванню стійкого образу виконавця, який закріплюється у свідомості аудиторії. У наукових дослідженнях підкреслюється, що системне застосування однакових графічних елементів — кольорової палітри, шрифтових

рішень, композиційних прийомів — створює ефект впізнаваності та підсилює ідентифікацію бренду [2, с. 145]. Така узгодженість дозволяє сприймати кожен новий музичний продукт як частину єдиної візуальної системи.

У цьому контексті обкладинка музичного альбому виконує роль ядра візуальної комунікації. Вона визначає стилістичний напрям усієї супровідної продукції, включаючи рекламні кампанії, соціальні мережі, відеоконтент і сценічне оформлення. Розробка обкладинки передбачає врахування не лише естетичних параметрів, а й стратегічних завдань просування. Дизайн стає інструментом формування довготривалих комунікативних зв'язків між виконавцем і аудиторією.

Важливим аспектом є адаптивність візуального стилю. У сучасному медіапросторі контент поширюється через різні платформи, що мають свої технічні обмеження та особливості відображення. Обкладинка повинна бути ефективною як у великому форматі (вініл, постери), так і в цифровому середовищі (іконки, прев'ю). Це зумовлює необхідність створення універсальних композиційних рішень, здатних зберігати впізнаваність у різних масштабах.

Дослідження в галузі візуальних комунікацій демонструють, що ефективність дизайну залежить від здатності швидко передавати інформацію та викликати емоційну реакцію. Умови сучасного інформаційного середовища характеризуються перенасиченістю контентом, що призводить до скорочення часу уваги користувача. У таких умовах обкладинка повинна функціонувати як концентрований візуальний сигнал, що поєднує інформативність і виразність [8, с. 63].

Окремої уваги потребує взаємозв'язок між дизайном обкладинки та процесами формування споживчого досвіду. Візуальні характеристики продукту здатні впливати на емоційне ставлення до нього ще до безпосереднього ознайомлення зі змістом. У музичній сфері це означає, що обкладинка формує первинне уявлення про стиль, настрій і якість музичного матеріалу. Такий вплив має безпосередній зв'язок із поведінковими моделями аудиторії.

У межах маркетингових досліджень встановлено, що естетично привабливі продукти частіше привертають увагу та мають вищий рівень залученості. Це пояснюється особливостями візуального сприйняття, коли яскраві, контрастні або гармонійні композиції викликають позитивні емоції. Відповідно, дизайн обкладинки може виступати фактором, що підвищує конкурентоспроможність музичного продукту на ринку [12, с. 88].

Використовуючи однакові візуальні рішення для різних каналів комунікації послідовно, ми можемо створити стабільний образ виконавця, який закріплюється в пам'яті аудиторії завдяки повторенню. Дослідження показують, що багаторазове використання різних графічних елементів (кольорів, шрифтів та композицій) створює враження знайомості та підсилює унікальну ідентичність брендів [22, с. 145]. Послідовність дозволяє нам розглядати нові альбоми як частину однієї візуальної системи.

Обкладинка альбому в цьому випадку слугує центральним елементом візуальної комунікації та, отже, визначає стилістичний напрямок для всіх інших продуктів, що створюються, таких як рекламні кампанії, просування в соціальних мережах, відеоконтент та сценічний дизайн. Під час створення обкладинки альбому необхідно враховувати як естетику, так і рекламну стратегію. Дизайн слугує засобом розвитку довгострокових комунікативних стосунків між артистом та аудиторією.

Одним із ключових елементів сучасного візуального стилю є його адаптивність до різних типів медіа. Оскільки сьогодні існує так багато різних типів медіа, доступних для формування контенту, кожен з яких має свої технічні обмеження, дві основні форми розповсюдження, які потребують розгляду сьогодні, – це великоформатне (вініл, постери) та цифрове розповсюдження (іконки/прев'ю). Тому необхідним буде створення універсальної композиційної «мови», яка може підтримувати розпізнавання в різних розмірах.

Згідно з дослідженнями візуальної комунікації, якщо дизайн ефективний, він швидко доносить інформацію до користувача та створює емоційний зв'язок. Однак сучасний світ характеризується надмірною кількістю контенту, що

негативно сприяє відсутності уваги з боку користувачів. Таким чином, обкладинка завжди виступатиме як стиснутий візуальний сигнал, що містить як інформаційні, так і експресивні властивості [8, с. 63].

Слід звернути увагу на зв'язок між дизайном обкладинки продукту та тим, як споживачі формують свій досвід використання продуктів. Візуальні характеристики продукту можуть визначити, як споживачі ставляться до нього, виходячи з емоційного ставлення, ще до того, як вони мали фізичний контакт (тобто до прослуховування музики). Для тих, хто працює в музичній індустрії, обкладинка дає початкове розуміння стилю, настрою та якості музики. Вплив обкладинки також може бути пов'язаний з купівельною поведінкою споживачів.

Маркетингові дослідження показують, що товари, які приємні для ока, привертають більше уваги та викликають вищий рівень залучення споживачів. Це пов'язано з природою візуального сприйняття, де яскраві, контрастні та гармонійні дизайни викликають позитивні емоційні реакції. Дизайн обкладинки альбому може підвищити ринкову привабливість музичного виробу [9, с. 88].

Візуальний елемент сприяє розвитку лояльності аудиторії. Послідовний стилістичний вибір призводить до створення впізнаваного образу конкретного виконавця, що з часом призводить до міцних зв'язків між творцем і споживачем. Дослідження показали, що споживачі розвивають емоційну прив'язаність до брендів через повторний вплив як візуальних, так і сенсорних елементів [3, с. 104.]

Розвиток цифрових технологій призвів до підвищеної важливості обкладинок пісень у сучасній культурі. Зі зростанням популярності потокових платформ постійно розвиваються нові формати взаємодії з музикою через цифрові медіа. Під час взаємодії з музикою в такому середовищі обкладинка функціонує як ідентифікатор придбаного або прослуховуваного товару, так і елемент інтерфейсу користувача, який допомагає користувачеві навігувати та вибирати з усіх доступних варіантів. Її основна функція полягає в тому, щоб дозволити споживачеві швидко та легко ідентифікувати та відрізнити один товар від безлічі подібних.

Коли розмір цифрового зображення зменшується, методології дизайну повинні змінюватися. Чіткість і контрастність мають більше значення, ніж будь-коли; так само і з простими формами. Візуальні компоненти повинні бути розбірливими при перегляді будь-якого розміру, що впливає на щільнішу композицію, обмежені колірні схеми та чіткіші шрифти.

Зростання соціальних мереж надає можливості для поширення більшої кількості візуального контенту. Цифрові обкладинки альбомів тепер відіграють роль взаємодії з аудиторією через соціальні мережі та включаються до постів, історій, рекламних матеріалів та відеоконтенту. Окрім того, що це спосіб просування музики, такий тип інтеграції підвищить їхню ефективність як інструментів просування.

Обкладинка відображає сучасне суспільство через свій дизайн, а також містить візуальні образи, що містять символику, пов'язану із суспільством, культурою та естетикою. Це демонструє, що обкладинки не лише естетично приємні; вони також слугують історичним записом культурного досвіду.

Візуальне представлення виконавця пов'язане з його візуальною ідентичністю. Дизайн обкладинки впливає на те, як люди сприйматимуть артиста, створює асоціації та допомагає визначити його місце на ринку. Послідовне використання візуального стилю дозволяє закріпити ідентичність артиста в пам'яті аудиторії. Дослідження показують, що візуально ідентифіковані атрибути виконавця є важливим інструментом у формуванні публічного іміджу [12, с. 119].

Вплив дизайну обкладинки на економіку можна побачити в тому, як він створює попит на продукт. Візуально привабливий дизайн привертає увагу до продукту, викликаючи бажання його споживати. У поєднанні з якісним аудіоконтентом це призводить до успішних продажів музичного продукту на його ринку [19].

Загалом, дослідження показують, що дизайн обкладинки альбому є багатофункціональною річчю та поєднує різні характеристики в одній. Існує чотири різні характеристики: комунікаційна, маркетингова, естетична та

соціально-культурна, які сприяють загальному візуальному представленню альбому. Вплив усіх чотирьох присутній у процесі сприйняття, популяризації альбому та економічній ефективності альбому.

Висновки до 1 розділу

Згідно з першою частиною дослідження, проводиться поглиблене вивчення змін у стилі всіх аспектів дизайну обкладинок музичних альбомів та того, як різні технологічні впливи та соціально-культурні фактори сприяли розвитку їхнього дизайну.

У дослідницькій роботі зроблено висновок, що загальний дизайн обкладинок музичних альбомів перетворився з елемента утилітарності (наприклад, упаковки) на окремий елемент графічного дизайну. У перші роки музичні формати створювалися без чіткого художнього графічного дизайну, але поява обкладинок альбомів з ілюстраціями в середині 20-го століття забезпечила візуальні елементи комунікації та маркетингу.

Було проведено оцінку історіографічних джерел, щоб продемонструвати, що розробки дизайну обкладинок розвивалися з художніх тенденцій чи рухів та їх трансформацій з часом; ці тенденції включають модернізм, поп-арт та постмодернізм. Крім того, візуальні елементи на обкладинках відображали як музику, представлену у творі, так і соціально-культурне середовище, в якому ці твори були створені. З часом сам дизайн обкладинки перетворився на відображення інтелектуальної думки чи ідей; тому музична композиція та художнє вираження, що містяться на обкладинці, тепер являли собою витвір мистецтва.

Дослідження технології, що використовується для виробництва вінілових платівок, допомогли зрозуміти, як записується звук, які матеріали використовуються для виготовлення платівок та як саме виробляються платівки. Перетворення шелаку на вініл покращило якість звуку, збільшило тривалість запису та розширило можливості для розвитку формату альбомів. Фізичні характеристики цих нових форматів платівок також відіграли важливу роль у

формуванні візуальної ідентичності, диктуючи дизайнерські вимоги, необхідні для графічного дизайну обкладинок для вінілових альбомів.

На основі оцінки історичного розвитку технологій, а саме підрозділу 1.2, можна зробити висновок, що прогрес звуконосіїв зумовлений постійним удосконаленням технічних, матеріальних та виробничих процесів з часом. Перехід від використання ранніх методів механічного запису до використання полівінілхлориду як основного матеріалу звуконосія призвів до покращення якості звуку, збільшення терміну служби звуконосіїв та розширення можливостей відтворення музики.

Перехід від шелаку до вінілових платівок виявився вирішальним для створення інноваційного кроку вперед в еволюції музичної індустрії. Інновації в матеріалах продукції та технологіях виробництва забезпечили менше шуму, більшу точність записаного звуку та довший час запису, що призвело до розвитку альбомного формату як цілісної музичної сутності.

Було проведено дослідження щодо виробництва вінілових платівок, зосереджуючись на процесі майстер-запису, вирізання лакового диска, створення металевого майстер-коду (або металевих деталей) та пресування. Було виявлено, що кожен етап (майстер-запис, вирізання лакового диска, створення металевого майстер-коду та пресування) відіграє важливу роль у розвитку загальної якості кінцевого продукту (вінілової платівки), а також визначає технічні характеристики носія (вінілових платівок).

Дослідження показали, що технології впливають на візуальне представлення через обкладинки музичних творів. Наприклад, різні способи запису музики та різні методи виробництва друкованих матеріалів призвели до того, що обкладинки музичних творів стали специфічним видом графічного дизайну.

Поява технологій друку (особливо офсетного друку) розширила можливості самовираження дизайнерів; це призвело до можливості експериментувати з новими композиційними рішеннями, а також кольором,

текстурою та типографікою, щоб забезпечити більш суттєвий вплив на розвиток візуальної культури навколо музичних альбомів.

Технологія, що використовується у виробництві вінілових платівок, сформувала як технічні характеристики звуконосіїв, так і забезпечила основу для дизайну обкладинки, яка є невід'ємною частиною візуальних комунікацій у музичному бізнесі.

У попередньому підрозділі 1.3 було показано, що візуальний аспект релізів музичних альбомів впливає на багато різних економічних показників, а також на те, наскільки успішним був виконавець у популяризації себе. Дизайн альбому виступає візуальним ідентифікатором, допомагає створити загальне враження про артиста у споживачів та створює певний рівень обізнаності споживачів через імідж, впливаючи таким чином на те, як споживач поводить себе щодо купівлі продукту. Більш конкретно, обкладинка альбому впливає на те, як споживачі формують своє перше враження про артиста, а також на те, чи вирішують вони, який музичний продукт купити.

Було продемонстровано, що дизайн обкладинки є невід'ємною частиною системи маркетингових комунікацій та використовується в кількох каналах просування, включаючи друковану продукцію та цифрові канали. Коли візуальні компоненти узгоджені, вони допомагають створити єдину ідентичність для виконавця, а також підвищують ефективність позиціонування на ринку.

Через цифровізацію музичної індустрії, функція обкладинок еволюціонувала, проте їх значення залишається актуальним. Обкладинка є візуальним маркером контенту та забезпечує засіб для визначення місцезнаходження музики в цифровому просторі, а також продовжує впливати на те, як аудиторія сприймає музичний продукт.

На завершення, це дослідження робить висновок, що графічний дизайн обкладинок звукозаписних альбомів – це складна система багатоцільових функцій з багатьма різними художніми, комунікативними та фінансовими елементами. Еволюція цих обкладинок альбомів залежить від взаємодії між

технологіями, культурою та ринком, які сприяють формуванню сучасної візуальної культури в музичному бізнесі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКУ СУЧАСНИХ МУЗИЧНИХ АЛЬБОМІВ. ВІЗУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ

2.1 Аналіз ринку сучасних музикальних альбомів та вінілових платівок

У другому розділі буде проаналізовано сучасний ринок музичних альбомів і вінілових платівок, визначено значення візуальної складової у структурі музичного продукту простежено основні зміни у візуальній мові українських гуртів та виконавців за останні 30 років.

Буде встановлено, що сучасний музичний ринок України розвивається у двох взаємопов'язаних форматах, а саме цифровому та фізичному. Цифровий сегмент, представлений стримінговими платформами, забезпечує широке охоплення аудиторії, швидке поширення релізів і формує нові моделі популярності. Фізичний сегмент, насамперед вініл, набув статусу колекційного та іміджевого продукту, в якому важливим є не лише звук, а й обкладинка, поліграфія, предметність та естетична цілісність. Увагу буде зосереджено на зростанні до українського вінілу, збільшенні кількості локальних релізів і високі продажі українських артистів у цьому сегменті.

Сьогоднішня музична індустрія функціонує за кількома категоріями оплати праці артистів: цифровий, платформний, живі виступи та фізичні продажі. Якщо десятиліття тому продаж реального фізичного об'єкта створював дохід для артиста, то сьогодні значна частина доходу генерується через цифрові платформи, які стали основним засобом зв'язку артиста з шанувальниками. Зараз існує швидкий доступ до контенту, який може поширюватися по всьому світу та оновлюватися цілодобово завдяки доступу до потокових сервісів. Потокові сервіси обговорюються в академічній літературі не лише як технічний засіб доставки музики, але й як культурний та соціальний засіб, за допомогою якого слухачів впливають на ідентифікацію себе з національними особливостями, поведінкою та тенденціями, пов'язаними з музикою, або на їхню поведінку відповідно для популяризації місцевої музики серед молодшої аудиторії. У статті О. Скопцової та Н. Регеші (див. іл.3.4;3.5) стверджується, що

розвиток цифрових технологій, інтерактивних медіатехнологій та візуального мистецтва відіграв важливу роль у викладанні нової сучасної культури України, а потокові сервіси відкрили нові можливості для спілкування з аудиторією та залучення людей до прослуховування музичних творів з України. [13; 20].

Цифрова платформа стала однією з головних рушійних сил розвитку української музичної індустрії. Цьому сприяли різні фактори, зокрема зростання внутрішнього попиту на українську музику та вплив еволюції мови, що використовується в медіа, на цей попит, а також те, як соціальні мережі та платформи змінили загальну динаміку української музичної індустрії. Приклади відповідних досліджень Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого свідчать про те, що зміни в законодавстві та сприйнятті української музичної індустрії суттєво трансформували спосіб виробництва та маркетингу української музики. Здебільшого кількість нових українських пісень, створених протягом 2017-2018 років, значно зросла, і багато українських музикантів почали виступати перед великою аудиторією в Україні та, як такі, зазнали збільшення кількості запитів на свою музику у вигляді продажу. Музичний ринок став частиною креативної економіки, а не просто периферійним сегментом індустрії розваг [13].

Роль стрімінгових сервісів у формуванні сучасного музичного ринку та миттєвої популярності артистів тепер є іншим елементом того, як створюється музичний ландшафт. У 2024 році ми бачили статистику від Суспільного, який посилався на Spotify, Apple Music та YouTube Music, що Jerry Heil накопичив 499,9 мільйона стрімів, Клавдія Петрівна – 497 мільйонів, Артем Пивоваров – 347 мільйонів, Yaktak – 335,6 мільйона, Alyona Alyona – 314,7 мільйона, а DOROFEEVA – 242,8 мільйона стрімів (див. іл.3.6;3.7;3.8). Ці цифри є чітким свідченням того, як сучасна музична індустрія залежить від того, наскільки помітним є цифровий світ для артистів, а також від того, як швидко вони розповсюджують свою музику на основі алгоритмічних рекомендацій, а також від того, скільки часу та енергії їхні артисти витрачають на підтримку присутності в медіа [27].

Визначення альбому змінилося, оскільки потокове передавання змінило наше сприйняття альбомів як фізичної сутності, яка раніше була місцем, де купували та зберігали музику в повному обсязі. Однак сьогодні альбоми випускаються виключно разом з багатьма іншими видами музики, такими як: окремі пісні, кілька пісень у мініатюрних релізах, співпраця з іншими виконавцями та їх окреме просування. Альбоми нікуди не зникли; вони просто мають нове значення. В цифрову епоху альбом – це лише один зі способів презентації музики. Інші формати включають: окремі пісні, вертикальне відео, тизери та/або візуальні частини, що поширюються в соціальних мережах. Візуальна присутність альбому набула більшого значення, оскільки слухач часто взаємодіє з продуктом виконавця спочатку через невеликий квадратний простір, який його представляє, наприклад, обкладинку альбому (у рекомендаціях), та/або через попередні перегляди в соціальних мережах. Тому сьогоднішній ринок більше ніж будь-коли покладається на здатність візуальних образів з альбому швидко закріплюватися в пам'яті [21;39].

Хоча цифровий сектор займає значну частину загального медіаландшафту, фізичні носії все ще вважаються цінними. Прикладом цього є відродження вінілових платівок. Сучасні вінілові платівки більше не використовуються як засіб масової інформації в сучасному суспільстві, як це було у другій половині 20-го століття. Вони стали преміальними, колекційними, естетичними та образотворчими предметами, а не предметом для прослуховування найновішої музики. Станом на 2026 рік зберігається тенденція до зростання частки України в вінілі. Зараз у каталозі Vinyla представлені три окремі категорії («Релізи 2026», «Українські релізи» та «Вінілові платівки») (див. іл.3.9), що свідчить про постійне оновлення каталогу та зростання підтримки вінілового формату музичним ринком в Україні. Виходячи з цієї інформації, можна зробити висновок, що інтерес до вінілу з боку українських музикантів/виконавців та лейблів не зменшується, а навпаки, набирає обертів [17; 21; 15; 38; 52]

Статистика продажів також підтверджує зростання попиту на вініл, вироблений в Україні: чотири з десяти найпопулярніших вінілових виконавців

за 2020–2023 роки є українськими: «Скрябін» (див. іл.4.1;4.2), ONUKA (див.іл.4.3), LATEXFAUNA (див.іл.4.4) та ДахаБраха (див. іл.4.5). Розширення списку до 30 позицій лише збільшує кількість українських виконавців, включаючи Океан Ельзи (див.іл.4.6), Джамалу (див.іл.4.7), The Hardkiss (див.іл.4.8) та VV (див.іл.4.9;5.1). Структура продажів цього сегмента ринку показує, що місцевий продукт поступово набирає силу в сегменті споживання колекційної музики. Українська музика перестає бути винятком у каталозі; вона явно визнається бажаним та очевидним фактором і на фізичному ринку.

Популярність вінілу можна пояснити багатьма факторами, зокрема його матеріальністю — фізичний формат нагадує нам про об'єктивну реальність, уособлює безперервність і має цінність як об'єкт колекціонування в епоху цифрового перенасичення. Хоча платівка може забезпечувати звук, вона також розглядається як витвір мистецтва. Окрім великої обкладинки альбому, вкладишів, листівки, іноді навіть кольорових дисків та оригінальної упаковки, платівки також вважаються символічними за своєю природою, оскільки купівля платівки забезпечує символічну підтримку артиста та є засобом посилення вашого зв'язку з його художнім самовираженням. Артисти та представники індустрії називають інтерес публіки до придбання вінілу доказом успіху та розглядають це як доказ того, що музикант має ринок, який готовий фінансово підтримувати матеріальне втілення їхньої музики [66].

Поточний стан ринку вінілу в Україні можна охарактеризувати як дуже вимогливий. Більшість виробництва платівок для українських артистів відбувається за межами України, і, своєю чергою, загальна вартість виробництва продукту суттєво залежить від логістичних обмежень, виробничих тиражів, митних процедур, потреб у друкарні, роялті та обмежених релізів. Тривалий та дорогий процес виробництва вінілових платівок робить їх непрактичними як поширений вид носія інформації у повсякденному використанні цього терміну. І навпаки, вони служать маркерами статусу, фізичним доказом музичного творіння та збільшують символічну цінність музики. Зі зростанням вартості та складності виробництва альбому зростає і

важливість обкладинки; таким чином, слухач купує не лише альбом, а й весь його комплект [15; 16; 40].

