

**Сухорукова Л.А.**

викладач кафедри ДІЗВК

Харківська державна академія  
дизайну і мистецтва

## ОСОБЛИВОСТІ ПРОЕКТУВАННЯ В ДИЗАЙНІ МУЗИКАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ

***Анотація.** У статті визначені джерела візуальних образів, фактори, що впливають на їх формування у дизайн — діяльності при оформленні музичної продукції. Виявлені функції та задачі дизайнера у проектуванні музичних роликів, розглянуто питання створення візуально-звукового синтезу.*

***Ключеві слова:** мультимедійна продукція, візуально— звуковий ряд, зображення, проектування музичних роликів.*

***Анотация.** Сухорукова Л.А. Особенности проектирования в дизайне музыкальной продукции. В статье обозначены источники визуальных образов, факторы, влияющие на их формирование в дизайн — деятельности при оформлении музыкальной продукции. Выявлены функции и задачи дизайнера в проектировании музыкальных роликов, рассмотрен вопрос создания визуально-звукового синтеза.*

***Ключевые слова:** мультимедийная продукция, визуально — звуковой ряд, изображение, проектирование музыкальных роликов.*

***Annotation.** Sukhorukova L.A. Design features in musical production. In the article are determined the sources of visual images and patterns, as well as the factors which influence on their formation into design - activities within the design of music production. Also designer's functions and tasks in the projection of musical teasers are exposed, and the issue of the making of audiovisual is examined.*

***Keywords:** multimedia, visual - audio series, the image designing music videos.*

**Зв'язок роботи з науковими програмами.** Дослідження виконується згідно тематичного плану наукових робіт та проектів Харківській державній академії дизайну і мистецтва, а саме воно є складовою частиною держбюджетної теми : «Логіко — семіотичне моделювання візуального простору: культурні і філософські аспекти», що затверджено Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема мультимедійного дизайну досліджується в роботах російських дослідників Яцюк О. Г. «Мультимедийные технологии в проектной культуре дизайна: гуманитарный аспект» [11], Шустрова О. И. [10] «Проектирование мультимедийного АРТ-пространства средствами современного дизайна», Шлыкова, О. В. «Культура мультимедиа» [9]. У цих роботах виділяється питання про співвідношення зображення та звуку в мультимедіа, а так само виявляються й аналізуються типові методи поєднання звуку з зображенням. Розглядаються пов'язані зі звуком процеси символізації і абстрагування в анімації, але мало приділено уваги питанню самого процесу проектування мультимедійної музичної продукції.

**Постановка проблеми.** Сучасне суспільство у своєму розвитку зробило крок на нову сходинку збереження вражень і знань про навколишній світ на основі комп'ютерних технологій. Широкомасштабне використання мультимедійних технологій розкрили для дизайнерів нову унікальну можливість застосування професійних навичок в області музичних роликів. Для дизайнера важливим є той факт, що комп'ютерні технології дозволяють використовувати в мультимедійному виданні зображення, що виконують різні функції. У музичному мультимедійному виданні використовується синтез різних виразних — візуальних і звукових засобів. При проектуванні музичних роликів для дизайнера відкрилася можливість застосування професійних навичок у вирішенні нових завдань — здійснення візуально-звукового синтезу. Важлива складова сприйняття навколишнього пов'язана зі здатністю бачення і відображена в традиції візуальних мистецтв. Зорові образи впливають на оцінку інформації на свідомому та підсвідомому рівнях. Зображення, як засоби отримання і передачі інформації, що з'явилися раніше письменності, були і залишаються найбільш ефективними у всій історії людства. При розробці інформаційних мультимедійних видань доречно ставити і вирішувати задачі синтезу візуально-звукових засобів. Проблема такого дослідження необхідна також в контексті ситуації, що склалася в нашій країні. Ситуація ця характеризується перш за все відсутністю музичних стилів, які народилися в нашій країні. Практично вся музика, яка звучить спочатку, зародилася за кордоном. Це означає, що дизайнеру подвійно складніше проектувати і знаходити образи для оформлення музики.

**Актуальність.** Вивчення багажу практичних наробітків у цій сфері, при всьому їх багатстві і безперечної естетичної цінності окремих творів, змушує констатувати, що цілеспрямовані пошуки базових

Надійшла до редакції 27.10.2011

принципів проектування дизайні музичної продукції, які могли б лягти в дизайнерській методикі мало розглянуті а нашої країні. Вирішення пов'язаних з цим проблем вимагає комплексного наукового підходу до технології, функції, конструкції і композиції в процесі проектування мультимедійної музикальної продукції.

