МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему: **ВИЯВЛЕННЯ ЕТНО-ЕСТЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ У ДИЗАЙНІ І АВТОРСЬКІЙ ІЛЮСТРАЦІЇ ДЛЯ АРТБУКУ ЗБІРКИ ПІСЕНЬ ГУРТУ «БУЙВІТЕР»**

Виконала: студентка 2 курсу, групи 8.0223
спеціальності 022 «Дизайн»
освітньо-професійної програми «Графічний дизайн»
Сеножатська Ярослава Олександрівна

Керівник: доцент кафедри дизайну,
к. пед. н _____ Ганна БРЯНЦЕВА

Рецензент: доцент кафедри дизайну,
PhD _____ Ганна ЧЕМЕРИС

Запоріжжя
2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *соціальної педагогіки і психології*
Кафедра *дизайну*
Рівень вищої освіти *другий (магістерський)*
Спеціальність *022 «Дизайн»*
Освітньо-професійна програма *«Графічний дизайн»*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри дизайну
_____ Ганна ЧЕМЕРИС
«____» _____20__ року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Сеножатській Ярославі Олександрівні

1. Тема роботи: *Виявлення етно-естетичних принципів у дизайні і авторській ілюстрації для артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер»* науковий керівник роботи *доцент, к. пед.н Брянцева Г.В.* затверджені наказом ЗНУ від 20.02.2024
2. Строк подання студентом роботи: 20.11.2024
3. Вихідні дані до роботи: *Логотип гурту «Буйвітер»;обкладинка альбому «Буйвітер», пісні гурту «Буйвітер»: Вийшли в ліс мольфари, Характерник, Лихо, Невідпущена, Повставали із могил, Мара.*
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити): *Особливості створення артбуку та визначення етно-естетичних принципів; Передпроєктний етап розробки артбуку збірки пісень; Проєктування артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер».*
5. Перелік графічного матеріалу: *презентація, демонстраційна графіка, цифрова версія розробки.*
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали консультанта	Дата, підпис	
		Надано	Отримано

7. Дата видачі завдання: 10.11.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1	***Реєстрація теми**. Узгодження теми кваліфікаційної роботи з науковим керівником. Подання заяви на затвердження теми та призначення наукового керівника.*	*10.11.2023*	
2	***Етап 1. Аналіз теми.** Проведення дослідження артбуків та етнодизайну. Здійснення передпроєктної аналітичної роботи.*	*29.01.2024*	
3	***Етап 2. Визначення концепції проєктування.** Проведення дослідження артбуків-збірок пісень. Підготовка опису досліджень у першому і другому розділі ПЗ.*	*30.03.2024*	
4	***Етап 3. Пошуковий етап.** Початок процесу проєктування артбуку-збірки пісень гурту «Буйвітер» з описом результатів виконання у третьому розділі ПЗ.*	*01.04.2024*	
5	***Етап 4-5. Етап концептуальної ідеї та дизайн пропозиції** Завершення проєктування артбуку та опису його у третьому розділі ПЗ. Завершення розробки (в чернетках) для отримання фінальних коментарів від керівника та консультантів.*	*20.06.2024*	
6	***Етап 6-7. Технічна реалізація проєкту**. Економічне обгрунтування проєктування артбуку. Усунення зауважень з урахуванням рекомендацій керівника та консультантів.*	*15.09.2024*	
7	***Завершення виконання роботи** Подання чернетки ПЗ та дизайн-проєкту для проходження передзахисту. Підготока доповіді та презентаційного супроводу для передзахисту/захисту.*	*08.11.2024*	
8	***Попередній захист**. Отримання коментарів та зауважень для подальшого виправлення в чистовому варіанті роботи.*	*10. 11.2024*	
9	***Проходження нормоконтролю, проходження рецензування, отримання довідки від ресурсу Unicheck про антиплагіат-перевірку.***	*15.11.2024*	
10	***Апробація кваліфікаційної роботи.***	*20.11.2024*	
11	***Отримання допуску до захисту**. Отримання відгуку наукового керівника, передача в повному обсязі кваліфікаційної роботи на кафедру.*	*01.12.2024*	
12	***Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ЕК.***	*14.12.2024*	

Студент _____ *Ярослава СЕНОЖАТСЬКА*
(підпис) (прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи _____ *Ганна БРЯНЦЕВА*
(підпис) (прізвище та ініціали)

Нормоконтроль пройдено
Нормоконтролер _____ *Ганна ЧЕМЕРИС*
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Сеножатська Я. О. Виявлення етно-естетичних принципів у дизайні і авторській ілюстрації для артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер»: кваліфікаційна робота магістра спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» / наук. керівник, к. пед. н., доц. Г. В. Брянцева. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 101 с.

UA : Робота викладена на 101 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 55 джерел. Об’єкт дослідження: артбук як приклад візуального носія інформації, що привертає до себе увагу. Предмет дослідження: використання етноестетики у розробці артбуку пісень. Мета дослідження: на основі теоретичного аналізу здійснити розробку ілюстрацій та проєктування артбуку для гурту «Буйвітер» із залученням сучасних практик та елементів етнодизайну.

Ключові слова: графічний дизайн, артбук, етноестетика, збірник пісень, музичний гурт, ілюстрування, вирубка.

Senozhatska Y. O. Identification of Ethno-Aesthetic Principles in the Design and Author's Illustration of the Song Collection of the Art Book «Buiviter Band»: Master's thesis, specialty 022 «Design», Educational and Professional Program «Graphic Design» / Sci. adv. PhD, Asoc. Prof. H. V. Briantseva. Zaporizhzhia: ZNU, 2024. 101 p.

EN : The work is presented on 101 pages of printed text. The list of links includes 55 sources. Object of research: the artbook as an example of a visual medium that attracts attention. Subject of research: the use of ethno-aesthetics in the development of a song artbook. The purpose of the study: based on theoretical analysis, to develop illustrations and design an artbook for the band «Buiviter» incorporating contemporary practices and elements of ethno-design.

Key words: graphic design, artbook, ethno-aesthetics, songbook, musical group, illustration, cutting.

Апробація кваліфікаційної роботи:

1. Сеножатська Я., Кардашов М. Важливість використання дизайн-мислення при створенні артбуку. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції.* Запоріжжя, ЗНУ, 2023. Т. 2. С. 83–86 URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/17397
2. Сеножатська Я., Брянцева Г. Дослідження використання сучасної витинанки у дизайні поліграфічної продукції. *У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур: матеріали Міжнародної наукової конференції.* Київ, НАКККіМ, 2024. С. 552–554 URL: https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Zbirnyk_tez_Diachuk.pdf
3. Сеножатська Я., Брянцева Г. Дизайн і авторська ілюстрація для артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер». Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Запоріжжя, ЗНУ, 2024. Т. 2. (До друку)
4. Сеножатська Я., Брянцева Г. Дизайн і авторські ілюстрації для артбуку збірки пісень «Буйвітер» на етно-естетичних засадах. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2024. Вип. 81. (До друку)

ЗМІСТ

ВСТУП.....7

РОЗДІЛ І
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ АРТБУКУ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЕТНО-ЕСТЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ..... 12

1.1. Артбук як нестандартний поліграфічний продукт..... 12

1.2. Дослідження впливу етно-естетики на дизайн та ілюстрування..... 19

1.3. Специфіка створення артбуку збірки пісень згідно з етно-естетичними принципами.....29

РОЗДІЛ ІІ
ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ ЕТАП РОЗРОБКИ АРТБУКУ ЗБІРКИ ПІСЕНЬ.....32

2.1. Дослідження популярності артбуків на українському ринку.....32

2.2. Аналіз прототипів артбуків-збірників пісень..... 40

2.3. Опис галузі діяльності замовника та аналіз його цільової аудиторії.....55

РОЗДІЛ ІІІ
ПРОЄКТУВАННЯ АРТБУКУ ЗБІРКИ ПІСЕНЬ ГУРТУ «БУЙВІТЕР».....58

3.1. Обґрунтування концепції та ідеї артбуку для гурту «Буйвітер» з урахуванням етно-естетичних принципів..... 58

3.2. Етапи розробки дизайну та ілюстрування артбуку для гурту «Буйвітер»... 60

3.3. Економічні розрахунки розробленого артбуку для гурту «Буйвітер»..... 66

ВИСНОВКИ.....69

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 71

ДОДАТКИ.....78

ДОДАТОК А.....78

ДОДАТОК Б..... 82

ДОДАТОК В.....83

ДОДАТОК Г..... 86

ДОДАТОК Д.....92

ДОДАТОК Е..... 96

ВСТУП

Актуальність теми. Артбук є поліграфічним виданням, яке традиційно вирізняється з-поміж інших типів видань тим, що містить потужний візуал, передусім, малюнки та ілюстрації, виконані у різних техніках, а також спеціальним чином опрацьовані фото. Потужне наповнення візуальним матеріалом наразі є доцільним, оскільки широкий загал радше сприймає візуальну інформацію. У своєму дослідженні Довс Р. та Елерс М. [1], які використали як об’єкт дослідження етикетки лікарських засобів, з’ясували, що рівень сприйняття інформації істотно зростає, якщо вона супроводжується ілюстраціями. Тому у різних направленнях графічного дизайну чимала увага приділяється саме візуальному рядові, котрий у багатьох випадках виступає не тільки як додатковий матеріал до тексту, а як і основний матеріал.

В Україні також зросла кількість дизайн-проєктів в умовах формування національної ідентичності та розвитку етнодизайну. Як зазначає Бондар І., етнодизайн є важливим компонентом культури, що формує менталітет окремих людей та народу загалом [2]. Тому зараз є важливим інтегрування етноестетики у дизайн, його проєктну діяльність [3]. Таким чином, останнім часом дизайнери створюють дизайн-проєкти, які у різні візуальні способи демонструють українську етніку.

«Буйвітер» – це молодий український гурт дез-металу, який об’єктивно потребує створення виразного фірмового стилю із залученням візуальних носіїв, у тому числі мерчу. Така практика надає більшої унікальності з поміж інших гуртів подібного направлення та популяризує творчість, що в подальшому може вигідно впливати на життя музичного проєкту та його комерційну частину.

Артбук в якості мерчу може вирішити такі задачі: ознайомлення людей з творчістю гурту у цікавій нестандартній формі, привернення їх уваги; посилення запамятованості гурту; підвищення емоційної виразності сприйняття

сюжетів пісень за рахунок ілюстрацій; створення якісної довговічної продукції для фанатів, що готові підтримати гурт.

Окрім того, доцільним буде створення артбуку за принципами етноестетики, адже музичний альбом тісно пов’язаний з українською міфологією. І загалом, етнодизайн вигідно підкреслить походження виконавців, адже зараз споглядається тенденція до переходу на різноманітну продукцію вітчизняного виробника та його підтримку.

Враховуючи сучасні тенденції у графічному дизайні та вищезазначене, можемо дійти висновку, що тема нашого дослідження в наступному формулюванні: «Виявлення етно-естетичних принципів у дизайні і авторській ілюстрації для артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер» являється актуальною.

Ступінь дослідженості питання. У різні роки дослідженнями артбуків займались Бідун А. [4], Макдермотт Я. і Дуніган Е.К. [5], Бодман С. [6], Підопригора С. [7], Листвак Г. [8], Костеланець Р. [9] Мільчевич С. і Жук Н. [10]; а дослідженням етнодизайну його естетичної складової Романенко Л. [11], Удріс-Бородавко Н. [3], Сиваш І. [12], Орлова Т. [13], Бондаревська І. [14]. Серед дослідників ілюстрації у виданнях можна навести Гречук Ю. [15], Лагуненко О. [16], Кадоркіна Ю. [17]. Близькою до теми є стаття Стрельцової С. [18], що досліджувала естетичну складову артбуку з авторськими ілюстраціями та стаття Бідун А. де досліджувались приклади поетичних артбуків [19].

Спираючись на актуальність і теоретичне значення проектної проблеми, ми можемо визначити об'єкт, предмет і завдання нашого дослідження.

Об'єкт дослідження: артбук як спеціалізоване ілюстративне видання з візуальним контентом.

Предмет дослідження: розробка артбуку з піснями гурту «Буйвітер».

Мета роботи: розробити ілюстрації та дизайн артбуку з піснями гурту «Буйвітер» із залученням сучасних практик та елементів етнодизайну.

Виходячи з формулювання об’єкту, предмету та мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання**:

1. Добір та аналіз наукової літератури зі створення артбуків та з теорії етнодизайну;
2. Виявлення етно-естетичних принципів спираючись на теоретичні відомості;
3. Збір та аналіз емпіричних даних щодо обізнаності українців про артбуки, як приклад візуального носія інформації;
4. Добір аналогів та прототипів українських та іноземних артбуків збірників пісень;
5. Визначення галузі діяльності замовника, дослідження та сегментування цільової аудиторії;
6. Формулювання концепції та ескізування проєкту артбуку для гурту «Буйвітер»;
7. Створення мудборду та рефбордів до кожної з пісень;
8. Розробка ілюстрацій до пісень;
9. Проєктування оригінал-макету артбуку збірника пісень;
10. Економічні розрахунки створеного проєкту.

Для реалізації поставлених задач були обрані наступні **методи дослідження**: *Теоретичні*: дослідження й теоретичний аналіз загальної та спеціальної літератури на тему візуальних поліграфічних видань; дослідження та аналіз існуючих аналогів та прототипів артбуків; індукція та дедукція елементів дослідження; синтез для утворення загальних теоретичних уявлень щодо артбуків, етнодизайну та у дослідженнях цільової аудиторії. *Емпіричні:* спостереження та анкетування; дослідження цільової аудиторії (метод персон). *Методи дизайн-проектування*: метод синтезу в дизайні (синтез досліджених прототипів та наукових публікацій для виявлення етно-естетичних принципів і загальних закономірностей в проєктуванні артбуку); комбінаторика (комбінування різних елементів тематичних зображень для створення нових), художньо-образне моделювання об’єкту дизайн-проектування за допомогою композиційного формоутворення, художній метод і графічне проектування.

Концепція проекту. В основі ідеї кваліфікаційної роботи стоїть створення ілюстрацій та самого артбуку збірника пісень для гурту «Буйвітер», що відображатиме темну атмосферу пісень з урахуванням етноестетики.

Новизна кваліфікаційної роботи полягає у створенні авторського ілюстративного матеріалу для артбуку збірника пісень гурту «Буйвітер», з урахуванням етнонаціонального контексту.

Практична цінність кваліфікаційної роботи полягає в можливості використання розробки гуртом в якості мечу, що виконуватиме естетичну, інформативну та рекламну функції.

Апробація результатів дослідження здійснювалася шляхом публікації наукових тез доповідей: «Важливість використання дизайн-мислення при створенні артбуку» у збірнику матеріалів ІІ міжнародної науково-практичної конференції «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології» (м. Запоріжжя, 2023); «Дослідження використання сучасної витинанки у дизайні поліграфічної продукції» у збірнику міжнародної наукової конференції «У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур: матеріали» (м. Київ, 2024); «Дизайн і авторська ілюстрація для артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер» (м. Запоріжжя, 2024). «Дизайн і авторські ілюстрації для артбуку збірки пісень «Буйвітер» на етно-естетичних засадах» у збірнику наукових праць «Актуальні питання гуманітарних наукї» (м. Дрогобич).

Структура пояснювальної записки. Пояснювальна записка складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Обсяг кваліфікаційної роботи становить 101 сторінок, 6 сторінок ілюстрацій у додатках, 66 – літературні джерела. Обсяг основної частини кваліфікаційної роботи становить 64 сторінки. За темою роботи написано 3 статті, опубліковано 12 тез доповіді на конференції.

У *вступі* обґрунтовується актуальність дослідження, розкривається науковий апарат дослідження: мета, предмет, об'єкт, задачі, методи дослідження, наукова новизна, теоретичне та практичне значення роботи.

У *першому розділі «Особливості створення артбуку та визначення етно-естетичних принципів»* розглянуто теоретичні відомості про артбук як незвичне поліграфічне видання та досліджено вплив етно-естетики на дизайн і ілюстрування. Що в результаті дало змогу виявити специфіку створення артбуку збірки пісень згідно з етно-естетичними принципами.

У *другому розділі «Передпроєктний етап розробки артбуку-збірника пісень»* досліджено аналоги та прототипи українських та зарубіжних артбуків. Окрім цього досліджено галузь діяльності замовника та проведено аналіз його цільової аудиторії.

У *третьому розділі «Проєктування артбуку збірки пісень гурту «буйвітер»* наведено обґрунтування концепції проєкту з урахуванням етно-естетичних принципів, описано етапи розробки дизайну та ілюстрування артбуку та проведено економічні розрахунки створення данного поліграфічного продукту.

У висновках наведено основні підсумки наукового дослідження та означено результати виконання усіх поставлених завдань.

У додатках наводятья ескізи, мудборд, рефборди, створений ілюстративний матеріал, та взірці розробленого артбуку.

РОЗДІЛ І
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ АРТБУКУ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЕТНО-ЕСТЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ

1.1. Артбук як нестандартний поліграфічний продукт

Артбук з поміж інших масових літературних видань відрізняється своїм відходом від типової книжкової структури. Це покликано тим, що у наші дні у засобах масової інформації великою популярністю користуються візуальні образи. Ця тенденція відображається і у книжковій продукції, де до суто текстового наповнення в різній мірі додається графічна частина. Артбуки є прикладом взаємодоповнення тексту та ілюстрацій і якісно відображають застосування синтезу мистецтв [7].

Підоприга С. зазначає, що художники століттями посідали активну позицію у виготовленні книжкової продукції і прикладом згадує середньовічні книги, чиї впізнавані ілюстрації являються доповненням до текстового наповнення. Збірку «Пісні невинності» Вільяма Блейка вона виділяє як попередника артбуку. «Тут інтеграція тексту, образу й форми відкрила нові горизонти творення та сприйняття художнього полотна, що потім активно розвивалися на початку XX століття в середовищі авангардистів» [7, с. 45]. Надалі футуристи перетворили книгу в об’єкт самовиразу де зображення стало невід’ємною частиною тексту. Крім того вони вдавались до поліграфічних експериментів в яких змінювались шрифти, розмір, положення тексту на сторінці, використовували принципи кубізму і супрематизму, змушували читачів взаємодіяти з текстом порушивши легкість сприйняття. Тому не лише текст, а і його композиція тепер несли певний інформаційний сенс. Практики наступних творців призвели до видового різноманіття артбуку та відсутності чіткого значення цього терміну.

Велика Українська Енциклопедія визначає артбук як багатозначний термін та дає два варіанти його значень:

«1) інноваційний вид книжкових видань, що сконденсовує авангардні підходи автора й видавця щодо створення й організування контенту;

2) одиничний або немасовий книжковий продукт, ключові ознаки якого – унікальність, часто – нетехнологічність матеріальної конструкції, в котрій органічно втілюється нетрадиційний (незвичний) контент» [20].

Однак, виходячи з досліджень Бідун А. на тему термінології [19], значення терміну «артбук» досі немає єдиного поняття. У цього слова багато синонімів з різною семантикою (наприклад, арткнига, мистецька книга, авторська книга, візуальна книга), які у безладному порядку підміняються одне одним. В результаті з'являється велика варіативність в осмисленні та проєктуванні цих видань, а також означення одним і тим самим терміном хоч і схожих, але різних об’єктів.

На думку науковиці поняттям «артбук» слід назвати всі книжкові видання, «які виходять за межі стандартів, пропонують принципово новий погляд на книгу як явище, якому властива пластичність форм і змісту для передачі певної інформації, ідеї, сенсів» [19, с. 62].

У своїй статті вона визначає що артбукам властиві певні критерії. Це використання нетрадиційних матеріалів, незвичний формат та конструкція, оригінальні художні та дизайнерські рішення. Артбук є скоріше результатом творчої діяльності, ніж суто технічної роботи. Але такі незвичайні книжки може створювати хто завгодно, тому не зовсім точно ототожнювати артбук лише з «книгою художника». Частим є впровадження у проєкт креативних та сучасних рішень [19, с. 61-62].

При створенні артбуків важливий не тільки видавничий процес, а і формування контенту та післядрукарська діяльність, причому ці процеси та їх види залежать від конкретного задуму та його втілення.

Вона вважає основними функціями артбуків інноваційність, естетику та креативність.

Бекар В., Мельник О. та Лінда С. акцентуються на інших функціях [21, с. 332], імовірно що виникають у процесі створення: інформаційно-архівна,

терапевтична та підвищення самооцінки, в якості хобі, рекламно-маркетингова, розвитку та вдосконалення певних художніх та креативних навиків, презентацію власних розробок.

Для більш повного уявлення про цей поліграфічний продукт, варто розглянути праці інших науковців, що намагаються дати характеристики, опис, особливості створення та у деяких випадках виокремити певні різновиди артбуків.

Так Підоприга С. наголошує [7], що в артбуці у контексті літературно-художнього видання важливий шрифт, інтервал, розмір, якість паперу. Все це впливає на концепцію книги. Також наявна присутність елементів, які більше властиві книжкам-іграшкам: футляри, закладки, наклейки, витинанки, вставки, різноманітні рухомі деталі. Текстове та ілюстративне наповнення можуть бути створені як і об'єднанням авторів, так і однією людиною.

Мільчевич С. та Жук Н. виділяють поняття «комерційний артбук». Вони вважають артбуки сучасною і популярною частиною творчої індустрії. «Вони (артбуки) користуються попитом, служать чудовим дизайнерським та мистецьким витвором, виступають чудовим навчальним матеріалом для людей, які прагнуть знайти працевлаштування в індустрії і просто дозволяють поглянути за лаштунки цікавим. Ігри і фільми з великою аудиторією шанувальників давно зрозуміли, що випуск артбуків – це чудовий бізнес, а для незалежних інді-ігор артбуки служать прекрасною рекламою» [10, с. 536]. Такі артбуки являються збірками ескізів, ілюстрацій та концепт-артів, до створеного кіно, ігор чи мультфільмів.

Від зворотного йде Лоренц А. та визначає, що не є артбуком. Артбук не може бути дитячою книгою, книгою з ескізами, щоденником, чистою книгою, художньою книгою, каталогом з виставок чи з репродукціями художника. Але артбук може пародіювати або вбирати певні елементи з переліченого та інших книжкових категорій. Артбуки в першу чергу є виразом творчості, абстрактним чи образним [22].

Підтримують розділення артбуків на певні тематичні напрямки Бекар В., Мельник О., Лінда С. [21], такі як: художні, музичні, про природу, за художньою літературою, загальнонаукові та по певній спеціалізації (наприклад, по хімії), дитячі. Автори допускають артбуки різних форм: звичайна книжна, як блокнот, як сувій, як картотека, різного об'єму. Вони наголошують на психології сприйняття, що пояснює способи якими можна викликати в читача певну емоцію. Важливим є правильний добір колірної палітри, насиченості кольорів, форм (наприклад, гострі форми ассоціюються з небезпекою), об’єму та загального стилю. Ілюстрація виставляється в світлі інтерпретації конкретним творцем текстового наповнення та основного емоційного носія.

Стрельцова С. визначає артбук [18], як різновид мистецького твору, що повинен бути наділений сенсом, ідеєю автора, естетикою і при цьому залишитися у вигляді книги. На прикладі робіт Динесенка О. вона визначає важливість символізму та використання принципів образотворення. Вибір паперу, застосування шрифтових композицій, використання додаткової обробки та процесів впливають на загальне враження від кінцевого продукту. Вона наголошує, що на створення, стиль та форму артбуку також сильно впливає індивідуальність та авторський почерк митця.

Специфікою артбуку у видавничій справі ділиться Листвак Г., та позначає його терміном «книга художника». Вона розглядає артбук як твір мистецтва, що є «результатом самодостатнього творчого вияву автора, не завжди орієнтованим на конкретного читача. Залежно від авторського задуму, використаної техніки виконання, можливого видавничого опрацювання в кожній «книзі художника» реалізовані щоразу інші принципи структури та подачі матеріалу» [8, с. 25].

При доборі артбуків із-за відсутності критеріїв за якими їх можна впізнати, кожен видавець має формулювати ці критерії самостійно. Також відсутність зразку дещо ускладнює роботу редакторів. Тому методика опрацювання має змінюватись під особливості кожного макету. У артбуках

художники задіяні не тільки в ілюстраціях, але і в творенні текстового наповнення, навіть якщо текст іншого автора, вони його по своєму осмислюють та відображають це величиною шрифта, стилістикою, його композицією відносно формату та самого зображення.

Авторкою відмічена тенденція до використання невеликих текстових блоків у порівнянні з великими, аби читач не надто занурювався у читання та не полишав уваги інші частини видання, а сприймав його цілісно.

Артбук може мати елементи науково-довідкового апарату: «анотація-вступ, інструкції з експлуатації видання, примітки-маргіналії, нагромадження колонтитулів, системи перехресних посилань у межах цілого видання, словники і покажчики, відомості про авторів, списки інших публікацій автора, різноманітні посилання за межі видання» [8, с. 24]. Вони часто змішані, відсутні чи якось змінені.

Окрім цього Листвак Г. фокусується на проблемі виготовлення та експлуатації артбуків. Сильно тонкі чи товсті матеріали, екстремальний розмір видання, незнання художниками додрукарської підготовки і відповідно створення несумісних з друком ідей може завдати додаткового клопоту. А використання тих чи інших матеріалів та конструкцій можуть сильно впливати на довговічність продукту, у результаті чого деякі деталі артбуку або ж видання повністю можуть зазнати серйозних пошкоджень вже за перших прочитань. На заваді цьому може стати співпраця з технологом-консультантом.

Взаємодія з читачем теж є важливою стороною артбуків. Залежно від конструкції та ідеї артбуку може змінюватись послідовність читання і змінюватись вплив на тактильні та просторові відчуття.

Костеланець Р. у порівнянні із звичайними книгами наділяє створення артбуку прагненням до винаходу та якості [9]. Як і Листвак Г. він ставить під сумнів закладену принциповість створення обкладинки, сторінок, послідовного розміщення та читання. На відміну від аудіо та відео, їх запрограмованого відтворення інформації, у друкованих книгах є можливість

до випадкового доступу на певні сторінки, різної швидкості читання, адже це цілком залежить від людини, чим можна скористатись при проєктуванні.

Автор вважає неправильним підчиняти творчу ідею стандартному прямокутному формату, а використовувати його лише там, де він залишиться доречним. При створенні артбуку він підтримує експерименти з матеріалами, з форматом, з формою, зі сторінками, з розміром, з обкладинками. Разом або з чимось одним, наприклад використовувати подвійну обкладинку. Головне, аби все відповідало бажанню та задумам конкретного творця. Окрім інформативної та розважальної функції що несуть у собі усі книги, артбук ще має вважатись об’єктом мистецтва.