Слід також пам'ятати, що ландшафт сучасної музики – це ландшафт, що базується на враженнях. Наскільки конкурентним є ринок, можна оцінити, оцінюючи якість звуку, а також якість комунікації про артиста; отже, те, як артист послідовно підходить до свого іміджу, оголошень, концепцій, організованих у соціальних мережах, синглів, відео та концертного візуального матеріалу, впливатиме на загальний успіх випущеної пісні чи альбому. У тих випадках, коли реліз впливає на інші продукти чи послуги, що пропонуються як цим конкретним артистом, так і іншими артистами чи брендами, він стає єдиною частиною більшої екосистеми бренду. Вчені та фахівці галузі, які вивчають музичну індустрію, погоджуються, що музичні продукти є частиною креативних індустрій, і що цінність створюється завдяки поєднанню художнього контенту, управлінських рішень, технологій та комунікацій. Тому вивчення сучасного стану музичної індустрії вимагає розуміння впливу візуальних компонентів [13].

Створена правова база також є суттєвим фактором, що вплинув на функціонування українського ринку. Як зазначає Національна рада, Закон України «Про медіа» створив зобов'язання для радіомовників постійно та в прайм-тайм транслювати не менше 40% пісень державною мовою. Моніторинг за 2025-2026 роки показує, що більшість мовників здатні виконати або перевищити ці квоти. Це сприятиме поширенню української музики через радіо та її майбутньому аудіовізуальному просуванню. Зростання популярності музичного твору створює додатковий попит на легко впізнавану обкладинку, цілісний стиль та сильний імідж бренду виконавця [26; 42; 53].

Існує два способи зрозуміти, як працює сучасний український ринок музичних альбомів. Потокове передавання є кращим способом для більшості шанувальників слухати та купувати музику сьогодні, але артисти все ще випускають вінілові платівки, які допомагають фізичному альбому знову стати унікальним культурним артефактом. Швидкість доступу та розповсюдження є

ключовими факторами в цифровій моделі, тоді як естетика, колекційна цінність, довговічність та матеріальність об'єкта важливі у фізичній моделі. Хоча жоден із способів продажу не заперечує інший, вони співіснують та взаємодоповнюють один одного, де успішний цифровий реліз створює попит на фізичний запис, тоді як наявність красивого, унікального, довговічного об'єкта підвищує культурну цінність цього музичного проєкту [21;44].

Відповідно, кілька ключових особливостей формують сучасний ринок музичних альбомів/вінілових платівок в Україні:

- зростання популярності стрімінгових платформ;
- зростання популярності українських виконавців;
- відродження колекційних фізичних носіїв;
- складність просування музики; та посилення акценту на візуальній презентації.

Це середовище перетворює обкладинку альбому з допоміжного елемента музичного продукту на стратегічний актив для встановлення присутності на ринку[13].

2.2 Візуальні особливості

Візуальні аспекти музики впливають на здатність людини оцінювати та переживати її. Обкладинка альбому перетворюється з суто репрезентативної функції на фактичний комунікатор. Обкладинка альбому служить вступом до творчого самовираження виконавця в музичному всесвіті та дає слухачеві можливість візуалізувати свої очікування від музики задовго до того, як він її почує. Обкладинка може впливати на загальне сприйняття слухачем виконавця, створюючи позитивні перші враження про музику, жанр, емоції, естетику та розмір. У цифровому середовищі, наповненому численними музичними пропозиціями, обкладинка альбому буде першим візуальним контактом з музикою перед її прослуховуванням, і саме зображення обкладинки вплине на рішення слухача взаємодіяти з музикою, тим самим збільшуючи потенціал для виявлення релізу [27].

Унікальною характеристикою сучасних обкладинок є те, що вони функціонують у кількох контекстах одночасно. По-перше, як квадратне зображення в рамках стрімінгового сервісу. По-друге, як компонент публікацій про реліз у соціальних мережах. По-третє, як частина фізичної упаковки платівки/диска. По-четверте, як частина загальної системи ідентичності художника. В результаті всього цього існують різні, але взаємодоповнюючі вимоги, яким має відповідати візуальне рішення. Воно має бути виразним у малій формі, емоційно ефективним у цифровому світі, мати можливість збільшуватися та правильно відтворюватися у друкованому вигляді, а також зберігати узгоджений стиль із загальним образом художника [54; 65; 72].

Сучасні обкладинки альбомів зазвичай мають менш складні візуальні елементи, ніж їхні попередники (які використовували менші зображення для створення завершеної композиції, що включала більший обсяг тексту). Частково через сучасні цифрові носії, де обкладинки альбомів, ймовірно, потрібно легко побачити на маленькому екрані, зросла потреба у великій графіці (тобто силуеті, логотипі, кольорі), а також у використанні більшого тексту та чіткішої візуальної композиції для досягнення максимальної впізнаваності, коли слухач вперше візуально контактує з альбомом. У цьому відношенні можна розглянути чотири концепції брендингу: обкладинка альбому має бути легко ідентифікованою, мати емоційний вплив, виділятися серед конкурентів, зберігаючи при цьому візуальну розбірливість для досягнення бажаної мети [68].

Концептуальність зараз є головною характеристикою обкладинок. Обкладинка більше не обов'язково має ілюструвати назву чи фотографію виконавця. Все частіше використовуються концептуальніші підходи, такі як метафоричне мислення, символічне кодування, алюзія, сюжетна підказка та інші символічні аспекти. Візуальне представлення альбому зазвичай не відображає музичний зміст буквально, воно створює новий тип атмосфери чи середовища. Тому дизайн не поєднує музику з її оформленням, а створює можливість для слухача інтерпретувати дизайн. Обкладинка тепер за своїми

дизайнерськими характеристиками ближча до сучасного постера, авторської фотографії, редакційного макета та ідентичності культурної події.

Типографіка відіграє свою особливу роль у дизайні альбомів. Назва альбому, ім'я виконавця, знакові форми літер, логотипи та шрифтові системи стають дедалі рівноціннішими візуальними елементами, а не просто додатковою інформацією. Типографіка може варіюватися від агресивної до мінімалістичної, від геометричної до рукописної, від старовинної до нечитабельної та експресивної, залежно від характеру музичного матеріалу. У багатьох сучасних дизайнах альбомів шрифт часто задає інтонацію жанру, що випускається. Електронний жанр часто використовує суворі беззасічкові та техногенні літерні конструкції, а також ритмічні сітки, тоді як інді-, фолк або альтернативні жанри схильні використовувати більш виразні елементи ручної роботи та м'якшу або дивно недосконалу форму. У поп-альбомах дизайн характеризується поєднанням структурованої типографіки та сильного фотографічного елемента. Однією з причин цієї тенденції є те, що сучасні музичні продукти повинні бути не лише відмінними, але й стилістично цілісними [29; 70; 71].

Не менш важливим аспектом обкладинки альбому є організація кольору. У дизайні альбому колір служить механізмом емоційного кодування. Наприклад, колір та його використання можуть сприяти візуальним сигналам драматизму, ніжності, іронії, урбаністичності, ностальгії, святковості, напруги, інтимності, а також світлої чи темної природи звуку. Існує низка різних моделей використання кольору, які використовуються сьогодні, що можна побачити в багатьох сучасних альбомах: монохроматичні або майже монохроматичні дизайни, що створюють камерні або авторські настрої; контрастно акцентовані палітри для швидкого розпізнавання музики; приглушені кінематографічні кольори для створення атмосферного оточення; етнічні кольорові палітри для передачі концепції культурного коду. Тому колір у цьому контексті є лаконічним засобом вираження емоційної сутності музики, а не просто декоративним засобом [30].

Внесок фотографії у створення альбомів значно змінився з часом. Протягом багатьох років фотографічний портрет художника слугував переважною формою візуального представлення. Він забезпечував буквально уявлення про художника з точки зору його фізичного вигляду, а також служив для ідентифікації художника. Однак, протягом останніх років, замість використання документальної фотографії для зображення художника, обкладинки альбомів все частіше створюються з використанням стилізованого, постановочного, наративного або концептуально маніпульованого зображення. Спосіб, у який фотографія використовується в поєднанні з графікою, колажами, текстурами, цифровими ефектами, ілюстративними вставками та типографічними шарами, означає, що фотографічне зображення більше не є неупередженим візуальним представленням об'єкта художника, а радше частиною складнішого макета [73].

Для фізичних форматів візуальні компоненти стають дедалі важливішими. У випадку вінілових платівок обкладинка знову ж таки представлена з точки зору масштабу, текстури та об'єктивності. Хоча обкладинка цифрового запису може існувати лише як мініатюрне зображення, що відображається на екрані, обкладинка вінілової платівки також є тактильним об'єктом. Щільність паперу, якість друку, насиченість кольорів, ламінування та інші прикраси; включення додаткової вставки або постера тощо – все це сприяє загальному художньому враженню. З цієї причини обкладинка кожного диска має бути ретельно продумана; вона має функціонувати як самостійний об'єкт і часто впливає на рішення споживача щодо купівлі альбому так само сильно, як і список треків.

Сьогодні існує багато способів представити свою ідентичність за допомогою різних типів обкладинок, наприклад, на обкладинках альбомів. Обкладинка альбому створює візуальне посилання для всіх типів рекламного контенту, включаючи фотографії, відео, постери, дописи в соціальних мережах тощо. KAZKA – чудовий приклад того, як обкладинки альбомів є не просто окремим зображенням, а представляють усю візуальну та культурну екосистему,

пов'язану з брендом KAZKA (див іл. 5.2;5.3) .Для KAZKA нова обкладинка альбому використовує новий логотип та емблему KAZKA, створені для метавсесвіту KAZKA SVIT; таким чином, нова ідентичність бренду відображає креативність, український національний культурний код та включає ці елементи в новий дизайн обкладинки. [4].

Щодо серійної презентації (або повторення) художнього твору, у багатьох сучасних візуальних формах культури можна знайти концепцію «пакету» або «групи продуктів». Пакет може включати сингли (окремі) та обкладинки виконавця/альбому, і разом вони створюють єдине візуальне представлення роботи виконавця та стилю альбому. Наразі на ринку цифрової музики слухачі спочатку отримують «фрагменти» музики; тому використання таких форматів, як повторення елементів, є критично важливим для того, щоб слухач створював відчуття «одного» елемента для треків, які він слухає. Під час розробки графічних матеріалів для музичних пакетів, наприклад, дизайнер використовуватиме підхід створення однієї обкладинки, а також «наборів» дизайнерських рішень (тобто «зовнішнього вигляду», типографіки, кольорової палітри), які візуально пов'язані (наприклад, графічна ідентичність виконавця). Це дозволяє музичним дизайнерам представити свій завершений пакет унікальним та привабливим способом для своєї аудиторії, водночас забезпечуючи безперервність та узгодженість у різних системах або наборах, які вони створюватимуть. Коротше кажучи, дизайнери можуть і повинні розглянути можливість використання «системного підходу» для створення своїх дизайнів музичних пакетів.

Сучасна візуальна естетика платівок справді відображає жанр музики, яку вони представляють. Наприклад, поп-музика історично надавала перевагу чіткому представленню артиста через глянсову фотографію, чіткому та впізнаваному бренду, акценту на доступному емоційному змісті через використання фотографом власних емоцій на фотографії, а також високій впізнаваності бренду артиста. З іншого боку, альтернативні/інді-проекти історично обирали експериментальні, менш репрезентативні та більш

концептуальні (а не буквальні) підходи до своєї візуальної ідентичності. Електронна музика також зазвичай представляла більш абстрактний стиль, використовуючи геометричні фігури, цифрові текстури та абстрактні ритми. На противагу цьому, фолк/етнічні проекти зазвичай використовували символізм, орнаменти та переосмислення традиційних символів. Тим не менш, на сучасному ринку відсутнє жорстке розмежування між жанрами, і тому можна спостерігати зростаючу поширеність гібридних візуальних репрезентацій у сучасній музиці, коли, наприклад, поп-реліз може містити артхаусне візуальне представлення артиста, а незалежний/інді-реліз може містити надзвичайно сильний візуальний брендинговий пакет [45].

Ключовим фактором стала зміна у способах створення обкладинок. Раніше макет альбому часто створювався як унікальне друковане завдання; зараз частіше дизайн реалізується у співпраці багатьох учасників (художника, арт-директора, фотографа, кількох дизайнерів, стилістів, дизайнерів руху, цифрової команди тощо). У деяких випадках навіть художник безпосередньо залучений до початкової концепції твору мистецтва. Такий спосіб співпраці надає візуальному рішення характеру частини авторського голосу, а не зовнішнього об'єкта. Сучасний дизайн обкладинок альбомів часто схожий на кураторську роботу, де цінними є не лише окремі компоненти, а й взаємозв'язки між ними; «тон» або «звук»; «ритм»; та розвиток теми.

Візуальні характеристики сучасних альбомів були визначені за п'ятьма критеріями:

1. лаконічність форми;
2. концептуально спрямовані зображення;
3. типографіка як активний учасник;
4. кольорове кодування для передачі емоцій;
5. фотографія, поєднана з графікою.

Кожна з цих характеристик вказує на те, що сучасна обкладинка альбому функціонує як життєздатний засіб комунікації, який впливає на те, як люди сприймають, насолоджуються та цінують музику

2.3 Візуальна мова та тренди в оформленні альбомів українських бендів та виконавців останніх 30 років

Обкладинки українських альбомів за останні три десятиліття є дзеркалом, яке показує не лише те, як окремі артисти змінювали свої творчі стилі, але й як змінилося ширше соціально-культурне середовище, технології та музична індустрія. Протягом цих тридцяти років те, що колись було просто ілюстративною конвертом для музичного релізу, перетворилося на невід'ємну частину бренду артиста, а також спосіб комунікації з публікою. Спосіб розповсюдження музики наразі, впровадження цифрових платформ розповсюдження, наявність місцевих записів поряд із іноземними, відродження платівок та конкуренція між артистами за увагу слухача – все це відіграло важливу роль в еволюції сучасних українських обкладинок альбомів. Аналітики та науковці музичної індустрії в Україні (і за її межами) розглядають її як новий креативний сектор та окрему економічну екосистему; однак, хоча методи виробництва/розповсюдження/продажу зазвичай розглядаються в першу чергу, візуальне представлення музичного релізу є важливим аспектом загального розвитку кар'єри артиста [13; 16; 41].

Роль музичного альбому зараз полягає в тому, щоб бути цілісним представленням вашої музики, а також збіркою пісень. Візуальний елемент альбому часто буде першою точкою контакту між слухачем та альбомом, коли вони бачать його на стрімінговій платформі, чують його в рекламі або бачать його в соціальних мережах; вони можуть побачити обкладинку альбому, перш ніж почують будь-яку з пісень з альбому. Це означає, що візуальний аспект альбому став одним з основних методів визначення позиціонування виконавця. За даними українських дослідників, сьогодні цифрові платформи впливають на те, як люди слухають музику, а також на те, як люди розвивають та ідентифікують себе зі своєю культурою. Візуальна презентація музичного релізу є важливою частиною його загального культурного значення [20].

Еволюція дизайнерської мови обкладинок українських альбомів зазнала впливу низки зовнішніх факторів. Одним з головних факторів був зсув у

медіатехнологіях. У 1990-х-2000-х роках обкладинки альбомів розроблялися переважно для друкованих ЗМІ (наприклад, у вигляді фізичних обкладинок для компакт-дисків або касет). Однак згодом дизайн обкладинок альбомів існував переважно у вигляді цифрової графіки. В результаті потокового передавання невеликі формати графічних файлів зараз є нормою, що вимагає нових вимог до дизайну та практик щодо макетування, використання кольору та типографіки. Ще одним важливим фактором, який вплинув на дизайнерську мову та функцію обкладинок альбомів, є зростаюча важливість музичного брендингу в індустрії. Виконавців більше не розглядають виключно як творців автентичної музики; виконавців також розглядають як творців цілісного «іміджу бренду», що включає обкладинку їхнього альбому. Подальшим зовнішнім впливом є розвиток та зміцнення місцевого культурного контексту, в якому діють сучасні українські музиканти. Все частіше місцеві музиканти спираються на власну національну ідентичність у своїй музиці, творах мистецтва та мові дизайну. Ринковий фактор є четвертою з цих причин. Зі збільшенням ефірного та онлайн-присутності української музики, а також продажів фізичних копій, рівень візуальної якості став вищим завдяки прямій конкуренції за споживачів. Закон «Про медіа» вимагає, щоб щонайменше 40% пісень були державною мовою протягом кожного дня та протягом дня та у певні часові проміжки, а результати моніторингу Національної ради показують дуже суттєве перевищення цих норм, що також підвищує видимість музичної продукції України [24].

Статус фізичного альбому зазнав фундаментальних змін, що було не менш важливим, враховуючи очікуване відродження інтересу до вінілових платівок в Україні. Вони знову стали важливим матеріальним засобом передачі естетичного досвіду. За даними Суспільного (2023), того року «Vinyla» опублікувала приблизно п'ять вінілових платівок, і наразі на 2024 рік заплановано випуск 16 вінілових платівок – значне збільшення та свідчення зростаючого інтересу до цього формату. У цьому контексті обкладинка альбому тепер слугує не просто цифровим представленням альбому; це об'єкт великого

формату, де носії, папір, кольори, текстури та упаковка стали набагато важливішими, ніж їхні традиційні ролі. Ці зміни безпосередньо впливають на те, як дизайнери підходять до дизайну обкладинок альбомів [15;28].

Візуальна мова 1990-х: етап персоніфікованої поп-репрезентації В епоху 1990-х років очевидно, що існував сильний зв'язок між візуальною мовою українських музичних альбомів та зображеннями виконавців. Одне фотографічне зображення виконавця було в центрі більшості композицій; це могло включати портрет обличчя або постановочну фотографію виконавця, зайнятого певним видом виконавської діяльності. Основною функцією обкладинки альбому було просування виконавця, демонструючи світові його образ, фізичні характеристики, стиль виконання та/або персону. Хоча шрифт зазвичай мав форму простого типографічного дизайну з мінімальними елементами дизайну, його функцією було переважно надання додаткової візуальної інформації про

виконавця. У той час у поп-індустрії особистість виконавця була основним засобом комунікації між музичним продуктом та ринком. Тому на той час музичній індустрії ще не потрібно було створювати багаторівневий концептуальний дизайн для музичних продуктів або мати складну систему брендингу для просування музичних продуктів.

Павло Зібров (див. іл. 5.4) є одним із значних представників цього методу розвитку впізнаваності через різні медіа. Його ідентифікують як поп-співака з України; він композитор; він здобув звання Народного артиста України; він написав численні відомі поп-пісні; а також він володіє першим приватним театром пісні в Україні. Дизайни обкладинок альбомів видатного співака можна розглянути в Додатку А(див. іл.5.5;.5.6;5.7;5.8;5.9) Його візуальний сценічний образ служив розпізнавальною ознакою стабільності протягом багатьох років. Однак у випадку Павла Зіброва лише музична творчість не визначає його як митця. Спосіб, у який він ідентифікує себе через візуальні зображення себе, його стиль виконання на сцені та театральні аспекти його стилю виконання (тобто яскраві зачіски та вбрання тощо), також допомогли створити для нього

унікальну ідентичність. Це свідчить про те, що на самому початку становлення української поп-музичної індустрії візуальна узгодженість вже була засобом розвитку впізнаваності митця (хоча й без будь-якої усталеної системи розробки концептуального дизайну). Ця форма розвитку згодом слугувала одним із будівельних блоків для успішного переходу до створення сучасних систем «брендингу». [7;20].

Дизайн обкладинок альбомів 1990-х років зазвичай характеризується такими ключовими компонентами, як великі фотографічні портрети, фотографічний реалізм у презентації, індивідуальність художника, декоративне/несистематичне рішення шрифту та досить слабкий зв'язок між обкладинкою та ширшим візуальним контекстом. У 1990-х роках обкладинки не служили частиною більшої медіасерії, а завершували саму музику у фізичній формі. Цей етап з точки зору дизайну називається «поп-репрезентацією» і мав на меті забезпечити ідентичність художника, а не встановити детальний код, що ілюструє творчий всесвіт художника [13].

Візуальна мова 2000-х: перехід до атмосферності та жанрової стилізації
Українська музична сцена стала дедалі різноманітнішою протягом 2000-х років завдяки розвитку багатьох жанрів, таких як рок, поп, альтернативна, інді та електронна музика, а також гібридних жанрів. Ці зміни вплинули на дизайн обкладинок альбомів, оскільки вони почали візуально відображати не лише виконавця, а й те, як звучав твір, які почуття він викликав і до якого жанру він належав. Обкладинки стали набагато атмосфернішими, набагато символічнішими, темнішими та містили більше ілюстративних та фігуративних деталей, ніж раніше. Внаслідок цієї зміни обкладинки альбомів перестали бути просто портретом митця та стали функціонувати як художній міст між музикантом та його аудиторією.

Значне зростання ролі візуального автора. Чітким свідченням того, що за цей період відбулося щось важливе, є перевидання альбому гурту Димна Суміш «У країні ілюзій». У статті LiRoom згадується, що обкладинку створив художник Костянтин Боровський. Посилання на автора обкладинки демонструє,

що графічний дизайн більше не розглядається виключно як надання технічних послуг; радше, графічний дизайн все частіше розглядається як життєво важливий засіб забезпечення художнього компонента комерційним (музичним) продуктам. Перехід від того, щоб художник був єдиним фокусом маркетингу своєї роботи, до забезпечення художнього контексту для всієї його творчості, є ще одним свідченням того, що комерційний музичний бізнес дозріває як ринок [5].

