

---

УДК 082

ББК 94

Z 40

Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Druk i oprawa: Sp. z o.o. «Diamond trading tour»

Adres wydawcy i redakcji: Warszawa, ul. Wyszogrodzka, 16  
e-mail: info@conferenc.pl

Cena (zł.): bezpłatnie

**Zbiór raportów naukowych.**

Z 40 Zbiór raportów naukowych. „Wpływ badań naukowych. (28.04.2013 - 30.04.2013 ) - Bydgoszcz: Wydawca: Sp. z o.o. «Diamond trading tour», 2013. - 140 str.  
**ISBN: 978-83-63620-99-8 (t.10)**

Zbiór raportów naukowych. Wykonane na materiałach Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej Konferencji 28.04.2013 - 30.04.2013 roku. Bydgoszcz.  
Część 10.

**УДК 082**

**ББК 94**

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Powielanie i kopiowanie materiałów bez zgody autora zakazany.

Wszelkie prawa do materiałów konferencji należą do ich autorów.

Pisownia oryginalna jest zachowana.

Wszelkie prawa do materiałów w formie elektronicznej opublikowanych w zbiorach należą Sp. z o.o. «Diamond trading tour».

Obowiązkowa odniesienia do zbioru.

ISBN: 978-83-63620-99-8 (t.10)

"Diamond trading tour" ©

SEKCIJA 7. JOURNALISM.( ЖУРНАЛИСТИКА)

1. Одінцова М. І. ....	6
БУКВАР БОРИСА ГРІНЧЕНКА «НАСТИНА ЧИТАНКА» : ЕТНОПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ	
2. Chornodon M.I. ....	9
THE THEORETICAL BASIS OF THE STUDY OF GENDER FACTOR IN MODERN JOURNALISM	
3. Химич С.М. ....	12
СТЕРЕОТИПНЫЕ ФОРМУЛЫ В ТЕКСТАХ СМИ	
4. Жусупова А.М. ....	14
МЕДИАИССЛЕДОВАНИЯ КАК СПОСОБ ОЦЕНКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ	
5. Кунгурова О.Г. ....	20
ОБРАЗ КАЗАХСТАНА В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ СМИ: К ВОПРОСУ ОБ ИНТОЛЕРАНТНОСТИ	
6. Tarnavska Iryna.....	22
A SECURE EUROPE IN A BETTER WORLD: EUROPEAN MEDIA VISION OF THE STRATEGY	

SEKCIJA 8. ART (ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ)

7. Булка С. Л., Кузнецова І.О. ....	25
ДО ПИТАННЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ДИЗАЙНУ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА ТРАНСПОРТІ	
8. Мурсалимова Г.А. ....	32
ДЕТСКИЕ ОБРАЗЫ В ФИЛЬМАХ «КАЗАХСКОЙ НОВОЙ ВОЛНЫ»	
9. Данильченко М. А. ....	36
ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ТЕМБРАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЗВУЧАНИЯ МУЗЫКАЛЬНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ С АКУСТИКОЙ ЗАЛОВ	
10. Рідна Ю. О. ....	38
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ УЧНІВ НА УРОКАХ МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА	
11. Кочеков В. Ф. ....	40
ТРИО ГИТАРИСТОВ УРАЛА – ЦЕНТР, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ СТРАТЕГИЮ РАЗВИТИЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО ИСПОЛНИТЕЛЬСТВА НА КЛАССИЧЕСКОЙ ШЕСТИСТРУННОЙ ГИТАРЕ В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ	



Булка С. Л.

Київський національний університет будівництва і архітектури

Кузнецова І.О.

Національний авіаційний університет

## ДО ПИТАННЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ДИЗАЙНУ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ НА ТРАНСПОРТІ

**Анотація.** Проаналізована реклама в просторовому середовищі міста. Приведені приклади соціальної реклами на транспорті в містах України, Росії, Європи. Визначена найбільш впливова соціальна транспортна реклама - шокова. У статті видані рекомендації оптимізації щодо її дизайн - проектування.

**Ключові слова:** соціальна реклама, шокова реклама, транспорт, композиція, дизайн – проектування.

**Постановка проблеми.** Зовнішня реклама - один з найпоширеніших, на сьогоднішній день, видів реклами. Вона лишає не байдужим суспільство та охоплює різні цільові аудиторії; звернена до величезних рухомих потоків людей – це водії і пасажери суспільного і легкового транспорту, пішоходи, це приватні особи і представники ділового світу. Людина від народження до повноліття у сучасному світі бачить незліченну кількість транспортної реклами. Але не значний відсоток побаченої реклами є корисним для споживача, що перебуває у процесі формування своєї індивідуальної, життєвої, соціальної та громадської позиції. З позиції не лише інформування, а й формування поглядів, найкориснішою є соціальна реклама. Не вся реклама, яку бачать українці, є соціальною. Соціальна реклама — це молодий напрям у сфері суспільних комунікацій в просторовому середовищі. Вона почала розвиватися в Україні не так давно й досі не набрала необхідних обертів.

Все більша кількість людей схиляється до думки, що соціальна реклама є вкрай потрібною. Палити, непомірно вживати алкоголь, отримувати задоволення через споживання наркотиків, смітити в неналежних місцях, робити вчинки, що суперечать моральним нормам поведінки у суспільстві, стає вже немодним. Люди скупчили за здоровим способом життя, безкорисливим спілкуванням одне з одним;

ім набридло жити в засміченому місті тощо. Тому вивчення цієї теми є надзвичайно актуальним та необхідним для сучасної системи засобів масових комунікацій (ЗМК) на бортах будь якого транспорту, що пересувається вулицями міста. Це й зумовлює актуальність теми дослідження.

**Аналіз попередніх досліджень та публікацій.** Дослідженню сфери реклами присвячена досить значна кількість праць вітчизняних і зарубіжних авторів. Зокрема, проблемам складових елементів рекламної діяльності приділяють увагу у своїх працях Дж. Бернетт, Ф. Котлер, С. Моріарті, У. Уеллс [12]. Щодо вітчизняних авторів, то ці питання досліджували О. С. Братко [1], Т.І. Лук'янець [8], Є. В. Ромат [14] та інші.