На його думку книгам нетрадиційного формату, книгам як мистецтву заважають розвиватись видавці, що у погоні за максимальною комерційною вигодою запускають у друк лише звичайні книги.

У дослідженні-опитуванні Бодман С. серед видавців, творців артбуків та їх колекціонерів [6] можна помітити, складність вирахування собівартості та утримання ціни артбуків на загальному книжковому рівні, адже часто при створені артбуку задіюється більше матеріалів і звичайних і експериментальних, нестандартний друк, ручна робота та додаткові післядрукарські процеси при збиранні видання. Також впливає невеликий тираж видань, їх унікальність, країна де відбувається продаж та витрачений час на створення. Тому аби артбук продавася деякі митці ставлять великі знижки тим покупцям, що оплачують повну ціну до виходу друкованого видання.

Однак, собівартість кожен митець вираховує за власно створеними формулами. Сюди може включатись готовність людей витрачати кошти, популярність видання, визначення погодинної роботи, вартість матеріалів, число одиниць у виданні, оцінка вартості схожих робіт на ринку, інноваційність видання, серійність роботи (тобто є артбук певною частиною серії, чи ні), особиста прив’язка до проєкту. Пункти з цього списку, чи утворення власних цілком залежать від автора видання, однак він має знайти

золоту середину між витратами, власним баченням та бажанням покупця придбати його роботу.

Для творця даного поліграфічного продукту, що шукає ціну своїм роботам доречним буде спілкування з іншими авторами, відвідування книжкових ярмарків та веб-сайтів де продаються інші артбуки.

Отже у висновку до даного підрозділу зазначимо, що у зв’язку із нестандартністю артбуку як поліграфічного видання у нього відсутня чітка схема побудови, композиційних рішень та елементів з яких він має складатись. Артбук може створюватись як однією людиною, так і об'єднанням. Друк видання буває як і власними силами так і із залученням великого видавництва. Видання являється не періодичним та відкриває простір для художніх та дизайнерських експериментів. Метою кожного артбуку ми можемо назвати передачу творцем певного настрою та атмосфери.

Враховуючи складність конструкцій деяких видань та незвичність матеріалів не всі артбуки можливо адаптувати для перегляду в електронній версії, або повноцінно передати задум автора. Сам автор, його власний стиль творення сильно впливає на кінцевий результат.

Для створення певної концепції та створення необхідного емоційного впливу на читача у артбуці важливі всі елементи, як змістовні так і конструктивно-технічні.

Через унікальність кожного макету редакторська робота ускладнюється, тут не можливо дотримуватись чітких стандартів.

Артбуки можуть сильно відрізнятись від іншої друкованої продукції та один від одного за кількістю сторінок, формою, розміром, кострукцією, типом обкладинки, якістю паперу, наявністю та кількістю структурних елементів, кількістю тексту, наявністю фактурних чи незвичних матеріалів, додатковими часто ексклюзивними матеріалами, наявністю елементів з поп-ап книжок та інших типів видань, ілюстративним наповненням, розміром тиражу, після друкарськими процесами.

Вплив комунікації з читачем та послідовність донесення інформації може порушуватись.

Через відсутність стандартів собівартість та ціноутворення на артбуки можуть сильно відрізнятись, це призводить до пошуку автором та видавництвом власних формул підрахунку.

1.2. Дослідження впливу етно-естетики на дизайн та ілюстрування

У даному підрозділі важливо розглянути таке явище як етнодизайн, як безпосередній процес проєктування із застосуванням етноестетики та визначити етно-естетичні принципи, які можна буде застосувати у практичних етапах проєкту.

Перш ніж визначитись із самим поняттям етнодизайну, спочатку розберемо дві складові цього слова.

Етнічне (від грец. γνίχός, – народний) – це те, що пов'язане з належністю до певного народу [23, с.217].

«Дизайн – це творчий метод, процес і результат художньо-технічного проєктування промислових виробів, їхніх комплексів і систем, орієнтований на досягнення найповнішої відповідності створюваних об'єктів і середовища загалом потребам людини, як утилітарних, так і естетичних» [24].

А таке визначення у своїй статті Сиваш І. надає етнодизайну: «Етнодизайн – це звернення до народного мистецтва, етнічних мотивів як до джерела натхнення; використання стилістичних, декорувальних, формотворчих прийомів народної творчості й художніх ремесел у творах графічного, промислового дизайну, дизайну інтер’єру, ландшафту, одягу» [12, с. 416].

Переосмислення національних мотивів наразі присутнє в багатьох країнах світу. Використання етнодизайну, відтворення у продукції власної ідентичності різко контрастує з інтернаціональним універсальним дизайном. Завдяки цим двум процессам Даниленко В. зазначає що «дизайн має двоїсту природу» [25].

Сиваш І. вказує [12, с. 419], що сучасний замовник на світовому ринку вже пересичений стандартним та уніфікованим дизайном, і щоб якісно відрізнятись від конкурентів компанії все частіше впроваджують в дизайн елементи, що підкреслюють самобутність власної країни. І в деяких випадках цей тренд набуває значення культурної політики, наприклад в Японії та Фінляндії. Таким чином етнодизайн тепер компенсує відмову від унікальності на міжнародному рівні. Звертатись до нього мотивують патріотичні відчуття, відродження цікавості до своєї культури та бажання набути більшої впізнаваності серед інших. Збільшення використання етно мотивів, естетики власного народу особливо помітне в Європі та Азії, незалежно від підтримки держави, економічного розвитку та трендів.

Питання національної ідентифікації та її правильного вираження являється актуальним і для українського суспільства. З кожним новим роком незалежної України все більших обертів набирає процес осмислення власного минулого, культури та її особливих рис. Даний інтерес знайшов відображення і в графічному дизайні, у якому набув етнодизайн.

За словами Романенко Л. етнодизайн являється процесом еволюції, що «ґрунтується на спадковості багатовікових традицій і поступовому нагромадженні знань і набутті нових його рис. Це важлива художня цінність, що виконує численні функції – пізнавальну, комунікаційну, естетичну, збагачується новими аспектами естетичного звучання, його інформаційна складова формує свідомість сучасного українця» [11, с. 156]. Таким етнодизайн забезпечує зв’язок між поколіннями.

Із-за довгого впливу радянської влади розвиток етнодизайну в Україні зазнав сильних утисків. І загалом, «антигуманістична сутність совєтського устрою не могла сприяти розвитку дизайну» [26, с. 29]. Вже у незалежній Україні із-за створення вільних ринкових відносин утворювались все нові і нові фірми та підприємства, що потребували дизайнерського продукту. На той час різко побільшало вищих закладів, де можна було здобути спеціальність «дизайн», однак із-за відсутності у викладачів великого досвіду в створенні

виробу не за радянськими мірками та великою присутністю на ринку некомпетентних спеціалістів та аматорів, траплялись продукти з низьким рівнем професійності.

Тому, згідно з дослідженням Удріс-Бородавко Н. [3] проєкти із застосуванням етнодизайну на початку свого розвитку не можна назвати успішними, тому що в їх основі лежало пряме і часто гіперболізоване використання етномотивів, без будь-якого намагання поєднати їх із сучасними запитами. Використання старих шрифтів не гармонійних з проектами, широка експлуатація всіма відомих образів, почало створювати недолуге і викривлене відображення власної культури у свідомості українців, яке і так до цього нав'язувала радянська влада. Але поступово дизайнери з допомогою теоретиків почали відходити від такого утрування і шукати нові рішення. Переломним моментом стала Революція Гідності. Вона позитивно вплинула на національну самоідентифікацію, що почала відігравати провідну роль у суспільній свідомості. Найпершими на події відреагували дизайнери плакатів, після цього розвитку набули і більш масштабні проекти на всеукраїнському і навіть міжнародному рівнях, що підтверджує якість і професіоналізм сучасних розробок.

Етнодизайн кожної країни по-своєму унікальний і в Україні він так само має свої певні риси, які можна назвати обличчям.

Частими у дизайнерських рішеннях, стали різноманітні авторські інтерпретації державної символіки, як от тризубу та кольорів жовтого та синього у різноманітних їх відтінках. Найдоречніше їх використання пов'язане саме з державою, її послугах, її святах та соціальних проектах.

Використовуються символи і на регіональному рівні. Фірми і самі міста, в яких вони розташовані створюють свої бренди основуючись на власні кольори, власну історію, географію, та власні культурні особливості.

Також набула розвитку типографіка, завдяки якій стали створюватись осучаснені, із зручною читабельністю шрифти, які розробляються конкретно під певний проект. З акцидентних шрифтів виділяються грубі брускові та

рукописні. Старослов'янські шрифти та скоропис стали основою для багатьох сучасних шрифтів.

Залишилось і запозичення з традиційної культури, але при цьому воно все менше спрямовується прямо «в лоб», а переосмислюється, прибираються зайві для дизайну елементи і загалом ці запозичення додаються як дотичні частини, які не відволікають, а навпаки стають гармонійним доповненням до основної концепції проекту.

В Україні часто йдуть запозичення з одягу та ткацьких виробів (як візерунків, орнаментів так і використання самих фактур тканин). Використання елементів традиційної вишивки та прикрас досі являються популярним.

Беруться за основу і фрагменти різьблення, гончарства, та ковальства. Із народного мистецтва можна виокремити різні види розпису, серед яких найвідоміший – петриківський. Мистецтво витинанки теж є характерно українським і його використання доречне і в листівках, і в артбуках, і в проектуванні упаковки, і в графіці загалом. Іконопис, його стилістику, кольори та композицію, вдало використовують у ілюструванні та розробці книг. Послуговуються і археологічними знахідками, творами мистецтва часів кочових племен, Київської Русі.

Великий вплив на етнодизайн і відповідно етностетику мають казки, пісні та фольклор в цілому. Їх використовують в рекламі, упаковці, ілюстрації. Цікаві персонажі завжди до вподоби дітям, і дуже корисно для національної свідомості не тільки використовувати закордонні образи, але і популяризувати власні.

Оспівування природи України залишається завжди своєчасним. Використання рослинних мотивів: дерева, трави, їх фрагменти; образів тваринного світу; образів степів, морів, гір, лісів, природних явищ, притаманних саме нашій державі. Стилізація їх буває абсолютно різною. Ці образи буває настільки спрощують, що вони сприймаються більше як

абстракція. Лаконічність теж є частиною українському етнодизайну, але не завжди.

Також запозичують стилі відомих українських художників. Причому не тільки використовують готові зображення, але і створюють власні на основі характерних елементів. Об'ємне моделювання надає вже старим та новостворених образам сучасного звучання. Активно використовуються патерни, завдяки орнаментам та художникам-графікам минулого століття вони часто геометрично-декоративні.

Створення колажу широко розповсюджене серед дизайнерів. Поєднання кадрів із фільмів, старих фото, газетних вирізок, шматків матерії чи чогось що ще асоціюється з українською культурою та минулим, створюють цікаві композиції, особливо з додатковим накладанням комп'ютерної графіки, або поєднанням старого з сучасним. Це вдало виглядає у плакатах і навіть логотипах.

Традиційні мистецтва в авторській манері дизайнера створюють нове бачення минулого і сучасного, навіть так, що вони сприймаються взаємопов'язаним нерозривним цілим.

Нинішня війна теж додала свій внесок в етнодизайн, бо вона стала частиною свідомості кожного українця. Піксель та символи сучасної війни поєднують в композиціях притаманних традиційній геометричній вишивці.

Цікавий погляд на етнодизайн має Афанасьєв Ю. Він зазначає що «етнодизайн є напрямом у дизайні, який вирізняється використанням стильових мотивів народного декоративно-прикладного мистецтва при моделюванні форм предметів сучасного масового виробництва» [27, с. 140]. Використання етнодизайну автор не ототожнює із спробою відродження чи розвитку національної культури, а навпаки вважає небезпечним явищем. Автор пояснює це тим, що формальне використання та стилістика під етнокультуру нищать сакральний зміст, обрядовість перетворюється на гру [28].

Тому, при дизайні із застосуванням етноестетики важливо не тільки спиратися на візуальність творів мистецтва та культури, не просто вставляти

фрагменти в сучасну графіку, послуговуватись матеріалами, кольорами, стилізацією та іншими характерними прийомами, але і відображати емоції, мислення, мораль, філософію українського народу, що формувались в продовж віків і продовжують свій розвиток [3]. Повинно бути свідоме та доцільне використання символів та образів, для того аби вони правильно відображали свій сенс.

Сучасні графічні редактори дозволяють створювати якісну імітацію візерунків та текстур пов’язаних із народною творчістю (солома, лоза, глина, дерево) та рукотворні елементи будь якої складності (вишивка, вибійка, витинанка, вишивка хрестиком, гладдю, опішнянський розпис) [29]. Це дозволяє по новому осмислювати вже існуючі речі.

Етнодизайн є національно спрямованим, але з іншого боку він універсальний тим, що повинен культурно сприяти на різні верстви населення та мати вираження у інших країнах [12].

Бондар І. вказує, «що майстри упродовж століть відбирали найдорогоцінніше і найхарактерніше для гурту, для колективу, для «своїх» – орнаментику, колір та композицію тощо. Згодом це стає етнічною традицією, а сам процес – етнодизайн» [2, с. 195].

Він розглядає такі функції етнодизайну, як відображення картини світу, акумуляція етно-художніх стереотипів, мотивів, образів та стилізація художніх форм. Специфіка стилізації (тобто створення однорідних елементів в композиції, так щоб їх сприймали як одне ціле) напряму залежить від природи дизайнерської творчості народу.

Савенко Н. розповідає, що «в даний час існує стійкий інтерес фахівців до тих сфер народного мистецтва, які спрямовані на створення досконалих естетичних і практичних виробів» [30, с. 268]. Тож розглянемо етно-естетику як невід'ємну частину етнодизайну.

«Естетика – це наука про становлення й розвиток чуттєвої культури людини» [23, с.4].

Бондаревська І. вказує на деяку парадоксальність естетики: «Теза: естетичне засноване на почутті цілісності існування, в іншому випадку про нього не варто було б говорити. Антитеза: естетичне не засноване на почутті цілісності існування, оскільки про нього варто говорити» [14, с. 54].

«Естетичне – метакатегорія естетики, що характеризує певну сферу цінностей, пов'язану із суспільно значущою змістовною формою, яка дається людині в акті чуттєвого сприймання» [23, с.113].

Ткаченко А. надає таке поняття етноестетиці: «це наука, що вивчає культури в аспекті теоретично-порівняльного аналізу мистецтва різних народів» [31]. Також зазначимо, що етноестетика як наука досліджує культурні цінності, традиції, символи певного народу та їх вплив на різні форми його творчості.

Федь В. зазначає, що етнодизайн являється новим науковим напрямком, і розвивається у рамках певної національної культури. Автор вказує, що в естетичному вимірі етнодизайн утворює синтез «чуттєвого та раціонального людини-в-культурі. Естетика доводить думку про те, що етнодизайн розкриває сферу «непотаємного сущого» буття сучасної людини, центр якої тяжіє до чуттєвого від раціонального, а частка «етно» апелює до культуротворчості» [32].

Орлова Т. наголошує, що кожен етнос як окрема одиниця, це суб'єкт естетичної діяльності, що несе в собі унікальну естетичну свідомість. В етносів проживавших на території України початковою формою такої свідомості були певні символи приналежності до роду, тотемні символи, а також певні образи і абстрактні фігури, наприклад: ромби, трикутники, вуж-охоронець. Пізніше етноестетичні уявлення увібрали в себе «образи степу, дому, криниці, дівчини, козака, його коня» [13]. Ці образи стали етно-естетичними архетипами. Аби зберігти етноестетичну складову в цих архетипах і символах, в них повинен залишатись духовно-практичний характер. Тому введення їх в сучасні роботи та нанесення на них індивідуального бачення митця повинне бути дуже обережним, адже вони

несуть в собі абсолютні значення, і авторська інтерпретація може повністю зруйнувати їх етнічний зміст.

У статті Станкевича М. [33] висвітлено певні етноестетичні аспекти народнодної творчості, що пов'язані з духом народу:

1. Ігровий (це можна побачити не тільки в народних іграшках, але і в різноманітних ритуальних предметах, наприклад масках);

2. Святковий (виявляється урочистістю, збудженим емоційно-психологічним станом, проявляється в оздобленні житла, розвішені на стінах пучки трав, паперові прикраси, лубочні картини, витинанки, вироби з соломи, деревини, ниток, підвішені до стелі великодні писанки, у одязі провлено в нагромаджені візерунків, аплікацій, різних видів тканин, намиста та інших прикрас);

3. Сакральний (визначає духовну повагу та шанування когось чи чогось. Часто стосується релігійного культу чи ритуалу. Це форма освячення та осягнення дійсності людиною. Це стосується обрядової їжі та напоїв: кутя, узвар, вино, мед, хліб; посуду вкритого візерунками-символами: глечики, кубки, миски-чари; ношення різного одягу під час певних робіт: сівба, вигін худоби; певні місця в домі: огнище, брама, вхідні двері).

4. Чарівний (споріднений із сакральним, виявляє магічну, містичну роль. Відноситься до речей наділених уявленнями про особливу захисну силу: орнаментні пояси; гуцульські металеві пряжки зі знаками змій, зірок, хрестів; жіночі прикраси: вінки з квітами, сережки; знаряддя праці: ярма з вирізаними чарунками, головою коня чи півня, що є солярними мотивами; крашанки і писанки; коровай; певні символи).

Саме ці аспекти дозволили проявитись естетиці у народному мистецтві.

Символи та орнаменти слід розглянути окремо адже вони є великою частиною етноестетики.

За словами Станкевича М. одні вчені вважають, що їх значення легко відшукати, інші вважають пошук сенсу взагалі непотрібним. Натомість, семіотика «вивчає способи означування, будову та застосування різних

знакових систем, що зберігають і передають наукову, естетичну та художню інформацію» [34, с. 11]. Семіотика являється важливим розділом етноестетики.

Автор припускає, ще функція первісних візерунків не естетична, а онтологічна (сакральна). Доказом того може служити обмежена кількість знаків-узорів у палеоліті і неоліті, і лише в наступні епохи до простої геометрії додаються рослинні, тваринні мотиви. Таким чином об’єкти з візерунками із категорії побутових переходили до категорії скральних, в результаті чого в них з'являється певне символічне значення.

За аналізом багатьох вчених, що досліджували символіку українського етномистецтва, народна символіка тяжіє до намагання відобразити міфологічну картину світу. Іконічні знаки-символи можна поділити на функціональні групи: універсальні, сакральні, символи побутового середовища, обрядові та скульптуро-малярські.

Коло, хрест, спіраль, трикветр, свастика відносяться до універсальних символів та являється сталим символічним ядром культури.

Мандала означає магічне коло, і найстаріша з усіх представляє собою сонячне колесо, зображення якого було поширене по всьому світу, у тому числі в Україні.

Використання подвійної дзеркальної симетрії, гвинтової симетрії та s-подібних фігур представляють собою спокій, замкнену єдність, а протиставлення протилежних понять утворює сенсові контрасти, наприклад, предки та нащадки.

Трикутник, триніжок, трикветр, тризуб, потрійна спіраль – всі вони мають тричастинну структуру. Вони уособлюють собою ланцюг поколінь, три фази місяця, народження-життя-смерть.

Ще один універсальний символ – світове дерево, що пришло з міфології і набуло особливої популярності в останні тисячоліття.

Окрім переліченого в українському традиційному мистецтва є камені у формі стовпів з каменю чи дерева. Вони використовувались як символ світового дерева або осі.

Хрести, ікони являються християнськими символами, однак поруч існують і язичницькі, такі як павук, голуб, дідух.

Із винайденням тканини та переплетення ниток, їх теж стали сакралізувати, надаючи їм сенс чистоти і святості.

Народне мистецтво та естетика тісно пов'язані з фольклором [23]. Фольклор став системою уявлень про дійсність та фантастичне на землі та в космосі. Прадавня міфологія України виявилася стійкою до часу, її риси досі створюють певний настрій, її символи викликають чуттєвість та певне відчуття краси у глядачів. Це відноситься до міфології і фольклору часів Трипілля, інших язичницьких осілих та кочових племен.

Запровадження християнства теж мало значний вплив на подальшу народну творчість. Крім представлень творення світу та його сприйняття, українська естетика просякнута любов'ю до рідної землі, свого дому, роду. Етнос, його історія, географія і розвиток, впливають на використання мовно-художніх засобів, завдяки чому різні етнічні групи мають власне яскраво виражене відображення краси та естетики.

У підсумку ми можемо визначити певні етноестетичні принципи у дизайні та ілюстрації.

По-перше, це повага до традицій. Етноестетика покликана зберігати та популяризувати надбання певного етносу, його традиційні цінності. Це намагання відтворити дух та атмосферу культури і при цьому зберегти її оригінальність та неповторність. Зазначимо, аби справляти правильне враження на користувача, всі елементи дизайну чи ілюстрації мають відповідати високій естетичній якості.

По-друге, використання символів, орнаментів, форм, композиції, колірних палітр, стилізації та мотивів, притаманних народу. Щоб зберігати потужний змістовний підтекст цих елементів важливо правильно їх використовувати в залежності від змісту.

По-третє, синтез традиційного та сучасного. Важливо не використовувати занадто прямо традиційні елементи а поєднувати їх з

сучасними підходами та засобами, адаптувати під конкретні проєкти. Подібний метод дозволяє створювати нові форми та інтерпретації і при цьому уникати негативних проєктних рішень, що наприклад можуть призвести до створення шароварщини. Однак подібне поєднання потрібно робити обмірковано.

Вчетверте, звернення до тем пов'язаних з культурою та історією. В Українському контексті це може бути тема дохристиянських і християнських вірувань, народні повір’я, звичаї, міфи та легенди, особливості побуту, географічного розміщення, історії з козацьких часів, доби Київської Русі, звернення до племен проживавших на території держави осілих чи кочових.

По-п'яте, використання традиційних матеріалів та технік, або стилізація під них. Використання техніки чи елементів з народних ремесел, наприклад, вишивки, гончарства, різьблення по дереву, можуть надати характерного етнічного забарвлення роботі.

Таким чином дотримання цих принципів дозволить створити візуальний етноестетичний продукт високого рівня.

1.3. Специфіка створення артбуку збірки пісень згідно з етно-естетичними принципами

Даний підрозділ являється висновковим та об’єднавчим до двох попередніх. Він виявляє основні положення, що можливі саме для розробки артбуку із застосуванням етно-естетичних принципів. Зазначимо, що у зв’язку з відсутністю чітких правил щодо створення артбуку, послідовність та необхідність використання кожного пункту має вирішуватись кожним автором на власний розсуд.

Отже, проявити етноестетику в артбуці можливо на різних етапах створення та його складових.

По-перше, буде доречним, якщо етнодизайн застосовуватиметься відносно теми артбуку, що так чи інакше дотикатиметься до культурної спадщини, або хоча б певної країни. Це може бути використання легенд, міфів,

фольклору, побутових описів, історії, традиційних свят, певних архетипів притаманних народу.

По-друге, тема обраної культури має бути як можна краще дослідженою дизайнером, аби мати більше ідей при розробці і не вдаватись лише до поверхневого відтворення етноестетики. Це відноситься до дослідження традицій, мистецтва, ремесел, символів, побуту та історії.

По-третє, на формат, форму, розгортку і структуру артбуку можуть вплинути певні традиційні стилі та способи виготовлення книг та старовинних рукописів. Наприклад, артбук з египетською етноестетикою можливо виготовити у вигляді сувою папірусу.

Вчетверте, можливе застосування певних матеріалів притаманних певній культурі, або ж стилізація під них. Наприклад, використання текстури або фактури тканини, дерева, шкіри, зістареного паперу.

По-п'яте, підбір колірної палітри теж є важливим. Кожний народ по різному інтерпретує значення кольорів. Від цього може залежати підтекст розробки та її естетичне сприйняття читачем. Також, при виборі кольорів можна звернутися і до певного типу виробу притаманного етносу, наприклад до вишиванки або гуцульського килиму.

В-шосте, етноестетичні принципи ідеально підходять для виготовлення ілюстративного наповнення. Тут можна використати і звернення до фольклору, до народних мистецтв, застосування певних матеріалів та технік. Тобто естно-естетика може проявитись і в сюжеті зображення, і в матеріалах виготовлення, і в самому процесі.

Всьоме, застосування конкретних художніх технік чи стилізація під них також можуть допомогти з проявленням етно-характеру у дизайні, наприклад, живопис, колажування, гравюра.

Увосьме, використання декоративних елементів притаманних народу: у вигляді вишивки, витинанки, орнаментальних частин, символів, при вдалому інтегруванні у видання вони можуть зробити артбук по справжньому особливим.

В дев'яте, шрифти видання, як акцидентні так і для основного наповнення, можуть бути створені на основі існуючих старих шрифтів чи мати стилістику пов’язану з історією та культурою етносу.

В десяте, етноестетика може суттєво вплинути на композицію, на такі її складові як баланс, гармонію, пропорції, ритм.

Ці висновки допоможуть нам із створенням концепції артбуку та застосуванням у ньому етно-естетичних принципів.

РОЗДІЛ ІІ
ПЕРЕДПРОЄКТНИЙ ЕТАП РОЗРОБКИ АРТБУКУ ЗБІРКИ ПІСЕНЬ

2.1. Дослідження популярності артбуків на українському ринку

Дослідження специфіки створення артбуків та визначення впливу етно-естетики на графічну продукцію підводять до пошуку і аналізу конкретних прикладів, з метою виявлення їх особливостей та вдалих рішень для подальшого проектування власного поліграфічного продукту.

Вміст майбутнього проєкту передбачає використання української мови і орієнтуватися слід на вітчизняних покупців. Тому, перш ніж приступити до розробки власного артбуку варто дослідити наповнення українського ринку.

Підоприга С. зазначає [7], що перші зацікавлення атбуками в Україні припадає 1990-ті роки. А з 2000-го року розвинулось більш активне ознайомлення українських читачів подібною поліграфічною продукцією завдяки виставкам, мистецьким проєктам та утворенням видавництв. У наукових колах інтерес збільшився лише в останнє десятиліття.

Листвак Г. у своїй статті 2010 року пише [8], що українські друкарні видають артбуки як епізодичні видання чи спеціалізованими серіями. Тобто постійного видання артбуків немає, а там де щось подібне існує, видання відрізняються подарунковим направленням та високою ціною.