У 2000-х роках у візуальному дизайні почастішали жанри, що відображаються за допомогою візуальних кодів. Наприклад: рок- та альтернативні релізи почали використовувати темніші кольори, більше текстур, більш драматичні зображення, більший шрифт (хоча все ще вважається різким), зображення з міською/постіндустріальною тематикою. Поп-релізи стають більш «глянцевими» (або блискучими) та «стилізованими» (за своїм виглядом) і більше зосереджені на образі виконавця, ніж на самій музиці. Що стосується електронних релізів, то також спостерігається підвищена увага до створення відчуття цифрової чистоти, використання абстрактних форм та відчуття графічного ритму у створенні їхніх візуальних кодів. Це також започаткувало поступовий відхід від оригінальної (універсальної) поп-моделі до ширшого використання візуальних кодів як засобу визначення конкретних музичних жанрів. Усе це свідчило про поступовий перехід від універсальної естрадної моделі до більш розгалуженої системи візуального кодування жанру. Обкладинка почала не просто показувати виконавця, а передавати тип музичного середовища, до якого він належить.

Візуальна мова 2010-х років: формування айдентики артиста

Візуальна мова 2010-х: формування ідентичності митця Систематичний підхід до оформлення альбомів в Україні значно просунувся протягом 2010-х років завдяки поширенню стрімінгових платформ, зростаючому впливу соціальних мереж на культуру, інтеграції сучасної української музики у світові культурні тенденції та посиленню креативного сектору. Дизайн обкладинок також еволюціонував, оскільки дизайнери почали розробляти ідентичність для

музикантів на основі цілісних візуальних систем, що об'єднують обкладинки, тизери, фотосесії, музичні відео, живі виступи, типографіку, логотипи та іконки. В результаті альбоми тепер можна сприймати цілісним чином у всіх цих типах медіа, і спостерігається збільшення академічної літератури, присвяченої ролі технологічних розробок (включаючи комп'ютерні та інтерактивні медіатехнології) у формуванні сучасної культури, посиленні ідентичності митця завдяки візуальній узгодженості. [20].

Наразі українські художники-візуалісти швидко диверсифікують свою візуальну мову; деякі проекти створюються в мінімалістичному стилі, поєднуючи чисті макети та стримані кольорові схеми з сучасним шрифтом без засічок; інші ж використовують етнічні символи, декор та посилання на історію. Натомість існують альтернативні підходи до розвитку артхаусного або колажного стилю з використанням різних матеріалів або технік для створення бажаного ефекту. Одним з ключових аспектів цієї еволюції стало навмисне припинення практики багаторазового копіювання зовнішніх рамок або моделей перед розробкою власних методів створення зображень, при цьому багато українських творців візуальних мистецтв докладають значних зусиль, щоб почати свідомо визначати та розуміти свою місцеву культурну ідентичність не просто як побічний продукт, а як невід'ємний компонент візуальних рішень.

Одним із прикладів сучасної української візуальної мови є гурт KAZKA. Згідно зі статтею в журналі *Vogue*, обкладинка альбому KAZKA SVIT, Vol. 1 містить новий логотип та емблему метавсесвіту KAZKA SVIT; таким чином, KAZKA створила нову ідентичність як поєднання креативності, національного культурного коду та етнічних мотивів, що є частиною їхньої ДНК. Цей приклад є цінним для використання стосовно еволюції сучасної української візуальної мови, оскільки він ілюструє, як обкладинка альбому гурту еволюціонувала від окремого елемента до частини цілісного брендового «світу». Обкладинка альбому — це лише один із кількох засобів, що використовуються для формування комплексної системи зображень, які разом представляють KAZKA;

інші засоби включають мерчандайзингові товари, концертні тури, рекламні матеріали та цифровий слід KAZKA (наприклад, вебсайт гурту) [4].

Ще одним помітним прикладом є творчість Джамали. Альбом «Qırım» представлений у матеріалах Vogue не лише як музичний реліз, а й як культурний проект кримськотатарської спадщини, що містить 14 їхніх старих пісень, і є спробою представити світові, що означає жити в кримськотатарській традиції. Культурне значення цього проекту ще більш актуальне з естетичної точки зору. У цьому випадку обкладинка та всі пов'язані з альбомом візуальні матеріали забезпечують форму культурної репрезентації, а не просто служать засобом музичної підтримки слухового досвіду. Візуальна мова альбому має створювати візуальні спогади, пов'язані з ідентичністю, географічним розташуванням та культурно колективною свідомістю. У статті Vogue, опублікованій через місяць після виходу Джамалою свого альбому під назвою «My Move», акцент робився на тому, наскільки особистим є цей реліз для неї, що забезпечує додатковий вектор сучасного дизайну та підтримує більш внутрішні та емоційно близькі стосунки між продуктом та споживачем цього продукту [26; 23; 25].

Візуальна мова 2020-х: адаптивність, серійність, локальний код

Під впливом величезної кількості інформації, доступної сьогодні через численні медіаплатформи, включаючи сервіси потокового аудіо, відео на YouTube, TikTok, Instagram, концертні записи, мерч, тизери цифрового маркетингу, вінілові релізи та прес-релізи, візуальний дизайн альбомів в Україні має адаптуватися до типу цифрового розповсюдження, якого вимагають споживачі. Це означає, що обкладинка альбому повинна забезпечувати вражаючий візуальний досвід як у малих форматах (для використання як мініатюри), так і у більших форматах (для використання у фізичній упаковці альбому). Ця вимога призвела до підвищеної потреби в чіткості композиції, чіткому силуеті, обмеженнях кольору, цілеспрямованому використанні акцентів та розбірливості шрифту. Водночас, коли потреба в адаптивності обкладинки альбому підсилюється наявністю численних каналів розповсюдження,

цифровий охоплення набув значення. Посилаючись на нещодавній звіт Forbes, Суспільний стверджує, що у 2024 році 10 найкращих українських виконавців на Spotify, Apple Music та YouTube Music разом зібрали кілька сотень мільйонів у потоковому режимі. Це ще раз підтверджує важливість зображення обкладинки альбому як елемента, що конкурує з безліччю інших зображень у плані привернення уваги аудиторії з численними цифровими варіантами на вибір. Серійність – ще одна важлива характеристика цього нового етапу; сучасні альбоми розглядаються як основа всього процесу візуальної розповіді історій; таким чином, обкладинки альбомів, анімація, екрани сцени, мерч, постери та навіть шаблони соціальних мереж створюються в результаті візуального дизайну оригінального альбому [15; 47; 63; 64; 62; 61].

Серійність дозволяє слухачеві створити чітку структуру пам'яті візуального коду альбому. Враховуючи численні способи, якими слухачі споживають музику сьогодні, це надзвичайно важливо для них, оскільки вони іноді слухають окремі пісні, перш ніж почути їх у контексті повного альбому. Використання мотивів, що повторюються, та ідентифікованих візуальних маркерів допоможе об'єднати кожен альбом у цілісний візуальний світ. У цьому сенсі обкладинка альбомів дедалі більше стає систематичним способом створення культурної ідентичності бренду.

Однією з найважливіших характеристик цього десятиліття є здатність поєднувати фотографію з графікою та цифровими ефектами в одному зображенні. Традиційний студійний портрет – це не обов'язково єдиний тип зображення, який можуть використовувати художники, багато обкладинок українських альбомів використовують фотографічну подібність художника разом із типографікою, текстурою, іконографією, декоративними світловими ефектами, колажем та цифрово обробленими зображеннями. Цей метод створення відповідає природі сучасного медіасередовища, де зображення існують не як статичні об'єкти, а як композити з кількох зображень, які можуть змінюватися з часом. Можливість сучасних художників використовувати ці техніки означає,

що вони можуть продовжувати зберігати свою ідентичність як художники, створюючи навколо себе більш повне візуальне середовище.

Велике значення надається культурному коду. Нещодавні українські релізи включають національні мотиви не буквально чи як ілюстрації, а радше через переосмислення за допомогою мови дизайну. Замість механічного копіювання традиційних символів чи орнаментів, фактичні впливи на дизайн походять від місцевих асоціацій, ритму, архетипу, знаку та історичної пам'яті. Цей шлях створює візуальну мову, яка може уникнути поверхневого декорування та підняти візуальну мову до рівня культурної репрезентації. KAZKA та Jamala є прикладами, що підкреслюють це. У випадку KAZKA етнічні мотиви поєднуються із сучасною системою бренду; тоді як у випадку Джамали візуальне представлення кримськотатарської культури слугує передумовою релізу [4].

Однією з найважливіших ознак сучасної мистецької спільноти є посилена участь самих митців у створенні візуальних проєктів. Це стало очевидним у статті Суспільного, де обговорюється робота Ігоря Литвиненка (див.іл.6.1) над проєктом «Село близнюків» (див.іл.6.2;6.3). Ігор створив всю музику, а також дизайн, назви, обкладинки, платформи соціальних мереж та описи повністю самостійно. Це свідчить про те, що спостерігається зростання використання візуальної мови як частини музичного вираження; тобто візуальна мова та музичне вираження все частіше розглядаються як взаємопов'язані, що тягнуться одне до іншого. Відмінною рисою багатьох незалежних митців є те, що вони приділяють більше уваги розвитку цілісного авторського всесвіту, ніж адаптації до програм більшого масового ринку [1].

Тенденції обкладинок альбомів українських виконавців Аналіз різних форм обкладинок альбомів, створених українськими виконавцями, свідчить про багато основних тенденцій, що проявляються в різних нещодавніх інтерпретаціях у різних медіа.

Мінімізація та композиційна чіткість є ключовою тенденцією. Хоча дизайнери стикаються з обмеженнями, що накладаються цифровим

сприйняттям, вони здатні створювати прості, але ефективні композиції, які є потужними завдяки використанню простих, але ефектних компонентів (великі акценти, чіткий центр, обмежена кольорова палітра та експресивний шрифт). Як результат, рішення з великою кількістю деталей замінюються рішеннями з меншою кількістю деталей та більш лаконічними, що робить їх кращими для використання зі потоковими та мобільними інтерфейсами. Ця тенденція є результатом швидкоплинного характеру цифрового ринку, де час, відведений на перше візуальне зчитування, дуже короткий.

Серійність бренду стане другим трендом. Сьогодні існує альбом, який слугує якорем для колекції повторюваних елементів дизайну, включаючи колірні палітри, символи/логотипи, типографічні рекомендації та елементи історії, щоб створити комплексну ідентичність артиста, а не просто ідентифікувати його як окремий реліз. Такий підхід більш очевидний, коли є додаткові можливості мерчандайзингу, доступні з артистом (наприклад, мерч, тури, сингли та цифрові кампанії).

Третя тенденція в дизайні обкладинок — це поєднання фотографії, графіки та цифрових ефектів. Більшість сучасних дизайнів обкладинок поєднують фотографію, постер та графічний дизайн бренду. Це призводить до багатошарових зображень; образ виконавця стає поєднанням як реального зображення, так і графічних зображень. Таке поєднання різних форм медіа свідчить про те, що сучасна музика також доступна не лише через один канал розповсюдження.

Культурний код розвивається інакше, ніж раніше. Все більше українських митців сміливо створюють нові інтерпретації культурних кодів навколо себе, але роблять вони це в контексті сучасного дизайну. Результатом є те, що локальні ідентичності можна виявити та представити через сучасні візуальні презентації, що робить музичні публікації культурно значущими.

Одна з основних тенденцій, яку ми спостерігаємо, — це зростання візуального авторства. Творець візуального оформлення (будь то дизайнер, фотограф, художник чи виконавець) відіграє більш помітну роль у створенні

музичних продуктів. Зростаюча увага до автора обкладинок альбомів (як-от Димна Суміш див.іл.6.3;6.4) вказує на те, що обкладинки альбомів тепер вважаються витворами мистецтва, окремо від музики, що виходить разом з ними [22].

Матеріальність (розглядається як окрема сутність). Зростаюча важливість обкладинок альбомів великого формату, вкладишів, якості друку, кольорового вінілу та упаковки відображає зростаючий попит та інтерес до української музики (вінілових платівок). Обкладинка альбому тепер не лише функціонує як зображення, а й вважається невід'ємним компонентом альбому. Завдяки появі обкладинок альбому, можливості дизайнера використовувати текстури та матеріали для покращення художнього оформлення зростають.

Вплив ринкових процесів на візуальну мову

Еволюція візуальної мови українських альбомів пов'язана із загальною зміною структури музичного ринку. Поява стрімінгових платформ, збільшення ефірного використання української музики, зростання прослуховування та фандому українських виконавців, збільшення продажів вінілових платівок та загальне розширення екосистеми музичної індустрії сприяють цій зміні. Усі ці фактори створюють нове конкурентне середовище для українських виконавців, де як пісня (музичний контент), так і її візуальна презентація є важливими для досягнення успіху. Таким чином, обкладинка не лише підтримує музичний матеріал, але й конкурує за увагу та зміцнює бренд виконавця в медіа (включаючи соціальні мережі). Українські аналітичні звіти про музичну індустрію підтверджують, що музична індустрія є дуже складною та багатогранною екосистемою, де візуальна комунікація все більше інтегрується в процеси дистрибуції та маркетингу.

Збільшення цифрової присутності означає більшу потребу в чіткості та повторюваності візуальних елементів. Зі зростанням цінності фізичного релізу зростає і вимога до виняткової якості друку та композиційної точності. Оскільки українська музика продовжує визначати себе у власній культурній сфері, ефективність дизайну також повинна бути автентичною, культурно

переконливою та сучасною водночас. Тому протягом останніх кількох років графічний стиль українських альбомів демонструє значну еластичність. Графічний стиль може функціонувати в межах як місцевої культурної історії, так і світового ринку як конкурентоспроможний продукт.

За останні 30 років українські музичні виконавці та гурти зазнали низки значних змін у своїй візуальній мові. Ера персонального брендингу поп-зірок переважала в 1990-х роках, коли акцент робився, головним чином, на самих виконавцях як центрі уваги всіх брендингових матеріалів. Атмосферні якості, жанрова стилізація та художні рішення обкладинок альбомів були на передньому краї художнього вираження в музичній індустрії протягом 2000-х років. Протягом 2010-х років почав (хоч і повільно) розвиватися системний підхід до розробки онлайн-ідентичності для кожного виконавця/лейблу. До 2020-х років поява цифрових технологій вимагала від усіх музикантів дедалі більшої гнучкості щодо використання фотографії та графіки (створених разом як єдине ціле; використовуючи фотографію як фонове зображення), що призвело до значного збільшення участі авторів у створенні візуального дизайну музичних продуктів та призвело до активної переоцінки культурного коду, що лежить в основі багатьох художніх виразів. Усі ці події свідчать про еволюцію до зрілості сучасної української музичної культури та ще раз демонструють, як роль дизайну альбомів традиційно розглядалася як допоміжний елемент дизайну, але тепер перетворюється на життєво важливий компонент просування, культурного представлення та розміщення музичних товарів на ринку [53; 35; 69; 50].

Висновки до 2 розділу

У другому розділі було досліджено стан сучасних музичних альбомів та музичної індустрії в контексті візуальної естетики; визначено, яку роль відіграє візуальний елемент у формуванні цілісного образу готового музичного продукту; розглянуто, як змінилася візуальна мова, яку використовують українські гурти та виконавці, протягом останніх 30 років. Цей аналіз дозволив нам встановити, що сучасний альбом більше не слід розглядати лише як акустичний продукт чи колекцію незалежних музичних творів. У сучасному культурному середовищі альбом також розробляється як мультимедійний комунікаційний продукт, що інтегрує звук, обкладинку (візуальне) мистецтво, типографіку, фотографію, колір, графіку, цифрове розповсюдження та загальний образ виконавця в один цілісний продукт.

Очевидно, що сучасна музична індустрія переживає різкі зміни у двох різних, але пов'язаних форматах – цифровому та фізичному. Цифрові формати дозволяють швидке розповсюдження музики, широкий доступ до неї аудиторії, постійну присутність виконавця в медіа, а також нові способи здобуття популярності за допомогою стрімінгових сервісів, відеоплатформ та соціальних мереж. Цифровий світ кардинально змінив те, як слухачі сприймають музичну продукцію, оскільки більшість слухачів вперше знайомляться з релізами не на фізичних носіях; радше вони відкривають для себе музику через зображення, зменшене до обкладинки, на інтерфейсі стрімінгової платформи або в музичному додатку, в соціальних мережах або через рекламне оголошення. За таких обставин фізичний аспект альбому стає критичним для створення першого враження, встановлення емоційного тону сприйняття музики та формування початкового зв'язку зі слухачами (аудиторією).

Фізичний формат музики (переважно сучасні вінілові платівки) зберігає свою функцію культурного об'єкта, хоча зараз менш корисна в музиці, ніж раніше. Музика, записана на сучасному вінілі, може сприйматися не лише як носій (який використовується для передачі звуку), а й як носій, що має різний ступінь символіки/емоційності/цінності/образності, пов'язаної з нею. Те, як

художник оформлює обкладинку альбому, стає важливою частиною того, що сприймається (коли людина взаємодіє з музикою) матеріально. Велика, плоска поверхня обкладинки вінілової платівки, якість друку, щільність/щільність паперу, вставки/допоміжні матеріали (наприклад, постери), кольори, що використовуються на обкладинці, та загальна презентація (що використовується для створення загального відчуття) разом створюють посилене художнє враження від музики, що випускається. З огляду на швидке зростання інтересу до українських релізів вінілових платівок, зростає значення підтримки фізичного формату музики, а також зростаюче значення візуального дизайну як невід'ємної частини створення художнього продукту (музики) для продажу.

Аналіз показав, що зовнішній вигляд обкладинки платівки безпосередньо впливає на сприйняття музики, на те, наскільки добре впізнають виконавця та наскільки ефективно просувається альбом. Обкладинка платівки стала не просто елементом дизайну чи додатковим елементом до аудіозапису; вона перетворилася на незалежний засіб візуальної комунікації, який передає настрій, жанрову орієнтацію, емоційну атмосферу, ідентичність виконавця та загальну концепцію музичного матеріалу кожного релізу. Саме через використання обкладинки платівки слухач отримує цей первинний візуальний код, що змушує його налаштуватися перед прослуховуванням пісні, щоб підготуватися до характеру (якості) звучання, змісту (тексту) чи емоційної реакції, яку може викликати музика.

Новою та впливовою рисою сучасного оформлення альбомів є те, що воно поєднує багато різних елементів. Найголовніше, сучасна обкладинка альбому повинна бути естетично привабливою, мати привабливий загальний дизайн, бути читабельною в цифровому форматі та (та) відповідати загальному іміджу бренду виконавця. Сучасне успішне візуальне рішення для оформлення альбомів вимагає уваги до типографіки, що використовується в дизайні, чудового розташування кольорів для обкладинки, використання якісних фотографічних зображень та використання графіки, символів, контрасту, текстури та світлотіньових акцентів у графіці. Важливою додатковою вимогою

до обкладинок альбомів є їхня здатність адаптуватися до різних типів носіїв. Тому обкладинка повинна добре виглядати як зображення на потокових сайтах, розміщена в соціальних мережах, представлена у вигляді плаката (як реклама) та відображатися в анімованому відеоконтенті (як у випадку з YouTube), а також повинна слугувати фізичним продуктом, надрукованим у фізичному форматі (наприклад, на CD або в цифровому форматі). Ця здатність створювати надзвичайно гнучкий, креативний та ефективний дизайн обкладинки альбому робить її одним із найскладніших, але потенційно цінних компонентів брендової ідентичності виконавця, що робить сучасне оформлення альбомів дуже складним та стратегічно важливим активом у музичній індустрії.

Аналіз дозволив простежити, як змінилася візуальна мова українських альбомів за останні 30 років. У 1990-х роках переважала гуманізована поп-форма. У цій формі основна увага приділялася образу самого виконавця. У той період обкладинки альбомів були переважно портретними, мали дуже просту композицію, підкреслювали сценічну присутність, буквально представляли артиста та демонстрували дуже мало концептуалізації у своїх творах. Основною роллю візуальної мови альбомів у той час було представлення виконавця як впізнаваного та утвердження його зовнішнього образу у свідомості слухачів. Тому акцент у цій моделі був не стільки на передачі атмосфери музики, скільки на артисті (який був головним «розповсюджувачем» їхнього емоційного та культурного послання).

У 2000-х роках обкладинки альбомів в Україні вступили в період зростання атмосферних, жанрово-специфічних та стилістично різноманітних дизайнів, оскільки митці відходили від простого зображення себе на лицьовій стороні до більш атмосферного відображення звучання, настрою та жанру музики, створеної митцем, за допомогою візуального дизайну. Дизайн також приділяв більше уваги використанню кольорової драми, текстури, символів, нестандартної типографіки, освітлення та загальної емоційної стилізації у створенні візуальної мови для альбомів, яка служила не лише ідентифікатором

митця, а й способом створення атмосфери, що відповідала музичному змісту релізу.

До кінця 2010-х років процес дизайну альбомів в Україні перетворився на систему, яка функціонує на осмисленому рівні. Саме в цей період візуальний дизайн був визнаний частиною повної ідентичності артиста, а не просто окремим елементом. Єдиний елемент візуального представлення складається з різних аспектів альбому через обкладинки, тизери, фотосесії, відеокліпи, постери, концертні візуальні елементи, варіанти шрифтів, логотипи та інші елементи дизайну, що утворюють єдине ціле. Візуальне представлення артиста тепер сприймається як набагато повніше, послідовніше та стратегічно (узгоджено) розроблене. Саме в цей період дизайн-мислення стає дедалі важливішим у музичному бізнесі в Україні; таким чином, музичні продукти все частіше визнаються та насолоджуються як складні медіапродукти.

