

и разработке айдентики растут продажи. Конечно же, это желаемый результат всего трудоемкого процесса разработки айдентики фестиваля.

Список использованных источников

1. Наружная реклама: преимущества и недостатки, виды, возможности. [сайт]. URL: <https://foxystudio.by/articles/naruzhnaya-reklama-preimushhestva-i-nedostatki-vidy-vozmozhnosti>. – Дата обращения 10.03.2023.
2. Что такое наружная реклама. [сайт]. URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-naruzhnaya-reklama>. – Дата обращения 12.03.2023.
3. Закон о рекламе: что нужно знать о размещении наружной рекламы. [сайт]. URL: <https://etalonline.by/novosti/korotko-o-vaznom/zakon-o-reklame-razmeshchenie-naruzhnoy-reklamy>. – Дата обращения 12.03.2023.

УДК 659.1

РОЛЬ ЛОГОТИПА В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА МУЗЫКАЛЬНОЙ ГРУППЫ

*Дударева Д.Д., ст. преп., Мартинчик Е.П., студ.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются особенности создания логотипов музыкальных групп, их роль в продвижении и формировании имиджа.

Ключевые слова: айдентика, брендинг, музыкальная группа, имидж, обложка альбома.

Имидж группы – это не только внешний вид участников, их философия и поведение на сцене и в прессе. Важную роль в создании правильного образа и продвижения музыкального творчества играет графический дизайн. Дизайнеры и художники занимаются оформлением обложек для музыкальных альбомов. Обложка – лицо альбома, влияющее на впечатление слушателя, на образ исполнителя и самого альбома. Обложка дополняет характер музыки, формирует восприятие целых музыкальных стилей и, конечно, влияет на продажи.

Однако дизайн обложек варьируется от альбома к альбому. Безусловно, у них может быть схожий стиль, но в большинстве своем все они разные для конкретного отрезка творчества группы. Дизайнеры и артисты могут смело играть с образами и художественными стилями на обложках альбомов, стремясь как можно полнее передать посыл диска.

Но есть в творчестве музыкального коллектива и определенная константа, влияющая на имидж группы, рекламу и продвижение – логотип. Как правило, лого у музыкальных групп не меняется со временем, ведь запоминается фанатам и начинает прочно ассоциироваться с творчеством группы. Для этих целей оно и создается.

Разработка логотипа может быть очень сложной задачей, поскольку эта небольшая графическая или словесная картинка должна быть особенной, легко запоминающейся и в то же время представлять собой индивидуальность. Многим рок-группам удалось создать отличительные логотипы, которые отражают их дух. На майках, например, мы редко встретим изображение самих участников группы – чаще всего изображают именно логотип. Таким образом, когда мы, фанаты, надеваем это, мы испытываем удовлетворение от идентификации с группой и участия в ней.

Сложно сказать, имеет ли создание музыкального логотипа свою особую специфику. Как правило, знаки групп обычно вообще не несут в своих образах ничего музыкального, а больше отражают дух своего времени, музыкальный стиль исполнителя или напрямую изображают собой название группы. Некоторые логотипы, бывшие когда-то музыкальными, стали в последствие брендами. Но о каждом надо говорить по отдельности.

Вероятно, один из самых узнаваемых логотипов, далеко не только в индустрии музыки принадлежит группе Rolling Stones (рис. 1).

Логотип «Язык и губы», который некоторые сократили до «Горячих губ», был создан в 1970 году британским графическим дизайнером Джоном Паше. Интересный факт – 24-летний Джон взял всего 50 фунтов стерлингов (около 77 долларов), чтобы придумать дизайн для группы.



Рисунок 1 – Логотип музыкальной группы Rolling Stones



Рисунок 2 – Логотип музыкальной группы Led Zeppelin

Символ басиста Джона Пола Джонса также был выбран из той же книги. Это напоминает круг, пересекающий 3 пузырька vesica (triquetra), и это символизирует человека, который имеет уверенность и компетентность.

Джимми Пейдж разработал свой собственный символ, и его часто называют ZoSo.

Он никогда публично не объяснял и не заявлял, каково истинное значение этого символа, однако было обнаружено, что оно датируется как минимум 1557 г. и представляет Сатурн.

Примечательно в этом логотипе также то, что создан он был без помощи художников и дизайнеров, а каждым участником лично, выражая свое видение себя.

Данный же логотип более романтичен по стилю, нежели предыдущий. В символах участников можно видеть динамику в толщинах линий, первые два символа нарисованы будто пером. Это перекликается со стилистикой и философией бэнда – Led Zeppelin увлекались мистикой и фольклором, в текстах Роберта Планта множество отсылок на произведения Толкиена.