У Україні про соціальну рекламу багато заговорили з появою в 1994 -1995 р.р. на телеканалах проекту «Зателефонуйте батькам». Пізніше стало відомо, що творцем його стала Реклама Рада, організована в м. Москва за ініціативою рекламної фірми «Доміно». Одним із найактивніших пропагандистів соціальної реклами став І. Буренков, який вважає, що у всьому світі соціальна реклама – важлива складова світогляду та морального здоров'я суспільства. Разом з Бренковим соціальну рекламу в нашій країні активно пропагує Т. Астахова. У статті «Хороші ідеї в Америці рекламують» вона виклала історію розвитку соціальної реклами в США і принципи роботи Американської Ради з реклами [13].

Також поняття соціальної реклами розкрито у роботах Н. Н. Грибок, А. В. Ковальової та ін. Г. Г. Ніколашвілі визначає соціальну рекламу як вид комунікації, орієнтований на підвищення уваги до актуальних проблем суспільства та до його моральних цінностей. Е. В. Степанов подає наступне визначення: соціальна реклама - це сучасний спосіб поширення суспільно значимого, важливого або корисного знання, що здійснюється методами реклами в інтересах суспільства. Грибок зауважує, що соціальна реклама закликає до рішення соціальних проблем. Вона спонукає не до купівлі, а до вчинків [11].

**Мета:** завдяки аналізу соціальної реклами на транспорті визначити найбільш впливовішу соціальну транспортну рекламу і дати рекомендації по оптимізації її зовнішнього вигляду.

**Основна частина.** Реклама на транспорті складається з елементів, розташованих на корпусах та в салонах транспортних засобів (які є рухомими об'єктами). Транспортний засіб, на якому розміщується зовнішня реклама, може бути яким завгодно, хоч це буде підземний, наземний, водяний чи повітряний транспорт. На рис. 1 зображено класифікацію транспортної реклами.



Рис. 1 – Класифікація зовнішньої реклами на транспорті

Мета розміщення реклами на транспорті - потрапляти як умова частіше на очі різним цільовим аудиторіям та своїм оформленням впливати на глядача. Так, наприклад, реклама прохолодних напоїв виглядає дуже привабливо на бортах прогулянкових катерів чи теплоходів, а реклама предметів домашнього побуту хороша на автобусах, трамваях або тролейбусах, маршрути які проходять по «спальних» районах міста. Але реклама, яка найбільше приносить користі у формуванні поглядів, є соціальна реклама. Соціальна реклама - це інформація некомерційного змісту про загальнолюдські духовні, моральні, етичні, естетичні, громадські, родинні та національні цінності, добрі традиції, бережливе ставлення до природи і довкілля, здоровий спосіб життя, екологічну безпеку тощо, яка створюється і поширюється у будь-якому виді та формі й спрямована на досягнення суспільно-благородних цілей. При створенні або оцінці соціальної реклами необхідно зважати на регіон, на який вона направлена, конкретний історичний момент і цільову аудиторію.

Термін «соціальна реклама» не український, це дослівний переклад загальносвітового поняття «public advertising». В світовій практиці він об'єднує два різні поняття: «некомерційна реклама» і «суспільна реклама». Лише Україна, Росія та ще деякі країни СНД оперують об'єднаним терміном, не розчленовуючи його на складники. При такому підході важко виокремити саме соціальну рекламу серед видів і підвидів комерційної та політичної реклами. Соціальна реклама не повинна містити посилянь на конкретний товар та його виробника, на рекламодавця, на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами. Тобто вона не мусить містити ніякого натяку на комерційну вигоду від неї.

Одними із найактуальніших проблем цього часу лишаються теми: СНІДу, наркоманії, алкоголізму, тютюнопаління, охорони навколишнього середовища, корупції в державних органах влади, туберкульозу, бездуховності суспільства, покинуті діти, низький рівень життя населення, насильства над дітьми,

# Wptyw badań naukowych

безпритульності, відсутності національної об'єднаної ідеї, взаємини батьків і дітей, самотність літніх громадян, злочинність, не своєчасна оплата комунальних послуг, проституція, не своєчасна сплата податків, благоустрій населених пунктів, ранні, безладні статеві зв'язки, масові виїзди українців за кордон, безпека дорожнього руху та неукомплектованістю лікарень. Цю низьку проблем можна перелічувати до нескінченності.

На транспортних засобах найпопулярніше розміщувати соціальну рекламу на тему безпеки дорожнього руху, не забувати про порядність на дорозі, одним із актуальних тем є алкоголь за кермом, як показано на рис.2. До соціальної реклами на транспортні відносяться і привітання зі святами.

		
<p>Напис: «Захист миру- справа всіх народів світу» 1950 рік</p>	<p>Площа Перемоги, соціальна реклама на транспорті (1970 р.) Україна</p>	<p>Львівський трамвай прославляє УПА</p>
		
<p>День перемоги. Вираження слів подяки</p>	<p>Проти приймання спиртного за кермом</p>	<p>На тему правил дорожнього руху</p>
<p>Росія</p>		
		
<p>Реклама проти рабства</p>	<p>На тему безпеки дорожнього руху «Перед переходом дороги дивись в обидві сторони»</p>	<p>Реклама проти викидання сміття в громадському транспорті</p>
<p>Європа</p>		

Рис. 2 – Приклади соціальної транспортної реклами на вулицях міст України, Росії,

Європи

Наприклад, у Санкт-Петербурзі на честь Дня Перемоги значна кількість наземного транспорту (маршрутні автобуси, трамваї та тролейбуси) були оформлені привітальними зверненнями. Ці оформлення транспорту виконували функції як і соціальної реклами, так і були як прикраса просторового середовища міста.

Соціальна реклама на борті транспорту (маршрутних автобусах) з'являється після воєнних років 1950-х у вигляді плакату на лобовій частині транспортного засобу з надписом: «Захист миру - справа всіх народів світу». Вже пізніше в 70-х роках на проспекті Перемоги м. Києва з'являється трамвай з більш стилізованою рекламою.