Стандарти та стилі дизайну обкладинок українських альбомів у 2020-х роках формуються в умовах надзвичайно високої цифрової щільності та інтенсивного конкурентного тиску щодо залучення аудиторії. Чотири характеристики визначають цей період:

(1) адаптивність/застосовність обкладинки до багатьох різних масштабів та функцій, що використовуються для їх перегляду в цифровому форматі;

(2) серійність — де кожен альбом розглядається як частина загального наративу, що розробляється разом із синглами, рекламними матеріалами, публікаціями в соціальних мережах, концертними візуальними елементами та мерчем;

(3) активна інтеграція фотографії та графічного дизайну для створення складних, багатошарових, динамічних візуальних систем;

(4) піднесення/посилення індивідуального голосу митця (візуальне представлення обкладинки встановлює зв'язок з оригінальними виразними намірами митця). По-п'яте, це переосмислення національного культурного коду, що проявляється у зверненні до локальної символіки, історичних асоціацій, етнічних мотивів, але вже в сучасній дизайнерській формі [31; 42; 33].

Встановлено, що візуальна мова, яка використовується в українських музичних альбомах, змінилася від прямої асоціації з поп-музикою до представлення багатшарової системи візуальних кодів, що функціонують на рівнях брендингу, культурної ідентичності та позиціонування на ринку. Ця еволюція відображає не лише розвиток дизайнерських підходів, але й загальне дозрівання української музичної індустрії, де музичний продукт дедалі більше визнається багатограним прикладом креативної економіки.

Одним із найважливіших результатів дослідження є визнання того, що в сучасній українській музичній індустрії обкладинка альбому більше не є аксесуаром; вона радше відіграє важливу роль, представляючи виконавця, виражаючи загальну концепцію альбому, встановлюючи спосіб сприйняття емоційного змісту слухачами, дозволяючи візуальну ідентифікацію, сприяючи просуванню в цифрових медіа та допомагаючи формувати культурну ідентичність слухача з альбомом. Обкладинка альбому стає частиною загального пакету альбому, формуючи те, як слухач сприймає альбом як цілісний твір, та посилюючи як його емоційне, так і культурне значення.

Можна зробити висновок, що дизайн обкладинки сучасної української музики відіграє фундаментальну роль у комунікативному процесі між виконавцем та аудиторією. Він не лише створює естетичне враження від музики, але й сприяє культурній репрезентації; конкуренції на ринку; брендингу; та просуванню виконавця. Візуальна комунікація музичного альбому набула нової ролі в сучасній культурній індустрії, де зростаючу роль відіграють нові медіатехнології, що видно зі зростання цифрових платформ; зростання розміру та видимості музичного ринку; та дедалі більшого акценту на українських культурних продуктах. Вплив обкладинок альбомів у сучасній музиці чітко демонструє, що вони більше не вважаються другорядним елементом, а радше важливим елементом загального художнього та комунікативного процесу музики, яку вони підтримують.

РОЗДІЛ 3. Дизайн-розробка обкладинок музикальних альбомів для виконавиці «SIYA HIT»

3.1 Особливості жанру та візуальної мови виконавиці «SIYA HIT»

Третій розділ дипломної роботи присвячено практичній дизайн-розробці серії обкладинок вінілових платівок для виконавиці «SIYA HIT» (див. іл.6.5). У межах проєкту об'єктом розробки виступає не окрема пісня чи сингл, а саме альбом як цілісний музично-візуальний продукт. Серія складається з шести обкладинок вінілових альбомів: «Game Over», «Очі», «Силует», «Розбий мені скло», «Спогад» і «Час». Кожна обкладинка має власний емоційний і композиційний характер, однак усі роботи поєднані спільною візуальною системою: піксельною типографікою, цифровою деформацією, фрагментарністю зображення, контрастною кольоровою гамою, напівтоновими фактурами та експериментальним опрацюванням фото.

Музичні композиції «Мій самий теплий спогад», «Моменти», «Не забувай», «Розбий мені скло» у межах практичної частини розглядаються як змістова основа для формування образів альбомів. Вони не виступають окремими обкладинками до пісень, а допомагають визначити емоційний напрям усієї серії. Через ці композиції простежуються основні теми творчості виконавиці: пам'ять, час, внутрішній діалог, втрата, емоційна напруга, межа між ніжністю та руйнуванням, а також особиста трансформація.

Особистість виконавиці має важливе значення для формування візуальної мови серії. Пісні почали створюватися приблизно з 13 років, що свідчить про ранній розвиток авторського музичного мислення. Музична освіта виконавиці також є послідовною та професійною: спочатку було закінчено музичну школу № 2 у місті Дрогобич Львівської області, далі навчання продовжилося у музичному коледжі імені Василя Барвінського за спеціальністю «академічний спів». Після завершення чотирьох курсів коледжу виконавиця вступила до Національної музичної академії України в Києві на спеціальність «оперний спів», де навчається на третьому курсі (див. іл.6.6). Це формує цікавий творчий контраст: з одного боку — академічна музична база, вокальна дисципліна,

професійна школа; з іншого — сучасна авторська музика, цифрова естетика, експериментальна графіка та візуальна емоційність.

Зображення обкладинки є частиною єдиної концептуальної структури. Термін SIYA HIT охоплює зображення, що виражають різноманітні почуття: від ніжності/ліризму до сили, ганьби, тривоги, нестабільності, невдачі; та смутку/занепокоєння. Тому зображення не будуть «традиційно романтичними»/декоративними, а матимуть альтернативну сучасну поп-естетику, засновану на елементах портретного живопису, типографіки, шуму, тонального відображення, пікселізації та кольору, які можуть сприяти загальному психологічному вираженню.

У сучасній музичній культурі обкладинки альбомів виконують численні ролі, окрім традиційної ілюстрації/упаковки. Візуальний аспект обкладинки функціонує як репрезентація ідентичності виконавця, так і метод вербального контакту (або спілкування) зі слухачами, а також є вирішальним для формування інтересу до альбому. Згідно зі Spotify for artists, візуальна ідентичність дозволяє виконавцю розвинути чіткий публічний образ; таким чином, коли виконавець створює альбом, він створює творчі зв'язки зі своєю аудиторією за допомогою візуальних засобів. Сучасні цифрові засоби масової інформації зазвичай є першою точкою взаємодії слухача з альбомом, тоді як фізична форма (вініл) представляє альбом як відчутний, колекційний об'єкт [38;54;65].

Обкладинка особливо значуща у вініловому форматі. Великий квадратний формат вінілової обкладинки дозволяє ретельніше розглянути такі деталі, як загальне зображення, текстура поверхні, типографіка, колір, фотографічна обробка зображень та дрібні графічні елементи, ніж невеликий попередній перегляд, виконаний у цифровому форматі. Видавництво Memphis Record Pressing стверджує, що цей більший пакет LP дає художникам більше можливостей для оповідачів (через візуальну оповідь) бути креативними у використанні ілюстрацій з обкладинки, вставок/аркушів з текстами пісень та розворотів. Тому дипломний проект досліджуватиме вінілову обкладинку як

носій даних про продукт (альбом), так і як незалежний об'єкт графічного дизайну.

Робота з вінілом актуальна сьогодні, що підтверджують дані RIAA про продажі музики, які вказують на те, що продажі вінілу зросли на 7% до 1,4 мільярда доларів у 2024 році; таким чином, формат демонструє зростання щорічних продажів протягом 18 років поспіль. Це ілюструє, як фізичні носії продовжують мати культурну актуальність; хоча потокове передавання є основним методом споживання музики, фізичні носії все ще розглядаються як високоякісні продукти, колекційні предмети та мають естетичну цінність. [58]

Відновлення нагороди за найкращу обкладинку альбому премією «Греммі» у 2026 році, а також визнання Академією звукозапису, свідчить про зростаюче визнання обкладинки альбому як незалежної форми візуального мистецтва. Тепер до неї входитимуть роботи тих, хто розробляє обкладинки альбомів, як арт-директорів, так і творців, що впливають на естетику альбому. Це визнання Академією звукозапису ще раз підтвердить, що обкладинка альбому повернула собі своє становище як важливого компонента художньої цілісності всього альбому, а не як другорядного компонента музики. [67]

Значення обкладинок альбомів, особливо для серії SIYA HIT, важко переоцінити. Вони не повинні бути випадковою графікою, а повинні створювати єдине візуальне представлення артистки, ілюструвати її музичний стиль та доповнювати загальну ідентичність серії. [68; 71]

Деякі аспекти, обрані для створення візуальної мови обкладинки альбому:

- використання піксельної типографіки, референси яких можна розглянути в додатку А(див.іл.6.7;6.8);
- контрастування чорного та білого з різними акцентними кольорами (див.іл.6.9;7.1);
- створення деформованих зображень за допомогою цифрової маніпуляції; використання фрагментарного кадрування зображень (див. іл.7.2;7.3);
- використання напівтонових текстур (див.іл.7.4);
- використання глітчів або інших цифрових спотворень (див.іл.7.5;7.6;7.7);

- оформлення їх у вигляді постерів (див.іл.7.8);
- включення зображень тіла, обличчя, очей або силуету великої площі. поєднання портретного живопису та графічної абстракції (див.іл.7.9; 8.1);
- емоційна напруга як основа композиції (див.іл.8.2).

Такі прийоми дозволяють відійти від традиційного портретного зображення виконавиці. Замість прямої презентації зовнішності створюється образ внутрішнього стану. Обкладинка стає не просто “фотографією артиста”, а графічним відображенням його емоційної системи [68].

Уже створені обкладинки «Game Over», «Очі» та «Силует» задають основну стилістику всієї серії. У них простежується активне використання контрастної композиції, піксельного шрифту, цифрового шуму, сітки, напівтонової фактури та фрагментації образу. Інші три обкладинки — «Розбий мені скло», «Спогад», «Час» — продовжують цю мову, але розкривають інші емоційні напрями: руйнування, пам’ять іплинність часу.

Важливо, що у серії немає декоративності заради декоративності. Кожен прийом має смислове навантаження. Піксельність пов’язана з цифровим середовищем, помилкою, грою, екраном і розпадом зображення. Halftone-фактура створює асоціацію з друком, плакатом і матеріальністю. Glitch-ефекти передають нестабільність, внутрішній збій, емоційну напругу. Фрагментованість портрету підкреслює психологічну складність образу виконавиці. Контрастні кольори посилюють драматичність і роблять серію помітною як у фізичному, так і в цифровому середовищі.

3.2 Дизайн-концепція та поетапна розробка серії обкладинок. Референси. Фото-матеріали.

Дизайн-концепція серії обкладинок вінілових платівок для виконавиці **SIYA HIT** побудована на ідеї емоційної фрагментації особистості. Кожен альбом у серії передає окремий психологічний стан: втрату чіткості образу, завершення, спостереження, руйнування меж, пам’ять іплин часу. Водночас усі

обкладинки об'єднані спільною художньою мовою, що дає можливість сприймати їх як єдиний дизайн-комплекс.

Основою серії є поєднання музичного змісту, біографічного контексту виконавиці, авторських фотоматеріалів і сучасних візуальних референсів. Композиції **«Мій самий теплий спогад»**, **«Моменти»**, **«Не забувай»**, **«Розбий мені скло»** було використано як емоційні орієнтири для створення альбомних образів. Вони задають загальний настрій серії: інтимність, спогад, внутрішній діалог, тривогу, розрив і трансформацію.

У межах творчого проєкту серія складається з шести обкладинок вінілових платівок: **«Силует»**, **«Game Over»**, **«Очі»**, **«Розбий мені скло»**, **«Спогад»** і **«Час»**. Саме в такій послідовності роботи подано в Додатку Б.

Концептуально серія спирається на поєднання двох протилежних начал: академічної музичної основи та сучасної цифрової візуальності. Академічна основа пов'язана з музичною освітою виконавиці, її вокальною підготовкою та професійним ставленням до музичного матеріалу. Сучасна візуальність проявляється через піксельну графіку, glitch-ефекти, шум, растр, контрастну типографіку та фрагментований портрет. Такий контраст дозволяє створити небанальний образ артистки, у якому класична музична база не подається буквально, а переосмислюється через сучасну графічну мову.

Під час роботи над серією було використано референси, пов'язані із сучасною музичною графікою, постерним дизайном, цифровою деформацією та експериментальною типографікою. Їх можна умовно поділити на кілька груп.

Перша група — **піксельна типографіка та ігрова естетика**. Цей напрям вплинув на формування напису **SIYA HIT** і назв альбомів. Піксельний шрифт асоціюється з цифровими інтерфейсами, старими комп'ютерними іграми, екраном, програшем, кодом і технічним збоєм. Для серії це важливо, оскільки назва **«Game Over»** прямо пов'язана з мовою гри, а інші альбоми також розкривають стани внутрішнього напруження та переходу.

Друга група — **фрагментація портрету**. У референсах активно використовуються крупні фрагменти обличчя, очі, силуети, частини рук,

повторення обличчя та накладання кількох кадрів. Такий підхід дозволяє уникнути прямої портретності та створити більш психологічний образ. Для SIYA HIT це доречно, оскільки музичний матеріал побудований на внутрішніх переживаннях. Фрагмент обличчя стає не просто деталлю зовнішності, а знаком емоційного стану.

Третя група — **halftone-фактура, шум і плакатна графіка**. Halftone створює ефект друкованої поверхні та додає зображенню матеріальності. У вініловому форматі це особливо важливо, оскільки велика площа обкладинки дозволяє розглядати дрібні графічні деталі. Для серії SIYA HIT це проявляється у прагненні до сильного візуального знаку, а не до надмірної декоративності.

Четверта група — **glitch-естетика та цифрові спотворення**. Glitch-ефекти створюють відчуття нестабільності, технічної помилки, втрати контролю над зображенням. Вони добре передають теми внутрішнього зламу, тривожності та розмитості ідентичності. У серії ці прийоми найбільш виразно проявляються в обкладинці «Силует», де образ людини частково розчиняється у цифровому шумі.

П'ята група — **розбите скло та дзеркальна фрагментація**. Цей напрям став основою для обкладинки «Розбий мені скло». Скло трактується як межа, що одночасно відділяє і захищає. Його руйнування символізує момент емоційного прориву. Уламки скла можуть спотворювати портрет, розділяти його на частини або створювати відчуття небезпеки та напруження.

Шоста група — **сучасна музична айдентика в цифрову епоху**. У сучасному музичному середовищі обкладинка альбому допомагає слухачеві швидко зчитати жанр, настрій і характер артиста ще до прослуховування. Для дипломного проєкту це означає, що серія має працювати одночасно у двох середовищах: як фізична вінілова платівка і як цифрова мініатюра.

Важливу роль у серії відіграє **шрифтове рішення**. Для назв альбомів «Силует», «Game Over», «Очі», а також для напису SIYA HIT використано піксельний акцидентний шрифт **Press Start 2P**. Він має квадратну модульну будову літер і відсилає до естетики комп'ютерних ігор, цифрового інтерфейсу та

екранного повідомлення. Саме цей шрифт формує впізнаваність перших обкладинок серії та підкреслює їхній зв'язок із темами екранності, гри, цифрового збою та внутрішньої нестабільності.

Для альбомів «**Розбий мені скло**», «**Спогад**» і «**Час**» у назвах використано шрифт **Minecraft**. Він також належить до піксельної стилістики, однак має більш жорстку, блокову й декоративну форму літер. Завдяки цьому шрифт добре поєднується з темами руйнування, пам'яті та часу. В альбомі «**Розбий мені скло**» **Minecraft** підсилює відчуття зламу, різкості та внутрішнього напруження. В альбомі «**Спогад**» цей шрифт працює м'якше, оскільки поєднується з приглушеною кольоровою гамою та фактурним фотозображенням. В альбомі «**Час**» **Minecraft** створює асоціацію з цифровим відліком, екранністю та структурованістю.

Зворотні сторони альбомів «**Розбий мені скло**», «**Спогад**» і «**Час**» також оформлено з використанням шрифту **Minecraft**. Завдяки цьому лицьова та зворотна частини кожного альбому сприймаються як єдина композиційна система. На зворотних сторонах цей шрифт використано для назв, позначень **Side A / Side B**, окремих акцентних написів і трек-листів. Він підтримує загальну піксельну стилістику серії, але водночас надає останнім альбомам більш виразного, декоративного та впізнаваного характеру.

Для службової інформації, дрібних технічних позначень, року випуску, баркоду та додаткових текстових блоків використано простіший гротескний шрифт **Arsenal**. Він є більш нейтральним і читабельним, тому не перевантажує композицію. Таким чином, у серії поєднано кілька типів типографіки: **Press Start 2P** — для цифрової ігрової естетики перших обкладинок, **Minecraft** — для більш блокової піксельної виразності останніх альбомів, **Arsenal** — для функціональних інформаційних елементів.

Першим у творчому проєкті представлено альбом «**Силует**». Його концепція побудована на темі невизначеності, втрати чіткості образу та внутрішнього розчинення. Силует у цьому випадку не трактується як проста тінь або зовнішній контур людини. Він виступає символом особистості, яка

перебуває між присутністю і зникненням, між реальним образом і його цифровим відбитком.

На початковому етапі було використано фотоматеріали, які стали основою для подальшої графічної обробки (див. іл. Б.1, Б.2). Далі було розроблено проміжні варіанти наліпок і композиційних рішень, у яких опрацьовувалося розташування тексту, графічних елементів і загальний баланс форми (див. іл. Б.3, Б.4). Після цього фото було відредаговано: посилено контрастність, додано цифрові спотворення, шум і ефект розмиття (див. іл. Б.5).

Лицьова сторона обкладинки побудована на використанні розмитого фотографічного зображення з ефектом glitch-спотворення. Горизонтальні лінії, кольорові зміщення та цифровий шум створюють враження екранного збою. Образ ніби втрачає стабільність, “ламається” і розчиняється у візуальних перешкодах. У верхній частині композиції розміщено напис **SIYA HIT**, виконаний піксельним шрифтом синього кольору. У нижній частині розміщено назву альбому «**Силует**», виконану великими білими піксельними літерами.

Зворотна сторона альбому продовжує стилістику лицьової частини. На темному фоні розміщено трек-лист, поділений на **Side A** та **Side B**. Текстова інформація організована у вигляді чітких блоків, що забезпечує зручність зчитування. Наліпки для платівки оформлені у тій самій стилістиці, що й обкладинка. Для них використано темну основу, фрагменти зображення та мінімалістичну типографіку. Фінальні макети обкладинки та наліпок подано в Додатку Б (див. іл. Б.6–Б.10).

Наступним у серії є альбом «**Game Over**». Його візуальна концепція пов’язана з темою завершення, внутрішнього фіналу, розриву та втрати контролю. Назва альбому прямо відсилає до ігрової естетики, але в контексті музичного проєкту вона набуває глибшого значення: це не просто повідомлення про кінець гри, а символ емоційного стану, у якому певний етап життя уже не може продовжуватися.

Для створення обкладинки використано фотоматеріал, який став основою композиції (див. іл. Б.11). Лицьова сторона побудована на різкому контрасті

чорного, білого та червоного. Чорно-біле зображення має плакатний характер і створює сильну візуальну напругу. Назва «**Game Over**» виконана червоною піксельною типографікою шрифтом **Press Start 2P**. Червоний колір у цьому випадку є ключовим емоційним акцентом, оскільки асоціюється з небезпекою, болем, тривогою, попередженням і фіналом.

Зворотна сторона альбому підтримує драматичний характер лицьової частини. Трек-лист подано у чіткій структурі, з поділом на **Side A** і **Side B**. Для текстової інформації використано шрифт **Arsenal**, що забезпечує читабельність і не конфліктує з акцентною піксельною типографікою. Наліпки для вінілової платівки виконані у чорно-червоній гамі. Вони повторюють стилістику основної обкладинки, але адаптовані до круглого формату. Фінальні макети лицьової та зворотної сторін, а також наліпки для вінілової платівки подано в Додатку Б (див. іл. Б.12–Б.15).

Третім у серії є альбом «**Очі**». Його образ побудований навколо теми погляду, спостереження, внутрішнього бачення та психологічного контакту. На відміну від «**Game Over**», де домінує тема фіналу й різкого зламу, в обкладинці «**Очі**» напруга є більш прихованою. Вона передається через оптичні викривлення, сітки, візуальні перешкоди та відчуття нестабільного зору.

У процесі розробки було використано кілька фотоматеріалів і проміжних варіантів, у яких опрацьовувалися фрагментація зображення, кольорові акценти, цифрові шуми, сітки та типографіка (див. іл. Б.16–Б.24). Така кількість проміжних матеріалів демонструє активний пошук композиції та способу передачі емоційного стану.

Лицьова сторона побудована на темному фоні, який створює відчуття глибини. У верхній частині розміщено назву «**Очі**», виконану великим піксельним шрифтом фіолетового кольору. Фіолетовий відтінок створює нічну, внутрішню, дещо містичну атмосферу. Центральний графічний блок нагадує цифровий екран або візуальний модуль, у якому зображення спотворюється під впливом сітки та шуму. Це створює враження погляду, який проходить через внутрішні переживання.