**Новизна дослідження.** Визначення основних принципів проектування, що сприяють здійсненню естетичного єдності візуально-звуковий композиції в дизайні мультимедійних видань, на прикладі музичних роликів. Визначення основних принципів проектування, що сприяють здійсненню естетичного єдності візуально-звуковий композиції в дизайні мультимедійних видань.

**Мета статті** — визначення проблем, пов'язаних з графічним оформленням музичної продукції у роботі дизайнера при проектуванні мультимедійних видань. Аналіз синтезу різних виразних — візуальних засобів.

**Основний зміст:** Термін «мультимедіа» визначає сучасні перспективні напрямки в області інформаційних технологій, за допомогою яких можна здійснити інтеграцію різнорідних даних у комп'ютерних системах для більш повного відображення результатів інтелектуальних досягнень людини в різноманітних сферах діяльності. З точки зору дизайнера, мультимедійне видання повинне мати системний і виразний образ, бути естетично виразним.

Композиція музикальної продукції може включати не тільки відео ряд, але елементи візуального ряду: графіку 2-х і 3-х мірну, фото-, відео-, шрифт, текстові блоки. Всі ці елементи несуть різну композиційне, смислове та функціональне навантаження.

Стрункість, логіка побудови композиції в мистецтві музики багато в чому прийнятна в проектуванні мультимедійних видань. Композиція мультимедійного видання, як правило, складається з декількох екранів, що утворюють єдину композиційну систему. Схему взаємодії екранів регламентує сценарій, що визначає структуру взаємозв'язку розділів мультимедійного видання — частин композиційної форми. Логіка, структура цієї взаємодії і може бути запозичена з мистецтва музики. «Музыка и звук создают сочность жизни. Аудиовосприятия мира недостаточно человеку. И человек требует визуализации звука. И появляются люди, знающие как это делать... Они знают, что секрет появления новой жизни — в ритме. Движение, пульсирование, ощущение жизни, данное звуком и ритмом, рождает цвета и образы. Жизнь сама ведёт избранных к оформлению музыки, к дизайну музыкального окружения, к дизайну и оформлению музыкальной продукции» [4]. Процес створення візуально-звукового синтезу розглядається як інтелектуальна дія, в результаті якої в композиції мультимедійного видання визначається смислове та функціональне значення окремих елементів і система їх взаємозв'язків. При цьому в процесі проектування композиції екранів враховуються принципи візуальних мистецтв, а в процесі розкриття задуму, зміні функції і ролі елементів — композиційні принципи музики [1].

З'ясовано, що в умовах взаємодії техногенних та художніх факторів сформувався феномен “аудіовізуального” як нова форма існування культури і мистецтва, у якій медійна технічна опосередкованість поєднується зі специфічним характером звуку — зорової образності просторово-часових мистецтв. Відкриття в галузі електроніки значно розширили можливості мистецтва, зумовили нові аудіовізуальні (кіно, телебачення, відео) мистецтва “екранного синтезу”, які, у порівнянні з аудіовізуальними мистецтвами “сценічного синтезу” (драматичний та музичний театри), набули принципово нових ознак [2]. З'ясовано, що аудіовізуальні мистецтва — це група технічно репрезентованих мистецтв (кіно, телебачення, відео), мова яких ґрунтується на співвідношенні звуку — зорових образів, які розгортаються у багатовимірній просторово-часовій реальності, створеній за допомогою технічних відео, аудіозасобів та комп'ютерних технологій [8]. Музыка не може існувати без контексту, тобто без слухачів і без її творців. Саме вони і визначають те, яким буде оформлення, вони представляють аудиторію слухача.

У статті Катерини Ашбель “Графический дизайн для музыкальной продукции. Субкультурный контекст” йде мова про ритм, звук, асоціації, образи, зачіпаючи самі різні галузі гуманітарних наук (культурологи, соціології, філософії), а також сучасного мистецтва. «Во время создания любого дизайна для музыки (полиграфия, имидж музыкантов, клип, сайт) на процесс проектирования и проектировщика непосредственно оказывает влияние та субкультурная среда, которая сопровождает оформляемый дизайнером музыкальный стиль»

Автором виділяються три середовища:

- **проектне середовище** — дизайнери, а також сам процес проектування;
- **субкультурне середовище** — слухачі і творці музики, а також процес її відтворення з носіїв (компакт-дисків, платівок, касет, DVD тощо);
- **музичне середовище** — музика як така і процеси її створення та «живого» відтворення (гри на музичних інструментах), а також творці та відтворювачі музики — музиканти [1].

