

После знакомства с музыкальным произведением ученику дается задание подготовить рисунок: изобразить главного персонажа пьесы, картину природы, действие и т.д. Ответить на вопросы: «Как движется петушок?», «Кто поет колыбельную? Кому поется колыбельная?», «Кто танцует польку?», «какое настроение у этой пьесы?» и т.д. Наиболее развитым учащимся можно предложить придумать небольшой рассказ о том, что они представляли, слушая это произведение.

## 2. Изучение пьесы на инструменте

На этом этапе преподаватель объясняет, показывает и т.д. как эта пьеса исполняется на скрипке. Работа ведется традиционно, фонограмма-аккомпанемент не применяется. Необходимо отметить, что после предварительного формирования слуховых и образных представлений данный этап проходит гораздо быстрее и успешнее.

## 3. Исполнение пьесы в сопровождении фонограммы-аккомпанемента

Приступать к данному этапу можно, когда ученик достаточно уверенно овладел необходимым комплексом игровых движений и может достаточно уверенно исполнять пьесу в необходимом темпе. Для слухового контроля рекомендуется сначала использовать в домашних занятиях фонограмму-аккомпанемент в варианте с солирующим голосом, далее переходить к исполнению пьесы по аккомпанемент без солирующего голоса.

Выученная таким образом пьеса может исполняться на различных концертах. Особенной популярностью пользуются домашние выступления для членов семьи, родственников и друзей, для одноклассников в общеобразовательной школе и т.д.

### *Список литературы*

1. Ауэр Л. Моя школа игры на скрипке [Текст] / Л. Ауэр. — Москва: «Музыка», 1965. — 274 с.
2. Инновационные подходы в обучении учащихся ДМШ и ДШИ в сфере сольного и камерного исполнительства [Электронный ресурс]: материалы открытого республиканского семинара 5-6 декабря 2009 г. — Казань, 2009. — Режим доступа: <https://refdb.ru/look/2053916> (дата обращения: 21.12.2016).

УДК 7.075:004.738.5

**Е. В. Рукавичникова, Д. О. Овинов**

### **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТВОРЧЕСКИХ ОНЛАЙН ПРОЕКТОВ НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «BLACK SPACE»**

*Рукавичникова Елена Владимировна*  
*evru2010@yandex.ru*

*Овинов Дмитрий Олегович*  
*urzni.ovinov@gmail.com*

*ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет»,  
Россия, г. Екатеринбург*

## FEATURES OF ONLINE MULTIMEDIA CREATIVE PROJECTS EXAMPLES OF PROJECT «BLACK SPACE»

*Rukavichnikova Elena Vladimirovna  
Ovinov Dmitriy Olegovich*

*Russian State Vocational Pedagogical University, Russia, Yekaterinburg*

*Аннотация.* В статье на примере проекта «Black Space» рассматриваются особенности организации мультимедийных творческих онлайн проектов.

*Abstract.* In the article on the example of «Black Space» project discusses the features of the organization of creative multimedia projects online.

*Ключевые слова:* творческий проект, art-проект, онлайн проект, проектная деятельность, творческий продукт, продвижение.

*Keywords:* art project, online project, project activity, creative product, art product, promotion.

В современном мире онлайн среда представляет собой огромное информационное пространство, которое с каждым днем становится все больше и объемнее. Доступ во всемирную сеть дает пользователям возможность обмениваться между собой данными практически в реальном времени на любых расстояниях. Это открывает немало перспектив для представителей творческих профессий (музыкантов, писателей, художников, режиссеров и др.) и для молодых непрофессиональных авторов, активно пробуящих свои силы в том или ином виде искусства, так как есть возможность выйти на огромную аудиторию для распространения своего творческого продукта.

Согласно ГОСТ Р 54869-2011 проект представляет собой «комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленный на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений» [1]. Международное определение проекта (РМВОК) указывает, что «проект — это временное предприятие, направленное на создание уникального продукта, услуги или результата» [3]. Фунтов В.Н. определяет проект, как целенаправленную, ограниченную во времени деятельность, осуществляемую для удовлетворения конкретных потребностей при наличии внешних и внутренних ограничений и использовании ограниченных ресурсов [6, 34 с.].