У своєму інтерв'ю Лукащук Х. як автор цікавих книжних проєктів, у тому числі і дорослого артбуку з віршем Сергія Жадана «Пливи, рибо, пливи», наділяє артбуки поняттям table book [35], тобто це книжка, яка перебуває на столі та створює певний настрій своїм видом. І через те, що арбуки несуть у собі занадто мало інформації багато українських видавців відмовляються друкувати подібні книжки, особливо якщо це стосується артбуків для дорослої аудиторії, бо вважають що така продукція не буде популярною.

Однак наразі тенденція до поширення артбуків наростає, утворюються окремі цілком успішні видавництва (наприклад, видавництво «Чорні вівці»), автори створюють об'єднання з метою реалізації своєї творчості.

Щоб провести власні дослідження щодо популярності артбуків серед населення, за допомогою гугл форм було проведене анкетування (див. Додаток А), в якому прийняли участь 45 респондентів різного віку та професій.

По першому питанню «Чи знали ви раніше, що таке артбук?» 35,6 % опитуваних надали негативну відповідь і 64,4 % позитивну. Тобто більшій частині людей данне поняття виявилось відомим.

У другому питанні пропонувалось навести приклади артбуків. Тут згадувались такі артбуки, як «Український бестіарій», «Ковчег «Україна» – «Культурна спадщина України», артбук української художниці Ліліт Саркісян «BLOSSOM!», а також артбуки видавництва «MAL'OPUS». Найчастіше за все згадувались артбуки до відомих книжок, відеоігор, фільмів та анімацій, таких як: «The Witcher», «God of war», «The last of us», «Dishonored», «Love, death, robots», «Harry Potter», «Dark Souls», «Naruto», артбуки від інших аніме студій, а також про всесвіти Marvel та DC.

По третьому питанню анкети «Чи знаєте ви про існування збірок пісень або віршів у вигляді артбуків?» 82,2 % респондентів відповіли негативно і відповідно 17,8 % – позитивно.

Однак, у четвертому питанні жоден не зміг навести прикладу такого артбуку збірки пісень чи віршів, з чого можемо зробити висновок про їх незначну відомість на українському ринку.

По п'ятому питанню анкети щодо популярності атбуків в Україні були отримані такі результати: 22,2 % – так, 17,8 % – ні, 60 % – важко сказати. Значну перевагу невизначеної відповіді можна пояснити як низькою обізнаністю так і тим, що артбуки ще не досягли необхідної популярності, аби переважна більшість могла вказати однозначну відповідь.

У шостому питанні 17,8 % респондентів вказали, що мають артбук у власній бібліотеці, а 82,2 % відповіли негативно.

По сьомому питанню «Чи цікаві вам артбуки?» були отримані такі відповіді: 40 % – так, 20 % – ні, 40 % – трохи. Такі результати дозволяють

припустити, що при належній просвітницькій діяльності щодо артбуків можливо підвищити популярність і попит серед українського населення.

У восьмому питанні «Що приваблює вас в артбуках?» перше місце посідають креативність подання та якість ілюстрацій, їх однаково відмітили 26 респондентів, що становить 57,8 % з усіх опитаних. Друге місце займає унікальність контенту – 23 людини. Популярність авторів або художників визначилась не таким важливим пунктом, ніж попередні. Його відмітило дев'ятеро опитуваних, що становить 20 % від загальної частки. Крім цього вказували на привабливий візуальний стиль та загальну зацікавленість артбуками. Також восьмеро людей (17,8 %), вказали що нічого не приваблює.

По дев'ятому питанню, у недоліках артбуків, респонденти вказували на високу вартість продукту та деякі помилки при верстці, що створювало неправильні поля при друці.

Стосовно десятого питання «Чи плануєте ви придбати артбук?» 60 % опитуваних вказало ні, 40 % – так.

Останнє, одинадцяте питання стосувалося того, де можна знайти артбук. Книгарні, виставки та фестивалі відзначила 31 людина, що становить 68,9 % від загальної частки. Майже однаково з ними відмічені онлайн-магазини: 30 людей (66,7 %). Також респонденти вказували на придбання артбуку у вигляді подарунку до гри, у арт-проєктах, у тематичних магазинах або професійних творчих колах.

У заключенні до дослідження можемо сказати, що рівень обізнаності по темі опитування непоганий, про що свідчить інформованість про артбуки як видання, однак інформація потребує більшого просування аби охопити ширші кола споживачів.

Цікавим є співвідношення двох питань, де однозначну популярність визначено низькою (Питання 5) і при цьому ми бачимо велику зацікавленість в артбуках (Питання 7). Тобто, навіть коли респонденти вважають, що артбуки непопулярні, то все одно проявляють до них зацікавленість. Такий великий

інтерес до артбуків дозволяє прогнозувати зростання аудиторії в перспективі, при умові якщо проводити популяризацію серед населення.

І виходячи з показників потенційних покупців, можемо ствердно сказати, що незважаючи на невпевненість аудиторії у популярності даної продукції, артбуки користуються реальним попитом серед частини аудиторії.

Листвак Г. вважає, що для визначення рентабельності власного проєкту артбуку не слід досліджувати видавничий ринок наголошуючи на поверховості таких досліджень та спотворенні висновків. «Будь-яка книга – незвичайний товар, а «книга художника» – продукт просто унікальний. У її середовищі практично не існує конкуренції, а поява нових проєктів, навпаки, свідчить про зростаючу суспільну і ринкову потребу» [8, с. 25].

Ми погоджуємось з такою думкою, однак ознайомитись із ринком теж важливо, для того щоб мати уявлення про видавництва та тенденції у дизайні, що може допомогти при створенні власного проєкту.

Тому далі ми наведемо декілька відомих прикладів українських артбуків.

Перший приклад: «Скриня. Речі сили» [36], обрано до розгляду із-за яскраво вираженого етнодизайну, адже він створений спеціально як книга-візитівка України. У 2016 році артбук випустило «Видавництво Старого Лева», а авторами являться Винницька Я., Табенська Ю. та Осипов Д.



Рисунок 2.1 – Обкладинка артбуку «Скриня. Речі сили»

Артбук якісно презентує ужиткові побутові речі українських майстрів. Для цього автори використовують колажування; домальовування поверх фото; перефарбування ахроматичних фото, для більшого виділення певних елементів; використання окремих частин зображень, їх дублювання для

побудови ілюстрацій та загальної композиції розвороту; навмисна фотообробка сучасних зображень для їх приглушення та стилізації, аби вони природно поєднувалися із старими фото, а також стилізація білого паперу під пожовклий пергамент. Також присутня мереживна висічка; використання прозорого друку, завдяки чому утворюється ефект скляних ікон.



Рисунок 2.2 – Розворот артбуку «Скриня. Речі сили»

Для основного тексту використано шрифт з засічками, а для заголовків гротескний. Вони створені з елементами української стилістики, розробленої на основі старих шрифтів. Додатковий текст набрано рукописним шрифтом.

Колірне рішення є доречним: червоний, синій, жовтий та зелений мають сильний психологічний вплив та часто з'являються в українському творчому просторі.

Формат видання прямокутний, щоб нагадувати старий альбом з фотографіями, на обкладинці використано золоте тиснення, та ефекти об’ємності.

Дизайн данного артбуку можемо назвати якісним, адже він вдало поєднує в собі етно-елементи із сучасними технологічними прийомами. Завдяки цьому та проведенню потужної роботи з пошуку змістовного наповнення видання є ексклюзивним та дороговартісним.

Слід зазначити, що використання етнодизайну не є розповсюдженим явищем, зазвичай відбувається якщо книга в більшій чи меншій мірі пов’язана з українською культурою.

Популярним на ринку являється артбук «Глосарій моди [37]. Ілюстрації одягу українських дизайнерів», який розробили Подосельник Я. та Суслова М.



Рисунок 2.3 – Обкладинка артбуку «Глосарій моди. Ілюстрації одягу українських дизайнерів»

Видання представлено у вигляді зошиту на спіралі. Це зроблено з метою полегшення гортання сторінок, адже книга вміщує в собі не лише ілюстративно-естетичну функцію, а ще є і грою. Обкладинка перекриває спіраль, аби ззовні артбук виглядав охайніше та зменшити фактори пошкодження книжкового блоку.

Усі сторінки розділені на чотири частини, з одного боку розміщена фешн ілюстрація вбрання з його назвою, з іншої представлена назва до відповідної частини одягу, намальованій на смужці. Таким чином вдало поєднується словник термінів та засіб для комбінування представлених стилей з можливістю створювати власні образи.

Композиція ритмічна, статична та одноманітна, з послідовною зміною зображень та назв.



Рисунок 2.4 – розворот артбуку «Глосарій моди. Ілюстрації одягу українських дизайнерів»

У виданні використано стилізований машинописний шрифт та акцидентний, стилізований під написи тушшю. Слід зазначити, що слова написані другим шрифтом тещо нерозбірливі і читаються повільно, хоча сама стилістика підходить до ілюстрації.

Стилізацією під стару книгу записів відрізняється артбук Табенської Ю. «Подорожній архів Марко Поло» [38].

Художня книга схожа на альбом, а книжковий блок прикріплений до дерев'яної дошки мотузкою та бамбуковою стеблиною, таким чином створюючи незвичайну обкладинку.

Папір цупкий, затертий, пожовклий та видимим волокнами, з яких він зроблений, і часто з відірваними краями. Таким чином дизайнер максимально надає книзі рукотворного зістареного вигляду.



Рисунок 2.7 – обкладинка артбуку «Подорожній архів Марко Поло»

Текстове наповнення майже відсутнє і артбук несе в собі споглядальний характер. Шрифт із засічками, зрозумілий читачеві.

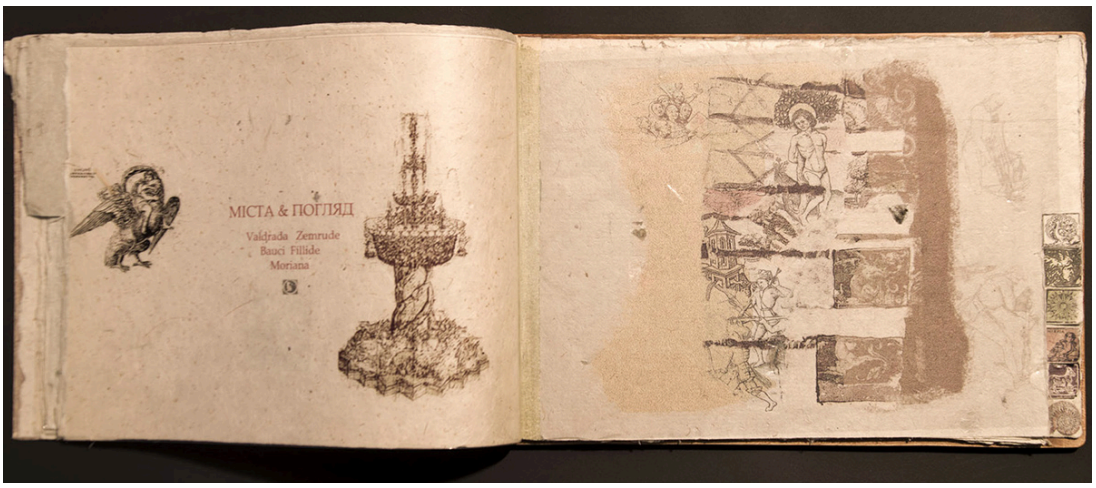


Рисунок 2.8 – розворот артбуку «Подорожній архів Марко Поло»

По всьому артбуку проглядається єдина стилістика щоб означити, що він написаний однією людиною.

Ілюстрації нагадують середньовічну графіку, мають колір сепії, що зменшує контраст між ними та фоном, вони часто накладаються одна на одну. Подекуди присутні і інші кольори, але вони не помітні, наче вицвіли.

Зображення на обкладинці ледве проглядається.

Наявне використання прозорого друку, завдяки чому деякі елементи можна прибирати з композиції на одній сторінці і перекладати на іншу.

Із-за незвичних матеріалів запуск такого артбуку у друк буде дороговартісним, проте видання являється унікальним твором мистецтва та дизайну.

Артбуки наявні в ассортименті таких відомих видавництв, як: «Видавництво Старого Лева», «Artbooks», студія «Аґрафка», «Махаон-Україна», проєкт «Ковчег «Україна», «Terra Incognita», «АДЕФ-Україна», тощо [20].

Досліджені атрбуки особливі авторським ілюструванням, залежним від тематики, колажуванням, художньою обробкою фото. Текст і візуальне наповнення доповнюють одне одного і утворюють собою нерозривне композиційне та змістове ціле. Формати майже не відрізняються один від одного, а йде більше акцентування на використанні незвичних як для книги матеріалах та спеціальніх друкарських/післядрукарських процесах.

Ціноутворення залежить від складності виробництва, незвичності матеріалів та того, наскільки широка цільова аудиторія.

Загалом, дослідивши мистецькі книги на українському ринку, слід зазначити, що видавництва, при збільшенні технологічних можливостей та доступності матеріалів, відходять від поліграфічних книжних стандартів та поступово збільшують виробництво артбуків.

Можемо окреслити висновок до даного підрозділу, що серед частки населення артбуки популярні, однак для розширення цієї частки варто продовжувати проводити інформування та зацікавлення темою. Видавництва реагують на поступове збільшення попиту, плавно нарощуючи виробництво артбуків.

2.2. Аналіз прототипів артбуків-збірників пісень

Усі артбуки різні і унікальні, тому в якості прототипів відбирались лише ті, що створювались як нестандартні видання для текстів пісень.

Першим прикладом приводимо вітчизняний артбук «Птах» у видавництві національного мистецького проєкту «Ковчег «Україна» [39]. Він

наповнений віршами Сергія Жадана, які в подальшому стали піснями. Його творами надихались відомі українські виконавці та гурти, такі як: Святослав Вакарчук, Тарас Чубай, «Kozak System», «ДахаБраха», «Мертвий півень» та багато інших.

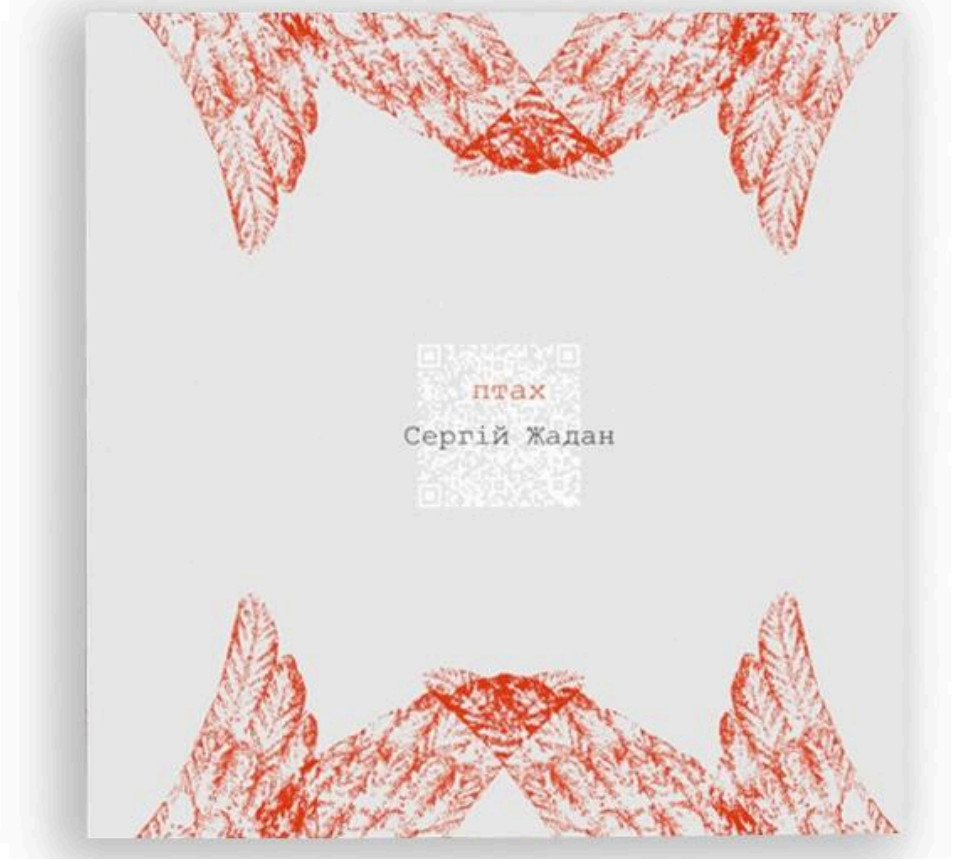


Рисунок 2.9 – обкладинка артбуку «Птах»

Артбук квадратного формату та має конструкцію звичайної книги. У ньому переважає ілюстративне наповнення Білинської М.

Дизайн артбуку тяжіє до колажу із простих зображень та фотографій, що несуть певний символічний чи декоративний зміст. Подібна простота не відволікає як густа заповненість і привертає більше уваги до кожної змістовної частини композиції. Зображення розміщені або на всю сторінку, або займають на ній невелику частину, що здається, наче фон розчиняє в собі зображення, це асоціюється з думками які плинуть непомітно і поволі щезають. Колірна гамма складається з відтінків червоного та всієї ахроматичної гами. Фотографії мають лише один колір, такий що відрізняє їх від кольору самої сторінки. Дане

рішення підкреслює загальну простоту та створює класичне поєднання чорного та червоного, що наводить глядача на думку про вишиванку.



Рисунок 2.10 – розворот артбуку «Птах»

Назви пісень теж займають небагато місця, а тексти віршів переважно розміщені окремо від зображень на власних розворотах.

Обкладинка білого кольору, ім’я автора та назва «Птах» займають мало місця, назву доречно підкреслюють червоні відбитки крил розміщених вгорі та внизу формату.

На сторінки додано QR-коди, якщо їх відсканувати, то можна перейти до прослуховування самих пісень та відео-презентації книги від Жадана особисто. Це являється зручним і сучасним рішенням для доповнення паперового видання, що дає можливість в повному обсязі ознайомитись із музичними композиціями.

Окрім зазначеного, книга створювалась за допомогою додаткових матеріалів: рисового паперу, дзеркальної фольги, копірки, та додаткових поліграфічних процесів, наприклад, вирубки. Вони задіяні для досягнення певних звукових та тактильних ефектів, які змінюються в залежності від сенсу тієї чи іншої пісні. Шурхіт рисового паперу, зібраний в декілька шарів нагадує рипіння снігу і обігрує саме пісню «Сніг», або шрифт Брайля доречно використаний на пісні «Торкатись», а у дзеркальній фользі, що є основним постійним елементом для всієї книги, можна розгледіти власне відображення,

як це відбувається у самих віршах поета. Такі ефекти додають розробці додаткового сенсу та розширюють взаємодію читача з нею.

У деталях дизайну можна помітити українські етномотиви. Наприклад, геометрична висічка схожа на витинанку; тонкі червоні та чорні лінії і крапки, часто на білому фоні, нагадують вишиванку; включені фрагменти фотографій тканин та традиційних убранств, таких як вінок; також присутні елементи іконопису.

Варто згадати поетичну збірку Мусаковської Ю. «Бог свободи» ап. За зображення Старко А. видання отримала спецвідзнаку на Болонському ярмарку. За її словами [40], важливо знати як автор бачить видання і далі вже розпочинати процес пошуку. Вона надихалась образами рослин та птахів із європейських гравюр та літографій. Їх копії сканувались та разом вони складали колажне наповнення, адже ілюстрації створювались саме цим методом. Артбук просякнутий метаморфозами та трансформаціями цих образів. Обмежена колірна палітра з червоного відтінку та охри додає єдності усій збірці. Формат прямокутний багатосторінковий, тому потребує твердої обкладинки, яку можна побачити на зображенні 2.11



Рисунок 2.11 – обкладинка та розворот артбуку «Бог свободи»

Прийом із колажуванням також використовує поетична збірка Тетяни Малярчук «За такі гріхи бог ще подякує» [41], В даному випадку для колажів використано старі та сучасні фотографії та різностильові ілюстрації. Наявно багато вільно простору та лаконічне розміщення віршів, що поділені на уривки

для підселення змісту кожного з них. Активний червоні та сині кольори фонів направляють очі глядача та концентрують увагу на зображеннях, їх центрі. Видання прямокутне, з твердою обкладинкою, на якій зображення є пропорційним відноно формату. с



Рисунок 2.12 – обкладинка та сторінка артбуку «За такі гріхи бог ще подякує»

Наступним прикладом наведено артбук «Пісні для перегляду», що розроблений у співпраці художника і музиканта Джонстона Д. та його сестри Марджорі [42].



Рисунок 2.13 – Обкладинка артбуку «Пісні для перегляду»

Формат видання прямокутний і ззовні не відрізняється від звичайної невеликої книги. Обкладинка тверда, так як артбук багатосторінковий.

Фоновий колір по всьому вмісту залишається білим. За основу ілюстрацій взято старі кольорові і чорно-білі фотографії з модних журналів та

газет. Фрагменти фото вирізались та домальовувались яскравими кислотними кольорами. До деяких додано віконця-бульбашки із діалогами. В результаті, створені зображення схожі на інопланетян та мутантів, виглядають незвично, одночасно нагадують розробку для мальопису, дитячі малюнки та психоделічне мистецтво.

Основні кольори: зелений, жовтий, блакитний, рожевий.

Найчастіше у композиції немає єдиного основного зображення і вона складається із багатьох персонажів та елементів, чим створюється алюзія на картини Босха. Створюється дещо безладне влаження, але воно вписується в концепцію артбуку.

На обкладинці та у змісті ілюстрації додані у вигляді рамки, аби зробити основним текстове наповнення.

Довкола ілюстрацій розміщено тексти пісень у рукописному вигляді. Вони не мають єдиного розміру, накреслення шрифту та чіткого місця: одні направлені по колу сторінки, інші огортають чи накладаються на зображення. Текст розміщений таким чином, щоб не залишилося вільного місця на сторінках. Написи не завжди можна прочитати з першого разу через розташування та напливи на ілюстрації, але вони гармонійно доповнюють зображення.



Рисунок 2.14 – Розворот артбуку «Пісні для перегляду»

Електронні шрифти використовуються лише у змісті, анотації, вступних словах автора та самій обкладинці.

Оригінальною є арт-збірка О. Чемерова «Один» [43].

Ілюстрації розроблялись спеціально для видання різними українськими художниками. Крім цього використані вірші, оповідання та палалоїдні фотографії автора. Разом всі елементи створюють певну атмосферу пов'язану з символізмом (наприклад, космічні символи) та асоціаціями. В артбуці кожен щось знайде своє та зчитає символіку через власну призму чутливого, а не логічного сприйняття як це буває уві сні.

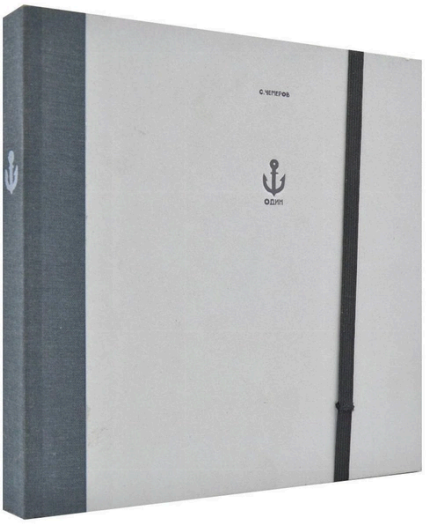


Рисунок 2.5 – Обкладинка артбуку «Один»

При розробці активно використовувались колажі та обробка фото за допомогою фільтрів. Композиція на кожній сторінці різна, складена з багатьох елементів, при цьому залишений вільний простір, щоб очам була змога відпочити від зображень та тексту. Розрізненість компонування та стилістики зображень не заважає сприймати зміст видання к одне ціле.

Кожен розворот має власну стилізацію і свій настрій, тому і шрифти на них підібрані різні.

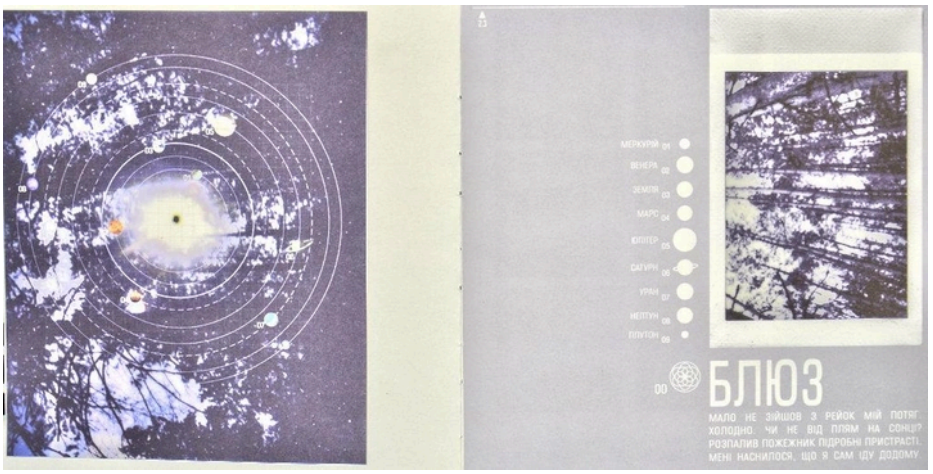


Рисунок 2.6 – Розворот артбуку «Один»

Формат квадратний, обкладинка тверда, видання схоже на товстий зошит або щоденник з притримувачем сторінок. Зображення на обкладинці малого розміру, що його доречно назвати знаком. Назва та ім’я автора теж невеликого кеглю і не всім глядачам їх буде зручно прочитати з першого разу.

Незвичне видання «Слова-самокрутки» розроблене рекламною агенцією Pereira O'Dell у співпраці з американським репером Снуп Доггом [44]. Музикант переслідував мету прорекламувати власний бренд паперу для самокруток, чиє виробництво тісно пов’язано з його творчістю.



Рисунок 2.15 – Обкладинка та сторінки артбуку «Слова-самокрутки»

Книга кишенькового розміру, обкладинка огорнута в конопляну тканину та стилізована під великий короб сірників. На корінець дійсно нанесена сірчана смужка, адже книга призначена для того, щоб її скурити.

Обкладинка книги представляє собою шрифтову композицію по центру з додаванням невеликих декоративних графічних вставок, що об’єднують композицію у єдине ціле. Окрім цього присутній ефект тиснення.