У нижній частині композиції розміщено напис **SIYA HIT**, виконаний білим піксельним шрифтом. Це зберігає зв'язок із попередніми альбомами та підтримує єдність серії. Зворотна сторона оформлена в тій самій фіолетово-чорній системі. Трек-лист подано структуровано, а службова інформація виконана шрифтом **Arsenal**. Наліпки для платівки адаптують основні елементи обкладинки до круглого формату й зберігають загальний психологічний настрій альбому (див. іл. Б.25, Б.26).

Четвертим у серії є альбом «**Розбий мені скло**». Його концепція побудована на темі емоційного прориву, руйнування внутрішніх бар'єрів, болю та відкритого переживання. Скло у цій роботі трактується як символ межі між внутрішнім і зовнішнім світом. Воно може означати захист, дистанцію, крихкість або перешкоду, яка не дозволяє людині повністю проявити почуття.

У проміжних етапах було опрацьовано варіанти наліпок і графічних елементів, які передають відчуття тріщин, різкості та напруження (див. іл. Б.27, Б.28). Лицьова сторона має сильний драматичний акцент. У композиції використано червоний колір, який виступає символом болю, емоційної інтенсивності та внутрішнього конфлікту. Назва «**Розбий мені скло**» виконана піксельним шрифтом **Minecraft**. Його блокова форма підсилює відчуття зламу, різкості й напруженого повідомлення.

Зворотна сторона також оформлена з використанням шрифту **Minecraft**, що дозволяє зберегти єдність із лицьовою частиною. Вона містить трек-лист, службову інформацію, баркод і графічні фрагменти, пов'язані з основною композицією. Зворот не дублює обкладинку буквально, а продовжує її атмосферу через композиційні деталі, колір і типографіку. Наліпки платівки виконані в тій самій чорно-біло-червоній системі. На них збережено піксельну типографіку, позначення **Side A** і **Side B**, а також мінімальні графічні елементи. Фінальні макети лицьової та зворотної сторін, а також передню й задню наліпки для вінілової платівки подано в Додатку Б (див. іл. Б.29–Б.32).

П'ятим у творчому проєкті є альбом «**Спогад**». Його дизайн має більш ліричний і внутрішньо зосереджений характер. Основною темою є пам'ять,

ностальгія, тепле минуле і поступове зникнення образу. Якщо попередні альбоми працюють через напругу, контраст і руйнування, то «Спогад» вводить у серію більш м'яку емоційну інтонацію.

У Додатку Б подано фотоматеріали, які стали основою для створення обкладинки (див. іл. Б.33, Б.35). Також представлено проміжні етапи розробки, де видно пошук композиції, кольорового настрою та графічного оформлення (див. іл. Б.34, Б.36). Лицьова сторона побудована на приглушеній зелено-блакитній гамі. Такий колірний вибір створює відчуття спокою, віддаленості, тиші та занурення у пам'ять.

Назва «Спогад» виконана білою піксельною типографікою шрифтом **Minecraft**. У порівнянні з попередніми драматичними роботами, тут шрифт сприймається менш різко, оскільки поєднується з м'якішою кольоровою гамою та фактурним зображенням. Він усе ще підтримує загальну цифрову стилістику серії, але не домінує над фотоматеріалом. Завдяки цьому типографіка працює як частина спогаду, що ніби зберігається у цифровому просторі, але поступово втрачає чіткість.

Зворотна сторона альбому «Спогад» також оформлена із застосуванням шрифту **Minecraft**. Трек-лист розміщено на темному фактурному тлі, а текстові блоки мають спокійний ритм. Вільний простір відіграє важливу роль, оскільки він створює паузу та підсилює відчуття тиші. Наліпки для платівки підтримують загальну атмосферу альбому: вони містять приглушену кольорову основу, мінімальну типографіку, назву альбому, позначення сторони та ім'я виконавиці. Фінальні макети обкладинки та наліпок подано в Додатку Б (див. іл. Б.37–Б.40).

Завершальним у серії є альбом «Час». Його основна тема — плинність, повторення, неможливість зупинити події, накопичення досвіду та осмислення прожитого. Якщо попередні альбоми показують окремі емоційні стани, то «Час» об'єднує їх у ширшу тему руху та змін.

У творчому проєкті подано фотоматеріал для цього альбому, який став основою для формування візуального образу (див. іл. Б.41). Лицьова сторона

побудована на лаконічній композиції з використанням образу годинника. Годинник є зрозумілим символом часу, але в межах серії він поєднується з піксельною типографікою, темним фоном, фрагментацією та графічною деформацією. Завдяки цьому він стає не просто предметом, а знаком відліку, втрати, повторення й завершення.

Колірна система альбому переважно монохромна. Чорний фон створює відчуття глибини та зосередженості, а білий текст забезпечує чіткість і контраст. Назва «**Час**» подана піксельним шрифтом **Minecraft**, тому вона сприймається як частина цифрового інтерфейсу або екранного напису. Такий прийом підтримує загальну серійність і водночас підкреслює ідею відліку, системності та повторення.

Зворотна сторона альбому «**Час**» також оформлена шрифтом **Minecraft**. Трек-лист поділено на **Side A** та **Side B**, а розміщення рядків може асоціюватися з часовою шкалою або послідовністю моментів. Службова інформація, баркод і технічні позначення розміщені відповідно до логіки реального оформлення вінілового видання. Фінальні макети альбому подано в Додатку Б (див. іл. Б.42, Б.43).

Окрему роль у творчому проєкті відіграють **наліпки для вінілових платівок**. Вони виконані у форматі **100 × 100 мм** і адаптовані до круглого формату. На наліпках використано назву альбому, ім'я виконавиці, позначення сторони платівки та мінімальні графічні елементи. Через менший розмір композиція наліпок є спрощеною, але збережено основні ознаки кожного альбому: колір, типографіку, настрій і графічний акцент.

Фінальним етапом презентації стали **мокапи**, які розміщено наприкінці Додатку Б. Вони демонструють, як серія виглядає у форматі реального вінілового продукту. Мокапи подано парами: альбоми «**Силует**» і «**Game Over**», «**Очі**» і «**Розбий мені скло**», «**Спогад**» і «**Час**» (див. іл. Б.44–Б.46). Таке розміщення дозволяє оцінити не лише окремі обкладинки, а й загальну серійність, взаємозв'язок кольорів, типографіки, наліпок і композиційних рішень.

Розробка серії здійснювалася поетапно:

- Першим етапом став аналіз творчого образу виконавиці, її музичної освіти, вокальної підготовки та характеру авторської музики.
- Другим етапом був аналіз музичного матеріалу, завдяки якому було визначено ключові теми серії: пам'ять, час, погляд, злам, руйнування, завершення, внутрішній діалог і трансформація.
- Третім етапом стало формування загальної концепції серії та добір стилістичних засобів: піксельної типографіки, контрасту, цифрової деформації, halftone-фактури, фрагментованого портрета й акцентних кольорів.
- Четвертим етапом був добір референсів, які допомогли визначити характер майбутніх обкладинок.
- П'ятим етапом стала робота з фотоматеріалами, що трансформувалися через контрастування, растрування, шум, розмиття, кольорове зміщення, сітки та накладання графічних елементів.
- Шостим етапом була розробка типографічної системи, у якій поєднано шрифти **Press Start 2P** та **Minecraft**.
- Сьомим етапом стало створення фінальних макетів обкладинок, зворотних сторін і наліпок.
- Восьмим етапом була перевірка серійності, під час якої фінальні роботи аналізувалися як єдиний дизайн-комплекс.

Висновки до 3 розділу

У третьому розділі дипломної роботи було проаналізовано практичний етап створення серії обкладинок вінілових платівок для виконавиці **«SIYA HIT»**. Основну увагу приділено не розробці окремих самостійних графічних рішень, а формуванню цілісної серії альбомів, об'єднаних спільною концепцією, художньою мовою, композиційними принципами та емоційним змістом. До серії входять шість обкладинок: **«Силует»**, **«Game Over»**, **«Очі»**, **«Розбий мені скло»**, **«Спогад»** і **«Час»**. Кожна з них має власний візуальний характер, однак усі роботи сприймаються як частини єдиного дизайн-проекту.

У процесі розробки було визначено, що обкладинка вінілової платівки не є лише декоративним елементом музичного продукту. У сучасній музичній культурі вона виконує значно ширшу роль: створює перше враження про альбом, передає його емоційний настрій, формує візуальну ідентичність виконавця та впливає на сприйняття музичного матеріалу слухачем. Для вінілового формату це особливо важливо, оскільки обкладинка існує не тільки як цифрове зображення, а й як фізичний об'єкт. Великий квадратний формат дає можливість повніше розкрити композицію, колір, фактуру, типографіку та дрібні графічні деталі.

Вінілова обкладинка має виразнішу матеріальність порівняно з цифровою іконкою альбому. Вона передбачає безпосередній контакт із глядачем: її можна тримати в руках, розглядати зблизька, сприймати як частину колекційного музичного видання. Саме тому під час практичної розробки було важливо створити не просто зображення, а повноцінні графічні об'єкти, які мають самостійну художню цінність і водночас підтримують загальну стилістику серії.

Візуальна система серії **«SIYA HIT»** побудована на поєднанні піксельної типографіки, цифрових спотворень, контрастної композиції, напівтонових фактур, фрагментованого портрету та виразних кольорових акцентів. Завдяки цим засобам сформовано сучасний, емоційно насичений і впізнаваний образ виконавиці. Піксельна типографіка в серії виконує не лише інформаційну функцію. Вона створює асоціації з цифровим середовищем, грою, екраном,

кодом, технічним збоєм і сучасною візуальною культурою. Через це назви альбомів і логотип виконавиці стають важливими елементами загальної айдентики.

Цифрові спотворення та glitch-ефекти використано як засіб передачі внутрішньої нестабільності, психологічної напруги та емоційного надлому. Вони допомагають візуалізувати стани, які складно показати буквально: тривогу, втрату контролю, розмитість спогадів, зміну внутрішнього стану, руйнування цілісності образу. Напівтонові фактури, растр і зернистість створюють ефект друкованої поверхні, додають зображенню матеріальності та підкреслюють зв'язок дизайну з фізичним форматом вінілової платівки. Контраст чорного, білого та акцентних кольорів робить обкладинки виразними, помітними та композиційно сильними.

Особливе значення у серії має портретність, однак вона не подана у традиційному вигляді. Замість класичного зображення виконавиці використано силуети, фрагменти обличчя, погляд, розмиття, обрізання кадру, цифрове розщеплення та часткову деформацію образу. Такий прийом дозволяє уникнути буквальності та створити глибший психологічний образ. Виконавиця постає не просто як людина на обкладинці, а як носій певного емоційного стану. Таким чином, серія передає не лише зовнішній образ артистки, а й внутрішню атмосферу її музики.

Кожна з шести обкладинок має власний змістовий акцент. «Силует» розкриває тему втрати чіткості образу, розмитості ідентичності та перебування між присутністю і зникненням. Glitch-ефекти, кольорове розщеплення й цифровий шум підкреслюють нестабільність цього стану. «**Game Over**» передає тему завершення, внутрішнього фіналу, емоційної межі та втрати контролю. У цій роботі використано різкий чорно-білий контраст і червону піксельну типографіку, що відсилає до ігрової естетики та повідомлення про кінець певного етапу. «Очі» зосереджені на темі погляду, спостереження, внутрішнього бачення та психологічного контакту. Чорне тло, фіолетовий

акцент, оптичні сітки й деформації створюють відчуття напруги та нестабільності зору.

Обкладинка **«Розбий мені скло»** розкриває один із найбільш драматичних напрямів серії. Образ скла трактується як межа між внутрішнім і зовнішнім світом, як символ захисту, ізоляції, крихкості та емоційного бар'єру. Його руйнування означає прорив, звільнення або момент, коли прихована напруга стає відкритою. **«Спогад»** має більш ліричний характер і пов'язаний із темами пам'яті, ностальгії, втрати та поступового зникнення образу. У цій роботі важливими є м'якість, зернистість, приглушені кольори та ефект фотографічної пам'яті. **«Час»** розкриває тему швидкоплинності, повторення, фрагментів моментів і неможливості зупинити рух подій. Через ритм, символіку годинника, поділ площини та цифрову стилістику ця обкладинка передає відчуття плинності й змін.

Біографічні відомості про **«SIYA HIT»** стали важливою основою для формування концепції серії. Рання початок написання пісень, навчання у музичній школі, музичному коледжі імені Василя Барвінського та Національній музичній академії України за спеціальністю «оперний спів» свідчать про глибоке професійне музичне підґрунтя виконавиці. Такий досвід дозволяє розглядати її образ не як випадковий естрадний проєкт, а як результат тривалого музичного становлення. Водночас візуальна мова обкладинок не копіює академічну традицію буквально, а переосмислює її через сучасні графічні засоби: піксельність, цифрову деформацію, контрастність і експериментальну типографіку.

Поєднання академічної музичної основи та сучасної цифрової естетики стало однією з головних концептуальних особливостей серії. З одного боку, у проєкті простежується зв'язок із професійною музикою, вокальною дисципліною та серйозним ставленням до звуку. З іншого боку, візуальна подача є сміливою, гострою, експериментальною та орієнтованою на сучасну аудиторію. Саме цей контраст допомагає сформувати впізнаваний образ виконавиці, який поєднує ліричність, драматичність і цифрову напругу.

Використані у процесі роботи референси підтвердили актуальність обраного напрямку. Сучасний дизайн музичних обкладинок активно використовує фрагментацію, цифрові спотворення, мінімалізм, експресивну типографіку, halftone-фактури, контрастні кольори та емоційно виразну фотографію. Такі прийоми дозволяють створювати сильні візуальні образи, які ефективно працюють як у цифровому середовищі, так і у фізичному форматі. Для вінілової платівки вони особливо доречні, оскільки великий формат дає можливість розкрити фактури, деталі та складні композиційні рішення.

У результаті практична частина показала, що серія обкладинок для «**SIYA HIT**» має цілісний характер. Вона не складається з розрізнених графічних рішень, а формує єдину систему, у якій кожна обкладинка виконує власну роль. Серійність досягається через повторення спільних графічних принципів: піксельної типографіки, контрастної побудови, фотографічної основи, цифрової деформації, фрагментації та акцентних кольорів. Водночас кожен альбом має індивідуальний настрій, власну композиційну логіку та візуальну драматургію.

Практична розробка доводить, що дизайн обкладинки вінілової платівки є важливою складовою аудіовізуальної ідентичності виконавця. Обкладинка не лише супроводжує музичний матеріал, а й допомагає його інтерпретувати, посилює емоційне сприйняття та створює образ артиста в культурному просторі. Завдяки поєднанню музичного змісту, фотографії, типографіки, кольору та цифрової графіки серія «**SIYA HIT**» формується як завершений дизайн-проект, у якому кожен альбом має власний емоційний стан, а всі шість обкладинок працюють як єдина візуальна система.

Отже, у третьому розділі було обґрунтовано концепцію, стилістику та композиційні принципи серії обкладинок вінілових платівок для виконавиці «**SIYA HIT**». Розроблена серія демонструє, що сучасна музична обкладинка може бути не лише засобом оформлення, а й самостійним художнім висловлюванням. Вона поєднує музику, особистість виконавиці, емоційний зміст альбомів і сучасну графічну мову в єдиний аудіовізуальний образ.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У дипломній роботі було досліджено особливості дизайн-розробки серії обкладинок музичних альбомів для виконавиці «SIYA HIT» у контексті еволюції оформлення музичних носіїв, сучасного стану музичної індустрії, візуальних тенденцій та значення обкладинки як важливого елемента аудіовізуальної ідентичності артиста. Обрана тема є актуальною, оскільки в сучасній культурі музичний альбом уже не сприймається лише як набір аудіозаписів. Він функціонує як цілісний комунікативний продукт, у якому поєднуються музика, візуальний образ, типографіка, фотографія, колір, цифрова презентація, фізичний носій та загальна айдентика виконавця.

У процесі дослідження було підтверджено, що обкладинка музичного альбому є не другорядним декоративним елементом, а самостійним засобом візуальної комунікації. Вона формує перше враження про реліз, допомагає слухачеві зчитати жанр, емоційний настрій і художню концепцію альбому ще до прослуховування музики. Особливого значення це набуває у сучасному медіапросторі, де слухач часто вперше взаємодіє з музичним продуктом через невелике цифрове зображення на стримінговій платформі або в соціальних мережах. Водночас у випадку вінілових платівок обкладинка повертає собі значення фізичного, тактильного та колекційного об'єкта, який можна розглядати як окремий графічний твір.

У першому розділі було розглянуто історичну еволюцію стилістичних особливостей оформлення обкладинок музичних збірок, вінілових платівок, дисків та інших музичних носіїв. Аналіз показав, що на початкових етапах розвитку звукозапису пакування платівок мало переважно утилітарний характер. Воно виконувало функцію захисту носія та містило лише базову інформацію про запис. У той період ще не існувало повноцінного художнього оформлення обкладинки як самостійного виду графічного дизайну. Проте з розвитком музичної індустрії, друкарських технологій та конкуренції на ринку виникла потреба у створенні привабливого візуального образу музичного продукту.

Важливим етапом в історії обкладинок стало впровадження ілюстрованих конвертів для платівок, що надало музичному продукту нової художньої та комерційної цінності. Обкладинка почала виконувати не лише інформаційну, а й рекламну, емоційну та естетичну функцію. Згодом розвиток модернізму, поп-арту, концептуального дизайну, фотомонтажу та експериментальної типографіки суттєво розширив можливості оформлення музичних альбомів. Обкладинка поступово перетворилася на складний візуальний текст, у якому зображення, шрифт, колір і композиція працюють разом для передачі характеру музики.

У межах історіографічного аналізу було визначено, що дизайн обкладинок розвивався паралельно зі зміною художніх стилів, технологій звукозапису та способів поширення музики. У різні періоди обкладинка виконувала різні функції: від простого пакування до концептуального образу альбому, від портретної презентації виконавця до створення повноцінної візуальної системи. Це дає підстави стверджувати, що обкладинка альбому є важливою частиною історії графічного дизайну, оскільки відображає не лише музичні, а й культурні, технологічні та соціальні зміни.

Окрему увагу у першому розділі було приділено технологіям створення перших вінілових платівок. Було встановлено, що розвиток звукозапису пов'язаний із поступовим удосконаленням матеріалів, способів механічного запису, виробничих процесів і технологій тиражування. Перехід від ранніх механічних носіїв і шелакових платівок до платівок із полівінілхлориду став важливим етапом у формуванні сучасного альбомного формату. Вініл забезпечив кращу якість звучання, більшу тривалість запису, менший рівень шуму та кращу стійкість носія. Це дало можливість сприймати альбом як цілісну музичну форму, а не лише як короткий запис окремого твору.

Було визначено, що технологія виробництва вінілової платівки безпосередньо впливає на її візуальне оформлення. Великий квадратний формат обкладинки створює значну площину для роботи з фотографією, ілюстрацією, типографікою, кольором і фактурою. Саме фізичні параметри вінілового носія

сприяли розвитку обкладинки як повноцінного дизайнерського об'єкта. У цьому контексті технологічний та художній аспекти виявилися взаємопов'язаними: звук, носій і візуальне оформлення разом формують цілісний музичний продукт.

У підрозділі, присвяченому впливу візуальної складової на економічні чинники та популяризацію автора-виконавця, було доведено, що обкладинка альбому відіграє важливу роль у формуванні попиту на музичний продукт. Візуально приваблива обкладинка здатна привернути увагу слухача, підсилити інтерес до релізу, сформувати позитивне перше враження та сприяти впізнаваності виконавця. В умовах сучасної музичної індустрії, де конкуренція за увагу аудиторії є дуже високою, дизайн обкладинки стає не лише естетичним, а й стратегічним інструментом.

Також було встановлено, що обкладинка може виконувати роль ядра візуальної комунікації артиста. На її основі можуть створюватися постери, рекламні матеріали, оформлення соціальних мереж, мерч, концертна графіка, відеовізуальні елементи та інші складові промоційної системи. Це підтверджує, що дизайн музичного альбому має розглядатися не ізольовано, а як частина ширшої айдентики виконавця. Узгодженість кольорів, шрифтів, графічних прийомів і композиційних рішень сприяє формуванню сталого образу артиста та підвищує його впізнаваність у культурному просторі.

У другому розділі було проаналізовано сучасний стан ринку музичних альбомів і вінілових платівок, а також визначено основні візуальні тенденції в оформленні музичних релізів. У результаті аналізу було встановлено, що сучасний музичний ринок розвивається одночасно у двох взаємопов'язаних напрямках — цифровому та фізичному. Цифровий сегмент, представлений стримінговими платформами, соціальними мережами та відеосервісами, забезпечує швидке поширення музики, широке охоплення аудиторії та нові способи популяризації виконавців. Водночас фізичний сегмент, зокрема вінілові платівки, набуває статусу колекційного, іміджевого й естетичного продукту.

Дослідження показало, що у цифровому середовищі обкладинка альбому функціонує як візуальний маркер музичного контенту. Вона повинна бути достатньо виразною, щоб привертати увагу навіть у малому форматі. Саме тому сучасні обкладинки часто тяжіють до лаконічності, чіткого силуету, сильного кольорового акценту, простішої композиції та виразної типографіки. Однак це не означає спрощення змісту. Навпаки, сучасна обкладинка має швидко передавати складний емоційний і концептуальний код альбому, залишаючись зрозумілою у цифровому просторі.

Фізичний формат, зокрема вініл, має іншу логіку сприйняття. Вінілова платівка повертає музиці матеріальність. У цьому випадку слухач взаємодіє не лише зі звуком, а й із предметом: обкладинкою, вкладками, поліграфією, фактурою паперу, кольором друку, етикеткою платівки. Це посилює роль дизайну, оскільки покупець отримує не тільки аудіозапис, а й візуально-тактильний об'єкт. Отже, у сучасному ринку цифрове і фізичне середовище не заперечують одне одного, а взаємодоповнюють. Цифровий реліз забезпечує швидке поширення музики, а фізичний формат підвищує її культурну та колекційну цінність.

