Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0417U000822

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 21-04-2017

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Матвійчук Богдана Сергіївна

2. Matviichuk Bohdana

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Шифр наукової спеціальності: 26.00.01

Назва наукової спеціальності: Теорія та історія культури

Галузь / галузі знань: Не застосовується

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 06-04-2017

Спеціальність за освітою: 8.030101

Місце роботи здобувача: ТОВ "Компанія Альмагест Груп"

Код за ЄДРПОУ: 37787907

Місцезнаходження: 02095, м.Київ, вул. Княжий затон, буд. 9а, оф. 369

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д26.850.01

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

IV. Відомості про підприємство, установу, організацію, в якій було виконано дисертацію

Повне найменування юридичної особи: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214142

Місцезнаходження: 01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, крп. 15

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство культури і туризму України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 13.07.26

Тема дисертації:

1. Культуротворчий потенціал реклами: естетичні виміри

2. Culture-productive Potential of Advertising: Aesthetical Dimensions

Реферат/анотація:

1. У дисертації розглядається культуротворчий потенціал реклами за допомогою персоналізованого підходу, відтворюються основні етапи розвитку реклами, зазначаються естетичні засади сучасної реклами в українському культурному просторі. Реклама і мистецтво мають потенціал творчої взаємодії, який розуміється як відносно унікальне поєднання виразних форм. У рекламі важливе навантаження несе утилітарно-прагматичний аспект естетичного. Підкреслено, що художнє сприйняття реклами - це творчий процес, обумовлений індивідуально-емоційними особливостями свідомості реципієнта, об'єктивними якостями твору, закладеними смислами, які актуалізуються у свідомості суб'єкта. Встановлено, сучасна реклама використовує "проекти" постмодернізму. Естетосфера сучасної української культури взагалі, і реклами зокрема, відіграє роль "осколків дзеркала" в художньому освоєнні світу. "Осколковість" дає різоматичність його відображення та сприймання, що передбачає множинність інтерпретацій. Реклама визначає ідентичність людини і одночасно створює умови для міжкультурних обмінів, реклама має культуротворчий потенціал.

2. The thesis research examines the advertising as a phenomenon of modern Ukrainian culture. The main stages of the advertising development are reproduced with the help of personified approach. The artistic principles of modern advertising in Ukrainian cultural space are also pointed out. Advertising and art have the potential of creative interaction, understood as a relatively unique combination of expressive forms. The utilitarian-pragmatic aspect of aesthetic is the primary load in advertisement. The message in advertisement includes the emotionally coloured information, appeals to the world of values of a modern person. Appealing to emotional and associative side of a recipient's thinking brings together the "aesthetic" aspect of art and advertisement. Meanwhile with the help of rhetorical techniques - metaphor, hyperbola - the advertisement combines the item and the value, making the item full of sense, meaning. The advertisement space is limited, from one side, with the world of items and services, and from the other - with the values of the present moment. The advertisement reflects the independence of the moral and aesthetic in items, where the value of the item is sometimes determined not by the social and cultural content, but by the symbolic ones, thus the belonging of its owner to the certain strata of society. The advertisement as a creative type of activity has both artistic and pragmatic aims, and by mixing aesthetics categories makes a model of ideal space. It is emphasised that the perception of advertisement - is a creative process determined by the individual and emotional peculiarities of the recipient, objective qualities of the work, sense, put in there, and that are activated in the consciousness of a subject. The advertisement uses all the sources of psychological and artistic perception and is one of the mechanisms of adaptation for the existence conditions in rapidly changing world with the help of passive or active adaptation to the reality. It is determined that the modern advertisement uses the post modernistic "projects". The aesthetic sphere in modern Ukrainian culture in general, and advertisement in particular, plays the role of "mirror debris" in the process of artistic world mastering. These "debris" give the rhizomatic type of its reflection and perception that supposes a lot of different interpretations appearing (building up) depending both on the level of preparation of the recipient, and on the momentary mood, state, and also depending on the synergistic connections. As a result, the aesthetic sphere in modern Ukrainian advertisement has the probabilistic character. At the same time it is possible to speak about the polyavailability of the aesthetic sphere that creates the polysemantic images, structures the world of a person in the most unbelievable elements and dimensions, languages and discourses. The advertisement determines the identity of a person and at the same time creates the conditions for intercultural exchanges, the advertisement has a cultural and creative potential.

Державний реєстраційний номер ДіР:

Пріоритетний напрям розвитку науки і техніки:

Стратегічний пріоритетний напрям інноваційної діяльності:

Підсумки дослідження:

Публікації:

Наукова (науково-технічна) продукція:

Соціально-економічна спрямованість:

Охоронні документи на ОПІВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Жукова Наталія Анатоліївна

2. Zhukova Natalia

Кваліфікація: д.культурол.н., 26.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Сабадаш Юлія Сергіївна

2. Сабадаш Юлія Сергіївна

Кваліфікація: д.культурол.н., 26.00.01

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Живоглядова Ірина Вікторівна

2. Живоглядова Ірина Вікторівна

Кваліфікація: к.філос.н., 09.00.08

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Додаткова інформація:

Повне найменування юридичної особи:

Код за ЄДРПОУ:

Місцезнаходження:

Форма власності:

Сфера управління:

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

Рецензенти

VIII. Заключні відомості

Власне Прізвище Ім'я По-батькові голови ради Шульгіна Валерія Дмитрівна

Власне Прізвище Ім'я По-батькові головуючого на засіданні Шульгіна Валерія Дмитрівна

Відповідальний за підготовку облікових документів

Реєстратор

Керівник відділу УкрІНТЕІ, що є відповідальним за реєстрацію наукової діяльності Юрченко Т.А.