Внутрішнє наповнення складається із текстів пісень репера. Вони нанесені чорнилами, рукописним шрифтом на напівпрозорі листи для самокруток. Для зручності читачів, на листи нанесена пунктирна лінія, що дозволяє легко виривати сторінки.

Подібний артбук абсолютно точно виражає творчість виконавця.

Ще одним прикладом являється «Art & Lyric Book», випущений канадським незалежним лейблом «Other Songs» [45]. До нього додається компакт-диск із створеним на ньому вручну штампуванням, замість друку.



Рисунок 2.16 – Обкладинка артбуку «Art & Lyric Book»

Видання невелике за об’ємом, графіка лінійна та геометрична, присутні шрифтові композиції та незначне використання фото. Колірна гамма ахроматична, кольоровою є лише тонка обкладинка, на якій зображено абстрактну ілюстрацію, що нагадує твір художників пуантилістів. Але така обкладинка виглядає не зовсім доречно у поєднанні з внутрішньою лінійною та шрифтовою графікою.

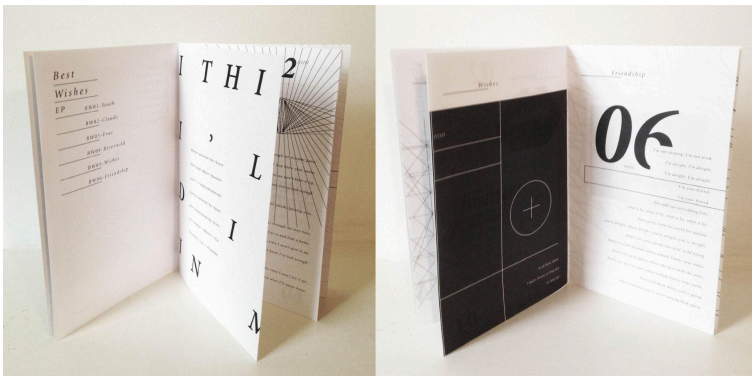


Рисунок 2.17 – Розвороти артбуку «Art & Lyric Book»

Усі тексти набрані комп’ютерним шрифтом без засічок. Тексти пісень частково поєднані із графікою завдяки композиційному розміщенню на сторінці та простим геометричними елементами, що підкреслюють чи виділяють певні місця з важливим сенсом.

Прямокутний артбук розміром 75 сторінок розроблений Майклом Б. Алленом, заповнений текстами пісень одного з альбомів музичного проєкту «Somebody» [46].

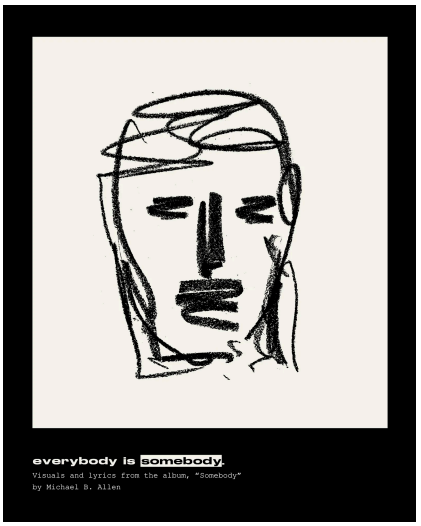


Рисунок 2.18 – Обкладинка артбуку музичного проєкту «Somebody»

Окрім текстів, видання містить фотографії, ілюстрації, начерки та записи які виникли в процесі створення альбому, та все що слугувало для натхнення автора. Ілюстрації лінійні, виконані вугіллям, в тому ж стилі що і обкладинки пісень та альбомів музиканта, що дає більше уявлення про його творчість, та краще поєднує артбук з нею. Навколо зображень залишається багато вільного

простору, що дає змогу перепочити оку. Загалом, дизайнерське рішення по сучасному лаконічне.

Тексти розміщені на окремих сторінках, для них використаний машинописний шрифт. Шрифтова гарнітура заголовків потовщена та гротескна. Іноді присутні шрифтові композиції, які обігрують прямокутний формат.

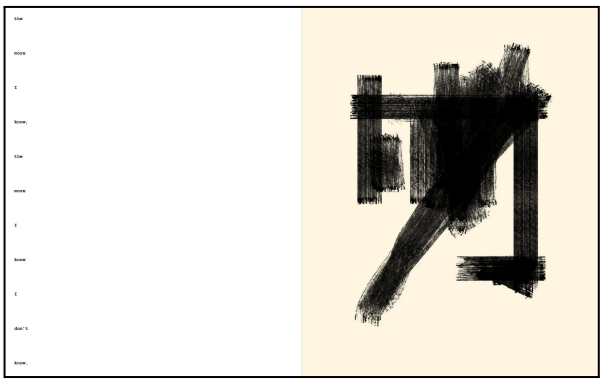


Рисунок 2.19 – Розворот артбуку музичного проєкту «Somebody»

Окрім чорного та білого, в загальній колірній гаммі переважають синій та бежевий кольори.

Обкладинка тяжіє до простоти, посеред чорного фону розміщена ілюстрація на бежевому прямокутнику, що являється тією частиною композиції, що переважає. Знизу формату, по лівому краю додано назву.

Вартим уваги є «Đa Sắc Đá» – артбук, створений об’єднанням декількох дизайнерів з В’єтнаму, в який додано відомості про рок-музику, пісні та цікаві передісторії їх створення [47].

На фонових зображеннях використані ефекти розмиття, підсвічування та зернистості, кольори розтікаються, перекручуються спіралями, що нагадує флюїдне мистецтво та розпилення фарби з балончика і добре відповідає тематиці музики. Аби підлаштуватись під кожний музикальний стиль, також помітні зміни в графіці в кожному розділі .

На кожній сторінці розміщення тексту нестандартне і залежить від загальної композиції, що зазвичай динамічна, часто на текст накладаються колірні ефекти та деформації, так що він стає акцидентним та формується як додаткова частина до візуального наповнення. Така композиція привертає до

себе увагу і її нестандартність на кожні сторінці створює цілісне враження загалом. Основний шрифт без засічок та легко читається.

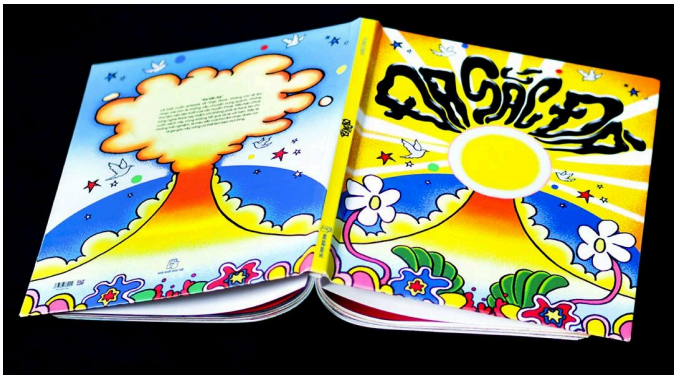


Рисунок 2.20 – Обкладинка артбуку «Đa Sắc Đá»

Всі ілюстрації та персонажі виконані в одному стилі, в яскравій колірній гаммі, що тяжіє до психоделічного мистецтва. Найчастіше це зображення музикантів, алюзії та відсилки до обкладинок їх альбомів, кліпів та їх сценічного стилю. На деяких ілюстраціях використана «Маска», завдяки чому утворюються контрформа, де зображення проглядається крізь зображення. Такий візуальний засіб створює враження шпарини чи порталу до іншого світу. Часто можна побачити колірні контрасти.

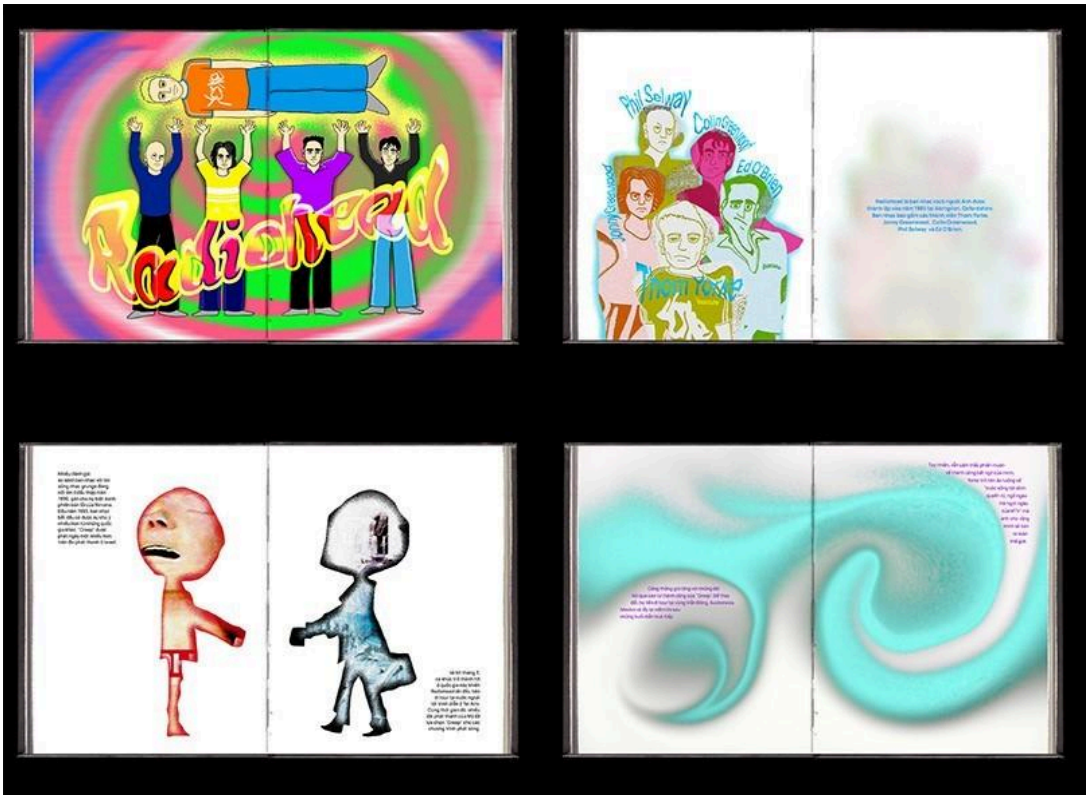


Рисунок 2.21 – Розвороти артбуку «Đa Sắc Đá»

До пісень додано візуальний вигляд їх аудіо-доріжок з платформи Spotify.

Обкладинка тверда, назва викривлена, взаємодіє з ілюстрацією, підлаштовуючись під промені початку вибуху, що нагадує сонце, з 3D-ефектом чорнила яке розтіклось. На задній частині обкладинки той самий пейзаж, тільки вибух вже відбувся і йде дим, що надає враження завершеності.

Невеликого розміру артбук до поетичної аудіозбірки Данила Галика «Війна під час віршів», який створено дизайнеркою з Харкова із ніком Roi Yuliia [48].

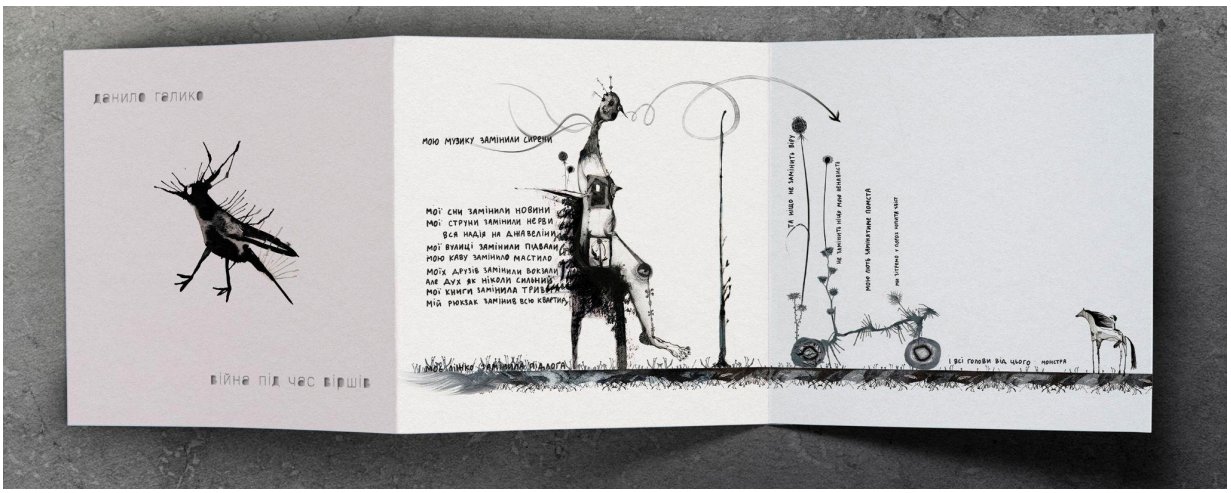


Рисунок 2.22 – Артбук «Війна під час віршів»

Формат видання квадратний, але нерозривний і складається як гармошка, що якісно відрізняє його від звичайних книжкових видань. Слова іноді накладаються на зображення і буває, його не зовсім зручно читати, шрифт імітує рукописний. Текст взаємодіє з ілюстраціями і його компонування залежить від зображення та власного смислового змісту.

Самі ілюстрації авторські, створені тушшю з ефектом розтікання, завдяки цьому стилю вони чітко передають тематику війни та тривожний психічний стан. Вони нерозривно переходять з однієї сторінки на іншу, таким чином їх об’єднуючи. Композиція обкладинки проста з оптичним центром посередині.

Слід зазначити, що крім тексту в артбуці не надано зручних посилань на саму аудіозбірку.

Останнім серед аналогів представлено «Our Lady of Radium» [49]. Цей артбук створено як доповнення до однойменного альбому, гурту «Charming Disaster». Альбом та артбук містять історії та розкривають естетику життя та відкриттів вченої Марії Кюрі.

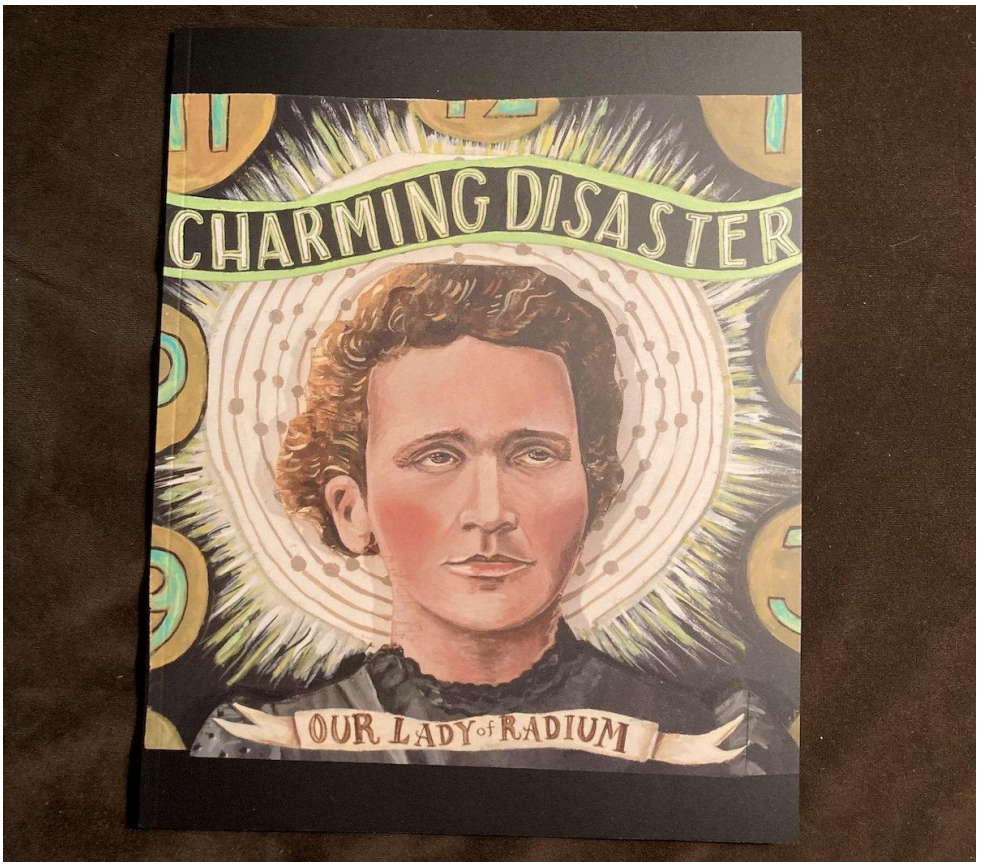


Рисунок 2.23 – Обкладинка артбуку «Our Lady of Radium»

Ілюстрації намальовані художницею Сьюзан Сасс, крім них та текстів пісень, додано нотатки та іншу цікаву інформацію пов’язану з випуском матеріалу та усім що пов’язано з радієм. Це доповнює пісні з такою самою тематикою і створює відповідний до них настрій.

У виданні переважає ілюстративне наповнення. Зображення в більшості створені навмисно недбалими мазками, щоб придати ефект зробленої вручну книги нотаток.

Колір фону виглядає як старий пожовклий папір, у зображеннях переважають чорний, жовто-зелений і жовтий кольори, що намальовані гуашшю та звичайними олівцями. Такі кольори асоціюються з небезпекою та радіацією (чорно-жовтий знак небезпеки, радіоактивні речовини ілюстратори

та мультиплікатори часто зображують зеленими). На сторінках присутні окремі шрифтові композиції, шрифт тексту або стилізований під машинописний або рукописний. Текст розміщено так, аби гармонічно поєднати з іншими елементами присутніми на сторінках. Деякі його частини обігруються за рахунок графіки. Наприклад, переписка між Кюрі та її чоловіком зображена у вигляді справжніх поштових листів.

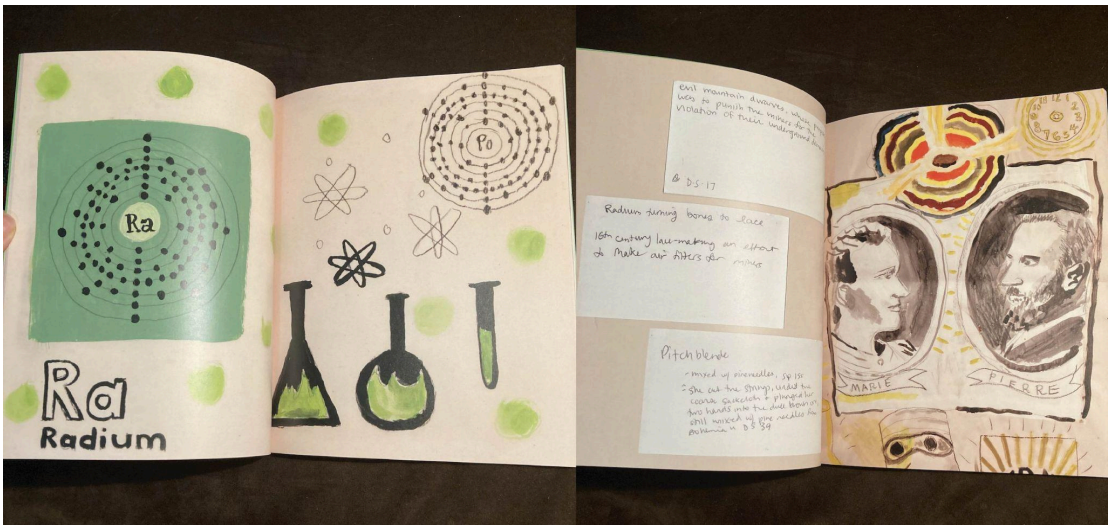


Рисунок 2.24 – Розвороти артбуку «Our Lady of Radium»

Формат видання квадратний, обкладинка тонка. Композиція обкладинки складається навколо центрального зображення – портрету Марії Кюрі та її радіоактивного німбу. Зверху, на стрічці, акцидентним шрифтом розміщено назву групи, знизу, меншим елементом знизу написано назву альбому за яким створено артбук.

В результаті аналізу прототипів слід зазначити, що досліджені видання мають стандартні формати, квадратні чи прямокутні, хоча при розробці артбуку дозволено робити їх незвичними. Товщина обкладинки залежить від кількості сторінок. Присутнє використання різноманітних ефектів як візуальних, так і тактильних, що досягаються завдяки підбору різних матеріалів. Ілюстрації часто повторюють стиль зображень з обкладинок альбомів, або намагаються передати атмосферу пісень та музики. Часто застосовується викоричтвння фото, авторських ілюстрацій та колажування. У композиції та візуальному наповненні багато чого залежить від напряму музики, її характеру звучання, тематики та країни походження. Не є зайвим

додавання до розробки посилань, CD-дисків, QR-кодів на музику або хоча б вказання ресурсу, де її можна знайти, аби читач міг ознайомитись із зазначеними творами в повному обсязі.

2.3. Опис галузі діяльності замовника та аналіз його цільової аудиторії

«Буйвітер» являється запорізьким музичним гуртом, який утворився у серпні 2022 року. Його музика створюється переважно в стилі Death Metal з українським фольклорним забарвленням, зокрема для написання музики використовується гуцульський лад. Проте, і інші піджанри металу займають велике місце у творчості гурту [50].

Сюжети пісень першого альбому присвячені українській міфології та послуговуються яскравими образами Мари, характерника, Лиха, мольфарів, мають темну похмуру атмосферу, де описуються стихійні лиха, битви, шабаші, жертвоприношення та смерть.

Загалом, за звучанням, метал музику можна охарактеризувати як монументальну, енергійну, густу та агресивну. Подібний ефект досягається завдяки драйвовим рифам, домінуючим гітарам і барабанам та цікавим звуковим викривленням музичних інструментів, якими послуговуються під час гри [51]. Окрім музики, діяльність гуртів потребує створення шоу, яскравих сценічних образів і розробки впізнаваних візуальних складових, таких як лого, оформлення обкладинок до синглів та альбомів, що дозволяє розглядати його як синтез мистецтв.

Метал не являється розповсюдженим жанром, однак має певну кількість прихильників по всьому світу, на яку виконавці переважно і орієнтуються.

Більша частина цільової аудиторії гурту «Буйвітер» наразі складається з інтернет-слухачів на платформах YouTube, Spotify та Apple Music, проте на меті є розширення контингенту завдяки живим виступам. Гурт орієнтується на вікову категорію від 18 до 45 років і розраховує на поціновувачів вітчизняного україномовного металу, важкої музики, міфології та фольклору.

Окрім зазначеного було проведене дослідження, в якому за допомогою методу персон виявлено чотири категорії потенційних користувачів продукту (див. таблиця 2.1).

Даний метод розроблений дизайнером та програмістом Аланом Купером, який в подальшому допомагав йому створювати зручні для користувачів програми та проєкти [52].

Таблиця 2.1 — Картки персон

№	Ім'я	Вік	Місто	Доходи	Сімейний стан	Діяльність	Передісторія	Мотивація	Бар'єр
1	Ольга	17	Запоріжжя	Стипендія Підтримка батьків	Х	Студентка безробітна	Часто ходить на концерти з подругами, перш за все хоче розважитись, заодно може придбати мерч	Естетично привабливий продукт	Невеликий бюджет
2	Слава	25	Запоріжжя	Працює	Х	Автослюсар музикант	Поціновувач музики і гурту, часто буває на концертах, активний слухач музичних платформ	Креативний підхід до продукту, бажання підтримати гурт	Необхідне практичне застосування Наприклад, мати зручне посилання на музику у вигляді QR-кодів
3	Аліна	34	Київ	Працює	Заміжня	Ріелтор	Інтернет поціновувач музики і гурту	Бажання мати щось пов'язане з гуртом	Не може придбати без доставки поштою
4	Дмитро	22	Вінниця	Працює по вихідним	Х	Студент-магістрант, працює вчителем	Інтернет- слухач, зацікавлений фольклором з темною атмосферою	Привабливий сюжет та ілюстративне наповнення	Необхідне інтернет-замовлення не завжди є кошти на розваги

Перший тип користувачів перш за все позиціонується на розвагах, і для придання артбуку їх може спонукати цікавість до його зовнішнього вигляду. Одак на заваді може стати обмежений бюджет. Тому важливо передати атмосферу музики через ілюстрації і уважно віднестися до побудови композиційного рішення та кольорової гами.

Другий тип добре знається на музиці і самому гурті, припускаємо, що на самому концерті може виникнути бажання придбати видання з метою

підтримки гурту. Краще, щоб артбук слугував не тільки як сувенір, але і виконував якусь практичну функцію. В даному випадку доречно щоб артбук містив конкретні посилання на музичний альбом.

Третій тип – це шанувальник який висловлює бажання придбати мерч гурту, але у зв'язку з географічним положенням не має можливості бути на концертах. Цю проблему можливо вирішити наявною доставкою поштою або пропозицією електронної версії артбуку.

Четвертий тип слухає музику виключно через інтернет. Зацікавити у придбані артбуку його може ілюстративне наповнення та сюжет. Однак на заваді замовленню може бути недостатність коштів та небажання/неможливість замовити друковане видання. В цій ситуації доречно мати не лише матеріальне видання з вирубками, але і цифрову версію. Окрім цього, бажано аби у друкованій версії процес вирубки був не обов'язковим, щоб при необхідності залишалась можливість здешевити виготовлення.

У проєкті з розробки артбуку метод персон надає змогу виокремити певні категорії людей, що ймовірно забажають здійснити покупку:

- Зустрічний (людина, часто випадкова, котра переслідує ціль розважитись);
- Практик (людина, що знається на музиці);
- Фанат (людина, котра любить і підтримує гурт);
- Естет (людина, котру приваблює дизайн та атмосфера).

Місце перебування, вік, стать, матеріальне становище та діяльність таких людей можуть бути абсолютно різними. Це можуть бути як живі слухачі, так і інтернет-поціновувачі, тому важливо, аби обидві категорії мали змогу придбати товар. Крім способу отримання продукту, при покупці, люди стануть орієнтуватися на його естетичну, інформативну (мається на увазі відомості про гурт, те що товар належить його імені) та практичну складові, а також звертається увага на цінову політику.

Це дослідження допоможе при подальшій розробці артбуку у створенні композиційних та візуальних рішень.

РОЗДІЛ ІІІ
ПРОЄКТУВАННЯ АРТБУКУ ЗБІРКИ ПІСЕНЬ ГУРТУ «БУЙВІТЕР»

3.1. Обґрунтування концепції та ідеї артбуку для гурту «Буйвітер» з урахуванням етно-естетичних принципів

Завдяки попереднім передпроєктним етапам розробки постає можливість перейти до концепції проєкту, що полягає у визначенні ідеї та подальших дизайнерських рішень.

