



УДК 655.1:791.6

ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ У ВІДЕОДИЗАЙНІ

ЯВОРСЬКИЙ Олександр, ПАСТАРНАК Ірина, ЧЕРНЯВСЬКИЙ Богдан
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
pastaarnak@gmail.com

Проаналізовано сутність видавництва та визначено його основні функції. Охарактеризовано відеодизайн з точки зору творчої області та зазначені його види діяльності. Зафіксовано структуру роботи над кінопродуктом – напрямом відеодизайну. В ході дослідження проаналізовано сутність та елементи антуражу, як важливої частини предпродакшену, що впливає на кінцевий результат відеопродукту. Виявлено взаємозв'язок видавництва та відеодизайну – результати представлені схематично та у вигляді ілюстрацій.

Ключові слова: відеодизайн, відеопродукт, антураж, видавництво, продакшн.

ВСТУП

Сучасний інформаційний світ диктує правила активного розвитку медіасфери, частиною якої є відеопродукт. Відеодизайн відносно нова галузь наукового дослідження, оскільки сам термін з'явився нещодавно. В свою чергу, розробка медіапродукту складається з наступних етапів роботи: предпродакшену, продакшену та постпродакшену. На етапах продакшену активну роль можуть приймати різні сфери виробництва та послуг. Саме тому, враховуючи, що відеодизайн – це складова графічного дизайну, цікавим та актуальним є факт його взаємодії з видавництвом – сферою виробництва видавничої продукції та суміжних послуг.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідження зв'язку видавництва та відеодизайну та визначення їх ролей у даних відносинах. Для досягнення поставленої мети необхідно:

- дослідити визначення поняття «видавництво» та «відеодизайн»;
- визначити специфіку поліграфічної продукції та продуктів відеодизайну;
- виявити, на яких етапах розробки відеопродукту використовується продукція видавництва.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Видавництво – це спеціалізоване підприємство, що створене у відповідно-належній організаційно-правовій формі. Головним видом діяльності даних установ є підготовка і випуск видавничої продукції. Видавництва



фокусуються на різних видах випуску матеріалу: текстових, електронних, картографічних, нотних та мистецьких видань [1, 2].

В свою чергу, відеодизайн – це творча область екранного та сценічного мистецтва. Він займається деякими видами діяльності: створення та інтеграція фільмів, інтеграція анімованої графіки, прями трансляції з камер в області театру, опери, танців, показів мод, концертів та інших живих заходів.

Відеодизайн – це відносно нова область сценічного мистецтва. Раніше відповідальність за відеодизайн часто брав на себе художник-постановник або дизайнер по світлу [3]. В кіно структура роботи відеодизайну складається з предпродакшену, продакшену та постпродакшену.

На перший погляд, видавництво і відеодизайн – галузі, які взагалі не перетинаються. Проте, якщо проаналізувати відеодизайн, як продакшн, буде виявлено, що для створення якісного продукту дуже часто необхідний антураж. Антураж – це оточення, середовище, навколишня обстановка. Зазвичай антураж використовуються в наступних видах мистецтва – літературі, кіно, а також в оформленні та дизайні приміщень [4]. Іншими словами, антураж – це ті елементи декору, які створюють настрій живої локації під час зйомок на майданчику: меблі, світло, картини, декор та інше.

Для створення антуражу використовують плакати, календарі, картини, графіті, газети, журнали, підручники, оголошення, в залежності від локації, яку необхідно створити на моменті предпродакшену для знімального процесу (рис. 1). Саме в цьому активно допомагає видавництво.

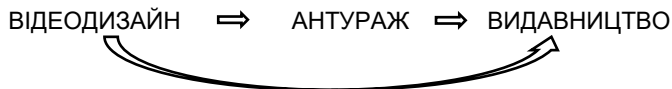


Рис. 1. Використання різних видів видань у відеодизайні



Також для презентації відеодизайну необхідна рекламна продукція: рекламні стенди, вивіска, рекламні плакати різного формату, промо-стійки.

Таким чином, автором була розроблена схема взаємозв'язку видавництва та відеодизайну:



Дана схема демонструє наступне:

1. Для створення якісного результату, відеодизайн потребує використання антуражу.

2. Для виготовлення друкованих видів антуражу необхідне видавництво.

3. Взаємозв'язок видавництва та відеодизайну не завжди полягає тільки в антуражі. Існує і прямий шлях роботи через випадки, коли необхідна рекламна продукція готового відеоматеріалу.

ВИСНОВКИ

Видавництво займає важливу роль у відеодизайні, оскільки допомагає на етапах створення та реалізації відеопродукту. В першому випадку, видавництво бере на себе обов'язки в створенні антуражу – видавничої продукції для знімальної площадки у вигляді плакатів, постерів, календарів тощо для створення відповідної декорації. В другому випадку, видавництво приймає участь у PR-компанії відеопродукту в ролі партнера, який розробляє дизайн рекламної продукції для кіно, анімованої графіки, театру, опери, танців, показів мод, концертів, як складових відеодизайну.

ЛІТЕРАТУРА

1. Видавництво. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Видавництво>.
2. Видавництва України. *Видавництва України*. URL: <https://sites.google.com/site/vidavnictvaukraieniborovska/vidavnictva-ukraieni>.
3. Видео дизайн – Video design. *QWE*. URL: https://ru.qwe.wiki/wiki/Video_design (дата звернення: 27.11.2020).
4. Антураж. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Антураж>.

YAVORSKYI O., PASTARNAK I., CHERNIAVSKYI B. USE OF POLYGRAPHIC PRODUCTS IN VIDEO DESIGN

The essence of the publishing house is analyzed and its main functions are determined. The video design from the point of view of creative area is characterized and its kinds of activity are specified. The structure of work on the film product – the direction of video design is fixed. The study analyzes the essence and elements of the entourage, as an important part of the pre-production, which affects the final result of the video product. The relationship between publishing and video design is revealed – the results are presented schematically and in the form of illustrations.

Key words: video design, video product, entourage, publishing house, production