

УДК 76.021

**ИССЛЕДОВАНИЕ ПУТЕЙ РЕШЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ  
ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ ВИДЕО-РОЛИКОВ**

**Кавун Мария**

[masha\\_smk2w@mail.ru](mailto:masha_smk2w@mail.ru)

студентка ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель - Базарбаева С.М.

В данной статье изучаются пути решения экологических проблем путем создания видеороликов (мультфильмов), несущих в себе смысл, способствующих глубокому пониманию актуальности вопросов охраны окружающей среды. Сюжеты, созданные графистом-дизайнером, в будущем послужат основой для анимационного промо-ролика и будут использоваться как в образовательном процессе, так и для простого проведения досуга за просмотром качественного видео.

В эпоху технологического прогресса тренды во всех отраслях стремительно меняются. В графическом дизайне большую популярность приобретает моушн-дизайн. Каждый день современного человека переполнен данными, получаемыми посредством телевидения, радио и, конечно же, интернета. В таком неуловимом потоке становится сложнее извлечь полезную информацию. Особенному влиянию подвергается подрастающее поколение, ведь все, что смотрят дети, практически невозможно фильтровать или регулировать.

Мультипликация в Казахстане – это отрасль дизайна, которая находится на начальных этапах своего развития. Создание анимации является долгим, трудоемким процессом, требующим больших финансовых расходов. Недостаточно создать видеоматериал, необходимо найти актеров, которые озвучат персонажей, наложить множество аудио и видео эффектов. Однако анимацию может создать и один моушн-дизайнер и небольшая группа. Такие локальные авторские проекты могут быть не менее востребованными среди зрителей.

Основная цель данной работы – создание интересной, красочной концепции на основе предпочтений пользователей, которая может послужить хорошей основой для формирования полноценного мультипликационного сериала, который будет играть обучающую роль и доносить до своего зрителя ценность заботы об окружающей среде. Готовый проект возможно будет интегрировать в образовательный процесс.

Благодаря миру современных технологий, художник может виртуозно сочетать в своем творчестве уникальную «картинку» и глубокий смысл. Конечно, в нашей цифровой реальности, дети цифрового прогресса гораздо лучше воспринимают визуальную информацию, то есть картинки, комиксы и видео.

В качестве примера можно рассмотреть то, как влияют мультфильмы на сознание человека. Как отметил клинический психолог Михаил Хорс, уже с 2,5 лет детей можно назвать активными "зрителями".

Мультипликация в целом, будучи самостоятельным видом искусства, производит сильное впечатление не только на детей, но и на взрослых [1]. Часто бывает так, что пересматривая любимые анимационные произведения в осознанном возрасте, зритель находит много нового и интересного. Дело в том, что с течением лет приходит больше осознания вещей, о важности которых обычно не задумываются на ранних этапах жизни.

Тема экологии является крайне важной для понимания человеком в современном обществе. От людей во многом зависит то, насколько благоприятными будут условия их жизни. Необходимо формировать осознанность и дисциплинированность начиная с раннего возраста. Поэтому, основной задачей данной работы явилось разработка картины на такую насущную социальную тему как экология, ведь об этом должны в равной степени задумываться граждане любых возрастов.

Анимационный фильм, затрагивающий такой глобальный вопрос, вполне можно отнести к социальной рекламе, которая является мощным двигателем общественного сознания. По масштабности он не уступает коммерческой рекламе. Главная отличительная черта социальных видеоматериалов заключается в том, что рекламодатель не получает никакой финансовой выгоды. В первую очередь, они выгодны непосредственно самому потребителю.

Информационная среда также важна для развития человека, она оказывает на него активное влияние. Формирует и способствует функционированию его личности, на его духовное, интеллектуальное и психическое развитие, состояние психического здоровья. Более гармоничное развитие личности и высокий уровень психического здоровья будут обеспечены тогда, когда человек с детства живет и развивается в условиях благоприятной, обогащенной информационной среды.

Неблагоприятная, «загрязненная», деструктивная информационная среда будет отрицательно влиять на личность и психическое здоровье человека по тем же закономерностям, по которым влияет на человека природная среда его обитания. Основное предназначение социальной рекламы – гуманизация общества, изменение поведенческих моделей, ориентирование целевой аудитории на положительные и одобряемые поступки. Социальная реклама не просто нацелена на привлечение внимания к проблеме, она призывает к её решению. Эффективная социальная реклама способна изменить отношение людей к проблеме, а впоследствии – изменить их поведение [2].