Мультимедийный творческий онлайн-проект – это новое направление в сфере культуры и искусства. Процесс организации подобных проектов имеет общие черты (ограничение временными рамками, ресурсами и т.д.), соответствующие принятым определениям проектной деятельности. Вместе с тем он обладает специфическими чертами: создание творческого продукта в одном или нескольких видах искусства; применение несколько видов передачи информации; проведение подготовительных работ и размещение конечного продукта в Интернет-среде с помощью онлайн-ресурсов.

Ведение проектной деятельности онлайн имеет ряд характерных особенностей. Во-первых, организация такого проекта не требует офиса или постоянного помещения. Вместо традиционного офисного помещения используется виртуальный интернет-офис (онлайн-система управления проектами), в котором хранится информация, происходит совместная работа и общение команды проекта. Кроме того, ведение онлайн-деятельности позволяет использовать

услуги удаленных работников, в том числе из других городов и стран [7]. Организаторы получают ряд экономических преимуществ: отсутствует необходимость тратить деньги на аренду офиса и его инфраструктуру; имеется возможность привлечения для работы специалистов, работающих на фрилансе, что позволяет расширить круг поиска сотрудников; виртуальная продукция может быть доступна для людей всего земного шара, что позволяет привлечь большее количество потребителей, нежели офлайн-компания.

Возможность привлечения различных авторов независимо от места их постоянного проживания особенно важна для творческого проекта. В этом случае организаторы не ограничены в человеческих ресурсах и могут искать соавторов во всем мире. Многие такие проекты являются международными. Работа над творческим материалом ведется исключительно через онлайн-сервисы и распространяется таким же образом. Благодаря преимуществам такого вида деятельности у авторов есть возможность достичь высокого качества создаваемого продукта, а также достаточно быстро обрести известность среди своей аудитории и посетителей популярных онлайн-ресурсов.

Так как основной продукт творческого онлайн проекта реализуется в Интернет-среде, важный организационный этап – определение площадки или нескольких площадок для его размещения. Обычно используются следующие способы:

- различные социальные сети («ВКонтакте», «Одноклассники», «FaceBook» и др.);
- блоги или хостинги («LiveJournal», «YouTube», «SoundCloud» и др.);
- собственный сайт.

Социальные сети обладают следующими преимуществами, которые подходят для реализации творческого онлайн-проекта.

1. Они позволяют оперативно связываться со всеми участниками и контролировать рабочий процесс. В чате есть возможность обмениваться документами, изображениями, аудио и видео материалами и другими цифровыми данными.

2. Группы или паблики, созданные в социальной сети имеют все необходимые функции для донесения информации до целевой аудитории. Технические средства позволяют загружать аудио и видео – контент, создавать фото-альбомы, создавать связанные между собой гиперссылками страницы с информацией и оперативно доносить новости до подписчиков.

3. Создание индивидуального символа для группы, а также специального оформления раздела меню являются отличной возможностью заинтересовать потенциального подписчика интересным дизайном. Однако, дизайн созданный непрофессионально может повлиять на посетителей страницы негативно.

4. Социальные сети аккумулируют в себе огромную аудиторию со всего мира. По различным данным Facebook посещает около 730 млн. человек в сутки; ежемесячная аудитория ВКонтакте 46,6 млн. человек, Одноклассников – более 31,5 млн. человек. Это позволяет централизованно выходить на большую аудиторию, и поддерживать связь со всем миром, находясь лишь на одном сайте [4].

Хорошим решением для узконаправленных проектов могут стать блоги и хостинги. В этом случае авторы проекта также получают доступ к общению с большой аудиторией, но техническая поддержка дает возможность распространять только один вид творческой деятельности. К примеру, если это блог на LiveJournal, то у автора есть возможность делиться исключительно текстовым контентом, на YouTube – только видео-контентом, на SoundCloud – музыкальным контентом, а на Instagram или DeviantArt – только фото или художественным-

контентом. При этом, поддерживать связь с соавторами все равно удобнее через какой-нибудь чат в интернете, либо посредством социальных сетей.

Однако данный способ организации имеет свои преимущества. Автор продвигает свой продукт через узкоспециализированный канал, а значит, получает больше шансов выйти на целевую аудиторию. Объясняется это просто: меломан никогда не станет искать музыку на LiveJournal или Instagram, но, скорее всего, обратит внимание на новый музыкальный проект на SoundCloud.