У другому розділі також було досліджено візуальні особливості сучасних музичних обкладинок. Було визначено, що ключовими характеристиками сучасного оформлення є концептуальність, адаптивність, серійність, типографічна виразність, кольорове кодування емоцій, поєднання фотографії з графікою та здатність працювати у різних медіаформатах. Обкладинка альбому дедалі частіше функціонує не як окреме зображення, а як частина ширшої системи, що включає цифрові публікації, тизери, кліпи, постери, концертні візуали та мерч.

Було простежено зміну візуальної мови українських гуртів і виконавців за останні 30 років. У 1990-х роках домінувала портретна поп-репрезентація, де головним елементом обкладинки був сам виконавець. Основною функцією дизайну було представити артиста, зробити його впізнаваним і закріпити сценічний образ у свідомості аудиторії. У 2000-х роках візуальна мова стала

більш атмосферною та жанрово орієнтованою. Обкладинки почали передавати не лише зовнішність виконавця, а й характер музики, її настрій, стиль і емоційне середовище.

У 2010-х роках відбувся перехід до системного формування айдентики артиста. Обкладинка почала сприйматися як частина цілісної візуальної системи, що охоплює логотип, типографіку, фотосесії, відео, соціальні мережі, концертну графіку та мерч. У 2020-х роках особливо актуальними стали адаптивність, серійність, поєднання фотографії з цифровою графікою, авторська участь у створенні візуального образу та переосмислення локального культурного коду. Це свідчить про зрілість сучасної української музичної сцени, де дизайн стає важливою складовою культурної репрезентації та просування.

У третьому розділі було здійснено практичну дизайн-розробку серії обкладинок вінілових платівок для виконавиці «SIYA HIT». Серія складається з шести альбомів: «**Game Over**», «**Очі**», «**Силует**», «**Розбий мені скло**», «**Спогад**» і «**Час**». Усі обкладинки мають власний емоційний зміст, але водночас об'єднані єдиною графічною системою. Основними засобами цієї системи стали піксельна типографіка, цифрові спотворення, контрастна композиція, halftone-фактури, фрагментований портрет, glitch-ефекти, акцентні кольори та експериментальна фотообробка.

Практична частина спиралася на аналіз творчого образу виконавиці. Було враховано біографічні відомості про «SIYA HIT»: ранній початок написання пісень, навчання у музичній школі № 2 у місті Дрогобич, подальше навчання у музичному коледжі імені Василя Барвінського за спеціальністю «академічний спів», а також навчання у Національній музичній академії України за спеціальністю «оперний спів». Цей досвід сформував професійне музичне підґрунтя виконавиці, що стало важливим фактором у розробці візуальної концепції.

Було визначено, що художній образ «SIYA HIT» будується на поєднанні академічної музичної основи та сучасної цифрової естетики. З одного боку, присутня професійна вокальна школа, дисципліна, музична освіта та серйозне

ставлення до звуку. З іншого боку, візуальна мова серії є гострою, експериментальною, цифровою, емоційно напруженою та орієнтованою на сучасне сприйняття. Це поєднання дозволило уникнути буквального академізму і створити актуальний образ виконавиці, що відповідає сучасним тенденціям музичного дизайну.

У серії обкладинок кожен альбом отримав окремий образний акцент. **«Game Over»** передає тему завершення, емоційного фіналу, внутрішньої гри та межі. Контраст чорного, білого й червоного, а також піксельна типографіка створюють асоціацію з цифровим середовищем і станом завершення певного етапу. **«Очі»** зосереджується на темі погляду, спостереження, внутрішнього бачення та психологічного контакту. Візуальне рішення побудоване на чорному тлі, фіолетовому акценті, оптичних сітках і відчутті екранної деформації. **«Силует»** розкриває тему втрати чіткості образу, розмитості ідентичності та перебування між реальністю і пам'яттю. У цій роботі важливу роль відіграють glitch-ефекти, кольорове розщеплення, цифровий шум і VHS-подібна фактура.

Обкладинка **«Розбий мені скло»** розкриває тему руйнування внутрішніх меж, емоційного прориву та психологічного зламу. Образ скла трактується як символ крихкості, захисту, ізоляції та невидимого бар'єру між внутрішнім і зовнішнім світом. **«Спогад»** має більш ліричний характер і пов'язаний із темами пам'яті, ностальгії, теплої минулого та поступового зникнення емоційного образу. Для нього доречними є зернистість, м'якість, приглушені кольори та ефект фотографічної пам'яті. **«Час»** розкриває тему швидкоплинності, повторення, фрагментарності моментів і неможливості зупинити рух подій. Він об'єднує у собі мотиви пам'яті, зміни та цифрового зміщення.

У практичній частині було доведено, що серійність є одним із ключових принципів сучасного дизайну музичних обкладинок. Серія **«SIYA HIT»** не складається з окремих випадкових зображень. Вона формує єдиний дизайн-комплекс, у якому кожна обкладинка має індивідуальний зміст, але всі роботи впізнаються як частини одного проєкту. Єдність досягається завдяки

повторенню спільних графічних елементів: піксельного шрифту, контрастної композиції, цифрової обробки фото, фрагментації, шуму, растру та акцентної кольоровості.

Особливе значення у серії має типографіка. Піксельний шрифт використовується не лише як стилістичний прийом, а як важливий смисловий елемент. Він пов'язує обкладинки з цифровим середовищем, екранною культурою, грою, помилкою, технічним збоєм і сучасною візуальністю. Завдяки цьому типографіка стає активною частиною образу, а не просто інформаційним написом. Вона допомагає створити впізнаваний графічний код виконавиці.

Фотографія у практичній частині також не використовується як звичайний портрет. Вона трансформується через растрування, розмиття, кольорове зміщення, контрастування, шум, сітки, пікселі та цифрові деформації. Такий підхід дозволяє показати не лише зовнішність виконавиці, а її внутрішній стан, емоційну напругу, психологічну складність і зміну образу. Портрет перетворюється на графічний знак, а обкладинка — на візуальну інтерпретацію музичного стану.

У результаті виконаної роботи було досягнуто поставленої мети — досліджено особливості розробки дизайну обкладинок музичних альбомів і створено концепцію серії обкладинок вінілових платівок для виконавиці «**SIYA HIT**». Також було виконано основні завдання дипломної роботи: розглянуто історію розвитку вінілових платівок; проаналізовано технологічні особливості їх створення; визначено вплив візуальної складової на популяризацію виконавця; досліджено сучасний ринок музичних альбомів і вінілових платівок; проаналізовано візуальні тенденції українських виконавців; розглянуто жанрову та образну специфіку «**SIYA HIT**»; створено концепцію серії з шести обкладинок.

Загалом проведене дослідження підтвердило, що обкладинка музичного альбому є складним багатофункціональним об'єктом. Вона поєднує художню, комунікативну, маркетингову, культурну та ідентифікаційну функції. У сучасній музичній індустрії обкладинка не лише оформлює реліз, а й допомагає

формувати образ виконавця, підтримує його позиціонування, сприяє впізнаваності та створює емоційний зв'язок з аудиторією.

Практичне значення дипломної роботи полягає у створенні серії обкладинок, яка може бути використана як основа для повноцінної візуальної айдентики музичного проєкту. Розроблена серія демонструє, як через поєднання музичного змісту, біографічного контексту виконавиці, фотографії, типографіки, кольору та цифрових графічних прийомів можна сформувати сучасний, цілісний і впізнаваний образ артиста.

Отже, дипломна робота доводить, що дизайн обкладинок вінілових платівок є актуальним напрямом графічного дизайну, який поєднує історичний досвід, сучасні технології, ринкові потреби та художню інтерпретацію музики. Серія обкладинок для «**SIYA HIT**» показує, що сучасна музична обкладинка може виступати не лише засобом оформлення, а й самостійним візуальним висловлюванням, яке розкриває характер виконавиці, підсилює емоційний зміст альбомів і формує єдиний аудіовізуальний образ музичного проєкту. Матеріал узагальнено на основі наданого тексту дипломної роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Українські джерела (друковані та електронні)

1. «А я застряг в ностальгії за післямайданівськими часами»: знайомимося з Ігорем Литвиненком і його проєктом “Село Близнюків” // Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/1005975-a-zastrag-v-nostalgii-za-pislamajdanivskimi-casami-znajomimosa-z-igorem-litvinenkom-selo-bliznukiv/>
2. Бойчук О. В. Основи дизайну. Київ, 2015.
3. Гаврилюк Н. В. Брендинг у дизайні. Київ, 2019.
4. Група KAZKA випустила новий альбом // Vogue Ukraine. 2021. 5 листопада. URL: <https://vogue.ua/article/culture/muzyka/gruppa-kazka-vypustila-novyuy-albom-46449.html>
5. Гурт «Димна суміш» випустили перевидання альбому «У країні ілюзій» на вінілі // LiRoom [Електронний ресурс]. URL: <https://liroom.com.ua/news/dymna-sumish-lp/> (дата звернення: 09.05.2026).
6. Даниленко В. Я. Дизайн : підручник. Харків, 2003.
7. Зібров Павло Миколайович // Факультет музичного мистецтва КНУКіМ [Електронний ресурс]. URL: <https://fmm.knukim.edu.ua/facultet/team/zibrov-pavlo-mikolajovich>
8. Іваненко Л. М. Сучасний дизайн і візуальні комунікації. Київ, 2019.
9. Ковальчук О. О. Психологія візуального сприйняття. Київ, 2017.
10. Кулешов С. Г. Основи звукозапису. Київ : КПІ, 2008.
11. Литвиненко О. М. Візуальна культура сучасності. Харків, 2021.
12. Мельник С. П. Маркетинг візуальних комунікацій. Львів, 2018.
13. Модернізація на ринку сучасної музичної індустрії: зарубіжний та вітчизняний досвід : оглядова довідка за матеріалами преси, Інтернету та неопублікованими документами за 2017–2018 рр. / Національна бібліотека України імені Ярослава Мудрого, Інформаційний центр з питань культури та мистецтва. Київ, 2018. 14 с. URL:

https://nlu.org.ua/storage/files/Infocentr/Tematich_ogliadi/2018/Modernizaciya_muzychnoyi_industriyi.pdf

14. Народження грамофона [Електронний ресурс]. URL: <https://vir.uan.ua/birth-gramophone/>
15. «Платівки — це фетишизм»: як українці знову полюбили вініл // Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/691988-plativki-ce-fetisizm-ak-ukrainci-znovu-polubili-vinil/>
16. Продажі вінілових платівок вперше за 35 років обігнали компакт-диски: найбільше їх купують зумери // Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/415275-prodazi-vinilovih-plativok-vperse-za-35-rokiv-obignali-kompakt-diski-najbilse-ih-kupuut-zumeri/>
17. Релізи 2026 // Vinyla [Електронний ресурс]. URL: <https://vinyla.com/catalog/releases-2026>
18. Руденко Н. І. Історія графічного дизайну. Київ, 2010.
19. Савченко І. В. Цифровий дизайн і медіа. Київ, 2020.
20. Скопцова О., Регеша Н. Музичні стрімінгові платформи в аспекті розбудови національно-культурної ідентичності // Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство. 2023. Вип. 48. С. 88–94. URL: <https://arts-series-knukim.pp.ua/article/view/282458>
21. Українські релізи // Vinyla [Електронний ресурс]. URL: <https://vinyla.com/catalog/ukrainian>
22. Шпак В. І. Поліграфічні технології. Львів, 2012.
23. Як звучить Крим: Jamala представляє альбом Qırım // Vogue Ukraine. URL: <https://vogue.ua/article/culture/muzyka/yak-zvuchit-krim-jamala-predstavlyaye-albom-qirim-52155>
24. Як радіомовники дотримуються мовних квот: результати моніторингу Національної ради // Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/yak-radiomovnyky-dotrymuyutsya-movnyh-kvot-rezultaty-monitoryngu-natsionalnoyi-rady/>

25. Як створювався “Рух” — найособистіший альбом Джамали // Vogue Ukraine. URL: <https://vogue.ua/article/culture/muzyka/yak-stvoryuvavsya-ruh-miy-naybilsh-osobistiy-albom-dzhamali-63168>
26. Jamala представить новий альбом Qırım у Києві // Vogue Ukraine. URL: <https://vogue.ua/article/culture/muzyka/jamala-predstavit-noviy-albom-qirim-u-kiyevi-51829>
27. Jerry Heil у 2024 році зібрала майже пів мільярда прослуховувань на стрімінгах — найбільше в Україні // Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/916949-jerry-heil-u-2024-roci-zibrala-majze-piv-milarda-prosluhovuvan-na-stimingah-najbilse-v-ukraini/>

Іноземні джерела

28. A to Z Media. Vinyl Album Covers History: From Steinweiss to Modern Finishes [Electronic resource]. URL: <https://www.atozmedia.com/blog/vinyl-album-covers-history-steinweiss-to-modern-finishes/>
29. AIGA Eye on Design. 7 Definitive Record Sleeves from 2021 [Electronic resource]. 2021. URL: <https://eyeondesign.aiga.org/7-definitive-record-sleeves-from-2021/>
30. Ambrose G., Harris P. Basics Design 05: Colour. Lausanne : AVA Publishing, 2005.
31. Ambrose G., Harris P. The Fundamentals of Graphic Design. Lausanne : AVA Publishing, 2009.
32. Baines P. Type and Music. London : Laurence King Publishing, 2005.
33. Brown T. Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. New York : Harper Business, 2009.
34. Coleman M. Playback: From the Victrola to MP3, 100 Years of Music, Machines, and Money. Cambridge : Da Capo Press, 2003.
35. De Ville N. Album: Style and Image in Sleeve Design. London : Mitchell Beazley, 2003.
36. Design Observer. Are JPEGs the New Album Covers? [Electronic resource]. 2007. URL: <https://designobserver.com/are-jpegs-the-new-album-covers/>

- 37.Design Observer. Command Records' Design Distinction [Electronic resource]. 2009. URL: <https://designobserver.com/command-records-design-distinction/>
- 38.Discogs. The Best-Selling Records on Discogs in 2025 So Far [Electronic resource]. 2025. URL: <https://www.discogs.com/digs/collecting/best-selling-in-2025-so-far/>
- 39.Discogs. Inflation Is Changing the Way We Collect Records [Electronic resource]. 2025. URL: <https://www.discogs.com/about/news/vinyl-record-price-increase-collecting-trends-2025/>
- 40.Discogs. Vinyl Sales Up 6.2% in 2024 [Electronic resource]. 2024. URL: <https://www.discogs.com/digs/collecting/vinyl-sales-up-in-2024/>
- 41.Grapheine. History of Record Covers: The Face of 50s Jazz [Electronic resource]. 2023. URL: <https://grapheine.com/en/magazine/history-record-covers-design-50s-jazz/>
- 42.Heller S., Chwast S. Graphic Style: From Victorian to Digital. New York : Abrams, 2011.
- 43.Heller S., Vienne V. 100 Ideas That Changed Graphic Design. London : Laurence King Publishing, 2012.
- 44.Hesmondhalgh D. The Cultural Industries. 3rd ed. London : SAGE Publications, 2013.
- 45.Improvised Music Company. Why your visual identity is important as a musician [Electronic resource]. URL: <https://www.improvisedmusic.ie/supporting-musicians/resources-opportunities/why-your-visual-identity-is-important-as-a-musician-2>
- 46.Inglis I. The Beatles, Popular Music and Society: A Thousand Voices. London : Palgrave Macmillan, 2000.
- 47.International Federation of the Phonographic Industry. Global Music Report 2025 [Electronic resource]. London : IFPI, 2025. URL: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2024/03/GMR2025_SOTI.pdf
- 48.International Federation of the Phonographic Industry. Global Music Report 2026: Global Recorded Music Revenues Grow 6.4% as Record Companies

- Drive Innovation [Electronic resource]. 2026. URL: <https://www.ifpi.org/global-music-report-2026-global-recorded-music-revenues-grow-6-4-as-record-companies-drive-innovation/>
49. Jones S. Pop Music and the Press. Philadelphia : Temple University Press, 2002.
50. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. 2nd ed. New York : Princeton Architectural Press, 2010.
51. Meggs P. Meggs' History of Graphic Design. 6th ed. Hoboken : Wiley, 2016.
52. Monotype. Hugh Miller: the art and intuition behind an award-winning record sleeve design [Electronic resource]. URL: <https://www.monotype.com/resources/expertise/hugh-miller-istd>
53. Museum of Modern Art. Let Them Eat Delia's Cake, or Robert Brownjohn's Let It Bleed [Electronic resource]. 2013. URL: https://www.moma.org/explore/inside_out/2013/09/12/let-them-eat-delias-cake-or-robert-brownjohns-let-it-bleed/
54. Musicians Institute. The Importance of Visual Branding for Independent Artists in the Streaming Era [Electronic resource]. URL: <https://www.mi.edu/in-the-know/importance-visual-branding-independent-artists-streaming-era/>
55. Negus K. Music Genres and Corporate Cultures. London ; New York : Routledge, 1999.
56. Norman D. The Design of Everyday Things. Revised and expanded ed. New York : Basic Books, 2013.
57. Powell A. Hipgnosis: Portraits. London : Thames & Hudson, 2014.
58. Recording Industry Association of America. RIAA 2024 Year-End Revenue Report [Electronic resource]. 2025. URL: <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2025/03/RIAA-2024Year-End-Revenue-Report.pdf>
59. Research and Markets. Vinyl Records Market 2025–2029 [Electronic resource]. URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5008947/vinyl-records-market-2025-2029>

60. Samara T. Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop. Gloucester : Rockport Publishers, 2002.
61. Spotify. Loud & Clear [Electronic resource]. URL: <https://www.spotify.com/loudandclear>
62. Spotify. Loud & Clear: Music Economics Highlights [Electronic resource]. 2026. URL: <https://newsroom.spotify.com/2026-03-11/loud-and-clear-music-economics-highlights/>
63. Spotify. Loud & Clear: Takeaways [Electronic resource]. URL: <https://loudandclear.byspotify.com/takeaways/>
64. Spotify for Artists. Royalties Guide [Electronic resource]. URL: <https://artists.spotify.com/en/royalties-guide>
65. Spotify for Artists. Why Visual Identity Is Important and How to Create Yours [Electronic resource]. URL: <https://artists.spotify.com/blog/why-visual-identity-is-important-and-how-to-create-yours>
66. Thames & Hudson. Vinyl. Album. Cover. Art [Electronic resource]. URL: <https://www.thamesandhudson.com/products/vinyl-album-cover-art>
67. The Recording Academy. 2026 GRAMMYs Nominations: Best Album Cover [Electronic resource]. URL: <https://www.grammy.com/news/2026-grammys-nominations-best-album-cover>
68. The Vinyl Factory. New Simplicity: Minimalist Record Sleeve Graphic Design [Electronic resource]. URL: <https://www.thevinylfactory.com/features/new-simplicity-minimalist-record-sleeve-graphic-design>
69. Thorgeron S., Powell A. 100 Best Album Covers. London : Dorling Kindersley, 1999.
70. Victoria and Albert Museum. Facing the Music: Album Covers from Musical Theatre [Electronic resource]. 2024. URL: <https://www.vam.ac.uk/articles/facing-the-music-album-covers-from-musical-theatre>

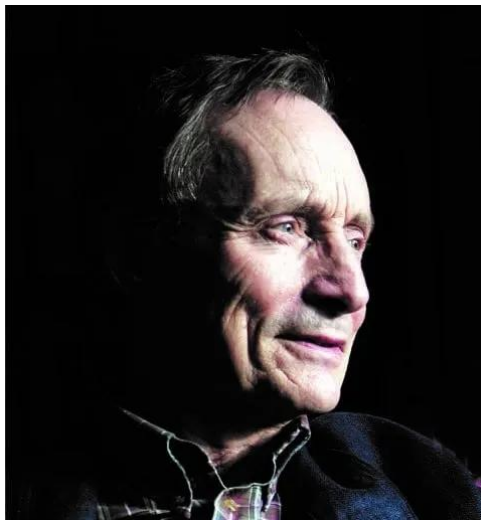
- 71.Vinyl.com. The Art of the Album Cover: A Dive into Vinyl Design [Electronic resource]. URL: <https://vinyl.com/blogs/vinyl/the-art-of-the-album-cover-a-dive-into-vinyl-design>
- 72.Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 5th ed. Hoboken : Wiley, 2018.
- 73.Wheeler A., Meyerson R. Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding. 6th ed. Hoboken : Wiley, 2024.

ДОДАТОК А (ІЛЮСТРАЦІЇ)



Іл. 1.1 Портрет Філіп Б. Меггс

Взято з мережі інтернет



Іл. 1.2 Портрет Річарда Голлінса

Взято з мережі інтернет



Іл. 1.3 Обкладинки вінілових пдатівок на поч. 1900-тих років.