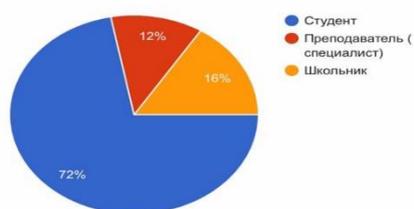
С помощью современных технологий становится возможным создание многочисленных анимаций, мультфильмов, которые без сомнения оказывают большое влияние на их зрителя. Таким образом, дизайнер как визуализатор выступает в роли

спикера, целью которого становится донесение, казалось бы, очевидных моральных ценностей до своей аудитории. Но значение имеет не только сам посыл, но и формат его подачи. Заурядный ролик или плакат вполне вероятно останется без особого внимания. Поэтому, в данном проекте было решено выполнить симбиоз искусства современного моушн-дизайна и некоммерческой рекламы, чтобы создать анимационный ролик, охватывающий разновозрастную целевую аудиторию.

Для решения некоторых вопросов, связанных с отношением людей к защите природы, а также изучения общественного мнения по этому поводу в работе был использован опросный метод путем составления анкет и их анализа. В опросном методе участвовало 25 человек.

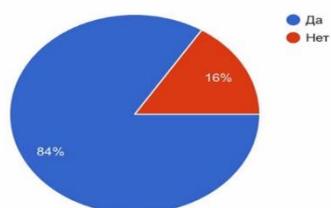
1) Ваша должность

25 ответов



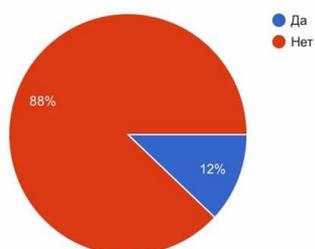
2) Задумываетесь ли Вы об экологической ситуации в стране?

25 ответов



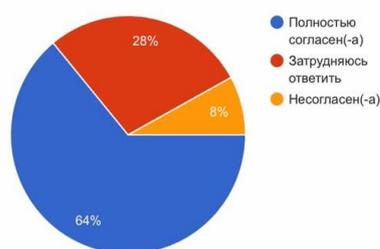
3) Занимаетесь ли Вы сортировкой бытовых отходов?

25 ответов



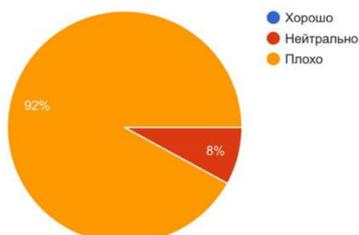
4) Согласны ли Вы с утверждением, что заботу о природе нужно прививать с детства?

25 ответов



5) Как Вы относитесь к людям, которые загрязняют природу?

25 ответов



6) Как Вы считаете, необходимо ли пропагандировать защиту окружающей среды посредством...?

25 ответов

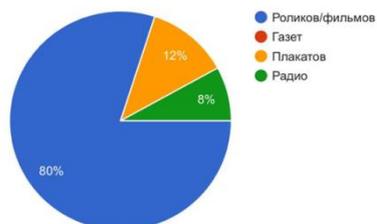


Рисунок 1 Анкетный лист

Суть опроса состояла в том, чтобы узнать волнует ли людей вопрос экологии нашей страны, а также отношение респондентов к пропаганде и способам защиты окружающей среды (всего было задано 25 вопросов).

По результатам опроса было выявлено, что большая часть людей задумывается о состоянии окружающей среды, но, тем не менее, не занимаются сортировкой бытовых отходов из-за отсутствия такой возможности (рисунок 1).

Большинство респондентов согласны с утверждением, что воспитывать моральные ценности необходимо с детства. Соответственно, мультфильмы на важные социальные темы могут стать перспективной концепцией для внедрения в образовательный процесс в школах.

Для того чтобы противостоять загрязнению природы, необходимо не только самому придерживаться простых правил поведения в обществе (не мусорить, не разводить огонь в неположенном месте и т.д.), но и прививать духовные ценности подрастающему поколению.

По данной работе планируется выпуск анимационного промо-ролика, в котором будут показаны три насущные экологические проблемы: загрязнение воздуха, воды и лесные пожары, которые в том числе происходят по причине халатности туристов.

Работу над социальным промо-роликом начали с продумывания сюжета. Главным антагонистом видеоролика будет сам человек. Затем следует тщательная проработка персонажей и их характеров, создание раскадровки (ключевые кадры). Основа социального промо-ролика - это покадровая анимация. При таком виде анимации каждый кадр прорисовывается заново, и если длительность составляет 1000 кадров, то выполняется 1000 уникальных рисунков, последовательное проигрывание которых визуализирует движение.

Практическая значимость данного проекта состоит в апробации/внедрении работы в учреждениях образования, школах, например, на уроках «Самопознания», использовании данных видеоматериалов в образовательных и воспитательных целях, экологического просвещения.

#### **Список использованных источников**

1. Klein, H., Shiffman, K. S. What Animated Cartoons Tell Viewers About Assault // Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma, №2, 2008, p.181.

2. Николайшвили Г.Г. «Социальная реклама: некоторые вопросы теории и практики» // Научно-публицистический журнал «Регионология», 2008, С.263-268.