В сучасності соціальної реклами на міських вулицях мало. А ще менше розміщують соціальну рекламу на бортах транспорту. Хоча це було б ефективно, так як, більша частина населення, що проживає в місті, частіше бачила такі звернення, ніж на стаціонарних плакатах. Спектр тем соціальної реклами на транспорті не відрізняється від стаціонарної соціальної реклами, але замовники віддають перевагу заповнювати борти транспорту комерційною та політичною рекламою.

Окрім проблеми з інформаційним простором, необхідним для поширення соціальної реклами, актуальним залишається її фінансування. Основними замовниками такої реклами є громадські та державні організації, які повинні використовувати свої бюджетні ресурси для її створення. Хоча реклама на транспорті вважається одним із найдешевших видів реклами порівняно з медіа та радіо рекламою, але для неї виділена не значна кількість місця на бортах громадського транспорту.

В Україні лише в редакції Закону України «Про рекламу» від 2003р. вперше з'явилося поняття «соціальна реклама» в юридичній площині. До цього використовували - «соціальна рекламна інформація». Тим часом у Великобританії питання соціальної реклами не регулюються законодавством, її замовляє і фінансує з держбюджету уряд. При цьому влада не намагається примусити ЗМІ розміщувати соціальну рекламу безоплатно. У США головним координатором сфери соціальної реклами виступає незалежна громадська організація «Рекламна рада». Ця структура координує роботу рекламних агентств, які беруть участь у виробництві реклами, та рекламодавців, які здійснюють її фінансування. Дещо особіно стоїть система Німеччини. В цій країні найбільш чітко вибудовано систему взаємодії всіх зацікавлених у виробництві й розміщенні соціальної реклами сторін. Значна частка коштів, що надано на суспільні потреби, йде на соціальну рекламу.

У популяризації соціальної реклами найкраще робити ставку на комплексну рекламу, об'єднану сюжетним задумом, героями, звуковим оформленням і кольоровою гамою. При такому підході реклама швидко упізнається і відповідно досягає більшого ефекту. Щоб привернути увагу громадськості, соціальна реклама на транспорті повинна бути не лише мистецькою, яскравою й нестандартною, а й мати креативну особливість. Креатив соціальної реклами повинен мати чотири спрямування: пряма заборона; не пряма заборона; зміна сумнівного задоволення на альтернативне; шок.

Отже, особливу увагу потрібно приділити шоковій рекламі. Саме вона виконує роль емоційного стопера: вона зупиняє, приголомшує, привертає увагу, викликає суперечливі думки, спонукає замислитися, провокує до обговорення, запам'ятовується. Така реклама не повинна подобатися - у ній задіяно чинник

негативу, який має показати наслідки виконання певних дій. Оскільки за даними численних досліджень людина запам'ятовує негативну інформацію на 7 % краще від позитивної.

Хоча й попит на соціальну рекламу та користь від неї значні в Україні, на жаль, їй належить незначна частка інформаційного простору. Однією з причин, які сповільнюють розвиток соціальної реклами, є недосконалість українського законодавства та непродуманість шляхів фінансування цієї сфери, а також неврегульований механізм дотацій недержавним організаціям, які фінансують соціальну рекламу. Загалом, соціальна реклама сама по собі – важливий елемент життя суспільства. Більш ефективнішого результату для досягнення цілей і донесення суспільству правильних шляхів вирішення проблем за допомогою коректних звернень за допомогою соціальної реклами набуває саме соціальна реклама на транспорті.

**Висновки.** Аналіз соціальної реклами на транспорті показав, що найбільш впливовіша соціальна транспортна реклама – шокова. Рекомендації по її дизайну – проектуванню: з погляду елементів композиції найбільшої значущості набувають похилі лінії, різкість силуетних плям, контрастність в колірній подачі. При використанні LED- технологій дія світла динамічна і лише на зупинках транспорту. Елемент композиції «час» набуває особливе значення. Інші елементи композиції, такі як текстура, фактура - набувають другорядного значення. Цілісність, балансування, пропорційність, міра залишаються важливими при дизайні - проектуванні будь-якого виду реклами на транспорті.

**Подальші напрямки дослідження.** Необхідно в подальшому вивчити проблему створення реклами на транспорті, особливостей її дизайну - проектування і дати рекомендації щодо оптимізації технології її створення.

### Список використаної літератури:

1. Братко О. Маркетингова політика комунікацій / О. Братко. -Тернопіль: Картбланш, 2006. – 275 с.
2. Денисенко Л. Реклама у нашому житті / Л. Денисенко. Науковий світ. – 2008. – №11.- С.28-32.
3. Закон України «Про рекламу». – <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Закусило М. Про що говорить і мовчить соціальна реклама / М. Закусило. Телекритика, – 2005.– № 12. – С. 4748.
5. Ковалева А. Эффективность социальной рекламы: опыт измерения / А. Ковалева. Муниципальный мир.- 2005. -№2.
6. Соціальна реклама – інструмент впливу на масову свідомість та стиль життя у суспільстві. Теорія і практика соціальної реклами в Україні: тези доповідей наукової конференції / наук. ред. Колядюк Р. – Київ: 2004. – С. 4445.
7. Лисиця Н. Реклама в сучасному суспільстві / Н. Лисиця. – Х.: Основа, 1999. – 271с.
8. Лук'янець Т. Маркетингова політика комунікацій / Т. Лук'янець. – К.: КНЕУ, 2000.- 380 с.
9. Николайшвили Г. Г. Социальная реклама –
10. <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=4089152>
11. Обрицько Б. Реклама і рекламна діяльність / Б. Обрицько. – К.: МАУП, 2002. – 240 с.