Енциклопедія Сучасної України надає такі визначення концепції:

Концепція (від лат. conceptio – осягати, сприймати) – система поглядів, понять про ті чи інші явища або процеси, спосіб їхнього розуміння, тлумачення; основна ідея будь-якої теорії, головний задум; ідея чи план нового, оригінального розуміння; конструктивний принцип художньої, технічної та інших видів діяльності [53].

Алекс Хасс зазначає, що ідея формується поступово від приблизного уявлення про розробку до початку створення остаточного дизайну. Концепція має бути не лише цікавою з творчої точки зору, але і ефективною в реалізації і відповідати визначеним проєктним потребам. Найкращим варіантом постає творча концепція, яка вирішує дизайнерські проблеми, являється унікальною та якісно виділяється з поміж схожої продукції [54, с. 31].

Ідея розробки полягає у створенні артбуку для музичного метал гурту «Буйвітер», що буде передавати атмосферу пісень та гідно рекламувати діяльність самого гурту. Розробка призначена для видання невеликими тиражами та продажу в якості мерчу. Таку ідею сформовано в результаті дослідження галузі діяльності, аудиторії замовника та за допомогою дизайн-мислення.

«Дизайн-мислення – це певний процес та методологія етапів дизайну. Одне з визначень цього терміну: дизайн-мислення – це аналітичний та творчий процес, який залучає людину до можливостей експериментувати, створювати та прототипувати моделі, збирати відгуки та змінювати дизайн» [55, с. 330].

Дизайн-мислення передбачає такі етапи як: розмова із замовником; визначення основного і чим може допомогти; генерування та вибір ідеї; прототипування; тестування. Таким чином було виконано перші три етапи у даному підході до розробки. Зазначимо, що враховуючи побажання замовника, дизайнеру потрібно не відмовлятись від власних знань та досвіду у проєктуванні [56].

Наповнення артбуку передбачає, по-перше, послідовну наявність текстів пісень гурту з першого альбому. Можливий невеликий вступ з відомостями про гурт та переліком пісень. Обов'язкове зазначення авторів та виконавців. Це створить інформативну складову.

По-друге, ілюстрації мають бути пов'язані з сюжетами пісень і наповнення ними має переважати над текстовим. Вони повинні передавати темну, важку атмосферу просякнуту українською міфологією. Впровадження етно-естетичних принципів дозволить ненав'язливо посилити цю атмосферу. Зображення мають одночасно нагадувати частково ліногравюру художників українського модерну та народні витинанки, створюватись одноколірними за допомогою туші та чорнил з подальшою обробкою у комп'ютерних програмах. Для створення текстур зображень можливе використання слов'янських та трипільських символів, доречних по сюжету.

«В сучасному дизайні поліграфічної продукції використовується як і стилістика зображень «під витинанку» так і саме витинання, що адаптовано для друкарень у вигляді «вирубки» [57, с. 553]. Данне рішення одночасно додасть етноестетики і не буде виглядати застаріло. Прикладами можна навести витинанки на синтетичних матеріалах Альошкіної Д. [58], друк зображень витинанок на одязі Корчук І. [59], рекламний постер гурту «DakhaBrakha» із стилізацією зображення під витинанку [60], кленовий лист-витинанка у логотипі від дизайн студії «Braty» [61] та артбук «Воля» від «Projector Publishing» [62]. Тому, по-третє, обов'язковим є використання вирубки, як ще однієї аллюзії на витинанку. Це мають бути суто декоративні елементи, що були б доречні з обох сторінок.

По-четверте, включення QR-кодів на пісні в YouTube і/або Apple Music надасть більшої комунікації між виданням та читачем, який матиме змогу ознайомитись з творчістю гурту в зручному форматі. Також, це додасть практичності розробці не обмежуюсь лише естетичною функцією.

По-п'яте, колірна палітра відповідатиме кольорам гуцульського килима. Це приглушені відтінки: чорний, темний фіолетовий, темно-зелений, охра, темно-помаранчевий, сіро-зелений, темно-синій.

По-шосте, загальна композиція передбачає ритмічну зміну ілюстрації і тексту. Композиція ілюстрацій залежить від сюжету, але в більшості вони передбачені динамічними.

Останнім пунктом зазначимо, що формат проєкту наближений до стандартного, квадратний або прямокутний, аби частково здешевити друк. З тією ж метою можливо адаптувати візерунки підготовлені для висічки, щоб залишалась можливість їх не робити.

3.2. Етапи розробки дизайну та ілюстрування артбуку для гурту «Буйвітер»

Для створення артбуку збірки пісень, необхідно виконати певні важливі етапи.

Розкриття теми артбуку дало уявлення про поняття та його специфіку створення, а виявлення етно-естетичних принципів дозволяє впровадити їх у проєкт.

Проведене дослідження аналогів та прототипів дозволило нам ознайомитись із цікавими проєктними рішеннями, визначити сильні сторони та недоліки схожої друкованої продукції, що стало підґрунтям для генерування ідей та розробки власного макету.

Врахування діяльності замовника та потреб цільової аудиторії допомогло визначитись із кольоровою гамою артбуку, його стилістикою та концепцією.

Наступним етапом постає створення ескізу та розробка ілюстрацій. Для візуалізації настрою використовувався мудборд (див. Додаток Б), а для

кращого розуміння композиційного розміщення персонажів та їх побудови для кожної теми зібрано рефборди (див. Додаток В).

Опираючись на вищезазначені дослідження створено ескіз-макет майбутнього артбуку-збірки пісень (див. Додаток Г). У ньому означено формат видання та композиція кожного розвороту. Також вказані місця вирубки, їх розміщення важливо визначити одразу, для того щоб вони випадково не зашкодили ілюстративним та текстовим частинам на власній та сусідніх сторінках.

У процесі дизайн-мислення створення макету відповідає етапу прототипування [56, с.84]. В результаті його виконання, замовнику доступно пояснено ідею розробки, без використання великого обсягу часу та складних технічних рішень, що призвело до швидкого затвердження виконання оригінал-макету. Створення ескізу допомогло сформувати точне уявлення макету та визначити подальший обсяг роботи.

Керуючись ескізами, у матеріалі намальовано шість великих ілюстрацій на розворот та шість менших на сторінку. Також виготовлено обкладинку, що складається з ілюстрованої сторінки і сторінки у вигляді вікна, та додатково дві шрифтові композиції.

Щоб відмалювати повний обсяг ілюстрацій знадобилась банка чорної туші на 50 мілілітрів, тонке перо та шість ватманів А1. Для зручності, ілюстрації малювались дещо більшими, але не надто, щоб при зменшеному масштабі на оригінал-макеті лінії зображень не зливались одна з одною. Для моделювання людських постатей додатково використовувався мобільний додаток «Magic Poser».

Композиція ілюстрацій залежить від розміру сторінки, її пропорцій, важливі елементи не розташовувались на близько до країв та згину сторінок. У малих зображеннях композиція будувалась навколо одного об'єкта, у великих – виділились два центри, аби кожний розворот можна було сприймати як злитно, так і посторінково. Також для більш гармонійного розташування основних

елементів важливо було не розміщувати їх у геометричному центрі ілюстрації, а трохи зміщувати, фокусуючись на оптичному [63].

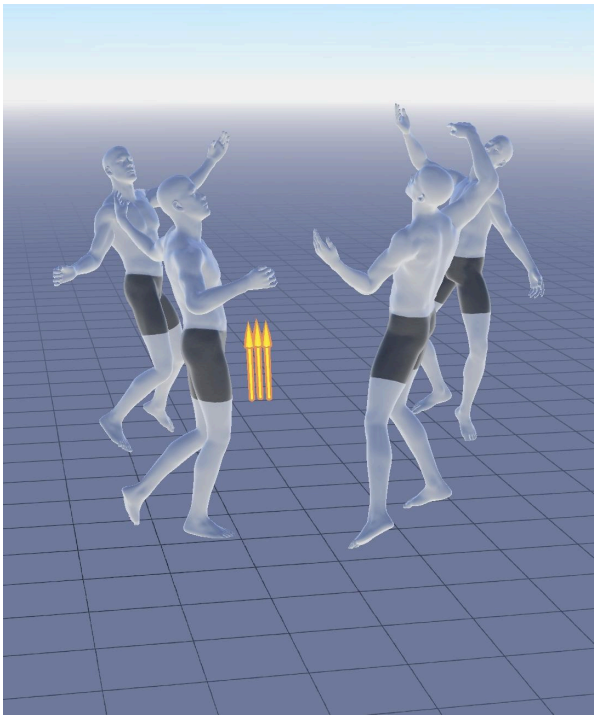


Рисунок 3.1 – Скріншот з додатку Magic Poser.

Для того щоб чистовик не бруднити зайвими лініями на чорновому варіанті зображувались основні контури і потім переносились через скло олівцем. Далі контури наводились тушшю і картина заповнювалась текстурами.



Рисунок 3.2 – Чорновик ілюстрації праворуч та чистовик готовий для заповнення тушшю ліворуч.

Обкладинка є важливою частиною артбуку, адже першою дає уявлення про його внутрішнє наповнення та характер інформації. У даному випадку вона представляє собою частину дерев'яного будинку та вікно у темно-сірих тонах, віконне скло призначене для вирубки, що відкриватиме вид на другу частину обкладинки. Це пейзаж, що натякає на фольклорний та міфологічний характер сюжетів: темний хвойний ліс, чорт та хоровод навколо вогнища. Створюється ефект ніби глядач відкриває вікно і за межами будинку погляд поступово просувається, історія за історією, до кінця артбуку. В рекламно-інформаційних цілях логотип гурту «Буйвітер» теж займає своє місце на обкладинці.

Наступний розворот присвячений змісту. Тут розміщена додаткова шрифтова композиція з назвою гурту, власне сам зміст та обкладинка музичного альбому.

Далі кожній пісні присвячено два розвороти. Вони розміщені за незмінною схемою: розворот з великою ілюстрацією, де з правої сторони показані місця для вирубки та розворот, де зліва розміщений текст пісні, а з права додаткова ілюстрація та QR-код на сторінку YT Music цієї пісні. Розміщення QR-коду залежить від композиції ілюстрації.

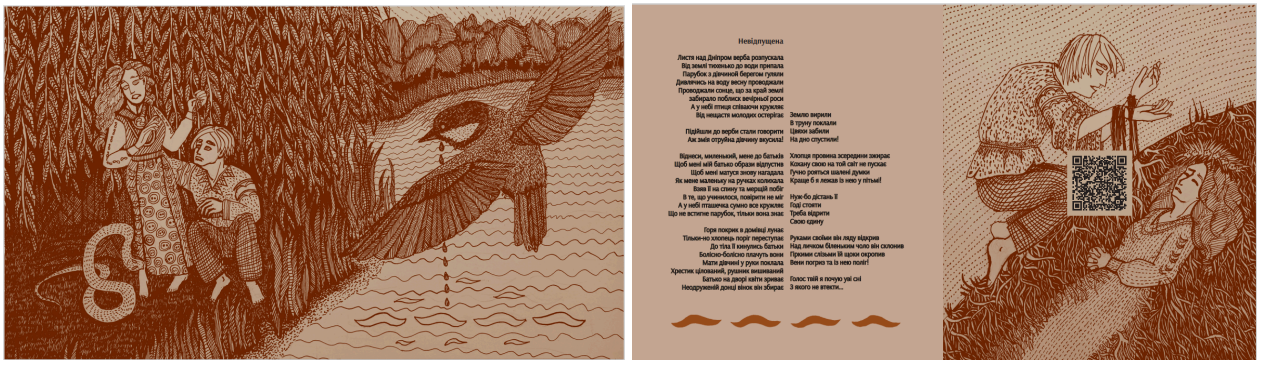


Рисунок 3.3 – Кожній пісні присвячено два розвороти.

Останнім розворотом слугує перелік творців музики з посиланням на інстаграм сторінку гурту та ще одна шрифтова композиція.

Після того, як були створені всі зображення, вони фотографувались у високій якості та дороблялись у програмі Photoshop. Фотографії кадрувались та вирівнювались. У колірній корекції було обрано ахроматичне відображення

(Alt+Shift+Ctrl+B), збільшувалась яскравість та контрастність, в деяких випадках змінювались рівні зображень (Ctrl+L) та їх криві (Ctrl+M). На отриману очищену чорно-білу ілюстрацію накладався градієнт на два кольори. Сам малюнок залишався темним за кольором, для фону обрано світло-сірий відтінок цього ж кольору для того щоб приглушити чистий білий, та зменшити контраст зображення, таким чином проявити похмуру атмосферу пісень.

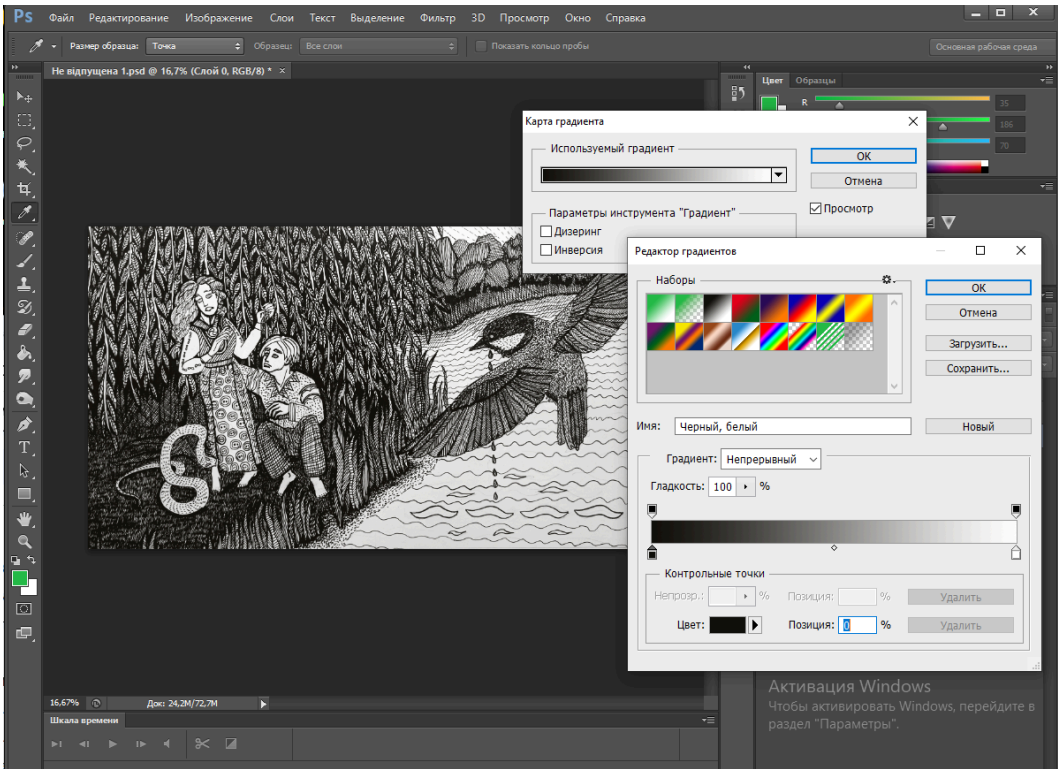


Рисунок 3.4 – Скриншот із відкриттям карти градієнту для подальшої заміни кольорів.

Готові зображення були встроєні у файлі InDesign відповідно до наміченого ескізу-макету артбуку.

Вирубки являються не лише технічним прийомом, але і несуть в собі етно-естетичну цінність, так як є відсилкою на витинанки. Окрім вікна на обкладинці намічені такі вирубки як: абстрактний візерунок на одязі мольфара, дикі трави степу, болотні рослини, хвилі на воді, фази місяця та слов'янський символ Мари.

Важливо зазначити, що окремо створена версія з можливістю не робити вирубки, на їх місці передбачені ідентичні зображення з обох сторін аркушу. Ця версія створена для здешевлення вартості друкованої продукції а також для

розповсюдження артбуку у електронному вигляді, у якому етап вирубки неможливий.

Крім вирубок на великих ілюстраціях на одязі персонажів створено візерунки на основі трипільських логографічних символів, чиє значення є близьким до змісту сюжетів (див. Додаток Д). Значення даних символів наведено І. Андрієвським та Є. Паламарчуком у книзі «Зорі Трипілля» [64]. Таким чином на темі Вийшли в ліс мольфари задіяні символи №127 На сході сонця, № 165 Рух, №143 Захист, № 144 Берегти, №108 Згода, №28 Рівновага; на темі Характерник: № 95 Степ, № 189 Западня, № 85 Кара, № 68 Перемога; на темі Лихо: № 57 Дерево, №35 Чути, № 169 Знаходити, № 132 Зло, № 189 Западня; на темі Не відпущена: № 76 Сім'я (пара), № 27 Небезпека, № 97 Дуже близько, № 205 Змії, № 184 Вічність, № 78 Батьківський дім; на темі Повставали із могил: № 187 Капище, № 51 Старі могили, № 53 На горах, № 155 Чотири місячні фази, № 72 Молодий місяць, що зійшов; на темі Мара: № 103 Земля під снігом, № 86 Мати, № 83 Покинуте житло, № 62 Чужий, № 26 Смерть.

Формат артбуку обрано 210Х240 мм. Такий формат застосовано щоб відійти від ідеальної симетричності квадрату і в той же час не робити надто видовженим як стандартний А4. Також цей розмір залишається ергономічним при друці. Разом із обкладинкою артбук передбачено на 32 сторінки. Із-за невеликої кількості сторінок немає потреби в тому, щоб робити окрему тверду обкладинку.

Для текстового наповнення обрано шрифт Arsenal. Його зручно читати, він український, гармонійно виглядає разом з ілюстраціями і ліцензія дозволяє безкоштовно використовувати шрифт у комерційних цілях. Для заголовків обрано Bold 15 пт., для текстів пісень Regular 13 пт., для рекламно-інформаційних сторінок Regular 16 пт. Розміщення та виключка тексту залежали від положення майбутніх вирубок на сторінці та його об'єму. У деяких випадках, як наприклад на розвороті «Лихо», текст візуально наче розірваний, що є додатковим плюсом до загальної передачі атмосфери.

Також варто зазначити, що крім різної виключки тексти пісень розміщені наближено до стандарту, аби не заважати їх швидкому читанню.

Виходячи з опису створення електронного макету зазначимо, що він повністю відповідає концепції проєкту (Див. Додаток Е).

Щоб зберегти якість артбуку при офсетному друці необхідним етапом є додрукарська підготовка. У даному випадку найкраще замість формату indd експортувати файл у формат PDF. Аби не втратити насиченість та яскравість кольорів потрібно переконатись, що колірна модель являється CMYK, яка призначена саме для друку фарбами, а не піксельного відображення на дисплеї. Роздільна здатність зображення має дорівнювати 300 dpi, це запобігатиме його пікселізації яка призводить до неякісного відображення при друці.

Артбук передбачено друкувати на матовому папері щільністю 120 гм2. Останній етап – це післядрукарська обробка. Для артбуку збірки пісень мають проводитись вирубка, бігування (продавлювання смуг для полегшення згинання та запобігання тріщин та пошкоджень при цьому процесі) фальцювання (складання аркушів у послідовному порядку для створення зошиту) та скріплення скобами.

3.3. Економічні розрахунки розробленого артбуку для гурту «Буйвітер»

Перш ніж друкувати оригінал макет варто розрахувати його вартість створення та вартість реалізації готового виробу.

Щоб провести необхідні розрахунки вартості проведеної роботи потрібно врахувати такі фактори як: матеріали, час виконання та обсяг роботи.

У таблиці 3.1 наведено перелік основних використаних матеріалів, чия загальна вартість складає 342 грн.

Таблиця 3.1 — Матеріали

Назва	Кількість, шт.	Вартіст 1 шт., грн	Сумма, грн.
Утримувач дерев’яний і тонке перо	1	120	120

Туш 50 мл. чорна	1	80	80
Ватман А1	6	20	120
Олівець графітний	1	2,50	2,50
Гумка для олівців	1	12,60	12,60
Папір газетний для ескізів	25	0,30	7,25
Разом			342,35

Також до матеріалів варто врахувати використану електроенергію. Потужність власного комп’ютера 400 Вт, тобто 0,4 кВт. Оригінал макет створювався впродовж 18 годин. Щоб вирахувати загальне споживання потрібно потужність помножити на години, тобто 0,4 кВт × 18 год. = 7,2 кВт/год. Станом на червень 2024 року 1 кВт/год для населення коштує 4,32 гривні (з ПДВ) ап. Таким чином, щоб отримати вартість електроенергії загальне споживання множимо на даний тариф: 7,2 кВт/год × 4,32 грн. = 31,10 грн.

Розробка та створення артбуку зайняла по 6 годин впродовж 31 дня, що дорівнює 186 годинам роботи. За цей час розроблено концепція та ескіз, намальовано всі 16 зображень та спроєктовано макет для друку. За даними статті дослідження двох популярних фріланс платформ, що розміщена на сайті для IT-індустрій Cases, вартість роботи графічного дизайнера та ілюстратора орієнтованого на український ринок за годину коштує: початківець 190 грн., середній рівень 350 грн., високий 540 грн. Пп Так як ми вперше стикаємося з таким кропітким та великим за обсягом проєктом то назначаємо мінімальну ціну 190 грн/год. Цю вартість ми множимо на 186 год., і в результаті отримуємо 35 340 грн.

У результаті додавання вартості матеріалів, електроенергії та проведеної роботи за весь період можемо встановити, що вартість створення проєкту за цінами українського ринку становить 35 713 гривні.

Офсетний друк являється самим розповсюдженим видом друку, він дозволяє створювати високоякісне поліграфічне видання та цілком підходить для невеликих тиражів 10 – 100 шт. У порівнянні з іншими типами друку,

наприклад цифровим, офсетний друк є економічно вигідним. Тому для друку артбуку обрано саме цей спосіб.

Вхідні дані для друку: формат 210Х240 мм, 32 сторінки, папір матовий 120 гм2). Застосування вирубки, бігування, фальцювання, закріплення скобами.

Враховуючи ці параметри ми можемо розрахувати собівартість тиражу в 50 одиниць. Для цього вартість готової одиниці тиражу множимо на дане число: 328 × 50 = 16 400 грн. Рекомендована роздрібна ціна артбуку становить 600 грн. Щоб визначити прибуток віднімаємо собівартість від роздрібної ціни та множимо на кількість одиниць: (600-328) × 50. Таким чином прибуток буде складати 13 600 грн., що доводить економічну обґрунтованість проєкту (зазначимо, що в розрахунку друку та прибутку не включена вартість роботи дизайнера).

ВИСНОВКИ

У процесі аналізу наукової і фахової літератури про класифікацію, види і макетування артбуків, передусім які містять складову етнодизайну, було виявлено, що артбуки все частіше стають об'єктами досліджень, які стосуються стосується їхньої семантики та спроб відмежувати їх від інших типів книжкових видань. Водночас сучасним артбукам з яскраво вираженою складовою етнодизайну ще бракує чіткого застосування етно-естетичних принципів у дизайні.

Виявлено етно-естетичні принципи у дизайні, а саме: повага до традицій; залучення сталих символів, орнаментів, кольорів, стилізації; наявність тематики, пов'язаної з культурою та історією; залучення традиційних матеріалів та технік; поєднання традиційного із сучасними проєктами та технологіями.

Проведено збір та аналіз емпіричних даних щодо обізнаності українців про артбуки, як приклад візуального носія інформації, які засвідчили про невпевненість аудиторії що популярності артбуків і одночасно з тим виявлено реальний попит на дану продукцію.

Проведено добір аналогів та прототипів українських та іноземних артбуків збірників пісень. Завдяки цьому виявлено їх особливості та вдалі рішення для подальшого проектування власного поліграфічного продукту, зокрема створення ілюстрацій в матеріалі та додавання QR-кодів. В результаті аналізу прототипів виявлено, що переважає квадратний або прямокутний формати, також артбуки різняться за цупкістю обкладинки, виділено використання в них різноманітних візуальних та тактильних ефектів, серед них металізований друк, вибіркове лакування й ембосінг ілюстрацій і написів, застосування різних фактур як паперу, так і велуму, акрилу, тканини, композиції артбуків різняться між собою й містять посилання на аудіозаписи з музикою і піснями.

Визначено галузі діяльності замовника, досліджено та сегментовано цільову аудиторію. Це допомогло в подальшому у створенні власних

композиційних візуальних та проєктних рішень, зокрема визначитись з графічною подачею ілюстрацій, їх емоційним забарвленням.

Сформульовано концепцію та створено мудборд і рефборди до кожної з пісень, що дозволило остаточно визначитись з необхідною атмосферою графіки та подальшим процесом ілюстрування. До пісень розроблено шістнадцять зображень, з яких тринадцять ілюстрацій, які містять трипільські логографічні символи, чие значення застосовано відносно кожного з сюжетів; мають заздалегідь означені місця для вирубки, та колірну гамму запозичену з гуцульських килимів.

Спроєктовано оригінал-макет артбуку збірника пісень, який складається з ілюстрацій та текстів пісень і містить коротку інформацію про музичний альбом, його авторів та посилань на музику, виконаний згідно до темної міфологічної естетики у поєднанні з етноестетикою.

Проведено економічні розрахунки створеного проєкту, які дозволили спрогнозувати собівартість видання для різних тиражу у п’ятдесят примірників.

Матеріали досліджень висвітлено у статтях на такі теми як: «Важливість використання дизайн-мислення при створенні артбуку» [56], «Дослідження використання сучасної витинанки у дизайні поліграфічної продукції»[57], «Дизайн і авторська ілюстрація для артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер» [65], «Дизайн і авторські ілюстрації для артбуку збірки пісень «Буйвітер» на етно-естетичних засадах» [66].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Dowse R., Ehlers M. S. Medicine labels incorporating pictograms: Do they influence understanding and adherence? *Patient Education and Counseling.* 2005, № 58, Issue 1. p. 63–70. DOI : 10.1016/j.pec.2004.06.012

2. Бондар І. Етнодизайн як форма збереження образів народного мистецтва в умовах глобалізації. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. Київ : Київський національний університет культури і мистецтв, 2020, Том. III № 2, С. 192–201. DOI : 10.31866/2617-7951.3.2.2020.220078

3. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. Київ: ArtHuss, 2023. 204 с.

