MEDIAMUSIC № 4 (2015)

ISSN 2226-6143

МУЗЫКАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ МЕДИА-РЕКЛАМЫ

Автор: Чернышов А. В., доктор искусствоведения, профессор РАЕ, главный редактор ЭНЖ "Медиамузыка", г. Москва, Россия (alex.chernyshov@mediamusic-journal.com).

Аннотация: Рассматриваются музыкально-композиционные принципы коммерческой и политической рекламы, а также саморекламы электронных СМИ (радио, телевидение, Интернет): от элементарных звуковых сигналов, символических функций, эмблем-логотипов и музыкально-звуковых брэндов — до звукорежиссёрских технологий подчёркивания наименования продукта и сложного синтеза музыки с внутрикадровыми движениями и цветосветовой конструкцией. Одновременно исследуется, как музыкальное оформление эфирной рекламы участвует в создании эмоциональной драмы или бравады, достигающих уровня явного или ассоциативного контрапункта музыки с рекламируемым предметом или субъектом и доходящих до выражения культурной политики (имиджа) всего вещательного канала. Затрагиваются жанры информационно-рекламных передач, рекламных фильмов и автономных рекламных роликов производства европейских стран и США.

Ключевые слова: Музыка, оформление, реклама, брэнд, имидж, ролик, джингл, промо, шпигель.

MUSICAL ARRANGEMENT OF MEDIA ADS

Author: Chernyshov A. V., Dr of Arts, Prof. of the Russian Academy of Natural History, Editor in Chief of the ESM Mediamusic, Moscow, Russia (alex.chernyshov@mediamusic-journal.com).

Abstract: The music-compositional principles of commercial and political advertising and also the self-promotion of electronic media (radio, television, Internet) are considered in this mediatext: from the elementary beeps, symbolic functions, emblems/logos and musical brands to the sound engineering technology to underscore the product's name and the complex synthesis between music and intra movements and color-light design of frames. Simultaneously examines, how the musical arrangement of ethereal advertising is involved in creation the emotional drama or bravado which reach the level of explicit or associative counterpoint 'music with the advertised object or subject' and which extend to expression of cultural image of all the broadcast channel. The article explores the works of the next genres like infomercial, teleshopping, film-ad, and autonomous commercials that have been produced in European countries or USA.

Keywords: Music design, advertising, brand, product placement, infomercial, commercial, jingle, promo, Spiegel.

УДК 654.19 + 659.14 + 78.05

Библиографическая ссылка:

Чернышов А. В. Музыкальное оформление медиа-рекламы // ЭНЖ "Медиамузыка". № 4 (2015). URL: http://mediamusic-journal.com/Issues/4_1.html