12. Скляренко Н. В. Соціальна реклама у контексті дизайну / Н. В. Скляренко, О. В. Романюк – Луцьк: ЛНТУ, 2012. - 232 с.
13. Уеллс У. Реклама: принципи і практика / пер. з англ. / У. Уеллс, С. Моріарті, Д. Бернетт – СПб.: П, 2008. – 736 с.
14. Поняття соціальної реклами. Історія виникнення - <http://marketing-helping.com/nformaczuja-pro-marketing/82-ponyattya-soczalno-reklami-storya-viniknennya.html>.
15. Пресс-конференция на тему “Концепция наружной рекламы в Киеве: первые результаты” - <http://www.outdoor.org.ua/>

**Аннотация.** Кузнецова И. А., Булка С. Л. **К вопросу оптимизации дизайна социальной рекламы на транспорте.** Проанализирована реклама в пространственной среде города. Приведены примеры социальной рекламы на транспорте в городах Украины, России, Европы. Определена наиболее влиятельная социальная транспортная реклама - шоковая. В статье выданы рекомендации оптимизации относительно ее дизайн - проектирования.

**Ключевые слова:** социальная реклама, шоковая реклама, транспорт, композиция, дизайн - проектирование

**SUMMARY.** Kuznetsova I.O., Bulka S.L. **To a question of design social advertising on transport optimization.** Advertising in the spatial environment of city is analysed. Examples of social advertising on transport in cities of Ukraine, Russia, Europe are resulted. The most influential social transport advertising - shock is determined. Recommendations of optimization concerning its designing are given.

**Key words:** social advertising, shock advertising, transport, a composition, designing.

**Мурсалимова Гულიна Амангельдиновна**

кандидат искусствоведения,  
доцент КазНАИ им. Т.Жургенова  
(г. Алматы, Казахстан)

### **ДЕТСКИЕ ОБРАЗЫ В ФИЛЬМАХ «КАЗАХСКОЙ НОВОЙ ВОЛНЫ»**

В конце 1980-х годов в казахском кинематографе группа молодых режиссеров, дебютировав в игровом кино своими полнометражными фильмами, определило художественное течение, вошедшее в историю под названием «казахская новая волна». Фильмы представителей «казахской новой волны» - «Игла» (1988, реж. Р. Нугманов), «Конечная остановка» (1989, реж. С. Апрымов), «Кайрат» (1991, реж. Д. Омирбаев), «Разлучница» (1991, реж. А. Каракулов) отличались совершенно новой стилистикой игрового кино и индивидуальными художественными принципами. Последующие кинофильмы вышеназванных режиссеров были посвящены детям и подросткам. В кинокартинах «Кардиограмма» (1995) Д. Омирбаева, «Последние каникулы» (1996) А. Каракулова, «Три брата» (2000) С. Апрымова детские образы кардинально трансформируются.

В этих авторских фильмах режиссеры посредством стилистики киноязыка подвергают критике советское общество, в котором жили они сами и живут их экранные герои – дети и подростки. Эти фильмы не находят дорогу к своему зрителю из-за того, что в них глубокие авторские, философские взгляды, внутренние чувства передаются через внешнее поведение героев. В этих кинокартинах дети и подростки живут вне общества, школы и семьи, они одиноки, порой из-за безысходности они употребляют наркотики и идут на преступления. С одной стороны можно сказать что, это истории о трудных подростках. В советское время все эти социальные проблемы имели место, но из-за цензуры не были должным образом отражены в кино. Тенденция отображения социальных проблем в игровом кино через образы детей и подростков четко проявилась в первое десятилетие независимости. В вышеназванных фильмах нарратив и отображение времени резко критиковали собой недалёковидную советскую идеологию, а рефлексии киногероев проецировали на экране реальное социальное время того «перестроечного» периода. В этом заключено главное отличие казахского авторского кино. Последующие темы фильмов вышеназванных режиссеров были также про подростков, однако их художественная идея, форма, стиль были другими. Киновед, профессор Бауыржан Ногербек в своей монографии исследует данные фильмы, а также творчество других режиссеров в качестве примера антитоталитарного фильма и отмечает: «Многие кинематографисты постсоветского кино, в том числе авторы «казахской новой волны» полагают, что они снимали и снимают «другое кино». В этом утверждении есть известная доля истины. Практика кинопроцесса казахского кино 1990-х годов показывает, что молодые режиссеры, в первую очередь, намеренно отказались от модели советского тоталитарного фильма, стали сознательно разрушать экранные мифы, кинематографические штампы и байки о советской действительности и в определенном смысле пытались утвердить в

кино нового антитоталитарного кино». [1, С. 281]

Отображение кризиса советской ментальности стало явлением не только «казахской новой волны», но и всего советского кинематографа той эпохи. Эта тенденция начала проявляться в кинокартинах стран Центральной Азии. Отметим, что этот процесс затронул в равной степени и детское кино. Казахстанский киновед Гульнара Абикеева подробно рассматривает эту проблему в своей многографии [2]. Мы остановимся на некоторых мыслях автора касательно детского кино. Г. Абикеева пишет: «Герой этот абсолютно укоренен в национальных традициях. Это мальчишка из фильма «Селкинчек» (1993) реж. Актана Абдыкалыкова, юный аккордеонист из фильма «Жизнеописание юного аккордеониста» (1995) реж. С. Нарымбетова, мальчишки Георг и Оразка из фильма «Ангелочек, сделай радость» (1992) реж. У. Сапарова, подросток из фильма «Кардиограмма» (1995) реж. Д. Омирбаева и внук Степаныча из картины «Шанхай» (1996) реж. А. Баранова. Героями первых лет эпохи независимости стали вновь дети, как символ рождения новых наций и становления государственности [2, С. 146].

Кинофильм «Кардиограмма» (1995, оператор Б. Трошев, художник С. Курманбеков) также посвящен детской тематике. Новые художественные принципы нашли свое четкое отражение в фильмах Д. Омирбаева. Этот режиссер отличается своим стилем от всех режиссеров «казахской новой волны» и других режиссеров казахского кино. В фильме «Кардиограмма» (1995, автор сценария и режиссер Д. Омирбаев) появляется новое пространство мальчика по имени Жасулан, который уезжает в даль от родных мест и матери. С момента посадки в автобус, у мальчика начинается новая жизнь, так словно он снова родился на свет.

