Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0519U000702

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 04-10-2019

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:

II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Прищенко Світлана Валеріївна
2. Pryschenko Svitlana V.

Кваліфікація: к. т. н., 05.01.03

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: доктор 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: 27-09-2019

Спеціальність за освітою: креслення та образотворче мистецтво

Місце роботи здобувача: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214142

Місцезнаходження: вул. Лаврська 9, корп.15, м. Київ, Київ, 01015, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство культури України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

III. Відомості про організацію, де відбувся захист

Шифр спеціалізованої вченої ради (разової спеціалізованої вченої ради): Д 26.850.01

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

Код за ЄДРПОУ: 02214142

Місцезнаходження: вул. Лаврська 9, корп.15, м. Київ, Київ, 01015, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство культури України

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: вул. Лаврська 9, корп.15, м. Київ, Київ, 01015, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство культури України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик: 13.09

Тема дисертації:

1. Еволюція рекламної графіки як складової художньо-проектної культури.

2. The Advertising Graphics evolution as a component of Art-Project Culture.

Реферат/анотація:

1. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора мистецтвознавства за спеціальністю 26.00.01 – теорія та історія культури. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Міністерство культури України. Київ, 2019. У міждисциплінарному дослідженні рекламну графіку розглянуто як продукт культури та мистецтва в контексті актуальних тенденцій розвитку рекламного дизайну – специфічного виду творчої діяльності, а сучасний процес проектування представлено як синтез соціокультурних, семіотичних, кольоро- графічних та маркетингових аспектів. Вперше аргументовано історико- мистецтвознавче підґрунтя рекламної графіки та доведено її вагомість як складової художньо-проектної культури (дизайну). Проаналізовано вплив художніх стилів, народної творчості і художніх народних промислів на еволюцію рекламної графіки, виявлено проблеми візуалізації рекламних ідей та структуровано арсенал художньо-графічних засобів у сукупності з комп'ютерними технологіями. Доведено транскультурність, масовість і регіональну специфіку реклами. Особливу увагу присвячено стилістичним трансформаціям рекламної графіки і сучасним принципам гармонізації візуально-інформаційного середовища. Простий ілюстративний

супровід комерційної інформації змінився появою нових стилів у XIX–XX ст., застосуванням креативних рекламних технологій образотворення, полістилізмом на початку XXI ст., активізацією процесів брендінгу та ребрендінгу. Теоретично узагальнено закономірності візуальної мови реклами від афіши (плаката) до цифрових медіа, запропоновано методологічну концепцію комплексного проектування рекламної продукції, а медіадизайн визначено як якісно новий етап соціокультурного проектування комунікацій, як найперспективніший вид дизайну серед інших. Ключові слова: рекламна графіка, художньо-проектна культура, візуальні комунікації, плакат, цифрові медіа, стилістика рекламної графіки, етномистецькі традиції, бренд, рекламний дизайн, медіадизайн.

2. Thesis for the Habilitation of Doctor Degree in Art Studies in Speciality 26.00.01 «Theory and History of Culture». – National Academy of Managerial Staff in Culture and Arts, Ministry of Culture in Ukraine. Kyiv, 2019.

Advertising Graphic in the interdisciplinary study is considered as a product of Culture and Art in the context of actual trends of advertising design development – a specific kind of creative activity, and the contemporary design process is presented as a synthesis of socio-cultural, semiotic, colour-graphic and marketing aspects. The transisystem and multimodal methodological approaches are applied, which made it possible to conduct a comprehensive analysis of the evolution of advertising graphics. In first time, art-historical foundations of advertising graphics have been argued and its importance as an integral part of the Art-Project Culture (Design) has been proved. The influence of artistic styles, folk art and crafts on the development of advertising graphics has been analyzed. The problems of advertising ideas visualization have been identified, and the arsenal of art-graphic tools in combination with computer technologies is structured. Transcultural, mass and regional specifics of Advertising are proved. Particular attention is devoted to colour functions in advertising appeals and its semantic interpretations, and algorithms of culturalaesthetic evaluation of advertising design objects are developed also. The structure of Thesis consistently reflects the scientific retrospective of stylistic transformations in advertising graphics and actual principles of harmonization the visual info mediaspace in the coordinates of art-project culture. A simple illustrative accompaniment of commercial information has been replaced by the emergence of new styles in the XIX–XX cent., the using of creative advertising technologies and polystylism at the beginning of XXI cent., and the intensification of branding and rebranding processes. The form, essence and specificity of advertising image, its symbolic significance and importance as a means of visual communication are revealed, and scientifically substantiated definition of the art-image system of advertising graphics is proposed. In the framework of a specific visual-verbal model, the advertisement should have a clear communicative structure, socio-cultural content, visual semantics, archetypical, emotionality, conciseness, contrast and dynamic colour balance, originality, clarity of the image, art-aesthetic level, and to stimulate the intellectual and emotional activity of consumers. Regularities of the visual language of advertising from affichies (posters) to digital media was theoretically generalized, the methodological concept of complex designing of advertising products is proposed, and media design is defined as a qualitatively new stage of designing – the socio-cultural designing of communications, as the most perspective kind of Design among others at the early part of XXI cent. Thus, the aim of our study was achieved: on the basis of comprehensive analysis the evolution of Advertising Graphics, systematization and classification a lot of empirical (illustrative) material, was disclosed the social, cultural-image role, art-aesthetic value and the patterns of stylistic transformations of advertising graphics in the structure of Art-Project Culture. Taking into account the relevance and interdisciplinary nature of Thesis, the scientific results obtained will be great importance at the theoretical, practical and educational levels, and in general, will promote the development of Advertising Design in Ukraine. Keywords: advertising graphics, art-project culture, visual communications, poster, digital media, stylistics of advertising graphics, ethno-art traditions, brand, advertising design, media design.

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. Криволапов Михайло Олександрович
2. Kryvolapov Mychailo O.

Кваліфікація: д. мист., 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. Зосім Ольга Леонідівна
2. Zosim Olga L.

Кваліфікація: к. мист., 17.00.03

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. Криволапов Михайло Олександрович

2. Kryvolapov Mychailo O.

Кваліфікація: д. мист., 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. Зосім Ольга Леонідівна

2. Zosim Olga L.

Кваліфікація: к. мист., 17.00.03

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. Лагутенко Ольга Андріївна

2. Lahutenko Olha A.

Кваліфікація: д. мист., 17.00.05

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. Яковець Інна Олександрівна

2. Yakovets Inna O.

Кваліфікація: к. мист., 17.00.07

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. Федь Володимир Анатолійович

2. Fed Volodymyr A.

Кваліфікація:

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.