

the way of a person to the divine beginning and to the understanding of himself.

Also there is a trend called Colonial style. It was founded by American colonists. Garden with plants in wooden tubs, intricate cutting of plants accords to rather formal regular style, but everything is done deliberately carelessly, as if at random. This trend reflects an effortless lifestyle. Therefore, Sunny verandas, pergolas with flowering vines dominate here.

Nowadays people rarely follow one particular style. Society is changing by globalization. Cultures and traditions affect each other. People collect knowledge about the world from all corners of the earth and it influences and changes our understanding of nature. New design trends appeared in the last century because it has become popular to make original compositions of elements of different garden styles.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Ожегов, С.С. История ландшафтной архитектуры: Краткий очерк. – М.: Стройиздат, 1993. – 240 с.

2. Макознак, Н.А. История и теория ландшафтного искусства: учеб.-метод. пособие.– Минск: БГТУ, 2014. – 68 с.

3. Fraser, E.D., W. Andrew Kenney. Cultural background and landscape history as factors affecting perceptions of the urban forest/Journal of Arboriculture. –26 (2), 2000.– 106 p.

УДК 659.1(091)

Студ. Н. С. Кондратенко

Науч. рук. преп. Ю. И. Тамкович (кафедра межкультурных коммуникаций и технического перевода, БГТУ)

#### **L'HISTOIRE DE LA PUBLICITE VIDEO**

Il est difficile d'imaginer la vie de l'homme moderne sans publicité. Le contenu et le caractère de la publicité changent avec le temps et la vie. Les facteurs principales de développement publicité sont:

- les demandes de la production et de la commerce;
- la forme du gouvernement;
- les buts de confessions religieux;
- les buts de politiciens et de citoyens.

La publicité vidéo compose la partie essentiel de la publicité. La publicité vidéo c'est une type de la publicité qui se crée par équipement vidéo. La publicité vidéo basée sur la demonstration d'images visuelles. Ce

type de la publicité le plus cher et encore le plus efficace car l'impact sur le public est diversifié: il y a l'images visuelles et le son.

En fonction de canal de diffusion on distingue:

- la publicité vidéo à la télévision;
- la publicité vidéo sur Internet;
- la publicité vidéo de lieu de vente;
- la publicité vidéo d'espace public.

La développement de la publicité vidéo a commencé avec la diffusion de la première vidéo en 1939. Il y avait des images qui changeaient avec la voix du commentateur dans cette vidéo. Les spectateurs l'ont bien perçu. Ensuite, un producteur de la montre Bulova Watch Co a mis le vidéo à 10 secondes avec une voix off. En général dans l'histoire de la publicité vidéo à la television on peut distinguer 3 styles:

- japonais
- américain
- soviétique

Le style japonais. La publicité vidéo à la television du Japon concentre au impact rapide et émotionnel sur les spectateurs. Dans les vidéos on utilise les mots et phrases courts, les chanteuses et artistes populaires. La publicité japonaise a un lien avec un ancien genre de poésie japonaise – haiku.

Le style américain. La publicité vidéo à la television d'États-Unis d'Amérique se basait sur l'explications détaillées de nécessité pour faire l'achat. On expliquait les avantages et l'importance de l'achat. Les caractéristiques distinctives sont: le pragmatisme, le style d'affaires, la clarté.

Le style soviétique. La publicité vidéo à la television de l'Union des républiques socialistes soviétiques s'appuyait sur la participation des acteurs célèbres. On utilise les émotions positives, humour. En général publicité vidéo à la television de l'Union expérimentale, elle créait sans l'agences de publicité spécialisées. Cela faisaient les scénaristes, les réalisateurs, les opérateurs.

A présent les frontières entre les styles sont plus floues comme autrefois. Chaque auteur emprunte et ajoute les styles. Cela permet de créer la publicité variée et intéressante. La création publicitaire est un travail créatif difficile. Il faut connaître la psychologie et le cinématographe. La publicité est le moteur du commerce. Grâce à publicité nous apprenons les nouveaux biens et services. La publicité exige bon sens, bon goût et sens des proportions.