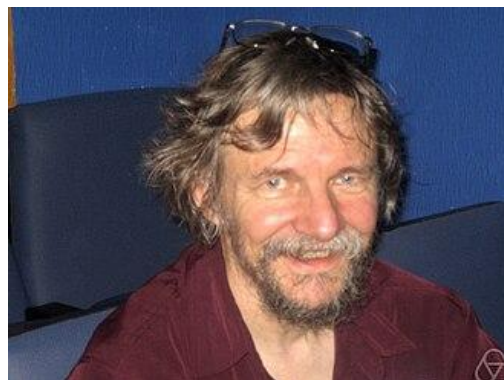
Взято з мережі інтернет



*Іл. 1.4 Портрет графічного дизайнера Алекса Штайнвайса
Взято з мережі інтернет*



*Іл. 1.5 Зміни обкладинок, які започаткував Алекс Штайнвайс
Взято з мережі інтернет*



*Іл. 1.6 Рід Майлз
Взято з мережі інтернет*



Іл. 1.7 The Tokyo Blues — студійний альбом американського джазового піаніста Гораса Сільвера, випущений у 1962 році лейблом Blue Note Records, дизайнер обкладинки якого є Рід Майлз.

Взято з мережі інтернет



Іл. 1.8 Філ Бейнс — британський графічний дизайнер, типограф і дослідник візуальної комунікації.

Взято з мережі інтернет



Іл. 1.9 Обкладинка альбому Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band

Взято з мережі інтернет



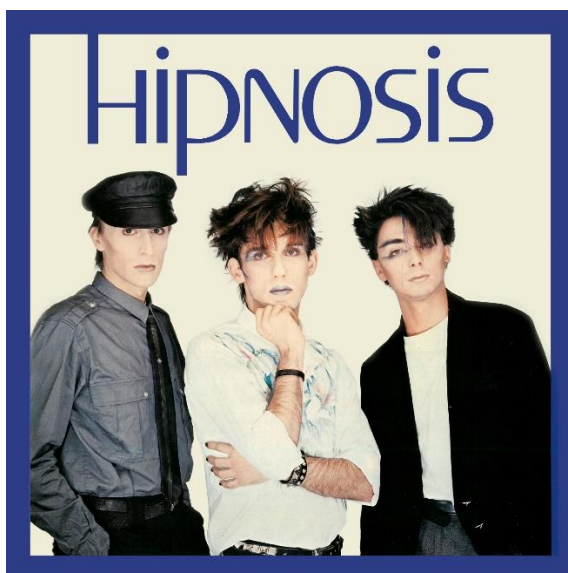
Іл. 2.1 Пітер Блейк

Взято з мережі інтернет



Іл. 2.2 Річард Адевон

Взято з мережі інтернет



Іл. 2.3 Обкладинка альбому «Hypnosis»

Взято з мережі інтернет



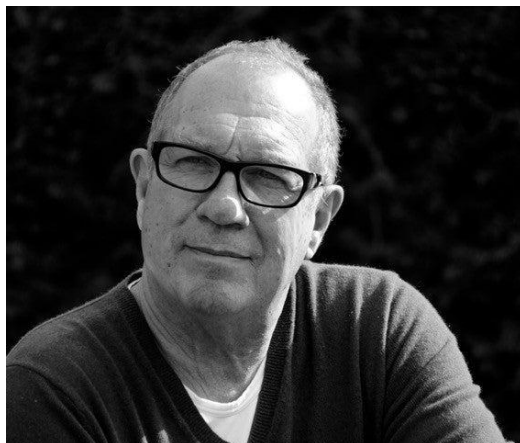
Іл. 2.4 Фото всіх членів гурту Pink Floyd

Взято з мережі інтернет



Іл. 2.5 Фото членів гурту Led Zeppelin

Взято з мережі інтернет



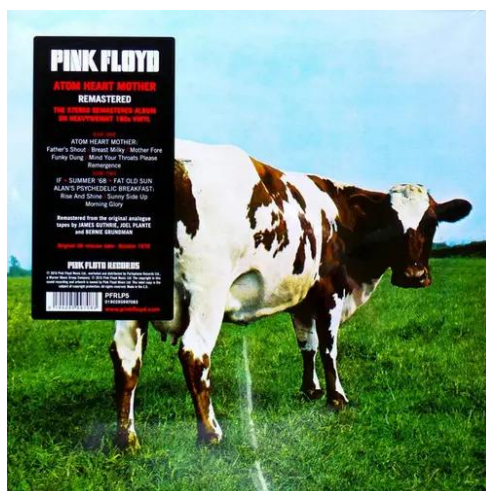
Іл. 2.6 Обрі Павелл – співзасновник дизайн-студії Hipgnosis

Взято з мережі інтернет



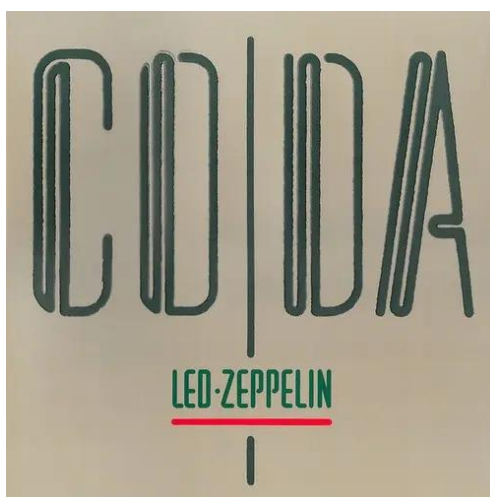
Іл. 2.7 Вінілова платівка Pink Floyd – Wish You Were Here 1LP

Взято з мережі інтернет



Іл. 2.8 Вінілова платівка Pink Floyd — Atom Heart Mother

Взято з мережі інтернет



Іл 2.9 Вінілова платівка Led Zeppelin - Coda 1982 Gat, Warner/EU Mint

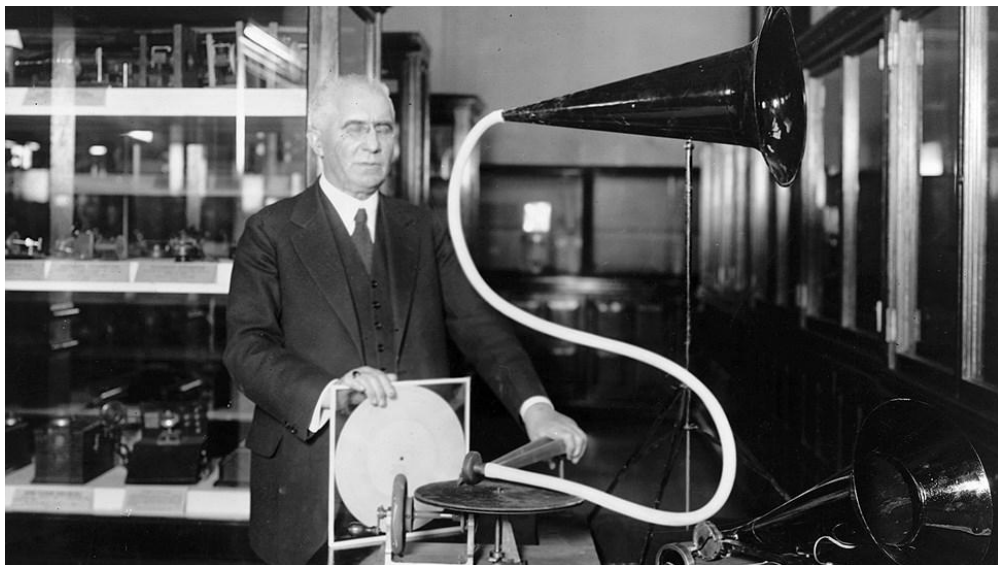
Взято з мережі інтернет



*Іл. 3.1 Девід Хесмондхолг
Взято з мережі інтернет*



*Іл. 3.2 Кім Негус
Взято з мережі інтернет*



*Іл. 3.3 Еміль Берлінер подає патентну заявку на грамофон
Фото зято: United States Library of Congress*



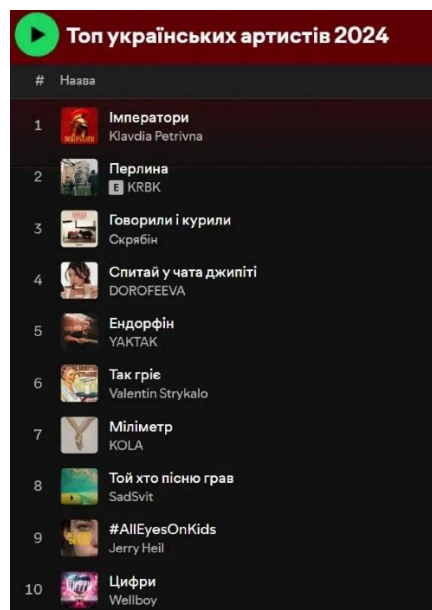
Іл. 3.4 Скопцова Олена Михайлівна

Взято з мережі інтернет



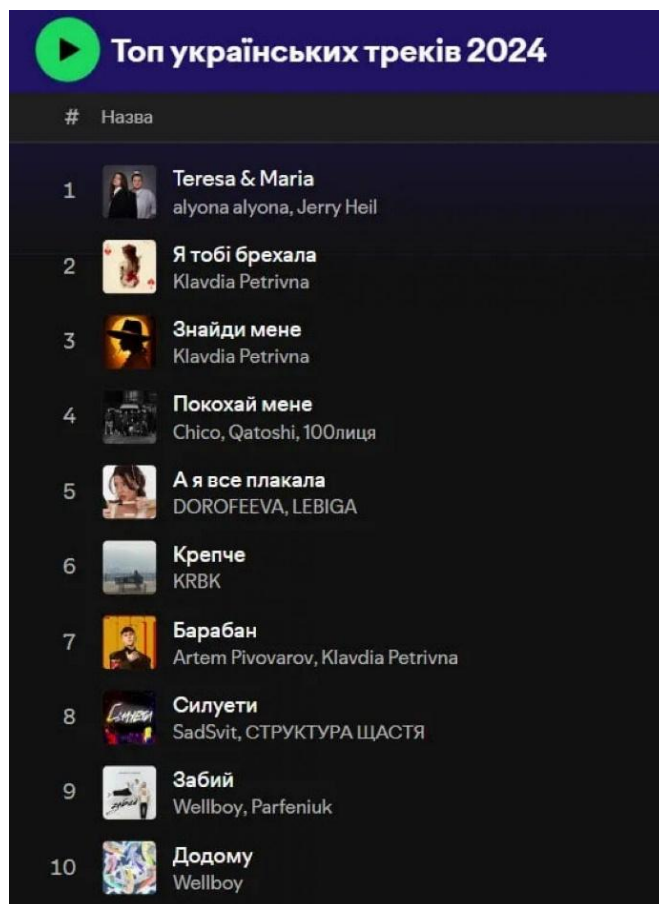
Іл. 3.5 Наталія Регеша

Взято з мережі інтернет



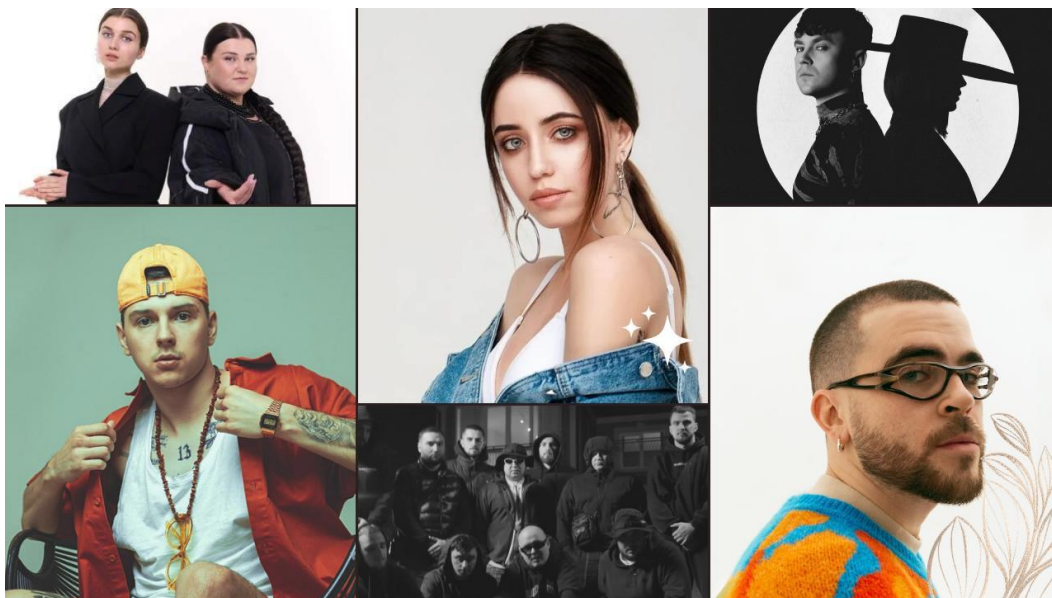
Іл. 3.6 Найпопулярніші українські треки у Spotify за підсумками 2024 року

Взято з мережі інтернет



Іл. 3.7 Зображення з платформами Spotify

Взято з мережі інтернет



Іл.3.8 Українські артисти, що сформували музичний цифровий простір у 2024 році

Взято з мережі інтернет



Мені так треба (Light Blue Vinyl)

Lama

2 295 грн



Карматреш (Trench Edition)

АННА

2 985 грн



Конокрад

Vasya Club

2 000 грн



Бібліотека странных знаній / Квантовый суржик (Reissue)

Курган

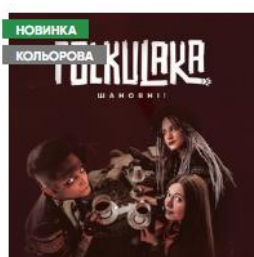
2 350 грн



OMA (Red Velvet)

Ірина Білик

2 985 грн



Шановні!

Folkulaka

2 000 грн



Срібні Кораблі

Арніка

1 875 грн



Фарби

Ірина Білик

2 985 грн



Astro Objects

Klim Beats

1 800 грн



Саундтрек до порядку денного

Ship Her Son

2 300 грн



МОДЕЛЬ

Океан Ельзи

2 950 грн



Система нервів

Тартак

2 400 грн

Іл. 3.9 Українські релізи вінілу 2026 року

Взято з <https://vinyla.com/catalog/ukrainian>



Іл. 4.1 Кузьма Скрыбін

Взято з мережі інтернет



Іл. 4.2 Обкладинка вінілової платівки Скрыбіна «Птахи»

Взято з мережі інтернет



Іл. 4.3 ONUKA

Взято з мережі інтернет



*Іл. 4.4 Фото гурту LATEXFAUNA
Взято з мережі інтернет*



*Іл. 4.5 Фото гурту ДахаБраха
Взято з мережі інтернет*



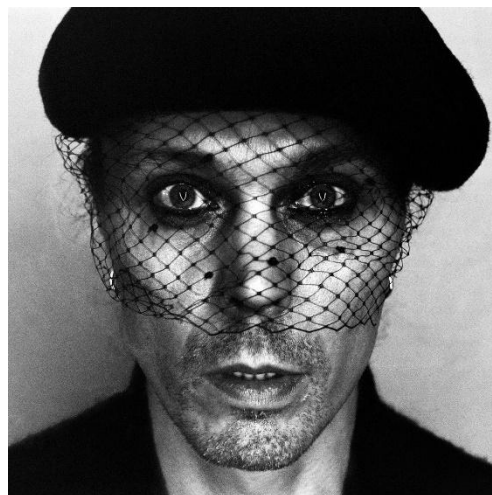
*Іл. 4.6 Фото гурту Океан Ельзи
Взято з мережі інтернет*



*Іл. 4.7 Фото співачки Джамали
Взято з мережі інтернет*



*Іл. 4.8 Фото гурту The Hardkiss
Взято з мережі інтернет*



*Іл. 4.9 Фото вокаліста гурту VV
Взято з мережі інтернет*



Ил. 5.1 фото вінілової обкладинки гурту VV

Взято з мережі інтернет



Ил. 5.2 Фото гурту KAZKA

Взято з мережі інтернет



Ил. 5.3 Вінілова платівка KAZKA - Karma [LP]

Взято з мережі інтернет



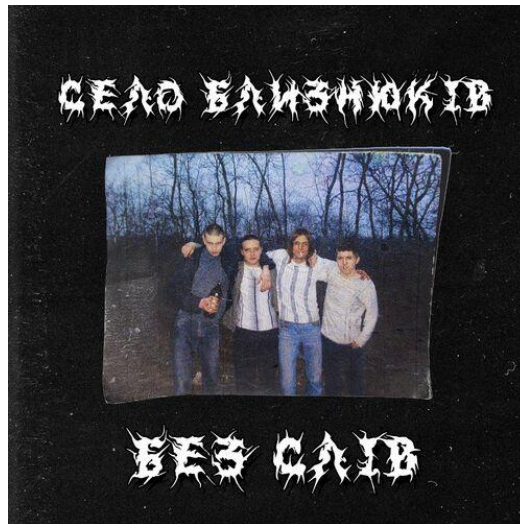
Іл. 5.4 Фото Павла Зіброва

Взято з мережі інтернет



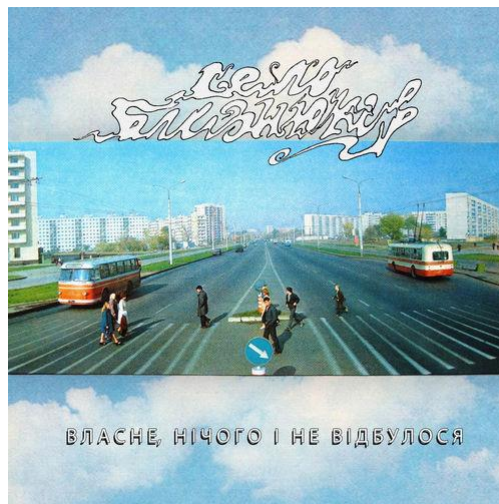
Іл. 5.5;5.6;5.7 Дизайн обкладинки альбому П.Зіброва «Я чекаю тебе..»

Взято з мережі інтернет



Іл. 6.2 Фото гурту «Село Близнюків»

Джерело : <https://www.deezer.com/uk/artist/194965287>



Іл. 6.2 Обкладинка альбому «Власне, Нічого і Не Відбулося» гурту «Село Близнюків»

Джерело : <https://www.deezer.com/uk/artist/194965287>



Іл. 6.3 Фото гурту «Димна Суміш»

Взято з мережі інтернет



Іл. 6.4 Обкладинка вінілової платівки Альбому «Країна Ілюзій» гурту «Димна суміш»,
фіолетова 1LP

Джерело: <https://vinyla.com/products/dimna-sumish-v-krajini-ilyuzij-purple>



Іл. 6.5 Фото виконавиці SIYA HIT Анастасії Мхітарян

Джерело: https://www.instagram.com/siya_hit_official?igsh=MW15Nm5hZGw3NHo5Ng==



Лл. 6.6 Фото Національної музичної академії України в Києві

Джерело : <https://kyivmaps.com/ua/places/nacionalnaya-muzykalnaya-akademiya-ukrainy>



Лл. 6.7 Crochet pixel grids you should try Pt.17 (Album covers)

Джерело: <https://www.threads.com/@e.makesstuff/post/DBy4hrVNrrt>



Лл. 6.8 Crochet pixel grids you should try Pt.17 (Album covers)

Джерело: <https://www.threads.com/@e.makesstuff/post/DBy4hrVNrrt>



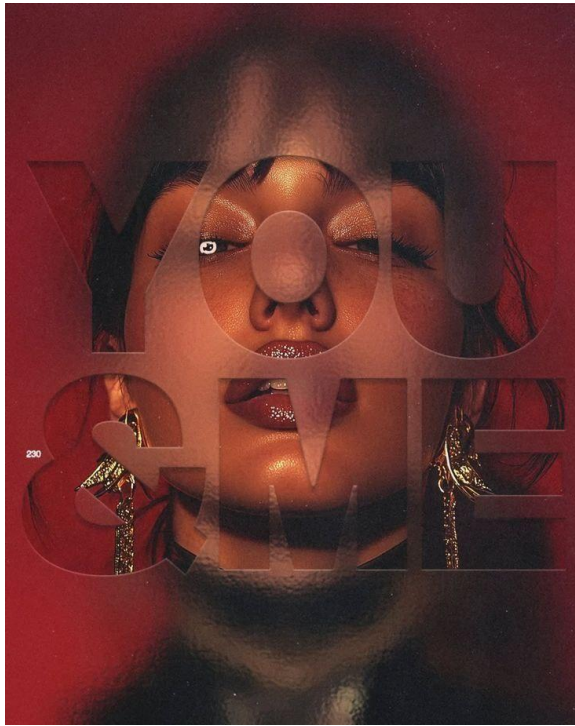
Іл. 6.9 Монохромна гранж-композиція з фотоколажем, розмиттям і текстурою паперу

Джерело: pinterest



Іл. 7.1 Чорно-біла композиція з фрагментами портрета, текстовими вставками та зернистою фактурою

Джерело: pinterest



*Іл. 7.4 П Приклад використання напівтонової текстури в поєднанні з портретним зображенням і типографікою
Джерело: pinterest*

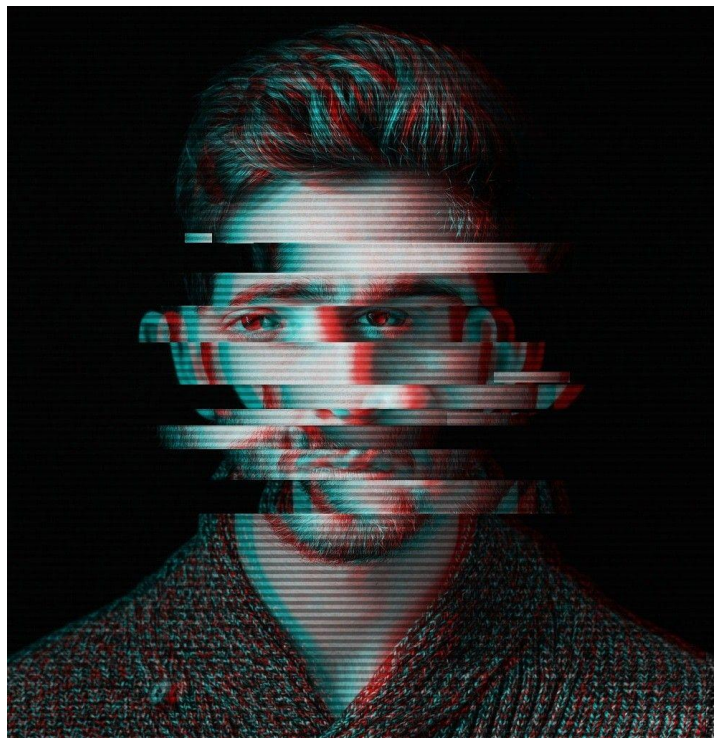


*Іл. 7.5 Композиція з глітчевою текстурою
Джерело: pinterest*



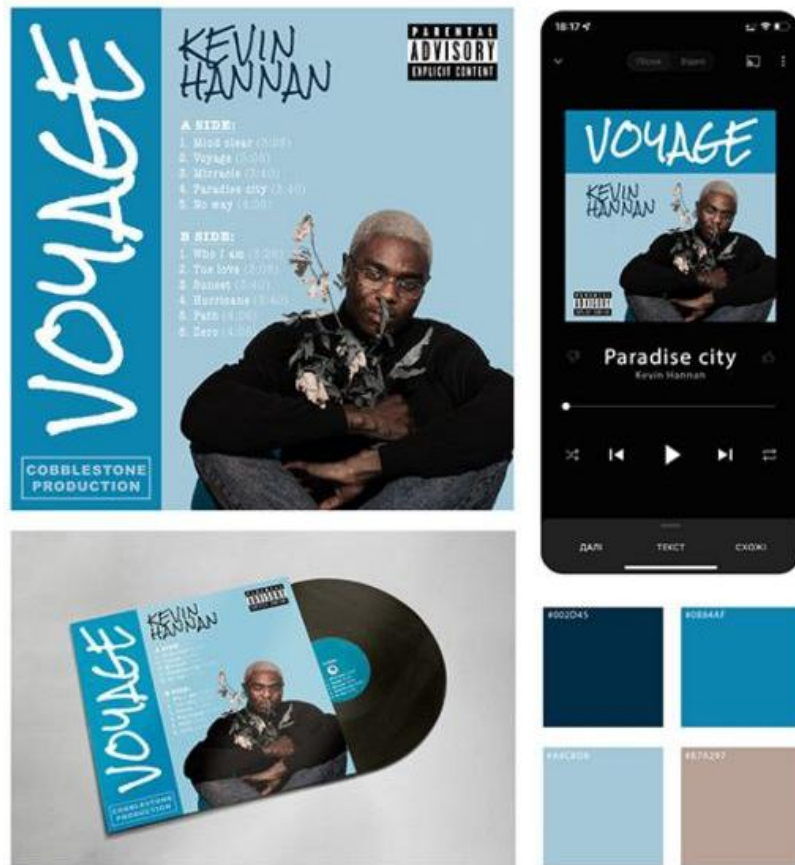
Іл. 7.6 Глітч-композиція з фрагментованим портретом.

