Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

ФАКУЛЬТЕТ ДИЗАЙНА, ВИЗУАЛЬНЫХ ИСКУССТВ И АРХИТЕКТУРЫ

Кафедра коммуникативного и средового дизайна

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА

На тему: **Разработка социального анимационного ролика на тему: «Эмоциональное воспитание»**

Выполнил:

Преподаватель ВО

Ержанова Айнура Камзаевна

Тюмень

2021

АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ «ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВОСПИТАНИЕ».

Тема эмоционального развития и воспитания последнее время становится особенно актуальной. Психологами доказано, что люди с высоким эмоциональным интеллектом уверены в себе и более успешны в преодолении жизненных проблем.

В наше время родители маленьких детей боятся позволить им играть на улицах, не говоря уже о том, чтобы зайти к соседям. Вместо того чтобы играть со сверстниками, дети проводят все больше времени перед экраном компьютеров, телевизоров или смартфонов. Но в течение всей долгой истории развития человечества дети знакомились с основными эмоциями и получали социальные навыки от своих родителей, родственников, соседей и из импровизированных игр с другими детьми. Отсутствие возможности научиться основам эмоционального развития приводит к неблагоприятным последствиям. Факты свидетельствуют, что у девочек неспособность различать чувства тревоги и голода в будущем приводит к беспорядочному питанию, а для мальчиков импульсивность в ранние годы может означать повышенный риск вступления на путь преступлений и насилия. И для всех детей неспособность справиться с тревогой и депрессией увеличивает вероятность злоупотребления наркотиками или алкоголем в дальнейшей жизни. Учитывая новые условия, родители должны максимально использовать драгоценные моменты, которые они могут посвятить своим детям, и приложить целенаправленные усилия, чтобы привить​ им ключевые навыки межличностного общения, контроль над импульсами и эмпатию. Для этого они должны узнать о более эффективных способах обучения своих детей основам эмоциональной и социальной жизни. И социальный анимационный ролик по данной теме может им в этом помочь.

АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ АНИМАЦИОННОГО СОЦИАЛЬНОГО РОЛИКА ПО ЗАДАННОЙ ТЕМЕ.

Наличие проблем социального характера в сфере воспитания обуславливает особую значимость разработки социальных материалов на данную тематику, которые помогают обозначить обширной аудитории существующие проблемы в этой области, помочь в решении таких проблем. Один из видов таких социальных материалов является анимационный социальный ролик, который задействует сразу несколько каналов восприятия информации: визуальный (зрительные образы), аудиальный (слуховые образы), и подсознательный, что определяет его безусловное преимущество перед другими формами представления социальных продуктов.

Просвещение с помощью анимации лучше и быстрее воспринимается зрителями. На просмотр и оценку смысла уходят считанные секунды, информация запоминается на уровне подсознания. Если потребитель не воспользовался ею мгновенно, существует высокая вероятность, что при необходимости в дальнейшем услышанное/увиденное/прочитанное «всплывет» в голове.

АНАЛИЗ АНАЛОГОВ

К сожалению, зачастую примитивность в создании мультимедийных социальных роликов, не соответствующих основным критериям качественной популяризации, приводит к проблеме восприятия проекта зрителем. Подобных проектов, особенно, включающих анимацию — большинство.

На просторах интернета, самые популярные анимационные ролики про воспитание хоть и однозначно дают понять основную цель и информационное послание, заложенное в видео, имеют депрессивный, давящий характер. При этом художественный и технический уровень выглядит довольно посредственно.

В некоторых случаях, когда ролики имеют уже наиболее удачное техническое и художественное исполнение, возникают вопросы к выбору метафоры образа. Метафора в мультимедийной рекламе выполняет ту же функцию, что и в художественной литературе, т.е. служит для выразительности (яркости образа). Кроме этого через метафору легко доносить стереотипы, что облегчает восприятие сложной информации. Метафора в короткой коммуникации дает больше информации, чем без нее. Поэтому очень важно найти именно ту самую приемлемую метафору, которая будет легко восприниматься зрителем, а не отталкивать.

Список используемой литературы

1. Готтман, Джон. Эмоциональный интеллект ребенка. Практическое руководство для родителей / Джон Готтман, Джоан Деклер ; пер. с англ. Г. Федотовой. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015.
2. Гиппенрейтер, Юлия Борисовна Самая важная книга для родителей: АСТ; Москва; 2014.
3. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс [Текст] / Н. Д. Арутюнова. — Теория метафоры. Сборник / пер. [Под ред. Н. Д. Арутюновой, М. А. Журинской. В ст. ст. Н. Д. Арутюновой Авт. примеч. Н. А. Кронгауз]. — М.: Прогресс, 1990.
4. Кузнецов И. Анимация для Интернета: краткий курс - СПб: Питер, 2001. - 243 с.