В случае, если возможностей социальных сетей и хостингов недостаточно для реализации проекта – отличным решением может стать создание собственного web-сайта. При этом современные технологии позволяют производить интеграцию между хостингами, социальными сетями и собственным сайтом. К примеру, можно загрузить музыку на SoundCloud и вставить на страницу сайта плагин для прослушивания композиции, аналогично на YouTube. Социальные сети позволяют даже встраивать виджеты комментариев или кнопки «подписаться» / «вступить в группу». Множество онлайн-проектов используют такую возможность. Это позволяет расширить аудиторию, и выйти на тех людей, которые игнорируют социальные сети и не регистрируются там.

Используя сайт, как основную площадку для своего проекта, необходимо определить возможности его продвижения. В качестве малобюджетного способа может применяться размещение пресс-релиза со ссылкой на сайт на форумах в сети, где находится целевая аудитория. Хороший эффект дает использование поисковых сетей, которые являются самыми популярными сайтами в онлайн-пространстве («GOOGLE» и «YANDEX» ежедневно получает более 2-х миллиардов обращений), но данный вариант требует больших финансовых вложений. Поисковые запросы, которые прописывает пользователь Интернета, формируют базу предпочтений у внимательных «роботов», которые обслуживают эти сайты. У Google и Yandex есть инструменты, которые называются «Adwords» и «Директ». Их принцип прост – они выдают рекламу исходя из запросов пользователя. Воспользовавшись одним из перечисленных инструментов и точно прописав ключевые слова, можно быстро выйти исключительно на свою целевую аудиторию и расширить ее в кратчайшие сроки.

В процессе организации онлайн-проекта в первую очередь необходимо создать «костяк» проекта. Авторы, должны сойтись во мнении и четко определить цель, идею и концепцию проекта. Следующим важным шагом является определение целевой аудитории будущего проекта, площадки его реализации и способов продвижения. Перечисленные требования стали основой организации мультимедийного творческого онлайн-проекта «Black Space», который был анонсирован в мае 2014 года и запущен в сентябре 2014 года с количеством подписчиков около 200 человек. В настоящий момент основная группа «ВКонтакте» насчитывает 1329 подписчиков. Окончание проекта планируется в мае 2019 года.

Сайт проекта выполнен на движке, использующем язык HTML 5, что позволяет задействовать все доступные интернет технологии (CSS-таблицы, JavaScript и пр.). Имеется информационный раздел, где вновь пришедшая аудитория может ознакомиться с историей проекта, с его авторами и прочитать последние новости. Навигатор по главам позволяет читателю в любой момент перейти к нужной главе, не затратив время на поиски.

В рамках проекта выпущена полностью первая часть «2817 Н.Э.» насчитывающая десять глав (глава содержит в среднем три страницы текста, иллюстрацию и музыкальную композицию на 2-3 минуты). Ведется работа над второй частью «Огненный дождь» (опубликованы

девять глав), в которой увеличены объёмы творческого материала. Теперь одна глава – это в среднем десять страниц текста, две иллюстрации и одна музыкальная композиция 4-5 минут.

Авторы проекта активно используют преимущества ведения деятельности в онлайн-среде. Экономия времени значительно сказывается на продуктивности работы, особенно, если учесть, что все авторы являются студентами. Мобильность и доступность связи с «коллегами» является важным фактором в развитии проекта. Возможность гибкого планирования рабочего графика, помогает успеть выполнить всю необходимую работу, не в ущерб основной деятельности (работа, учеба и пр.). Мотивация участников обусловлена желанием самореализоваться и воплощать в жизнь свои идеи. Еще одной особенностью проекта является постоянное расширение творческого состава. Над проектом работает более десяти человек не только из разных городов, но и стран (Белоруссия, Украина, Казахстан), что придает проекту статус международного.

Продвижение проекта «Black Space» ведется в онлайн-среде с помощью партнеров среди популярных тематических пабликов ВКонтакте, общее число которых насчитывает более 120 000 человек. Постоянная публикация рекламы проекта и просто новостей позволяет успешно расширять аудиторию и привлекать новых подписчиков в основную группу «Black Space», которая на данный момент насчитывает 1329 человек [5].