4. Бідун А. В. Артбук у теоретичному вимірі й у системі практик редактора. *Наукові записки Інституту журналістики.* Київ : Навчально-науковий інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2019. №74, Том I, С. 78–94. DOI : https://doi.org/10.17721/2522-1272.2019.74.8

5. McDermott I. Dunigan E. Art Book Publishing: Past, Present, Future. *Art Documentation: Journal of the Art Libraries Society of North America.* Chicago: The University of Chicago Press, 2013, Vol 32 № 2 p. 239–252. DOI : 10.1086/673515

6. Bodman S. Artists' Books: Creative Production and Marketing. Bristol: Impact Press, 2007. 67 p.

7. Підопригора С. Артбук у просторі літератури: художні особливості. Науковий часопис НПУ ім. Драгоманова. Київ: видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. Вип. 10. С. 44–46. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_8_2018_10_12

8. Листвак Г. Книга художника як потенційний видавничий продукт *Наукові записки. Українська академія друкарства.* Львів: Академія друкарства, 2010, № 2. С. 20–26. URL : http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-18/5.pdf

9. Kostelanetz R. On book-art. *Leonardo*, Great Britain: The MIT Press, 1979, 2012, Vol. 12, No. 1, p. 43–44 DOI : 10.2307/1574084

10. Мільчевич С. І., Жук Н. Б. Комерційний артбук: виокремлення терміну та стилістичні особливості продукту. *Молодий вчений*. Херсон : Гельветика, 2020. Вип. 80 № 4. С. 533–538. DOI: 10.32839/2304-5809/2020-4-80-111

11. Романенко Л. Феномен етнодизайну в національній свідомості українця. *Етнодизайн у контексті українського національного відродження та європейської інтеграції.* Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2019, Том 2, С. 154–156 URL : http://elcat.pnpu.edu.ua/docs/ЕнтодизайнКн2.pdf

12. Сиваш І. О. Концептуальні засади етнодизайну в Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2018. № 3. С. 416–420. URI: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2018_3_81.

13. Орлова Т. Етноестетика як креативний фактор художньої діяльності. URI: https://newacropolis.org.ua/theses/etnoestetyka-iak-kreatyvnyi-faktor-khudozhnoi-diialnosti-1500792587

14. Бондаревська І. Парадоксальність естетичного в українській культурі XVII–XVIII століть. Київ: ПАРАПАН, 2005. 308 с.

15. Герчук Ю. Основи художньої грамоти. РІП-холдінг, 2016, 192 с.

16. Лагутенко О. Українська графіка XX століття. Київ: Грані-Т, 2011, 184 с.

17. Кадоркіна Ю. О. Сучасна українська книжкова ілюстрація. Оформлення прози та віршованих збірок. *Молодий вчений*. Херсон: Гельветика, 2018, Том. 64, № 12, 1. С. 19–22. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_12%281%29__7

18. Стрельцова С. В. Символізм художньої мови та принципи образотворення в артбуках Олега Денисенка. Культура і сучасність. Київ : Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2023. № 1. С. 144–149. DOI: 10.32461/2226-0285.1.2023.286798

19. Бідун А. В. Типологічна специфіка артбуку як особливого виду книжкового контенту. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. Budapest : Rózsadomb Contact Kft, 2019, VII, № 32, Том I. С. 58–63. DOI: 10.31174/SEND-HS2019-192VII32-14

20. Сайт Великої Української Енциклопедії. URL: https://vue.gov.ua/Артбук

21. Бекар В., Мельник О., Лінда С. Візуальна інтерпретація людських почуттів в художній мові артбуку. *Fundamental and applied research in the modern world*. Boston : BoScience, 2020. Вип. 4. С. 326–338. URL: https://sci-conf.com.ua/iv-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-fundamental-and-applied-research-in-the-modern-world-18-20-noyabrya-2020-goda-boston-ssha-arhiv/

22. Стаття на персональному сайті художниці, авторки артбуків Lorenz A. Artist's books – for lack of a better name, 2002. URL: http://www.angelalorenzartistsbooks.com/

23. Левчук Л., Панченко В., Оніщенко О., Кучерюк Д. Естетика: Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 520 с.

24. Визначення терміну «дизайн». URI: https://uk.wikipedia.org/wiki/Дизайн

25. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо проектної культури XX століття (національний та глобалізаційний аспекти). Харків, 2006. 401 с.

26. Даниленко В. Я. Дизайн України в європейському вимірі XX століття. Нариси з історії українського дизайну XX століття. Київ : Фенікс, 2012. С. 6–34.

27. Афанасьєв Ю. Дефініція етнодизайну як методологічна проблема. Етнодизайн у контексті українського національного відродження та європейської інтеграції. Полтава: Сімон, 2019. Том II. С. 137–140. URI: http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/15182

28. Афанасьєв Ю. Л. Етнодизайн як естетичне та геополітичне явище. *Етнодизайн: європейський вектор розвитку і національний контекст*. Полтава: Сімон, 2014. Том І. С. 175–181. URI: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/5440

29. Підгурний І. Етностиль у графічному дизайні. Етнодизайн у контексті українського національного відродження та європейської інтеграції. Полтава: Сімон, 2019. Том ІІ. С. 291–293. URI: http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/15220

30. Савенко Н. В. Використання етнічних мотивів у дизайні сучасної книги. Етнодизайн у контексті українського національного відродження та європейської інтеграції. Полтава: Сімон, 2019. Том ІІ. С. 266–269. URI: http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/15215

31. Ткаченко А. Етноестетика в українській художній культурі та у мистецтві. URI: https://newacropolis.org.ua/theses/etnoestetyka-v-ukrainskii-khudozhnii-kulturi-ta-u-mystetstvi-1500792587

32. Федь В. А. Естетико-культурологічні виміри етнодизайну. *Етнодизайн у контексті українського національного відродження та європейської інтеграції.* Полтава: Сімон, 2019. Том ІІ. С. 126–128. URI: http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/15180

33. Станкевич М. Духовність народного мистецтва: етноестетичний аспект. Вісник Прикарпатського університету. Мистецтвознавство. Івано-франківськ: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2009. Вип. 15-16. С. 3–8. URI: https://art.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/9/2018/02/Вісник-Мистецтвознавство-2009-Вип.-15-16.pdf

34. Станкевич М. Семіотика та семантика візуальної мови народного мистецтва. Мистецтвознавство: Зб. наук. Львів, 2007. Том. 2. С. 9-20. URI: http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/16527

35. Інтерв'ю з Лукащук Х. URL: https://zbruc.eu/node/49785

36. Офіційна сторінка виробника артбуку «Скриня. Речі Сили». URL: https://www.kovcheh.ua/uk/book/skrynia

37. Офіційна сторінка виробника артбуку «Глосарій моди». URL: https://artbooks.ua/glosarij-mody

38. Портфоліо Юлії Табенської на Беханс із презентацією артбуку «Подорожній архів Марко Поло». URL: https://www.behance.net/gallery/31846583/podorozhnj-arhv-marko-polo

39. Офіційна сторінка виробника артбуку «Птах». URL: https://www.kovcheh.ua/uk/article/novij-artbuk-z-poeziyami-sergiya-zhadana-vihodit-u-vidavnictvi-kovcheg-ukrayina

40. Інтерв'ю з ілюстратором артбуку «Бог свободи» Старко А. URL: https://nspu.com.ua/novini/u-boloni-vidznachili-ukrainski-vizualni-vidannya/

41. Електронний уривок артбуку Малярчук Т. «За такі гріхи Бог ще подякує». URL: https://www.yakaboo.ua/za-taki-grihi-bog-sche-podjakue.html

42. Офіційний сайт художника і музиканта Джонстона Д. URL: https://hihowareyou.com/products/songs-to-look-at

43. Електронний уривок артбуку Чемерова О. «Один». URL: https://book-ye.com.ua/catalog/suchasna-ukrayinska-poeziya/odyn/

44. Ембарго шоп, книга яку можна курити. URL: https://embargo.ua/ua/articles/kniga-kotoruju-mozhno-kurit-ua/

45. Офіційна сторінка лейблу «Other Songs». : https://othersongs.bandcamp.com/merch/art-lyric-book-w-cd

46. Офіційний сайт Майкла Б. Аллена. URL: https://everybodyissomebody.com/shop/art-lyric-book/

47. Презентація артбуку «Đa Sắc Đá» на Беханс. URL: https://www.behance.net/gallery/191129909/DA-SC-DA-ARTBOOK?tracking_source=search_projects%7CThe+Lyric+ArtBook

48. Презентація артбуку «Війна під час віршів» на Беханс. URL: https://www.behance.net/gallery/182758111/ARTBOOK?tracking_source=search_projects|Artbook&l=68

49. Офіційна сторінка гурту Charming Disaster. URL: https://charmingdisaster.bandcamp.com/merch/our-lady-of-radium-lyrics-and-art-book

50. Офіційна сторінка гурту «Буйвітер» на ютубі. URI: https://www.youtube.com/channel/UCgc4YGyMvy2jbZpqU1hNY0A

51. Сайт з означенням металу як музичного жанру. URI: https://ramdommnkyhs.wordpress.com/2013/01/31/heavymetal/

52. Zhmykhov Y. Користувацькі персони. URI: https://ux.pub/zhmikhov/koristuvatski-piersoni-533p

53. Рижко В. Концепція. Енциклопедія Сучасної України, 2014. URI: https://esu.com.ua/article-3256

54. Graphic Communications Open Textbook Collective. Graphic Design and Print Production Fundamentals. Canada: BCcampus, 2015. 215 p. URI: https://opentextbc.ca/graphicdesign/front-matter/accessibility-statement/

55. Razzouk R. & Shute V. What Is Design Thinking And Why Is It Important? Review of Educational Research. 2012. No 82(3). P. 330–348. URL: https://edtechbooks.org/yk

56. Сеножатська Я., Кардашов М. Важливість використання дизайн-мислення при створенні артбуку. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції.* Запоріжжя, ЗНУ, 2023. Т. 2. С. 83–86 URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/17397

57. Сеножатська Я., Брянцева Г. Дослідження використання сучасної витинанки у дизайні поліграфічної продукції. *У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур: матеріали Міжнародної наукової конференції.* Київ, НАКККіМ, 2024. С. 552–554 URL: https://nakkkim.edu.ua/images/vidannya/Zbirnyk_tez_Diachuk.pdf

58. Інтерв'ю Дарії Альошкіної для ZAXID.NET URL: https://zaxid.net/mistetstoznavtsi_kazali_shho_na_vitinanki_v_ukrayini_nemaye_modi_n1512083

59. Офіційна фейсбук-сторінка магазину Ірини Корчук URL: https://www.facebook.com/korchiprint

60. Посилання на сторінку продажу квитків з рекламним постером «DakhaBrakha» URL: https://tkt.ge/en/event/358095/dakhabrakha-live-mono-hall-tbilisi

61. Офіційна сторінка дизайн-студії «Braty» URL: https://www.braty.studio/ukrainian

62. Офіційна сторінка «Projector Publishing» із презентацією артбуку «Воля» URL: https://projector-publishing.webflow.io/projects/telegraf-volia

63. Уривок з книги Синєпупової Н. «Композиція: Тотальний контроль» видавництва «ArtHuss» URL: https://www.arthuss.com.ua/books-blog/forkurs-kompozytsiyi-propedevtyka-vizualna hramota

64. Андрієвський І., Паламарчук Є. Зорі Трипілля. Вінниця: Теза, 2007. 132 с.

65. Сеножатська Я., Брянцева Г. Дизайн і авторська ілюстрація для артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер». Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. Запоріжжя, ЗНУ, 2024. Т. 2. (До друку)

66. Сеножатська Я., Брянцева Г. Дизайн і авторські ілюстрації для артбуку збірки пісень «Буйвітер» на етно-естетичних засадах. *Актуальні питання гуманітарних наук*: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2024. Вип. 81. (До друку)

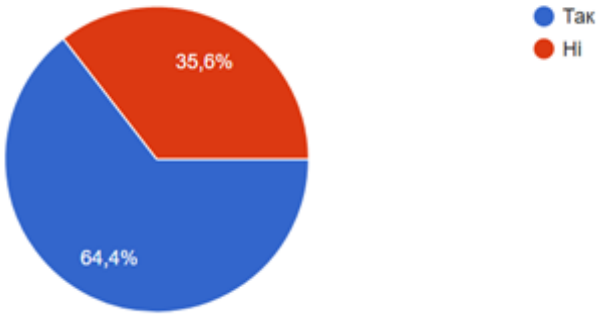
ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Результати опитування «Що ви знаєте про артбуки?»

1. Чи знали ви раніше, що таке артбук?

45 відповідей



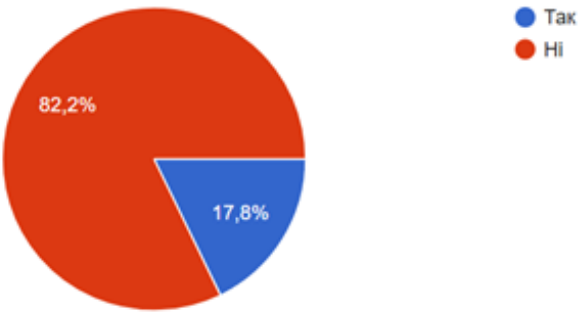
2. Чи можете ви навести приклади відомих артбуків?

26 відповідей

Ні
Український бестіарій (взагалі ще MAL'OPUS часто випускає артбуки, думаю, що інші видавництва також, але детально цим особливо не цікавилася).
«Ковчег «Україна» – культурна спадщина України
Артбуки по більшості відомих відеоігор.
ні
будь які артбуки відеоігор (god of war, the last of us, dishonored та ін), артбуки анімаційних проєктів (love, death, robots)
Артбук Наруто Артбук української художниці Ліліт Саркісян
Harry Potter
Не можу
«Любов, смерть та роботи», про героїв всесвітів Марвел та ДС
Ні, я не знаю жодних
Нет
сейчас нет, помню артбуки аниме-студий
Дарк соулс
Відьмак

3. Чи знаєте ви про існування збірок пісень або віршів у вигляді артбуків?

45 відповідей



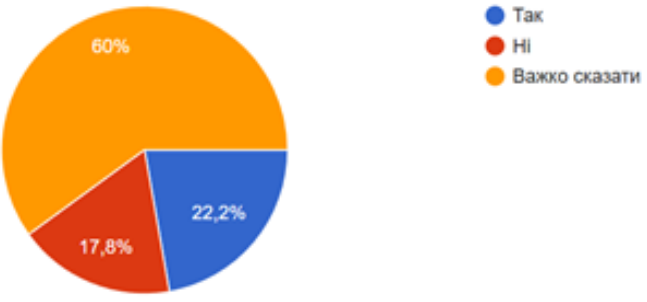
4. Чи можете навести назви таких збірок?

21 відповідь

Ні
-
ні
Нажаль
Пока що нв
Не можу

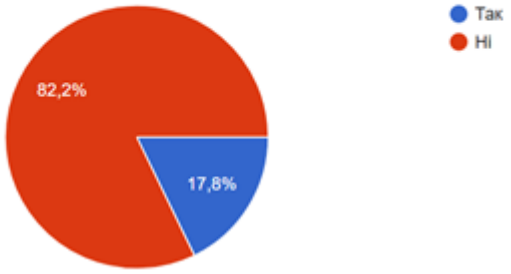
5. На вашу думку, чи є популярними артбуки в Україні?

45 відповідей



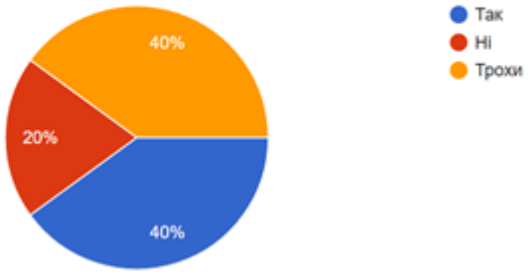
6. Чи маєте ви артбук у власній бібліотеці?

45 відповідей



7. Чи цікаві вам артбуки?

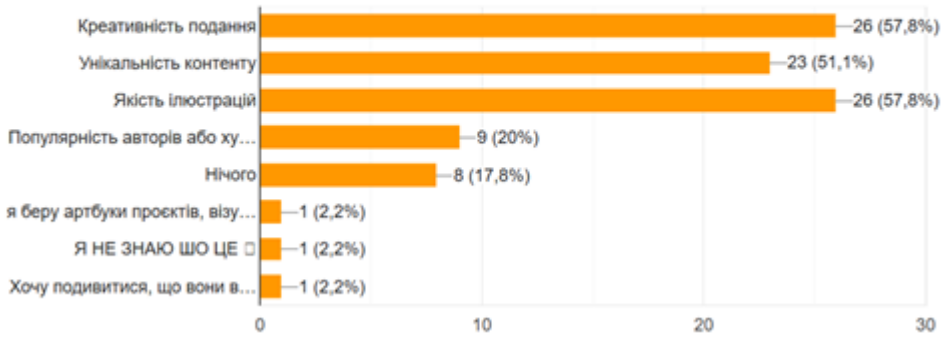
45 відповідей



8. Що приваблює вас в артбуках?

Копіювати діаграму

45 відповідей



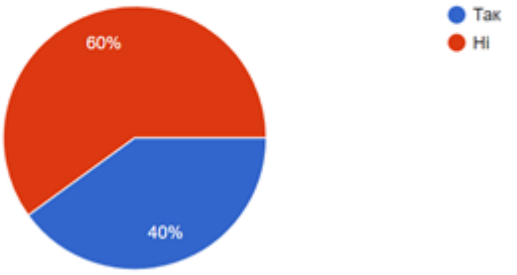
9. Чи траплялись вам недоліки в артбуках? Якщо так, вкажіть які саме.

18 відповідей

Ні
-
Вартість))
Я тільки почала знаїмство з артбуками
крива верстка (при друці неправильні поля)
Не траплялись
Не стикалась

10. Чи плануєте ви придбати артбук?

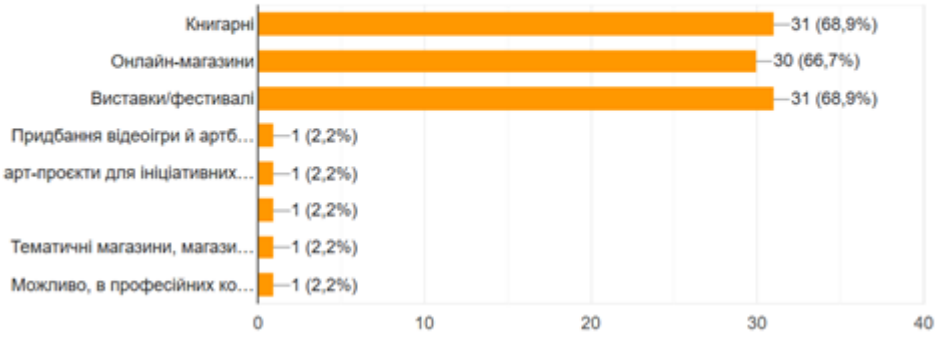
45 відповідей



11. Де, на вашу думку, існує імовірність натрапити на артбук?

Копіювати діаграму

45 відповідей



ДОДАТОК Б

Мудборд проєкту



ДОДАТОК В

Мудборди-рефборди до кожної пісні





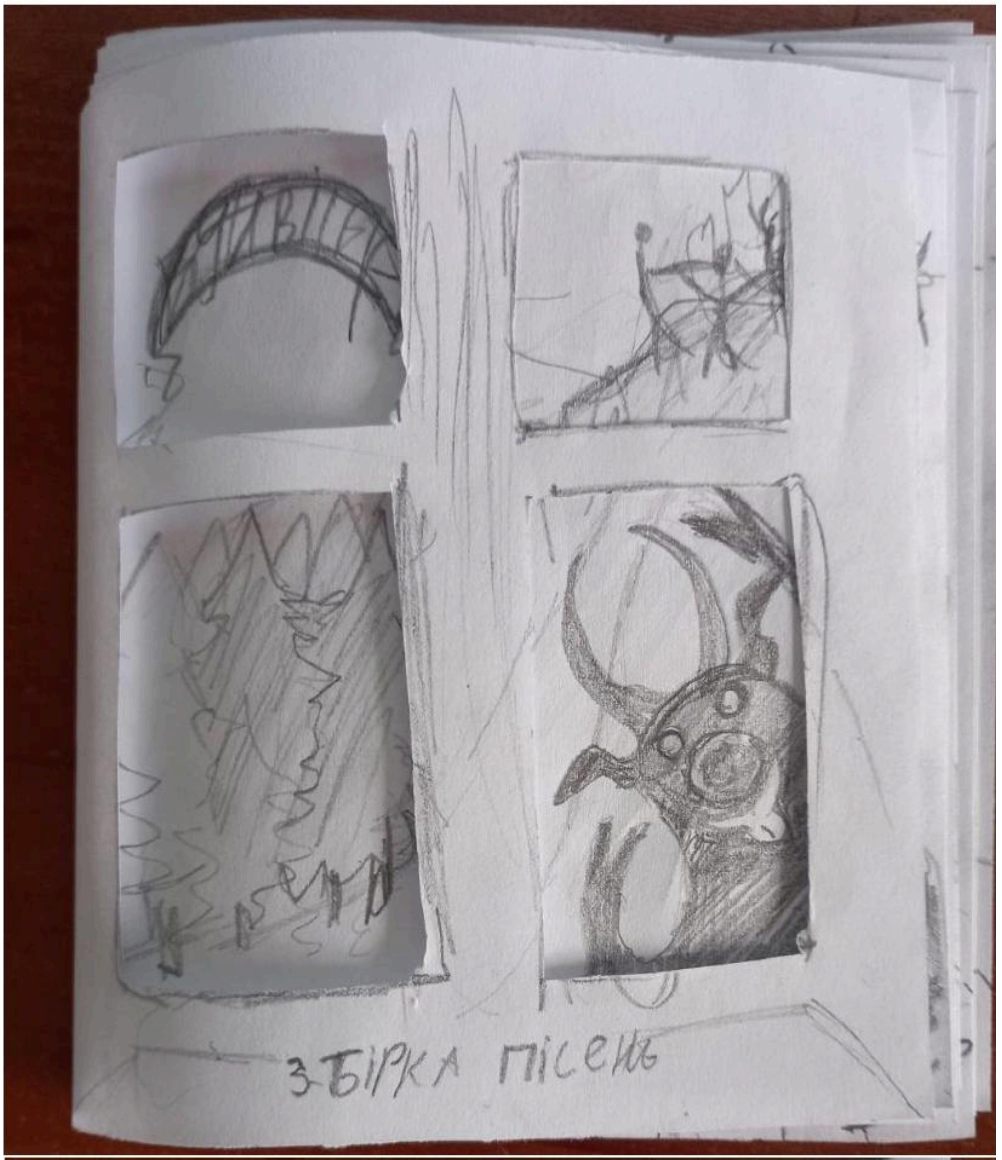

Лихо

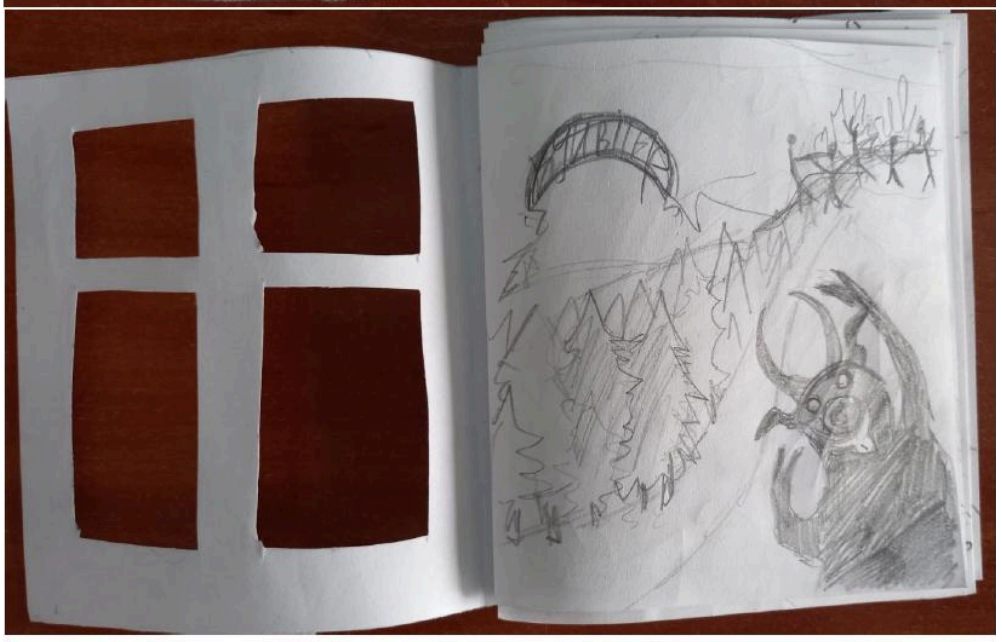

Не відпущена

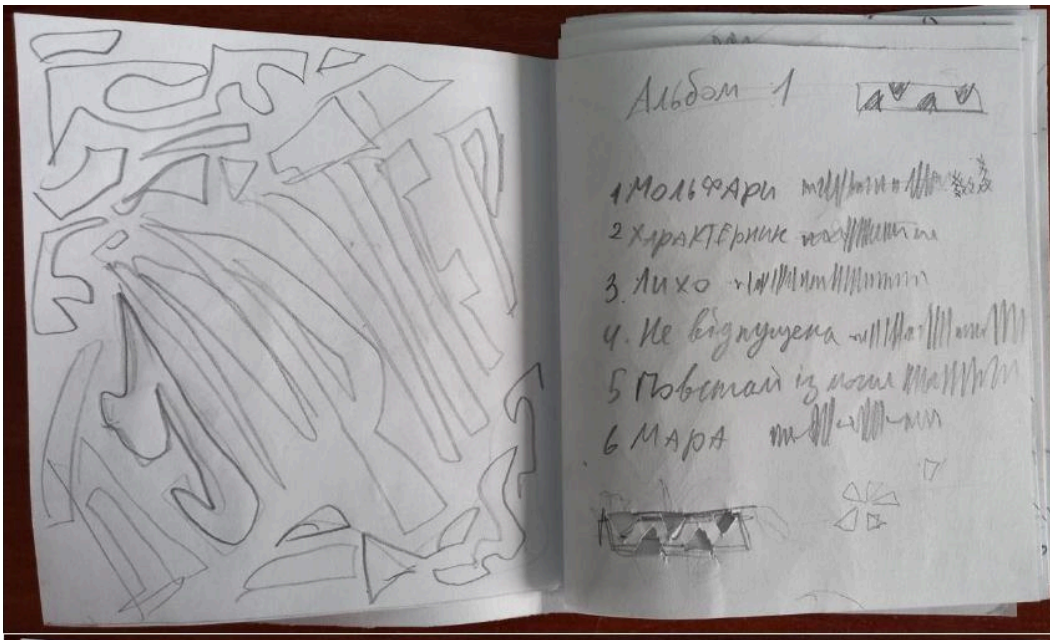

• THE SUMMONING •
RETRO VECTORS.com
Royalty free & free of charge
EL DIABLO
Повставали із могил
Мара