Оформляючи музику, дизайнер повинен пам'ятати про тих, для кого він це робить. Не можна оформляти музику, не проникнувши в особливу ментальність її творців і слухачів. Для нової музики кожного разу створюється своє унікальне оформлення, яке на дев'яносто відсотків залежить від слухача. Це стосується як комерційної музики, так і некомерційних напрямів. У сучасній картині субкультур постійно відбуваються зміни. «З'являються нові групи, нові віяння. Для виконання адекватного графічного оформлення музики того чи іншого нового виконавця потрібно вивчити не тільки графічні традиції стилю музики, але й конкретну сучасну ситуацію її існування. Необхідно знати, навіщо використовується той чи інший графічний елемент, що він означає в контексті субкультури» [1].

Дизайн мультимедіа існує одночасно в області мистецтва і в області техніки. Відповідно, і мова понять, якими оперує дизайнер, ділиться на дві групи. Першу можна позначити як художню, її терміни прийшли з живопису та скульптури. Це такі поняття, як стиль, простір, середа, композиція, пропорції, пластика, ритм, колір, світло, контраст, нюанс, фактура.

Друга група понять — технічна — прийшла в дизайн з області техніки.

Сучасні технології дозволили інструментам підготовки стати настільки повсякденними, що їх можуть використовувати звичайні користувачі. Ці технології економлять час і зусилля, розширюють можливості дизайнерів. Проте кожен етап роботи при створенні музичних роликів — є великий досвід теоретичних і практичних знань в галузі дизайну, техніці, і музики.

Процес розробки дизайну музикального продукту складається з наступних етапів:

- Вибір загального стилю дизайну, найбільш повно відображає музичний твір

- Створення конкретних візуальних елементів, що підкреслюють особливості, притаманні даному напрямку в музиці;

- Подальше удосконалення загального дизайну, метою якого є додання продукту найбільш гармонійного, привабливого вигляду. Саме на цьому етапі музикальний ролик набуває “власне обличчя”, і найчастіше, виникають нові стилі і напрямки в комп’ютерному дизайні.

Звук містить в собі безліч смислових значень, виражених інтонаційними засобами. Музикальний ролик — синтез різних виразних — візуальних і звукових — засобів. Важливим є основна вимога до результату: в мультимедійному виданні повинна створюватися гармонійне віртуальне середовище. Створення візуально-звуковий гармонії означає не просто включення в мультимедійну композицію звуку. У процесі роботи над проектом, дизайнеру необхідно вирішувати питання, пов’язані зі створенням певного образу інформаційного повідомлення, музичний ролик повинен викликати певний емоційний стан. Така постановка задач аналогічна завданням, що стоять перед художником, тільки спрямована на створення композиції мультимедійного видання, складовим елементом якої є музичний супровід чи інший звук. Всі елементи такої композиції як візуальні, так і звукові повинні бути підпорядковані єдиній логіці розкриття змісту. На екрані має відбуватися композиційна дія, яка передає всю повноту інформації за допомогою динаміки, різноманітно задуманих візуально-звукових змін, естетичного початку, спрямованого на організацію художнього враження, одержуваного від сприйманого об’єкта. Це — «проекування емоцій», цілі якого зближуються із завданнями декоративного або навіть образотворчого мистецтва [3]. У процесі вирішення соціально значущої задачі дизайну, що полягає в підвищенні культури, розвитку естетичного смаку людей, сприяють різнобічному розвитку особистості. Прояв цієї функції дизайну в суспільстві стає можливим завдяки знаково-комунікативної сутності речей,

як носії певної системи цінностей (у тому числі цінностей естетичних). Від того, яких поглядів дотримується дизайнер, які він сповідує ідеали, який світ його цінностей, багато в чому залежить і ціннісне орієнтування масового споживача, що використовує і сприймає ті чи інші речі. Ось чому дизайнери повинні усвідомлювати ту міру соціальної відповідальності, яка лежить на їх професії, покликаної активно брати участь у формуванні не тільки матеріальної, а й духовної культури суспільства, у вихованні людей та їх ціннісному орієнтуванні. [6].

Принципи дизайну визначають сутність проектування в цілому:

- 1-й принцип забезпечує єдність і цілісність об’єктів дизайн-проекування;

- 2-й принцип — висока якість рішення проектних завдань у їх взаємозв’язку;

- 3-й принцип — організованість і продуктивність творчості;

- 4-й принцип — досконалість сутності і процесу роботи на основі єдиних методологічних установок;

- 5-й принцип — повноту обліку і задоволення різноманітних потреб суспільства відповідно до заходів матеріально-художньої культури в її розвитку і мірою людини [5].