Джерело: pinterest



Іл. 7.7 Портрет з глітч-ефектом

Джерело: pinterest



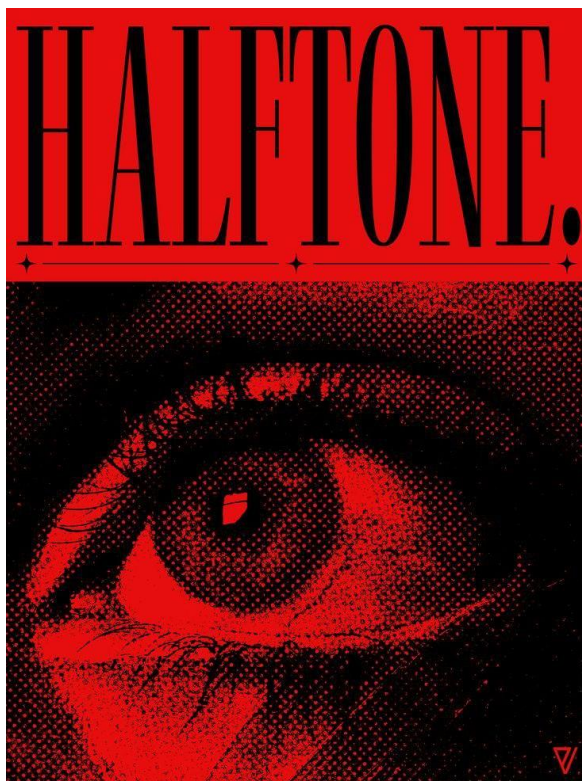
Іл. 7.8 Макет-презентація обкладинки альбому та її візуального застосування

Джерело: pinterest

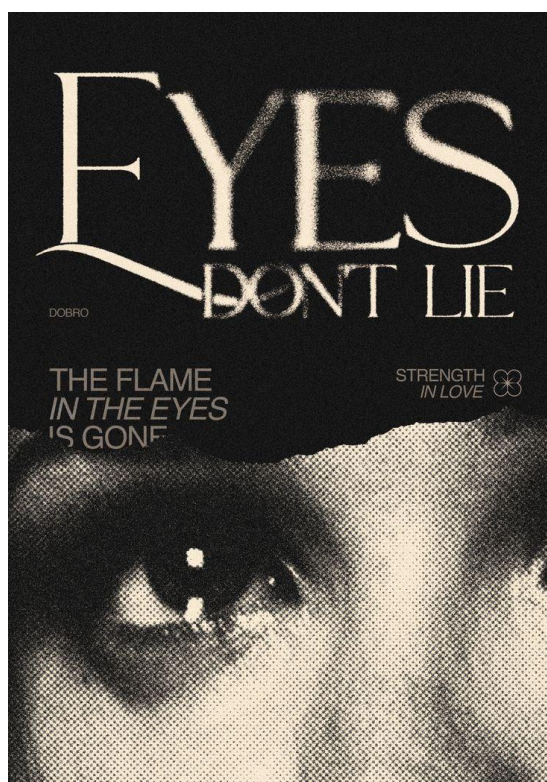


Іл. 7.9 Композиція з фрагментом обличчя та графічною абстракцією

Джерело: pinterest



Ил. 8.1 Графічна композиція з фрагментом ока
Джерело: pinterest

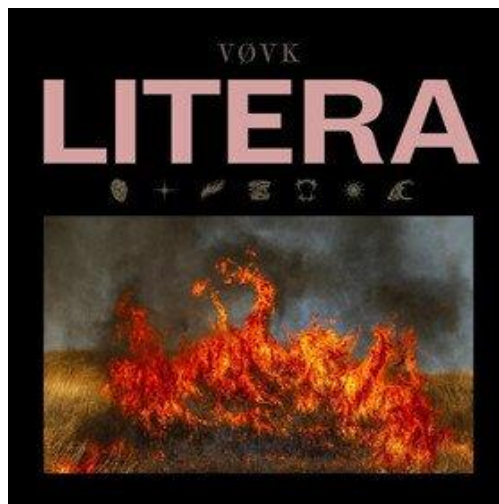


Ил. 8.2 Композиція з емоційно напруженим портретним фрагментом
Джерело: pinterest



Іл.8.3 Вінілова платівка з портретною обкладинкою.

Взято з мережі інтернет.



Іл 8.4 Обкладинка альбому «LITERA» з типографічним акцентом.

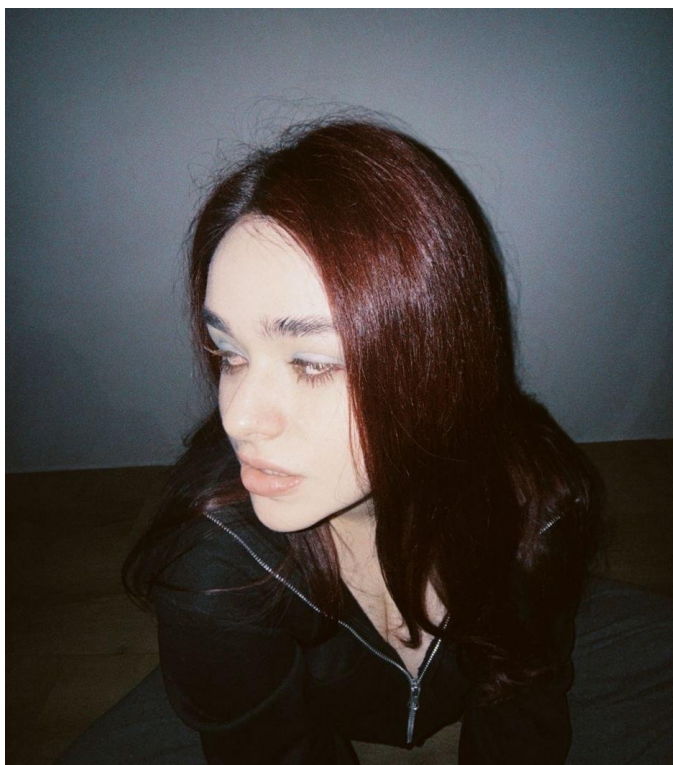
Взято з мережі інтернет.



Іл.8.5 Обкладинка альбому «LITERA» з типографічним акцентом.

Взято з мережі інтернет.

ДОДАТОК Б (ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ)



Іл.Б.1. Фото, яке використане для альбому «Силует»

Автор Котькова Тетяна



Іл.Б.2. Відредагзоване фото, яке використане для альбому «Силует»

Автор Котькова Тетяна



*Ил. Б.3. Проміжний етап розробки передньої обкладинки вінілової платівки альбому
«Силует»*

Автор Котькова Тетяна



Ил. Б.4 Проміжний етап розробки обкладинки вінілової платівки альбому «Силует»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.5 . Відредагований фотоматеріал для обкладинки альбому «Силует»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.6. Лицьова сторона обкладинки альбому «Силует» Автор Котькова Тетяна

Автор Котькова Тетяна



Л. Б.7. Зворотна сторона обкладинки альбому «Силует»

Автор Котькова Тетяна



Л. Б.8. Передня наліпка вінілової платівки альбому «Силует»

Автор Котькова Тетяна



Ил. Б.9. Передня наліпка вінілової платівки альбому «Силует»

Автор Котькова Тетяна



Ил. Б.11. Фотоматеріал для створення обкладинки альбому «Game Over»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.12. Лицьова сторона обкладинки альбому «Game Over»(частина)

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.13. Зворотна сторона обкладинки альбому «Game Over»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.15. Передня наліпка вінілової платівки альбому «Game Over»

Автор Котькова Тетяна



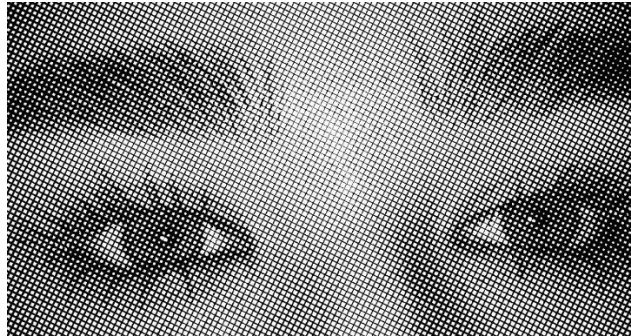
Іл. 8.3. Задня наліпка вінілової платівки альбому «Силует»

Автор Котькова Тетяна



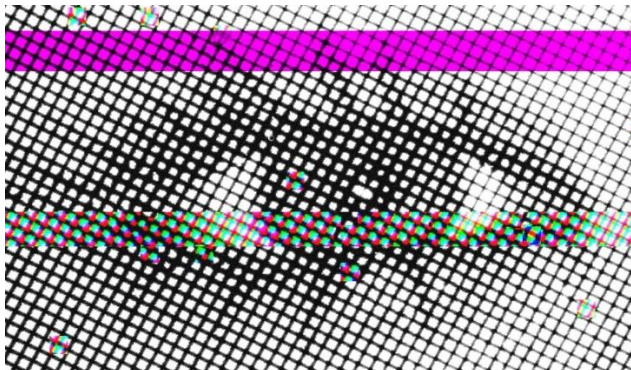
Іл. Б.16 Фотоматеріал для розробки обкладинки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.17. Проміжний етап розробки обкладинки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.18 Проміжний етап розробки обкладинки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



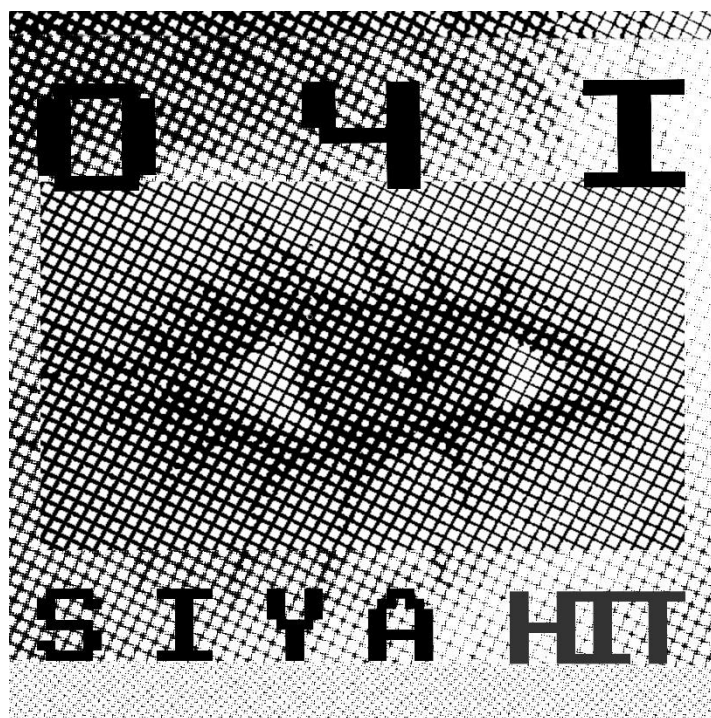
Іл. Б.19 Проміжний етап розробки обкладинки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.20 – Проміжний етап розробки обкладинки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.21 – Проміжний етап розробки обкладинки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



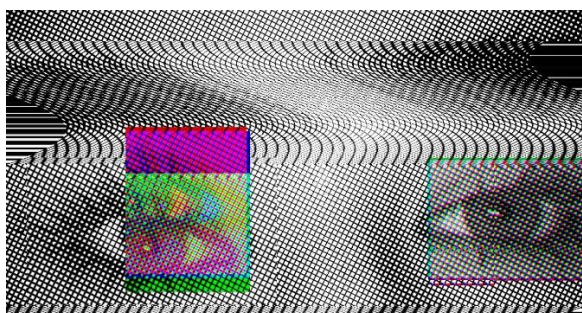
Іл. Б.22 Лицьова сторона обкладинки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.23 – Зворотна сторона обкладинки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.24 Додатковий етап оформлення альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.25 Передня наліпка вінілової платівки альбому «Очі» Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.26 Задня наліпка вінілової платівки альбому «Очі»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.27 Проміжний етап розробки наліпки вінілової платівки альбому «Розбий мені скло»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.28 – Додатковий проміжний етап розробки наліпки альбому «Розбий мені скло»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.29 – Лицьова сторона обкладинки альбому «Розбий мені скло»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.30 Зворотна сторона обкладинки альбому «Розбий мені скло»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.31 – Передня наліпка вінілової платівки альбому «Розбий мені скло»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.32 – Задня наліпка вінілової платівки альбому «Розбий мені скло»

Автор Котькова Тетяна



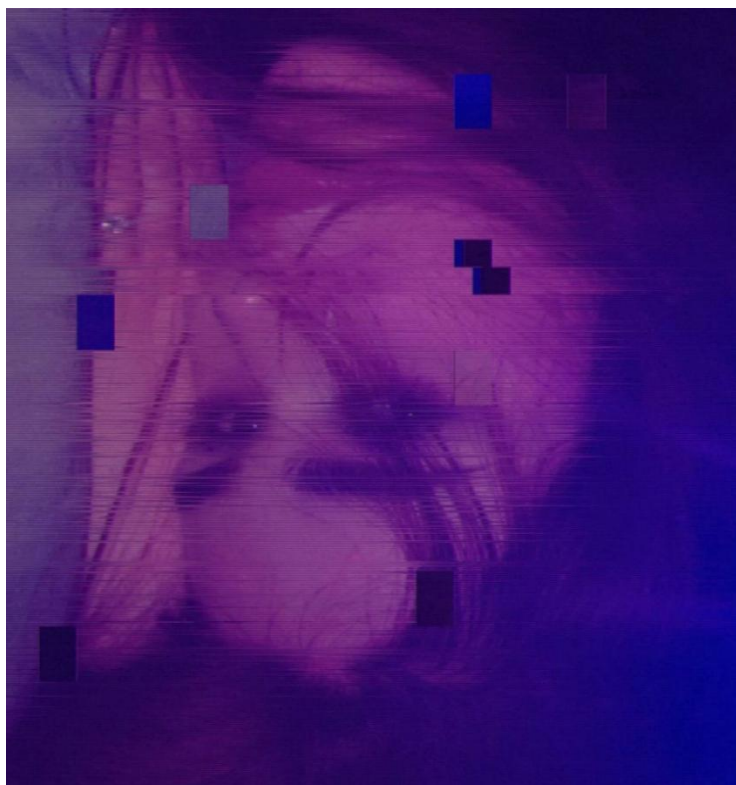
Іл. Б.33 Фотоматеріал для створення обкладинки альбому «Спогад»

Автор Котькова Тетяна



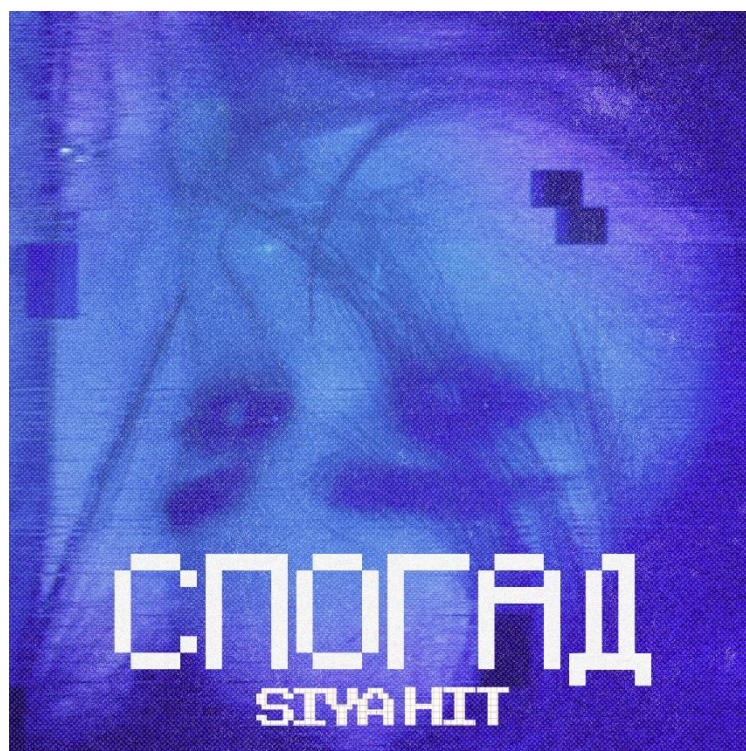
Іл. Б.34 Проміжний етап розробки обкладинки альбому «Спогад»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.35 Додатковий фотоматеріал для створення обкладинки альбому «Спогад»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.36 Додатковий проміжний етап розробки обкладинки альбому «Спогад»

Автор Котькова Тетяна



Лл. Б.37 Лицьова сторона обкладинки альбому «Спогад» Автор Котькова Тетяна



Лл. Б.38 Зворотна сторона обкладинки альбому «Спогад»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.39 Передня наліпка вінілової платівки альбому «Спогад»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.40 Задня наліпка вінілової платівки альбому «Спогад»

Автор Котькова Тетяна



*Іл. Б.41 Фотоматеріал для створення обкладинки альбому «Час» Автор Котькова
Тетяна*



Іл. Б.41 Фотоматеріал для створення обкладинки альбому «Час»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.43 Зворотна сторона обкладинки альбому «Час»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.44 Мокани альбомів «Силует» і «Game Over»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.45 Мокани альбомів «Очі» і «Розбий мені скло»

Автор Котькова Тетяна



Іл. Б.46 Мокани альбомів «Спогад» і «Час»

ДОДАТОК В (ТАБЛИЦІ)

Таблиця 3.2

«Концепція створення дизайн проєкту для виконавиці SIYA HIT»

Назва альбому	Основна тема	Візуальний принцип
«Game Over»	завершення, емоційний фінал, внутрішня гра	піксельна типографіка, контраст, чорно-біла плакатність, червоний акцент
«Очі»	погляд, спостереження, внутрішнє бачення	чорне тло, фіолетовий акцент, оптичні сітки, екранна деформація
«Силует»	втрата чіткості, образ між пам'яттю і реальністю	glitch, розмиття, кольорове розщеплення, VHS-ефект
«Розбий мені скло»	руйнування меж, емоційний прорив	тріщини, уламки, деформований портрет, різка типографіка
«Спогад»	пам'ять, ностальгія, зникнення образу	зернистість, розмиття, приглушені кольори, ефект старого фото
«Час»	плинність, повторення, фрагменти моментів	ритм, накладання кадрів, поділ площини, цифрове зміщення