Рисунок 3 – Логотип музыкальной группы Guns n' Roses

Изначально Мик Джаггер хотел логотип, напоминающий Кали – индуистскую богиню энергии. Богиня обычно изображается с большим ртом и торчащим языком, однако Паше нашел гораздо большее вдохновение в самом Джаггере. У солиста группы очень характерные большие губы, которые отчасти и вдохновили дизайнера. Образ очень простой и легко читаемый, а потому яркий. Знак состоит из простых линий одной толщины, и всего трех цветов – черный для контура, основной ярко-красный и белый для бликов – архетипическая триада. Как и музыка роллингов, логотип яркий и привлекающий внимание.

«После всего, что у нас было с критиками, я сказал всем остальным, что было бы хорошей идеей выпустить что-то абсолютно анонимное. Сначала я хотел использовать только один символ, но затем было решено, что, поскольку это был наш четвертый альбом, и нас было четверо, каждый из нас мог выбрать свой собственный символ. Я разработал свой, и у всех остальных были свои причины использовать символы, которые они использовали», – Джимми Пейдж.

Такова основная идея логотипа знаменитой британской рок-группы Led Zeppelin. Каждый участник группы выбрал себе специальный символ, который был изображен на конверте (рис.2).

Символ барабанщика Джона Бонэма состоит из трех переплетенных колец, которые представляют мать, отца и ребенка. Символ был выбран из Книги Знаков Рудольфа Коха.

У логотипа группы Guns n' Roses есть поэтическая, чувствительная и романтическая сторона, а также жестокая и плохая. Сам логотип состоит из двух револьверов и роз с шипами, обернутыми вокруг оружия.

Многие люди также упускают из виду тот факт, что вид сзади – медное кольцо с серебряным праймером посередине, за пистолетами и розами – фактически корпус пули (рис. 3).

Кроме того, почему именно ружья и розы – название группы представляет собой сочетание фамилий Tracii Guns и Axl Rose. Это также ссылка на их предыдущие группы – Hollywood Rose и LA Guns. Рисунок реалистичен, цвета яркие, а образы вызывающие. Этот логотип выглядит как олицетворение романтического бунтарства.



Рисунок 4 – Логотип музыкальной группы Queen

А вот логотип группы Queen создал сам Фредди Меркьюри, учившийся на дизайнера. Символизм напоминает логотип Led Zepplin: знак также иллюстрирует каждого участника группы. Каждое существо отображает знак зодиака одного из участников группы:

- два льва – Роджер Тейлор и Джон Дикон;
- две феи – дева, Фредди Меркьюри;
- пылающий краб – рак, Брайан Мэй.

Все они держат букву Q и царскую корону в центре. А также нельзя не заметить, что знак напоминает герб Великобритании, откуда музыканты родом (рис. 4).

Таким образом, нельзя обесценивать важность наличия хорошего логотипа у музыкальной группы. Безусловно, один только удачный знак не принесет коллективу успеха, точно так же, как и просто талантливое творчество музыкантов его не гарантирует. Эти факторы должны работать в совокупности друг с другом, маркетинг и брендинг работает на творчество и наоборот.

Список использованных источников

1. Музыкальный брендинг: как культовые логотипы формируют визуальную идентичность музыкальных групп. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.uprock.ru/articles/muzykalnyy-brening-kak-kultovye-logotipy-formiruyut-vizualnuyu-identichnost-muzykalnyh-grupp>. – Дата доступа: 04.03.2023.
2. 22 культовых логотипа. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.redbull.com/ru-ru/22-best-logos-part-2>. – Дата доступа: 10.03.2023.

УДК 721.012

ВИДЕОЭКОЛОГИЯ В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДЕ

Малин А.Г., доц., Ермакова Я.Д., студ.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье рассматриваются вопросы архитектурного дизайна, в основе которых лежат реальные задачи по созданию адекватной оптимально комфортной городской среды. Актуальность темы статьи обусловлена проблемами психологического комфорта в условиях крупных городов. Рассматривается видеоэкология, являющаяся разделом эргономики – науки о взаимодействии человека с окружающей видимой средой, которая тесным образом связана с фундаментальными науками: экологией, биологией, физикой, математикой; медицинскими: психологией, физиологией, офтальмологией, а также с архитектурой, её строительными технологиями и дизайном.

Ключевые слова: видеоэкология и визуальное восприятие, эргономика, городской архитектурный дизайн, гомогенная среда, агрессивная среда, комфортная визуальная среда, видимая среда города, экологический фактор и психология восприятия человека.

В современном мире проблемы экологии приобрели экономическую значимость для всего человечества, но и визуальная среда оказывает не менее сильное воздействие на состояние человека, поэтому данная тема в последнее время стала очень актуальной. Термин «видеоэкология» был введен доктором биологических наук В. А. Филиным в 1989 году. Этот термин состоит из двух слов: «видео» – все то, что человек видит с помощью органа зрения и «экология» – наука о разных аспектах взаимодействия человека с окружающей средой и её влияния на психофизиологическое здоровье человека.