Дотримання встановлених принципів сприяє успішному вирішенню завдань візуально-звукового синтезу в дизайні мультимедіа і може кардинально впливати на формування змісту і образу мультимедійного видання.

**Висновки.** В умовах зростання попиту на мультимедійну продукцію зростає роль дизайнера в розробці мультимедійних видань. Дизайнеру музикальної продукції доводиться зіштовхуватися з вирішенням нових для нього завдань, пов’язаних безпосередньо з візуально-звуковим синтезом. Сенс і методологія синтезу, створюваного в композиції екрану мультимедійного видання, виявляється в технології та творчому вирішенні возз’єднання простору і часу, зображення і звуку. Дизайн музикальної продукції об’єднує виразні засоби просторових і часових мистецтв, які не просто взаємодіють, залишаючись самостійними феноменами, але існують нерозривно. Створення синтезу в дизайні мультимедіа вимагає особливої форми мислення, що дозволяє здійснювати єдність візуально-звукового композиційного рішення на чуттєвому і концептуальному рівнях проектування. Підхід до проектування музикальних видань на основі єдності композиційних принципів дозволяє виявити можливі формоутворювальні прийоми і, виходячи з цього, прогнозувати варіанти пред’явлення всієї різноманітності інформації, що міститься в мультимедійному виданні. Застосування теоретичних знань з галузі музики, призводить до появи нестандартних творчих рішень в дизайні мультимедіа. Візуально-звуковий синтез в дизайні мультимедіа, вибір нового композиційного рішення, пошук динаміки з’єднання розділів (частин) композиційної форми, а також побудова драматургії розкриття сюжету мультимедійних видань — все це є єдиним підходом у проектуванні творів музикальної продукції.

**Література:**

1. Ашбель Екатерина “Графический дизайн для музыкальной продукции. Субкультурный контекст”. Научно-методические материалы. М., 2005-С.
2. Глазычев В. Л. О дизайне: очерки по теории и практике дизайна на Западе / В. Л. Глазычев. — М.: Искусство, 1970. — 192 с.
3. Демидова М.В., Журавская Т.М. Дизайн и музыка. Проблема синтеза музыкального и визуального ряда в дизайне / “Мейсмахеровские чтения”. Сборник научных трудов преподавателей и аспирантов за 2001 г. — СПб, 2003, Стр. 130-132
4. Каталог «Оформление Музыкальной Продукции 2003». Выпуск 1. М., 2003 — С.3
5. Медведев В. Ю. Роль дизайна в формировании культуры : учеб. пособие / В. Ю. Медведев. — 2-е изд., испр. — СПб.: СПГУТД, 2004. — 108 с.
6. Медведев В. Ю. Стиль и мода в дизайне: учеб. пособие / В. Ю. Медведев. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: СПГУТД, 2005. — 256 с.
7. Оборонко В.И. Западные молодёжные субкультуры 80-х годов. — М., 1990. — С.21-23.
8. Шубенко Н. О. Формування медіакультури майбутнього вчителя музики засобами аудіовізуальних мистецтв.: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд.пед.наук/ Н. Шубенко // Спец. 13.00.04 — теорія і методика професійної освіти., 2010. 47 с., библиогр.: с. 6
9. Шлыкова, О. В. Культура мультимедиа / О. Шлыкова // Учеб. пособие для студ. вузов / Московский гос. ун-т культуры и искусств. — М.: Фаир-Пресс, 2004. — 415с. : ил.
10. Шустрова О. И. Проектирование мультимедийного АРТ-пространства средствами современного дизайна. дис. на соиск. учен. степ./Шустрова О.И./ Специальность 17.00.06 – Техническая эстетика и дизайн., — Санкт-Петербург ., 2009
11. Яцюк О. Г. Мультимедийные технологии в проектной культуре дизайна: гуманитарный аспект: дис. на соиск. учен. степ./ Яцюк О. Г./ Специальность 17.00.06 – Техническая эстетика и дизайн., —М., 2009
12. Новиков С. Словарь терминов / С. Новиков // Режим доступа: //http://typo.mania.ru/glossary/index.htm
13. Борозна М. Г., Шифрин, А. Е. Соотношение понятий «компьютерное искусство» и «компьютерный дизайн». Компьютерный дизайн мультимедийных изданий. 14.11.2007 / М. Борозна и др. // Режим доступа: http://www.jurnal.org/articles/ 2007/iskus3.html