

Облікова картка дисертації

I. Загальні відомості

Державний обліковий номер: 0418U002769

Особливі позначки: відкрита

Дата реєстрації: 02-07-2018

Статус: Захищена

Реквізити наказу МОН / наказу закладу:



II. Відомості про здобувача

Власне Прізвище Ім'я По-батькові:

1. Заря Світлана Валеріївна

2. Zarya Svitlana

Кваліфікація:

Ідентифікатор ORCID ID: Не застосовується

Вид дисертації: кандидат наук

Аспірантура/Докторантура: ні

Освітньо-наукова програма зі спеціальності: Не застосовується

Дата захисту: 26-06-2018

Спеціальність за освітою: 8.02020401

Місце роботи здобувача: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв

Код за ЄДРПОУ: 02214142

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

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство культури, молоді та спорту 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, Київ, Київ, 01015, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство культури, молоді та спорту 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, Київ, Київ, 01015, Україна

Форма власності:

Сфера управління: Міністерство культури, молоді та спорту України

Ідентифікатор ROR: Не застосовується

V. Відомості про дисертацію

Мова дисертації:

Коди тематичних рубрик:

Тема дисертації:

1. МИСТЕЦЬКО-ВИДОВИЩНА ТЕЛЕВІЗІЙНА РЕКЛАМА В НАЦІОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ ПОЧАТКУ XXI СТ.

2. The Artistic and Spectacular Television Advertising in the National-cultural Space of Ukraine of the XXI Century

Реферат:

1. У дисертації досліджено зміст поняття «національно-культурний простір». Визначено, що формування національно-культурного простору є одним з важливих досягнень сучасного процесу культуротворення, без якого не можливий подальший розвиток суспільства в умовах глобалізації світового культурного простору. Проаналізовано рекламні ролики як ретранслятори національної культури, а також вивчено соціальні та комерційні відеоролики з національно-патріотичною символікою. Класифіковано символіку образів української телевізійної реклами, а також окреслено теоретичні основи аудіовізуальних засобів виразності. Визначено ключові етапи розвитку індустрії телевізійної реклами й розкрито практику створення художньо-мистецької реклами в Україні. Виявлено, що кожна країна має свій рекламний стиль, що зумовлено особливостями національної свідомості, історією та традиціями. Українська реклама історично пов'язана із суспільними процесами в державі та разом з нею як особливий вид людської діяльності пройшла тривалий шлях становлення й розвитку. Констатовано, що українська телевізійна реклама почала активно розвиватись

у 90-х роках ХХ ст. Здійснене дослідження не вичерпує всіх чинників розвитку телевізійної аудіовізуальної реклами в національному культурному просторі України. Моніторинг реклами показав її високий мистецько-видовищний потенціал, який базується на національних культурних традиціях і творчому рівні сучасних митців, діяльність яких потребує подальшого вивчення з метою розроблення теоретичних основ мистецько-видовищної стратегії, синтезу засобів виразності аудіовізуальної реклами та її культуро-відповідності.

2. In the thesis the concept of national-cultural space is defined and studied. It is determined that the formation of the national-cultural space is one of the important achievements of the modern process of the cultural formation, without which further development of society in modern world's globalized cultural space is impossible. In the research the commercials are studied as the reflection of national culture. Social and commercial videos with national patriotic symbols also have been analyzed in the study. The national cultural space is characterized as a set complex of public spheres of cultural activity that satisfies socio-cultural, linguistic and informational needs of a person who is consumer of a cultural product; as a holistic cultural and artistic environment in which the continuous development of cultural forms of life takes place and the creators of cultural and artistic values work. The concept «advertisement» and main functions of advertising were studied in this scientific research. The features of public TV-advertising are marked and the advertising and communicative process is described. The symbols of Ukrainian TV-advertisement are defined and classified in the research as follows: national-patriotic symbols (symbols of the Ukrainian statehood, as well as those of the patriotic struggle for the Independence of Ukraine and Ukrainian victory); symbols of Ukrainian culture and cultural artifacts (architectural and natural, folk-ritual and folklore); the symbolism of civil and family values. The theoretical bases of audio-sound means of expressiveness have been studied and defined. Monitoring of the means of expressiveness of video was carried out by means of analysis: plots, figurative-pictorial tools and types of their installation. It has been determined that the composition of audiovisual advertising unfolds in the form of a miniature work (short introduction, simple form, period, sentence - code - jingle). It is emphasized that the compositional integrity of television advertising products is created precisely by their audio-sound means of expressiveness that create polyphony of auditory phenomena. The general means of expressiveness are distinguished as follows: visual, acoustic sound and structurally-composite. Among the acoustic are musical, verbal and noise. It is stated that in the television commercial, the visual and plastic structure of the film/ video-clip plays a secondary role as just a background of sound effect, while the content is laid in the sound of musical composition. It is noted that each country has its own advertising style, which is due to the peculiarities of national mentality, history and traditions. It is stated that the Ukrainian TV advertising began to develop actively in the 90th years of XX century. It is emphasized that in Ukraine the advertising industry, including advertising agencies, creative studios, and recording studios work is well developed. Practical experience of the author of the research S. Zari (S. Dubinina) has been used as example which reveals the specifics of the development of advertising work, the formation of creative relationships between customers, advertisers, and creative team during the production process, promotions and contests. Directing of audiovisual television advertising is a new way of development of screen directing, because it requires special properties - the synthesis of classical directing with the specifics of creating an advertising audiovisual mini-product. It's been proven that there are two important steps in the process of creating promotional videos. Voice recording, where the singer and speaker with an individual manner and timbral coloring of voices are the most important and the creation of a phonogram by a sound producer, who must achieve the unity of the timbre-frequency characteristics of the sound of the general phonogram, are the forefront of this creative process. The study does not cover all factors of the development of television audiovisual advertising in the national cultural space of Ukraine. Monitoring of TV-advertising has showed its high artistic and entertainment potential, which is based on both - national artistic traditions and the creative level of contemporary artists, whose activities require further study in the field of development of the theoretical foundations of the artistic-spectacular strategy, the synthesis of the means of expressiveness of audiovisual advertising and its cultural compatibility.

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 ОПВ:

Впровадження результатів дисертації:

Зв'язок з науковими темами:

VI. Відомості про наукового керівника/керівників (консультанта)

VII. Відомості про офіційних опонентів та рецензентів

Офіційні опоненти

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.