Вся атмосфера фильма построена на реальном отображении социума. Через взгляд главного героя фильма Жасулана показано восприятие окружающих его людей. Посредством восприятия героем окружающих его людей и определенных предметов, того, какими красками он их видит, характеризуется психология современного общества и кинематографа, который все больше стремится копировать на экран не адекватное поведение подростков и детей. Режиссер производит «Кардиограмму» Жасулану в санатории и всем другим «Жасуланам» и ставит большой вопросительный знак в финале фильма. Жасулан словно воришка, тайком прячется в багажном отсеке автомашины, приехавшей в санаторий. Двери автомобиля закрываются и экран покрывает темнота. Это сцена ярко говорит о том, что внутренний мир Жасулана уже не может вернуться туда, откуда он пришел. Он не вычеркивает из сознания увиденное и прожитое, наоборот, он обретает бесценный опыт на всю жизнь. Возможно, он вернется к своим родным и будет радоваться встречи с ними, или же он станет яркой личностью в будущем. Однако будущее Жасулана – неизвестно.

Главные герои фильма Амира Каракулова «Последник каникулы» (1996, авторы сценария А. Гордеева, А. Каракулов) – три городских подростка, которые учатся в одной школе. Они не проявляют интереса к учебе, их больше привлекают некоторые аспекты взрослой жизни, к которой они охотно стремятся. Они ведут праздный образ жизни, вместе с взрослыми употребляют наркотики. В один прекрасный день три друга решают заняться музыкой. Кража из бара музыкальных инструментов и спиртных напитков усиливает драматургический накал события. В нюансах характера трех друзей можно обнаружить сходства с некоторым

контингентом подростков школьного возраста. В фильме герой по имени Володя погибает от избиения милиции. Жажда мести друзей к отчему Володи за его смерть, приводит в итоге к убийству. Режиссер пытается оправдать своих героев, потому что они всего лишь подростки, не успевшие еще повзрослеть. К таким эпизодам можно отнести эпизод с крестиком, выпавшим с шеи незнакомый девушки, который затем оказывается в руках умершего Володи. Тем самым подросток пытается, как бы искупить грехи за свои совершенные ошибки в этой короткой жизни. Герой по имени Женя, не желает сдавать своих друзей и берет всю вину на себя, и в финале фильма идет с повинной в милицию по собственному желанию. Но он все-таки убегает в момент ареста. Это говорит не о том, что он боится брать ответственность на себя, но о том, что он бессильный подросток. Третий герой по имени Еркин, остается на свободе, но «сможет ли он влиться в новый учебный год?» – вот в чем вопрос.

Все вышеизложенное говорит в пользу того, что, по большому счету, они не являются трудными подростками. Вина в том, что они идут на преступление – взрослые, общество. Это своего рода послание взрослым о молодых людях переходящих из подросткового периода во взрослую жизнь. Бауыржан Ногербек в своей монографии пишет следующее: «В фильме А. Каракулова «Последние каникулы» школьные годы советских подростков показываются в откровенно негативном аспекте: двуличность родителей, педагогов, а документальные кадры праздничной демонстрации советских граждан, предваряющие начало фильма, как бы оттеняют, контрастно подчеркивают несоответствие провозглашенных партийных лозунгов реальной действительности советской школы, где царит ложь, наркомания, преступность». [1, с. 300-301].

В фильме «Три брата» (2000, автор сценария и режиссер С. Апрымов) повествуется история об аульных детях и подростках во время каникул, т.е. вне школьного периода. Они собираются вместе и решают пойти до конца в достижении своей цели. Старец аула Кляйн рассказывает им историю про поезд, идущий в сказочную страну. Но на самом деле, этот поезд является учебной мишенью для советских ракет. Из этого фильма мы узнаем о том, что мечты и фантазии детей порой приводят к несчастным случаям. Б. Ногербек отмечает: «В фильме «Три брата» за внешней сказачностью экранной «истории-были», которую рассказывает-вспоминает герой-персонаж – военный летчик (его лица и его самого взрослого мы не видим, только выясняем по ходу развития сюжета, что рассказчик, возможно, тот самый маленький мальчик, который случайно не попал в тот самый злополучный поезд-мишень), речь идет трагических временах советского тоталитарного режима, когда мирные жители невольно становились заложниками государственной военной машины. Дети, мечтающие попасть на сказочное озеро и ставшие мишенью советских военных истребителей – яркая образная метафора советского образа жизни». [1, С. 288].

Детей и подростков интересуют фильмы на современные темы, которые им очень близки, полны чувства радости и грусти. Эти фильмы должны быть построены на интересных историях из жизни детей и подростков. Поэтому наблюдается востребованность кинокартин о жизни самих детей и подростков, которые призваны воспитать в них такие необходимые в сегодняшнем обществе качества как доброта, дружба, патриотизм, гуманизм. Однако проблема все еще не находит своего решения.

Таким образом, в фильмах о детях и подростках, снятых в 1990-е годы, через образы никому не нужных детей и подростков, через их сложные судьбы отображается сама суть общества, которое стало жертвой советской идеологии.

### **Список использованной литературы.**

1. Ногербек Б.Р. Экранно-фольклорные традиции в казахском игровом кино. – Алматы: RUAN, 2008. – 376 с.
2. Абикеева Г. О. Нациостроительство в Казахстане и других странах Центральной Азии, и как этот процесс отражается в кинематографе. – Алматы: ОФ «Центр Центрально-азиатской кинематографии», 2006. – 308 с.

Данильченко М. А.

магистр кафедры акустики и акустоэлектроники

Факультета электроники

Национального технического университета Украины

Киевского политехнического института

## ИССЛЕДОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ТЕМБРАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЗВУЧАНИЯ МУЗЫКАЛЬНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ С АКУСТИКОЙ ЗАЛОВ

Целью данной темы является исследование изменения тембральных характеристик звучания музыкальных инструментов в зависимости от акустических свойств залов.