ДОДАТОК Г

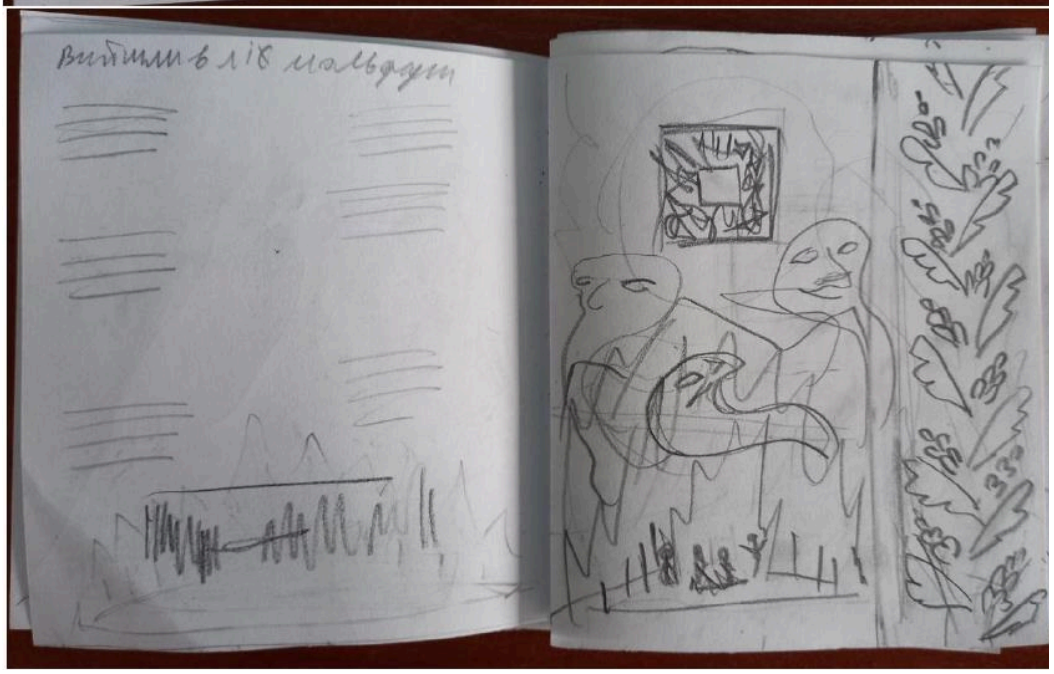
Ескіз-макет артбуку-збірки пісень

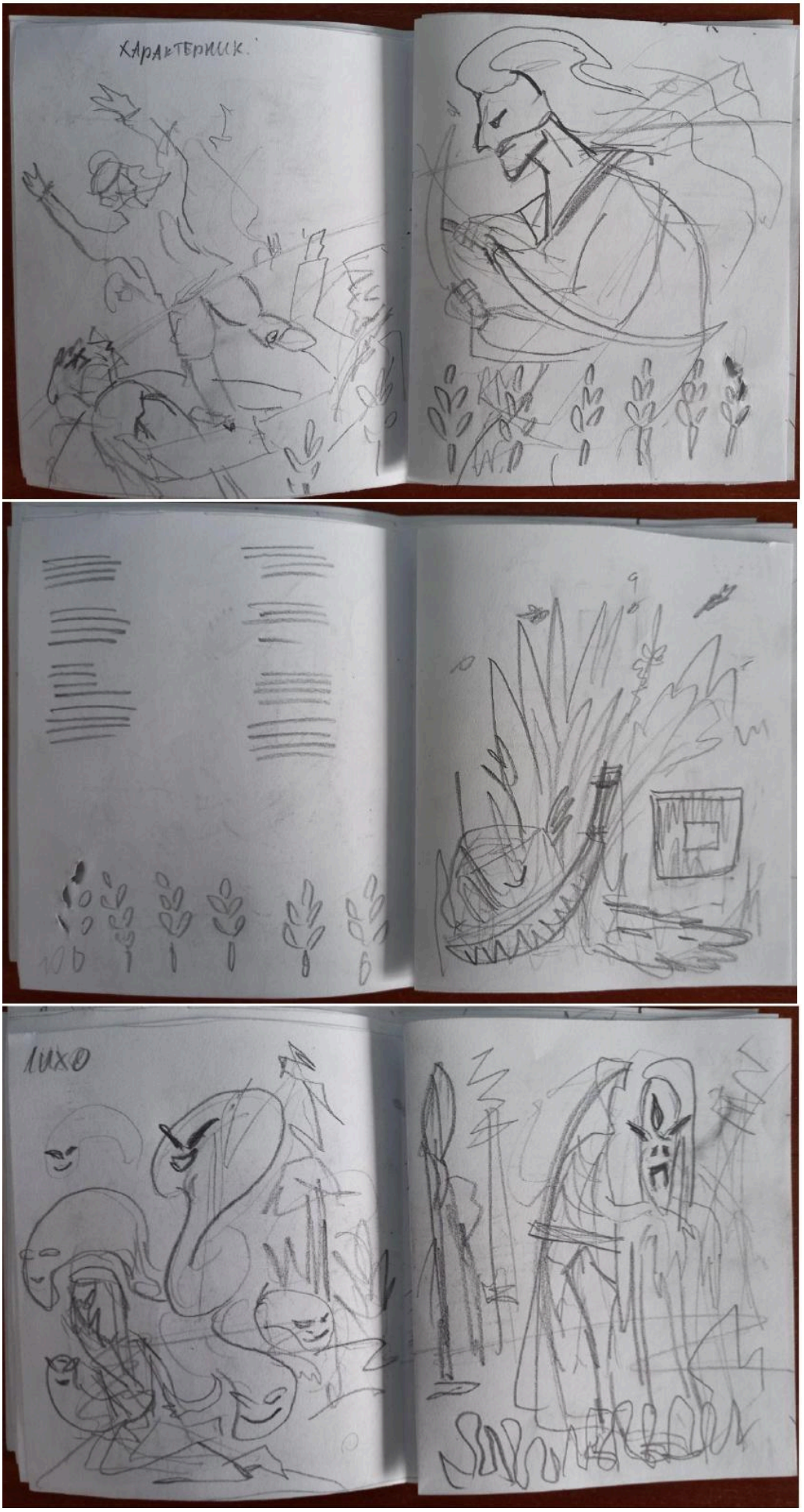


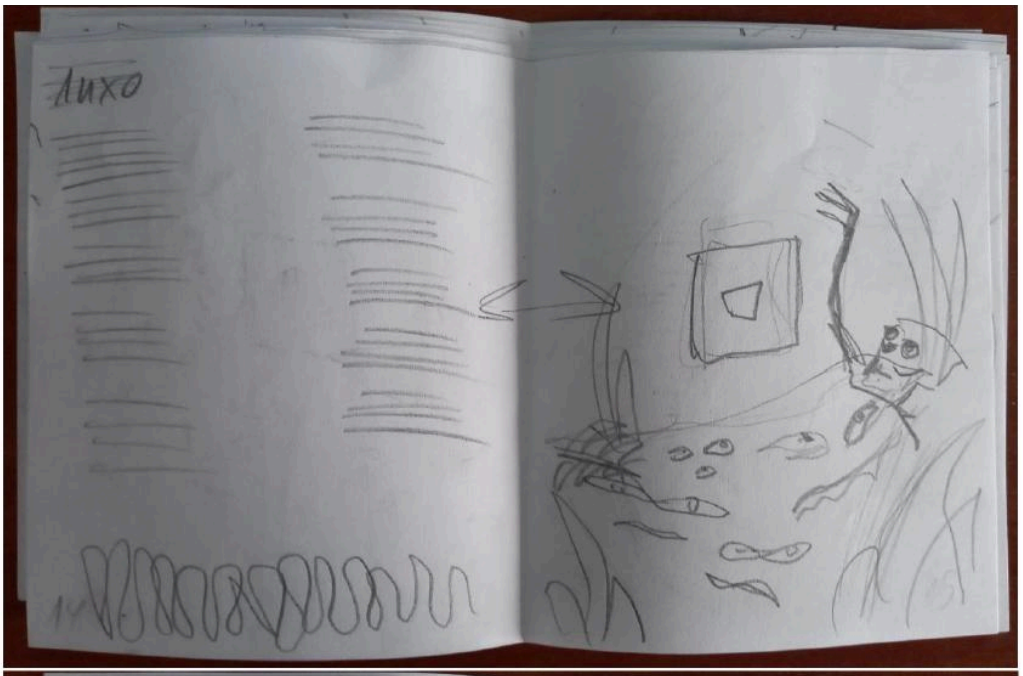


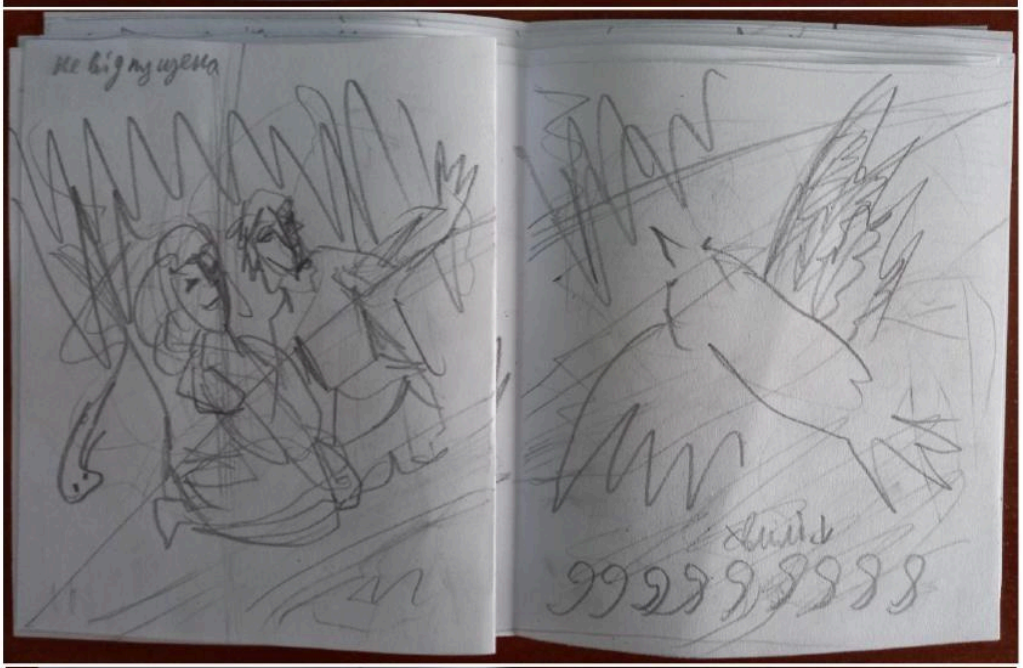

Альбом 1
1 Мольфари
2 Характерник
3 Лихо
4 Не відлущена
5 Повстанці із
6 Мара

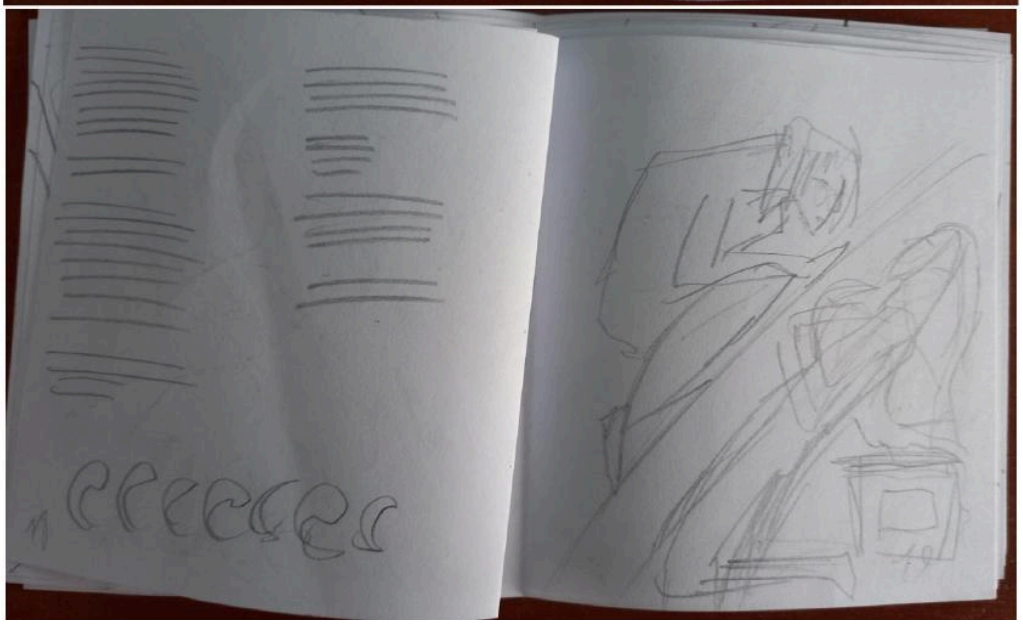


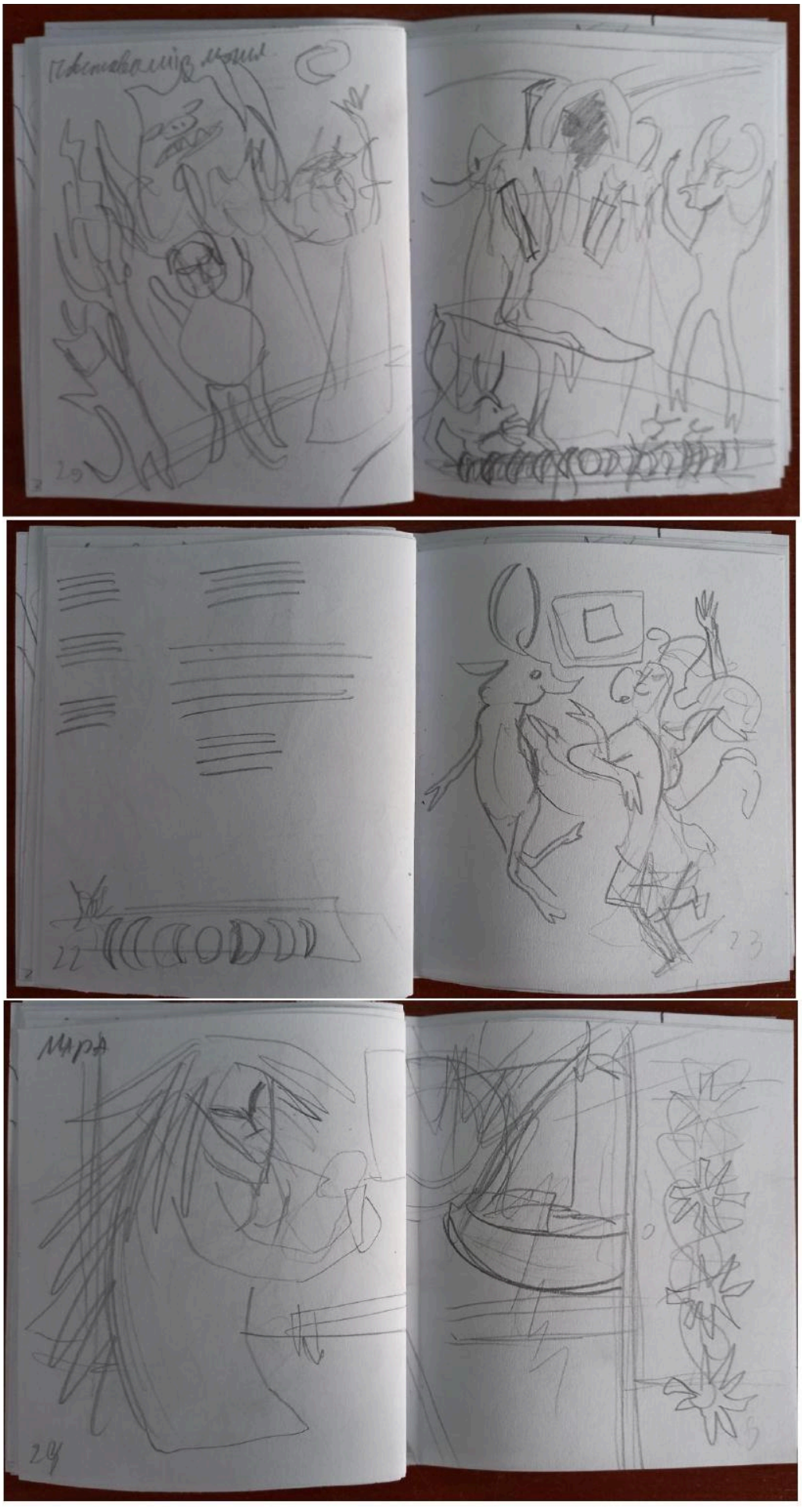

Вибили 6 з 18 мольфарів

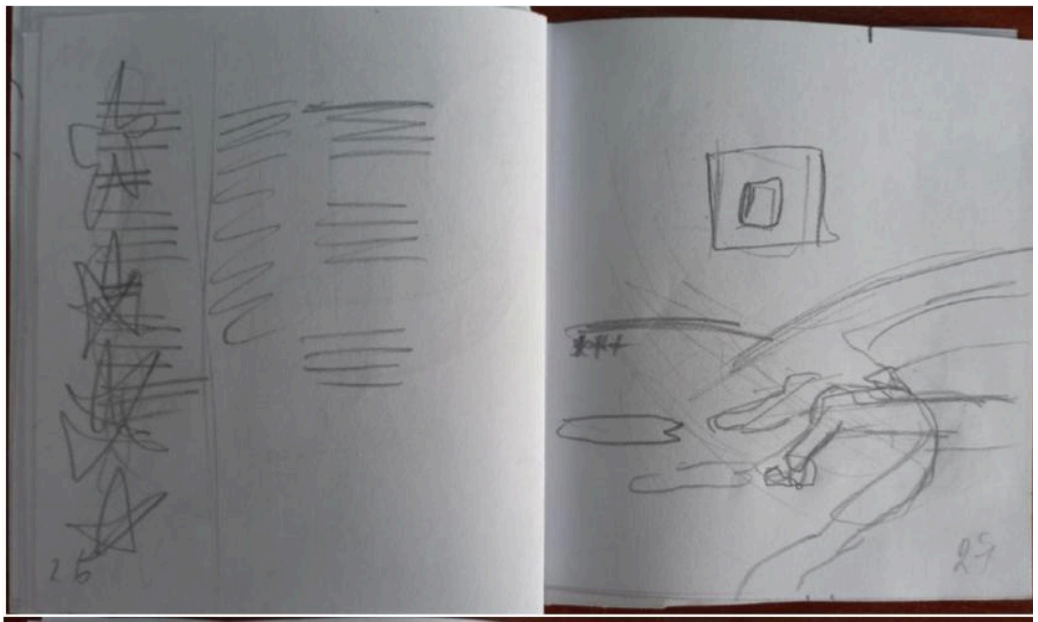

Характерист.
Тихо

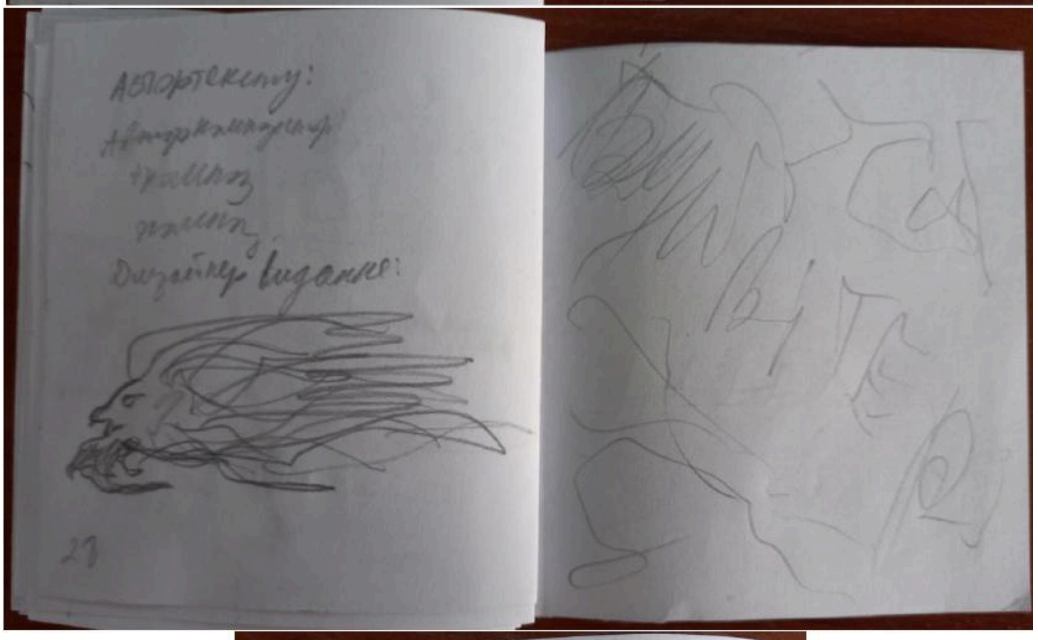

Лихо

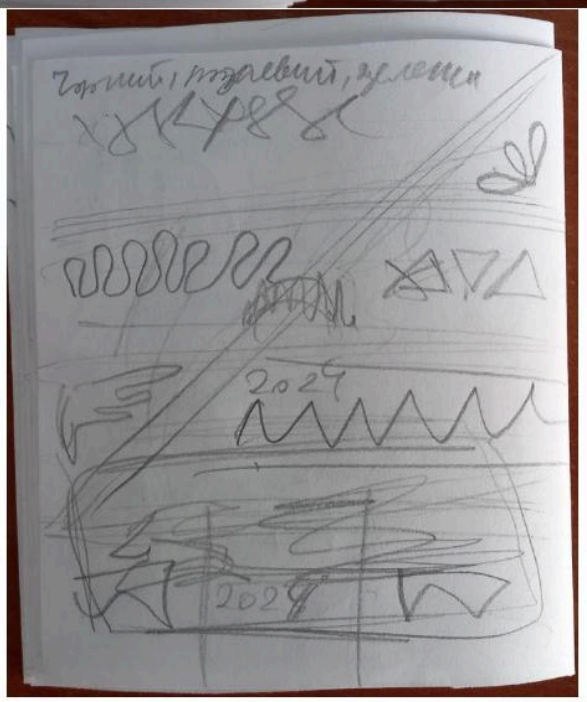

не від мудрена





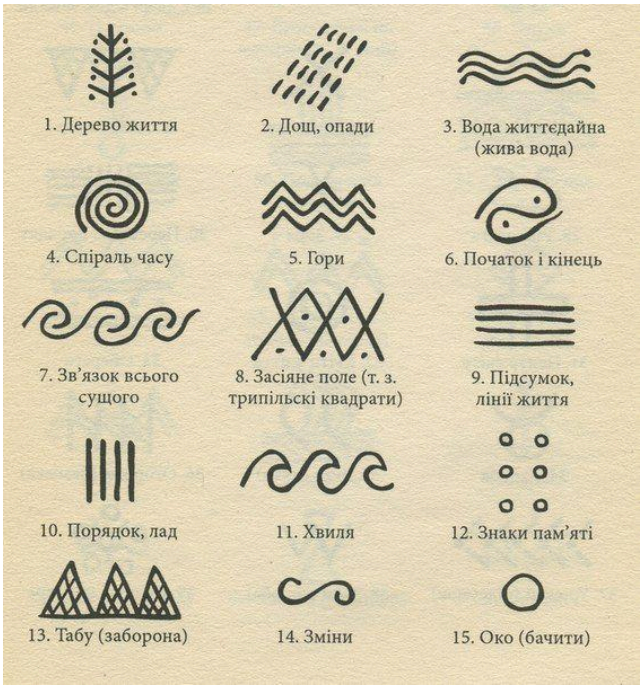

26
27

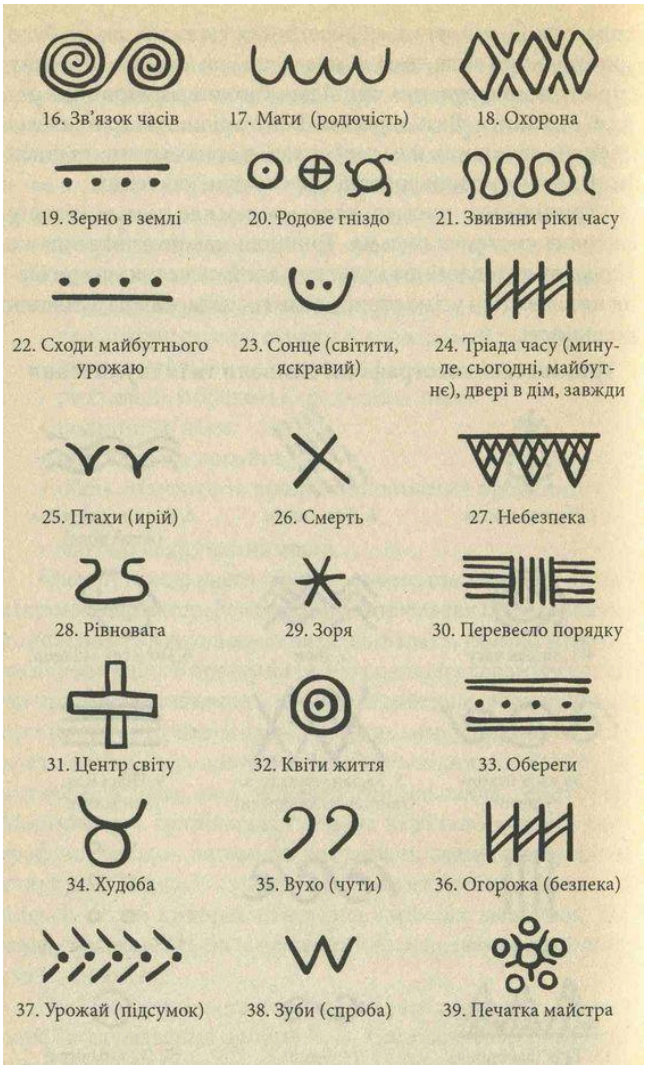

Дизайнер видання:
27

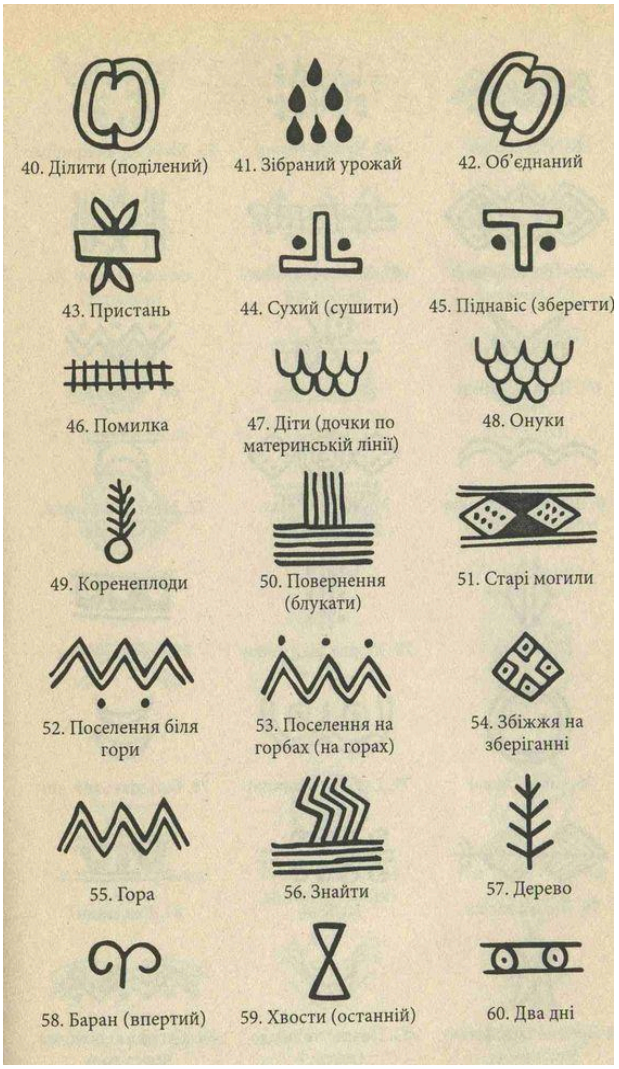

2024
2024

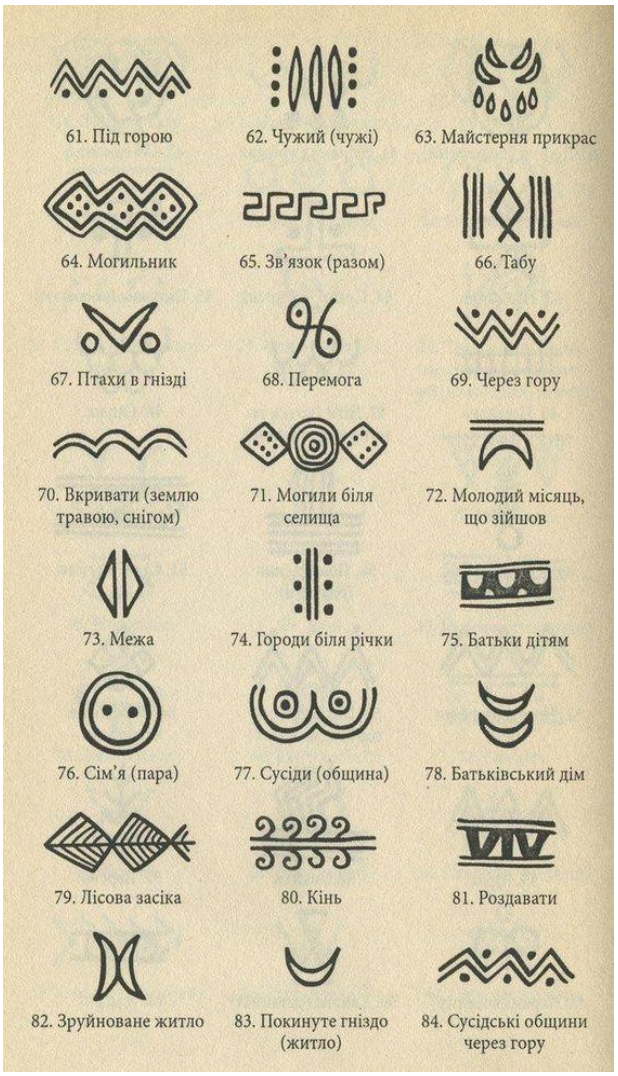
ДОДАТОК Д

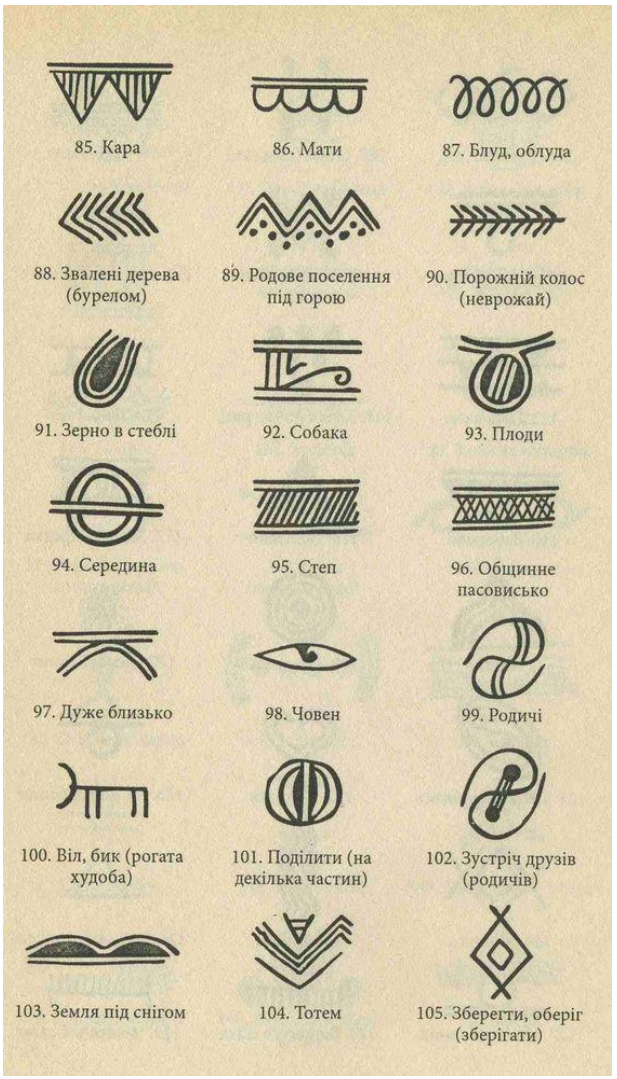
Трипільські логографічні символи і їх значення



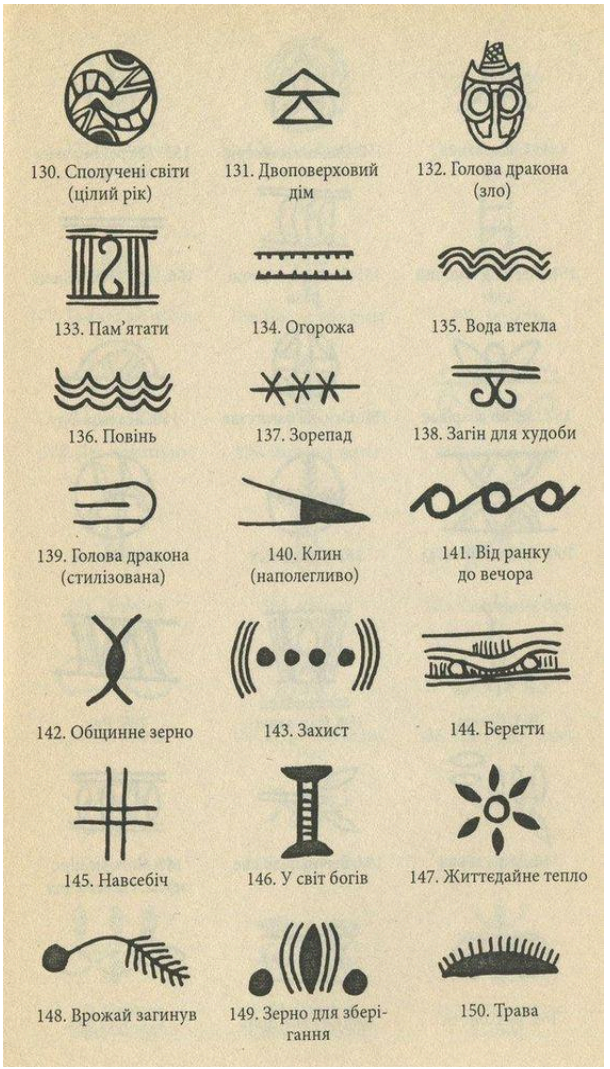


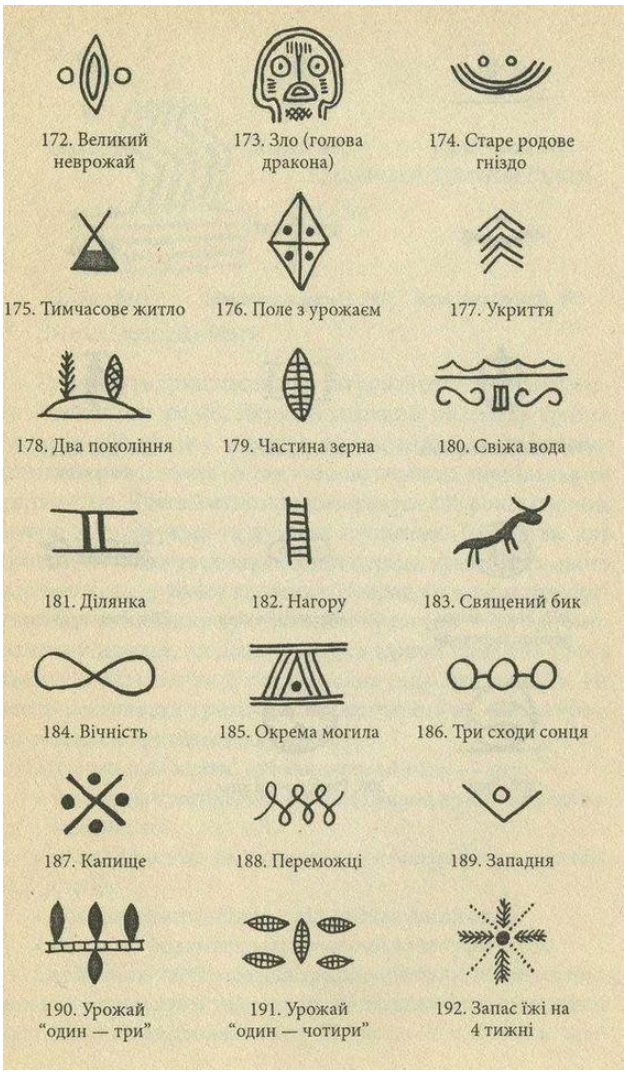


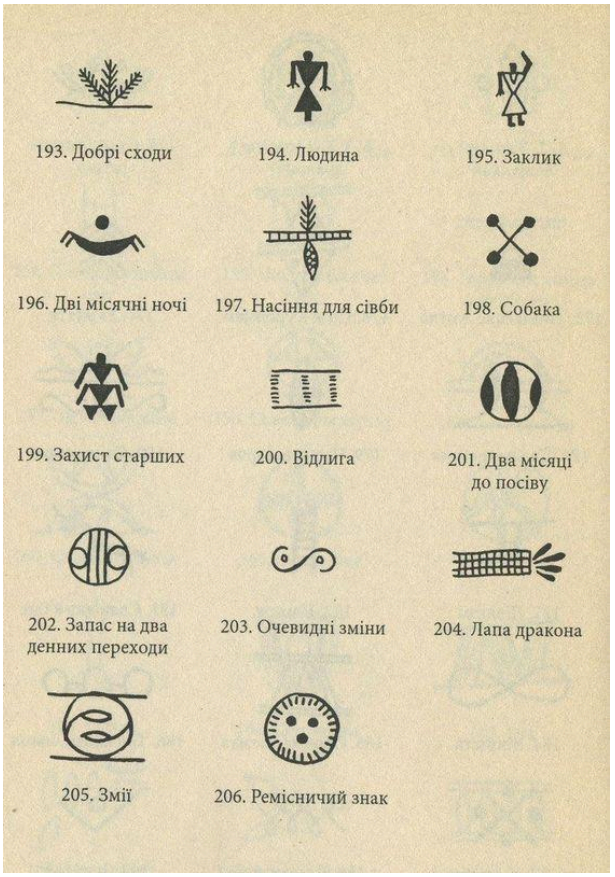

61. Під горою
62. Чужий (чужі)
63. Майстерня прикрас
64. Могильник
65. Зв'язок (разом)
66. Табу
67. Птахи в гнізді
68. Перемога
69. Через гору
70. Вкривати (землю травою, снігом)
71. Могили біля селища
72. Молодий місяць, що зійшов
73. Межа
74. Городи біля річки
75. Батьки дітям
76. Сім'я (пара)
77. Сусіди (община)
78. Батьківський дім
79. Лісова засіка
80. Кінь
81. Роздавати
82. Зруйноване житло
83. Покинуте гніздо (житло)
84. Сусідські общини через гору


85. Кара
86. Мати
87. Блуд, облуда
88. Звалені дерева (бурелом)
89. Родове поселення під горою
90. Порожній колос (неврожай)
91. Зерно в стеблі
92. Собака
93. Плоди
94. Середина
95. Степ
96. Общинне пасовисько
97. Дуже близько
98. Човен
99. Родичі
100. Віл, бик (рогата худоба)
101. Поділити (на декілька частин)
102. Зустріч друзів (родичів)
103. Земля під снігом
104. Тотем
105. Зберегти, оберіг (зберігати)


106. Великий дім
107. Сліди (пам'ять)
108. Згода, мир
109. Купа збіжжя (запас)
110. Заскороджене поле
111. Збирати (зібране збіжжя)
112. Перевага
113. Хміль (виноград)
114. День і ніч
115. Заборона
116. Постійно
117. Могила предка
118. Піч
119. Городище
120. Зимове сонце
121. Початок і кінець
122. Слухати
123. На заході сонця
124. Виняток
125. Потоп
126. Риба під стріхою
127. На сході сонця
128. Боронити поле
129. Чесати волокно


130. Сполучені світи (цілий рік)
131. Двоповерховий дім
132. Голова дракона (зло)
133. Пам'ятати
134. Огорожа
135. Вода втекла
136. Повінь
137. Зорепад
138. Загін для худоби
139. Голова дракона (стилізована)
140. Клин (наполегливо)
141. Від ранку до вечора
142. Общинне зерно
143. Захист
144. Берегти
145. Навсебіч
146. У світ богів
147. Життєдайне тепло
148. Врожай загинув
149. Зерно для зберігання
150. Трава

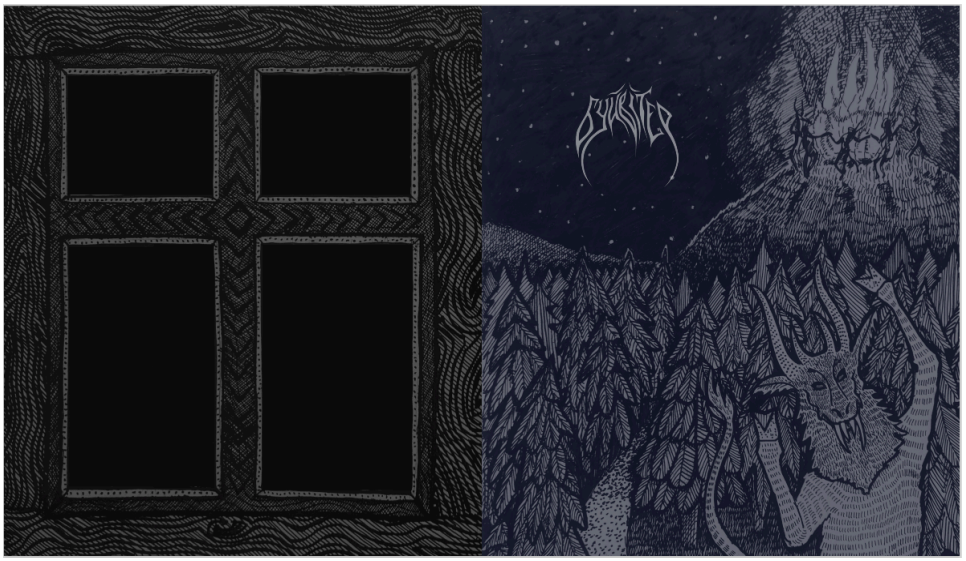

172. Великий неврожай
173. Зло (голова дракона)
174. Старе родове гніздо
175. Тимчасове житло
176. Поле з урожаєм
177. Укриття
178. Два покоління
179. Частина зерна
180. Свіжа вода
181. Ділянка
182. Нагору
183. Священий бик
184. Вічність
185. Окрема могила
186. Три сходи сонця
187. Капище
188. Переможці
189. Западня
190. Урожай "один — три"
191. Урожай "один — чотири"
192. Запас їжі на 4 тижні


193. Добрі сходи
194. Людина
195. Заклик
196. Дві місячні ночі
197. Насіння для сівби
198. Собака
199. Захист старших
200. Відлига
201. Два місяці до посіву
202. Запас на два денних переходи
203. Очевидні зміни
204. Лапа дракона
205. Змії
206. Ремісничий знак

ДОДАТОК Е

Розвороти оригінал-макету артбуку збірки пісень гурту «Буйвітер»









Вийшли в ліс мольфари

Вийшли в ліс мольфари
Танець танцювати
Рано вранці стали
Де зоря упала

Танець танцювали
До духів закликали
Щоб земля родила
Щоб лихо не гуляло

Ой, ти земле, моя мати
Не дай дітям своїм голодувати
Ой, ти сонце золотеньке
Не пали жнива золоті

Ой, ти вітер буйнесенький
Ти дерева не ламай
Ой, ти небо, не грими
Блискавкою наші хати не чіпай

Ой, у лісі мольфари
В танці чаклували
Нашу землю рідную
Від лиха заклинали

Рухи чіткі
Течуть як вода
Запашний дим
Охоплює нас







Характерник

Якось раз ішов козак
Полем широким
Дикі трави він збирав
Зілля з них хотів варити

Він збирав їх щонеділі
Потім ніс в свою хатину
