

Очень важно, чтобы фон и музыкальное сопровождение, сопровождающие информацию, представленную на слайдах, не выбивались из общей картины, а гармонично сочетались в электронной презентации. Также, необходимо подобрать оптимальный для восприятия темп смены слайдов и анимационных эффектов.

Использование информационных компьютерных технологий в общеобразовательных школах предоставляет обучающимся, преподавателям возможность эффективнее распределять свое время, реализовывать творческий потенциал. Электронная презентация является важным компонентом в ходе учебных занятий, потому что за счет нее уроки становятся более яркими и запоминающимися. Она активизирует внимание учеников на изучаемой теме, позволяет им активно включаться в учебный процесс, повышает эффективность усвоения знаний. Компьютерная презентация не сможет целиком заменить собой работу преподавателя с классной доской, но она значительно упростит работу по предоставлению наглядности.

Литература

1. Данилова Г.И. Мировая художественная культура. Курс для школ и классов гуманитарного профиля. – М.: Дрофа, 2007.

М. С. Золотникова

Формат современной радиостанции как средство музыкального образования и просвещения целевой аудитории

M. S. Zolotnikova

The Format of a Contemporary Radio Station as a Means of Musical Education of the Target Audience

Современное коммерческое радиовещание в настоящее время определяется через понятие «формат». В данной статье раскрывается цель введения данного понятия, а так же объясняется влияние форматирования на полноту раскрытия образовательно-просветительских функций в современном радиовещании.

Понятие «формат» подразумевает, прежде всего, основные принципы и параметры вещания, т.е. определение концепции работы радиостанции, ориентированной на определенную потенциальную аудиторию, ее возможности для слушания, информационные и эстетические запросы.

Локальные коммерческие информационно-музыкальные станции – это деловые предприятия, которые постоянно конкурируют друг с другом, следовательно, для них важно не только учитывать потребности и запросы своей аудитории, но и оперативно отслеживать изменения в этих запросах. Однако это не значит, что лучший способ привлечь к себе слушателей – представлять в эфире музыку разных стилей и направлений. Как раз это может негативно подействовать на слушателя.

Коммерческая радиостанция должна досконально знать музыкальные пристрастия своей потенциальной аудитории и подбирать материал в соответствии с ними. Эти проблемы и призван решить формат радиостанции – тип вещания, способ существования станции в эфире. В понятие «формат» входят: концепция вещания; подбор музыкальных композиций, соответствующих специфике станции; соответствующий способ подачи новостей; рекламные ролики; джинглы (аудиологотипы радиостанции); «отбивки»; манера поведения ди-джеев. Основная идея программирования – выбрать формат, который будет привлекателен для аудитории определенных

возрастных категорий и рода деятельности и позволит удерживать внимание того сегмента слушательского рынка, в котором заинтересована станция.

Подробную классификацию форматов приводит А.В. Бубукин, директор регионального вещания «Авторadio – народная марка» в своей книге «Эфирные тайны». Автор считает, что наиболее популярными в 90-е годы и коммерчески выгодными как в США и Европе, так и в России стали следующие форматы:

- формат Adult Contemporary (AC) – «современный взрослый». AC был наиболее популярен в 80-е годы, однако и в настоящее время не сдает лидирующих позиций. Основная аудитория этого формата – от 25 до 49 лет. Эта возрастная группа наиболее привлекательна для рекламодателей, так как более прочих нацелена на зарабатывание и трату денег. Коэффициент рекламной стоимости одной тысячи слушателей на таких станциях очень высок. Однако некоторые рекламодатели вкладывают свои деньги в станции AC формата, так как им самим нравится этот тип вещания. Данные станции очень популярны также у женской аудитории. Музыкальная основа таких станций – самые модные и старые поп-хиты 70-90-х годов, отсутствие любой «тяжелой» музыки. В их эфире иногда включаются и элементы «софт-рока», которые хорошо сочетаются с лирическими балладами и мелодичной музыкой. Утренние эфиры таких станций ведут самые популярные и высокооплачиваемые ди-джеи (per\$opa1Шев). Ди-джеи, работающие днем и вечером, разговаривают в эфире гораздо меньше. Новости и спорт на данных радиостанциях занимают второстепенное положение. В формате AC начинали свое вещание «Европа Плюс» и «Радио-7. На Семи Холмах»;

- формат Contemporary или European (CHR или EHR) – «современник, ровесник», в 50-60-е годы он назывался «Тор-40» («Радио современных хитов»). Этот формат первоначально был ориентирован на подростков от 12 до 18 лет, но в 90-е аудитория этого формата значительно «повзрослела» (15-35 лет), так как, начиная с 50-60-х годов, появилось много разнообразных музыкальных стилей и направлений – от джаза до рэпа, от блюза до трип-хопа, попадающих в первые десятки хит-парадов и интересующих людей разного возраста. CHR – очень энергичный формат, не допускающий даже секундного молчания в эфире. Постоянно должна звучать самая «горячая» музыка, занимающая высокие позиции в национальных и мировых таблицах популярности. Для СНГ характерно также минимальное количество новостей, так как обилие их в эфире может заставить молодого слушателя выключить приемник. Однако CHR-станции оставляют новостные блоки, делая их для привлечения рекламодателей более насыщенными, но короткими. В данном формате работают московские радиостанции «Максимум», «Европа Плюс», «Хит-FM»;

- формат Easy Listening – «легкая музыка» или «музыка, легкая для восприятия», первоначально назывался Beautiful Music. Основа данного формата – инструментальная музыка, иногда с мягким вокалом, популярные мелодии, исполняемые музыкальными коллективами с большим количеством струнных инструментов. Основная аудитория – люди от 40 до 50 лет. Реплики ведущих сведены к минимуму, хотя некоторые станции дают в эфир довольно большие новостные выпуски и информационные блоки в утренние часы. Однако такие радиостанции вытесняются станциями, передающими музыку;

- формат Album Oriented Rock или Adult Oriented (AOR) – «рок-музыка из альбомов рок для взрослой аудитории». Часто это не широко известные хиты, а признанные специалистами шедевры в своем направлении. Композиции на таких станциях иногда звучат дольше стандартных 3,5 минут, основную аудиторию составляют слушатели от 18 до 34 лет, в основном мужского пола, так как музыкальное «содержимое» программ нередко включает в себя рок-композиции в жестком стиле «хард-н-хэви». Такие станции не слишком интересны потенциальным рекламодателям, так как имеют достаточно узкую аудиторию. В AOR первоначально вещало радио «РОКС».