Тема исследования обусловлена тем, что качество звучания музыкального инструмента зависит не только от его параметров, но и от акустики зала [2, с. 127]. Влияние акустических характеристик зала особенно существенно отражается на звучании струнных инструментов, у которых звук не прерывается мгновенно, а продолжается за счет медленного затухания колебаний струн и корпуса музыкального инструмента [1, с. 498]. Выполняя исследования в акустических залах, мы должны учитывать его архитектурные параметры: однородность (диффузность) звукового поля, оптимальное и стационарное время реверберации и их частотную характеристику, от которой зависит тембр выходного сигнала [2, с. 234].

Гитара и скрипка выбраны как наиболее простые по способу возбуждения инструменты, а духовой инструмент - для сравнения звучания и продолжительности звука в выбранном помещении. В работе проанализированы особенности звуковозбуждения гитары и скрипки в зависимости от способа и места ее возбуждения, а также рассмотрена игра на духовом инструменте, способ достижения чистого тембрального звучания инструмента, четко определенной атаки, интонационной чистоты и четкости [4, с. 104].

Анализ результатов заключается в сравнении спектральных и временных характеристик музыкальных инструментов, звучащих возле исполнителя и в разных частях зала.

В ходе выполнения работы записывались музыкальные звуки, взятые на гитаре, скрипке и саксофоне, которые представляют собой звучание ноты «до» и интервала «терция» в пределах нескольких октав. Запись звуковых сигналов проводилась возле музыкального инструмента и в дальнем конце зала ненаправленным конденсаторным микрофоном “Behringer ECH 8000”. Обработка записанных музыкальных сигналов с помощью быстрого преобразования Фурье в среде MatLab, позволила получить спектры соответствующих сигналов, в том числе и трехмерный спектр (уровень, частота и время), а также частотные зависимости звуковых сигналов и их гармоник.

Следовательно, выполненный в работе анализ объективных характеристик звука музыкальных инструментов, позволяет ответить как изменяются основные параметры звучания (тембральные и временные) при распространении звука в залах

и сформулировать основные рекомендации для исполнителей в зависимости от акустики залов [5].

Исполнителю следует также учитывать, что акустические дефекты планирования зала вносят изменения во время реверберации, ожидаемое на основе размеров помещения: криволинейная форма в плане и куполообразный потолок снижают «озвучение» партера реверберационным звуком; глубокие или многоярусные балконы, ниши, открытая оркестровая яма, отделено сценическое пространство и так далее также снижают время реверберации; а высокий потолок, особенно в форме сводов, или значительное преобладание одного размера помещения над другим, напротив, повышает время реверберации и, даже, может привести к образованию эхо [2, с. 256].

В залах с большим временем реверберации для улучшения характеристик звучания музыку следует выполнять более выразительно, поскольку зал добавляет лишней звонкости. Темп должен быть не слишком скорым, например, *allegro*. Не рекомендуется слишком громкая игра в нижних и верхних регистрах, а также слишком тихая игра в верхних регистрах [3, с. 296].

В залах с малым временем реверберации звук может быть слишком сухим и глухим, потому не рекомендуется выполнение в очень медленном темпе. Игра на фортиссимо в малом помещении через малое затухание звука может казаться грубой, а также способствовать впечатлению снижения высоты низких звуков и повышения высоких. Не рекомендуется игра на пианиссимо в дискантных регистрах, поскольку через уменьшение времени реверберации они могут быть не слышны [3, с.309].

### **Литература:**

1. Алдошина И.А., Приттс Р. Музыкальная акустика. – С.-П.: Композитор, 2006.-719с.
2. Луньова С.А., Дідковський В.С. Основи архітектурної та фізіологічної акустики.-К.: Постприм, 2001.-420 с.
3. Кнудсен В. Архитектурная акустика. – М.: Стройиздат, 2006.-398с.
4. Кузнецов Л.А. Акустика музыкальных инструментов: Справ.-М.: Легпромбытиздат, 1989.-368 с.
5. Beranek L. Music, Acoustic and Architecture. – N.Y.: Wiley&Sons, 1996.

## ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ УЧНІВ НА УРОКАХ МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА

Педагогічна оцінка стимулює розвиток самостійності, дисциплінованості, відповідальності, формує і самосвідомість школяра, на основі якої створюється адекватна самооцінка, критичне ставлення до своїх досягнень і досягнень однокласників, що сприяє формуванню таких якостей, як правдивість, чесність, працелюбство.

Гуманне ставлення до дітей немислиме без застосування всебічної і багатофункціональної педагогічної оцінки. Гуманізація навчально-виховного процесу, зокрема на уроках музики, неможлива без заміни формальної педагогічної оцінки особистісно зорієнтованою.

Протягом не одного десятка років дослідники з цієї проблеми торкалися таких аспектів, як:

- розвиток в учнів рефлексивної контрольної-оцінної діяльності, самооцінки (Н. Гусарьова, Г. Захарова, Г. Катрич, Л. Ліщинська, Г. Липкіна, Т.С.Токарська);
- оцінювання як фактор підвищення навчально-пізнавальної активності учнів (Г. Веретенникова, В. Кузьмін, І. Ломакіна);
- навчання оцінним висловленням (Л. Діменштейн, Л. Наврузова);
- розвиток контрольної-оцінних умінь учнів, їх діяльній взаємооцінці (І. Баженова, О. Леонтьєва).

Оцінка – це процес, діяльність або дія з оцінювання; відмітка – результат цього процесу.

Функції оцінювання: контролююча, навчальна, діагностико-керуюча, стимулюючо-мотиваційна, розвивальна, виховна.

Критеріїв оцінювання навчальних досягнень:

- 1.Індивідуальний характер оцінювання.
- 2.Гласність оцінювання.
3. Всебічність оцінювання,
4. Диференційованість оцінювання,
- 5.Різноманітність форм, методів оцінювання,
6. Етичність ставлення до школяра,
7. здійснення оцінювання і самооцінювання знань

Оцінні уміня людини – це складові компоненти аналітичного процесу, який завжди пов'язаний з виявленням (існуванням) значущих для неї цінностей. Така спрямованість діяльності робить обов'язковим їх формування в онтогенезі дитини незалежно від індивідуальних і вікових.