Лікував усіх нужденних
Майстер у ділах таємних.

Не даремно
Його на селі
Добрі люди
Характерником звали

Але в мить ту не хорошу
Доки козак робив діло
Підбігають злі бандити
Хочуть його загубити

Нападають всі разом
Хто з кинджалом, хто з списом
Ті гадали: легка здобич
Але смерть вже їхня поруч

БІЙ!

В очах його вогонь палає
Ним злочинця спопеляє
Руки міцно він стискає
Лиходія розриває!

Визволяє старі чари
Що козак з дитинства знає
Душу й тіло захищають
Ворогам жалю не знають



Лихо

Десь там в темряві лісів
Де навіть хижий звір не ходив
У глибоких холодних хащах
На болотах блукає нещастя
Злії духи там регочуть
Людей вони до смерті лоскочуть
Серед дерев вони клекочуть
На вухо мені вони шепочуть

Ти там не ходи
Життя своє бережи
Але якщо тебе почує
Кращий вихід самогубство!

В царстві тому Лихо є
Старе нещадне зло
Уособлення страждань
Зжере тебе!

В його долонях твоя доля
Жодних слів та емоцій
Невинний ти, або грішив
Смертельна зустріч для усіх

В краї тому воно спить
В дрімучих снах своїх
Людську душу піджида
Передчуває страх твоєї тремтячої душі

Десь там в темряві лісів
Де навіть хижий звір не ходив
У глибоких холодних хащах
На болотах блукає нещастя

Злії духи там регочуть
Людей вони до смерті лоскочуть
Серед дерев вони клекочуть
На вухо мені вони шепочуть

Ти там не ходи
Життя своє бережи
Але якщо тебе почує
Кращий вихід самогубство!

В царстві тому Лихо є
Старе нещадне зло
Уособлення страждань
Зжере тебе!





Невідпущена

Листя над Дніпром верба розпускала
Від землі тихенько до води припала
Парубок з дівчиной берегом гуляли
Дивлячись на воду весну проводжали
Проводжали сонце, що за край землі
забирало поблиск вечірньої роси
А у небі птиця співаючи кружляє
Від нещастя молодих остерігає

Підійшли до верби стали говорити
Аж змія отруйна дівчину вкусила!

Віднеси, миленький, мене до батьків
Щоб мені мій батько образи відпустив
Щоб мені матуся знову нагадала
Як мене маленьку на ручках колихала
Взяв Її на спину та мерщій побіг
В те, що учинилося, повірити не міг
А у небі пташечка сумно все кружляє
Що не встигне парубок, тільки вона знає

Горя покрик в домівці лунає
Тільки-но хлопець поріг переступає
До тіла Її кинулись батьки
Болісно-болісно плачуть вони
Мати дівчині у руки поклала
Хрестик цілований, рушник вишиваний
Батько на дворі квіти зриває
Неодруженій донці вінок він збирає

Землю вирили
В труну поклали
Цвяхи забили
На дно спустили!

Хлопця провина зсередини зжирає
Кохану свою на той світ не пускає
Гучно рояться шалені думки
Краще б я лежав із нею у пітьмі!

Нуж-бо дістань Її
Годі стояти
Треба відрити
Свою єдину

Руками своїми він ляду відкрив
Над личком біленьким чоло він склонив
Гіркими слізьми їй щоки окропив
Вени погриз та із нею поліг!

Голос твій я почую уві сні
З якого не втекти...







Повставали із могил

Повставали із могил
Діти потойбічних сил
Вони рушили туди
Де горять пекельні вогні

Там на горі, на високій
Чорти скажені точать роги
Місяць темряву вкриває
Сили вмерлих поглинає

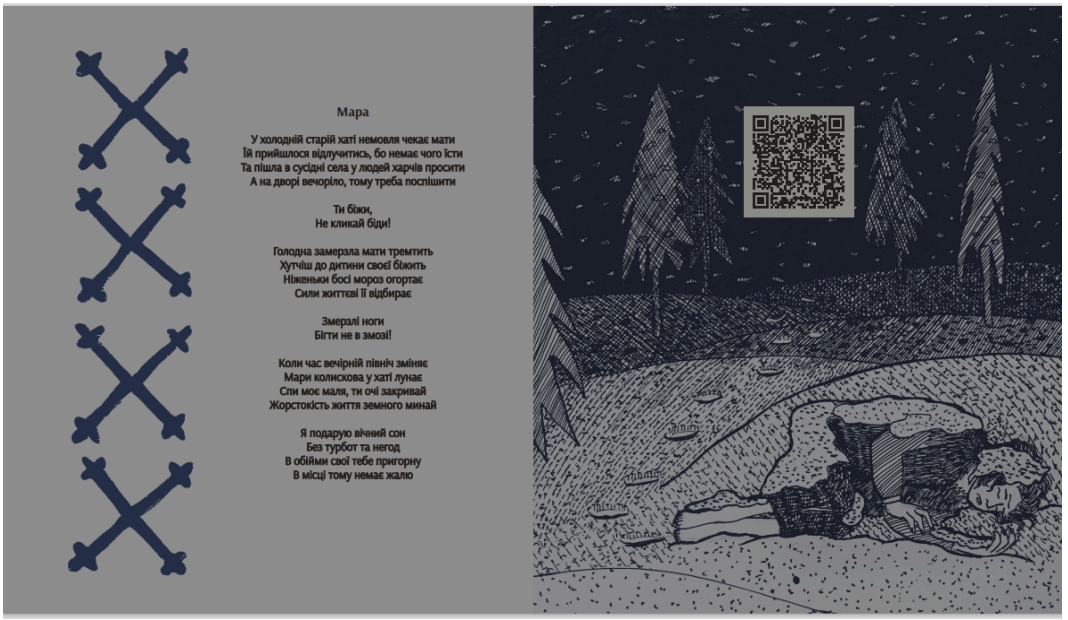
Розпочався ритуал
Жрець у центрі кола став
Підіймає до гори
Тушу вбитої кози!

Вмить хмарини розійшлись
Місячне сяйво на землю впало
Кожна потвора почула поклик
Розпочався відьомський злітґ!

Лобами, лобами, лобами б'ють чорти!
Відьми рвуть, відьми рвуть, відьми рвуть чорний терен!
Кров кози, кров кози, кров кози тече по камінню!
Шабаш відьом, шабаш відьом, шабаш відьом там лютує!

Синім полум'ям
Палає коло вогняне
Над тією над горою
Зарево встає!





Мара

У холодній старій хаті немовля чекає мати
Їй прийшлося відлучитись, бо немає чого їсти
Та пішла в сусідні села у людей харчів просити
А на дворі вечоріло, тому треба поспішити

Ти біжи,
Не кликай біди!

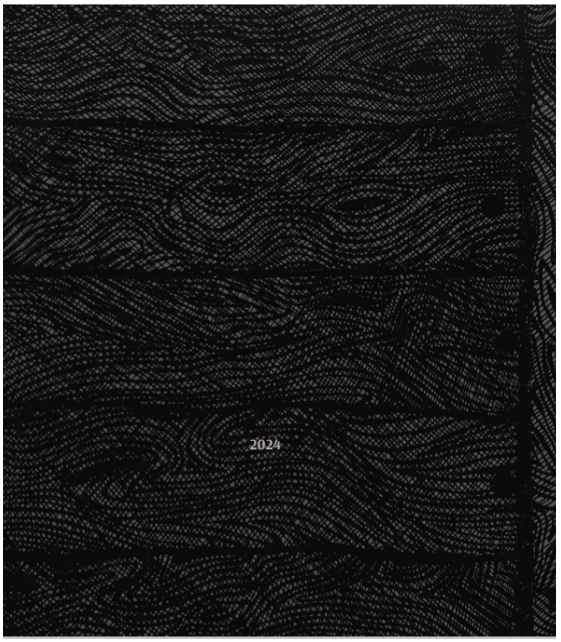
Голодна замерзла мати тремтить
Хутчіш до дитини своєї біжить
Ніженьки босі мороз огортає
Сили життєві Її відбирає

Змерзлі ноги
Бігти не в змозі!

Коли час вечірній північ зміняє
Мари колискова у хаті лунає
Сли моє маля, ти очі закривай
Жорстокість життя земного минай

Я подарую вічний сон
Без турбот та негод
В обійми свої тебе пригорну
В місці тому немає жалю


Автори музики:
Антон Ковальов
Богдан Снежик
Влад Науменко
instagram


2024