Статистика посещаемости основной группы проекта «ВКонтакте» показывает следующие результаты. За 2 года существования проекта количество посещаемости выросло более чем в 3 раза (с ~30 уникальных посетителей в день, до ~110). Аудитория проекта насчитывает 79,7% участников из России, 7,3% из Украины, 6,72% из Беларуси, 1,8% из Казахстана, 1,7% из США, еще 2,7% являются жителями других стран [47]. Количество подписчиков увеличилось более чем в 2 раза: с ~60 просмотров, до ~130 просмотров в сутки. При этом полный охват (т.е. все просмотры, а не только подписчики) вырос в 3 раза: со ~100 человек в сутки до ~300 человек в сутки. В моменты публикации важных новостей или «долгожданных» глав количество посещений увеличивается до 600 человек в сутки.

Важным фактором растущей популярностью является постоянный выпуск контента. Это помогает не только удержать аудиторию, но и постоянно расширять ее. Помимо «ВКонтакте» и официального сайта авторы используют для информирования читателей онлайн-ресурсы: Twitter, Youtube, Soundcloud и Facebook. В настоящее время постоянная аудитория «Black Space» насчитывает более 2000 человек.

В целях вовлечения подписчиков в творческий процесс, авторы проекта постоянно организуют различные конкурсы и интерактивы. Например, конкурс ремиксов привлек к участию шесть музыкантов, среди которых было два профессионала. В конкурсе на лучшую идею для главы приняло участие шестнадцать человек. Постоянно проводятся различные опросы, мотивирующие к творческому анализу контента (например, «Битва артов»).

В заключение необходимо отметить, что мультимедийные творческие онлайн-проекты имеют собственную нишу в Интернет пространстве, способствуют продвижению молодых перспективных авторов не только на местном уровне, но и в международной среде и, впоследствии, могут стать обособленным направлением в области искусства.

### *Список литературы*

1. ГОСТ Р 54869-2011 Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200089604> – (дата обращения: 25.01.2017)
2. Интернет в России и в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bizhit.ru/index/polzovateli\\_interneta\\_v\\_mire/0-404#](http://www.bizhit.ru/index/polzovateli_interneta_v_mire/0-404#) (дата обращения: 07.02.2017).
3. Руководство к Своду знаний по управлению проектами (PMI PMBoK 5th Edition) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forpm.ru/pmbok-5> – (дата обращения: 25.01.2017).
4. Социальные сети в России, зима 2015-2016 Цифры, тренды, прогнозы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sostav.ru/blogs/112218/18945> – (дата обращения: 09.02.2017).
5. *Статистика* страницы «Black Space (Art-project)». ВКонтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [vk.com/stats? gid=53282625](http://vk.com/stats?gid=53282625) – (дата обращения: 11.02.2016).
- Фунтов В. Н. Основы управления проектами в компании. / В. Н. Фунтов – СПб.: Питер, 2011. – 393 с.
6. Что такое виртуальные проекты? Online Projects [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.onlineprojects.ru/tags/virtual'nye\\_proekty](http://www.onlineprojects.ru/tags/virtual'nye_proekty) – (дата обращения: 28.01.2017).

371.382:004.946

**И.А. Садчиков, С.Ю. Ярина, И.А. Суслова**

### **ОБУЧАЮЩИЕ ВИДЕОИГРЫ, КАК ОДНА ИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ**

*Садчиков Илья Александрович  
Ярина Светлана Юрьевна  
svetlana-yarina93@yandex.ru  
Суслова Ирина Александровна  
irik@yandex.ru*

*ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет»,  
Россия, г. Екатеринбург*

### **EDUCATIONAL VIDEO GAMES AS A NEW TREND IN RUSSIAN PEDAGOGICAL PROCESS**

*Sadchikov Ilya Alexandrovich  
Yarina Svetlana Yuryevna  
Suslova Irina Alexandrovna*

*Russian State Vocational Pedagogical University*

*Аннотация. В настоящее время обучающий потенциал компьютерных игр в России практически не используется. Эффективный инструмент обучения применяется, как правило, для развлекательных целей. Чтобы изменить сложившуюся ситуацию необходимо определить понятие и место обучающих компьютерных игр в системе педагогических понятий.*