Під час формування оцінювальних умінь школярів підкреслюється виховна сторона цього процесу, визначення ж їх структури залишається нечітким. Оцінювання навчально-пізнавальної діяльності учнів включає в себе: перевірку,



тобто виявлення знань, умінь і навичок; оцінку — вимірювання знань, умінь, навичок, погляд на їх рівень; облік — фіксацію результатів оцінювання у вигляді балів.

У спеціальній педагогічній літературі, в окремих навчальних посібниках з педагогіки ще до кінця не розкриті поняття: контроль, перевірка, оцінка, відмітка, бал. Часто «оцінка», «відмітка» й «бал» вживаються як рівнозначні поняття. Можна погодитися з Ш. Амонашвілі, що уподібнення понять «оцінка» й «відмітка» рівносьильне ототожненню процесу розв'язання задачі з його результатом

Отже, цілеспрямований розвиток у школярів оцінного ставлення до навколишнього світу, до свого навчання є одним з найважливіших завдань сучасної школи. оцінювальних умінь учнів є не лише надійним засобом зв'язку із реальністю, а й показником культури особистості.

### Література:

1. Апраксина О. А. Музыкальное воспитание в школе : сб. ст. / сост. - Вып. 15. - М.: Музыка, 1982. - 43 с.
2. Бахмутский А.Е.. Школьная система оценки качества образования.// Школьные технологии. – 2004. - №1.
3. Вязовова О.В. Организационный рейтинг системы оценки знаний учителя// Информация и образование. – 2001 - №4
4. Выготский Л. С. Развитие высших психических функций (из неопубликованных трудов). - М., 1960. - 258 с.
5. Гаврик І. В. Теоретико-методологічні основи формування готовності
6. майбутніх учителів до інноваційної професійної діяльності : дис. ... доктора
7. пед. наук: 13.00.04 / І. В. Гаврик. – Х.,2006. – 475 с.
8. Герасимова Н. . Оценка знаний должна воспитывать// Воспитание школьников. – 2003 - №6
9. Громова Т. . Не оценивать, а мотивировать// Управление школой. – 2005. – 16-30 ноября (№22).
10. Ксензова Г.Ю.. Оценочная деятельность учителя.: М., 1999
11. Костылев Ф.В.. Учить по-новому: Нужны ли оценки-баллы: 2000
12. Оценка в современной школе.// Стандарты и мониторинг в образовании. – 2002. - №5.

**Кочек В. Ф.**

Кандидат педагогических наук, доцент,  
Челябинская государственная академия культуры и искусств

**ТРИО ГИТАРИСТОВ УРАЛА – ЦЕНТР, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ СТРАТЕГИЮ  
РАЗВИТИЯ АКАДЕМИЧЕСКОГО ИСПОЛНИТЕЛЬСТВА НА КЛАССИЧЕСКОЙ  
ШЕСТИСТРУННОЙ ГИТАРЕ В ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ**

На развитие музыкального искусства, гитарного исполнительства и педагогики любого российского региона оказывают влияние различные факторы. Общероссийский путь развития академической шестиструнной гитары сочетался с определенными особенностями конкретного географического места, включающего в себя множественные своеобразия экономического, социального, культурного, образовательного свойства. В данных процессах большое значение приобретает субъективный фактор.

Для Челябинской области одним из таких определяющих субъективных фактов оказалось Трио гитаристов Урала. Он оказался решающим в определении и реализации стратегии развития гитары, как академического инструмента в нашем регионе, выборе правильной тактики создания активно работающей системы подготовки гитаристов, серьезной педагогической базы, обеспечивающей непрерывность, преемственность, высокое качество обучения.

Единственный в стране профессиональный концертирующий ансамбль гитаристов подобного состава снискал славу в России и далеко за ее пределами. Известность музыкантов определяется высоким исполнительским мастерством, безупречным музыкальным вкусом, потрясающим чувством ансамбля. Все эти слагаемые и являются компонентами настоящего профессионализма коллектива единомышленников, заслуженных артистов России Виктора Козлова, Виктора Ковбы и Шарифа Мухатдинова.

Первое публичное выступление созданного коллектива в составе В. Козлова, Ю. Макарова и Ш. Мухатдинова, состоялось 19 ноября 1991 г.

Имеющаяся профессиональная исполнительская база сразу же позволила участникам ансамбля обратиться к довольно сложному в художественном и техническом плане репертуару. Площадки выступлений географически расширились: Челябинск, областные города. Затем – Москва, Воронеж, Омск, Новокузнецк, Ульяновск, Кемерово, Пермь, Екатеринбург, Чебоксары, Санкт-Петербург, Башкирия, Казахстан, Украина.

В 1993 г. состоялась первая зарубежная поездка в Венгрию. В 1994 г. уральские музыканты выезжали в г. Тыхы (Польша), в 1996 г. ансамбль гитаристов гастролировал в Финляндии. В пяти городах музыканты дали пять концертов. Выступали в Консерватории, в Институте Музыки. Вторая поездка в Финляндию состоялась в 2001 г.

Успех слушательской аудитории, её внимание сопутствовали музыкантам, как в городах России, так и за рубежом. В качестве примера приведем высказывание

профессора Института Музыки города Хельсинки Юсипекка Рананмяки в финском журнале «Гитарист» об уральском ансамбле: «Музыканты играют настолько слажено, что создается впечатление, будто звучит один инструмент, обладающий большим разнообразием тембров и красок. Тонко подобранная динамика придает звучанию пьес чрезвычайную яркость. Я с удовольствием жду новых встреч с музыкантами Урала» [2].

Рамки репертуара ансамбля (около 200 произведений) охватывают значительный временной промежуток и разностилевое содержание.

Педагогика занимает большее место в жизни каждого участника трио. Педагогическая деятельность всех музыкантов Трио напрямую связана с громадной работой, проводимой ими на протяжении многих лет: академическое воспитание юных гитаристов, формирование исполнительского базиса учащихся школ искусств, средних и высших учебных заведений.

Ш. Мухатдинов занимается педагогической деятельностью с 1967 года. Его юные дарования систематически становятся лауреатами городских, областных, российских смотров и конкурсов исполнителей.

В. Козлов на педагогическом поприще с 1981 года. Сейчас он является профессором Южно-Уральского государственного института искусств им. П. И. Чайковского. В. Козловым подготовлено значительное число гитаристов-педагогов, исполнителей российского и мирового уровней (итальянский журнал *Classic Voice* в мае 2009 года поставил имя в И. Куликовой, ученицы В. Козлова, живущей и работающей в Нидерландах, в звездный, очень немногочисленный ряд женщин-гитаристок (их всего четверо), А. Ольшанский – известный во всем мире композитор и исполнитель, соавтор изобретения Гран-гитары и мн. др.);

В. Ковба преподает в музыкальной школе с 1994 года. В настоящее время совмещает работу в музыкальной школе с преподавательской деятельностью в Челябинской Государственной Академии Культуры и Искусств и Южно-Уральском государственном институте искусств им. П. И. Чайковского. Педагог также подготовил целый ряд лауреатов областных и открытых Российских конкурсов.

Таким образом, благодаря многолетней педагогической работе участников Трио Гитаристов Урала, огромная армия детей, подростков, взрослых получила возможность обрести специальность, приобщиться к гитарному академическому исполнительству.

Общественная деятельность – огромное поле работы музыкантов Трио гитаристов Урала. Усилиями участников Трио гитаристов Урала в 1991 году создается Ассоциация гитаристов Музыкального общества Челябинской области. Трудно переоценить значение данной организации для развития академического гитарного искусства. Основная цель Ассоциации – способствовать тому, чтобы гитаристы Уральского региона (педагоги, исполнители, профессионалы и любители) были в курсе происходящего в гитарной жизни в стране и за рубежом, получали информацию о новых тенденциях в академическом исполнительстве, педагогике.

В качестве одного из направлений своей работы в развитии академического исполнительства Ассоциация деятелей классической гитары на Урале проводит Фестивали классической гитары, ставшие неотъемлемым атрибутом музыкальной культуры Челябинской области, превратились в масштабные и содержательные

музыкальные форумы, благотворно влияющие на развитие академического гитарного исполнительства, педагогики, пропаганды.

Конкурсы юных гитаристов, также организуемые при активном участии Трио Гитаристов Урала, являются прекрасной академической исполнительской базой для берущих творческий разбег гитаристов.

Любое большое, серьезное дело невозможно без издательства, методического обеспечения, оригинальной литературы. С 90-х годов музыканты наладили регулярный выпуск литературы для академической гитары, серию под названием «Уральская коллекция». К настоящему времени выпущено серия из десяти сборников общим тиражом около 5 000 экземпляров. Они представляют собой материал обширного содержания: гитарную отечественную и зарубежную классику, переложения для гитары, произведения самых разных композиторов, местных авторов, гитарные ансамбли и ансамбли гитары с другими инструментами.

Нужно сказать еще об одном творческом направлении музыкантов. Это композиция, аранжировка, инструментовка. Участники ансамбля прекрасно чувствуют особенности и возможности классической гитары, знают тонкости и специфику средств работы с музыкальным материалом. Все гитаристы активно занимаются переложением, очень аккуратно относясь к первоисточнику; точно осознают содержание и умеют воплотить это содержание через выбор оптимальных исполнительских средств, используя богатый методический и исполнительский опыт. Многочисленные переложения, сделанные участниками Трио, активно используются в педагогической деятельности, включаются в учебный репертуар музыкальных школ, средних и высших учебных заведений, исполняются на профессиональной сцене.

Композиция и исполнительство – две равносоставляющие В. Козлова. Он будучи еще учащимся музыкальной школы по классу гитары, начал заниматься композицией. В период учебы в Челябинском музыкальном училище созданы первые произведения: струнный Квартет, Трио для флейты, альты и гитары, Вариации для фортепиано, вокальный цикл на стихи П. Вегина, несколько пьес для народного оркестра, «Восточный танец». Российская известность к Виктору, как композитору, пришла в 1982 г. в Донецке (конкурс гитарных сочинений). Первое международное композиторское признание пришло в 1989 г. в городе Эстергоне (Венгрия), где музыкант стал лауреатом конкурса композиторов. В настоящее время В. Козлов – известный в России и за рубежом композитор. Его перу принадлежат более 120 произведений для гитары, гитарных ансамблей и ансамбля гитары с другими инструментами. Тираж изданных в России и Европе (Англия, Германия, Италия, Польша, Финляндия) произведений составляет более 200 000 экземпляров. Высокую оценку В. Козлову как композитору дал английский гитарист и музыкальный критик Пол Фаулес в английском журнале «Классическая гитара»: «Являясь автором оригинальных миниатюр мирового класса, В. Козлов – первый из талантливых композиторов комедийных произведений, что само по себе редкое качество в напыщенном мире современной музыки»[1].

Гитаристом записаны компакт-диски «Медитация для гитары соло», «Эхо бразильского карнавала», DVD-диск «Маленькие тайны сеньориты гитары».

Для ансамбля специально пишут произведения такие композиторы, как

С. Ильин, Д. Довгопол, Е. Поплянова (Россия), Пауло Белинати (Бразилия), Атанас Уркузанов (Болгария), Веза Пёльки (Финляндия) и др.

Запись концерта Трио Гитаристов Урала осуществило радио «Классика» в городе Санкт-Петербурге в 1994 году в Малом зале имени М. И. Глинки Санкт-Петербургской филармонии. Выпущен лазерный диск.

Играют музыканты Трио на прекрасных инструментах, сделанных персонально для каждого замечательным гитарным мастером И. Кузнецовым.

Стратегия деятельности Трио и успешная ее реализация посредством концертирования, общественной работы, нахождения новых форм в сфере исполнительства, педагогики, пропаганды академической гитары дают мощный импульс к ее развитию. Результаты работы в данных направлениях позволили вывести Челябинскую область на одну из ведущих позиций в России по активно функционирующей системе подготовки исполнителей, педагогов в сфере классической шестиструнной гитары.

### **Литература**

1. 1. Classical guitar, № 1, 1997
2. 2. Kitarist, 1996, № 2