

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
«Мишелевская средняя общеобразовательная школа № 19»

Индивидуальный проект
«Классическая музыка в рекламе»

Работа ученицы 9 б класса
Садохиной Олеси Олеговны
Руководитель проекта
Герасимова Е.А.
Учитель музыки

Работа допущена к защите «_____» _____ 2024г.
Подпись руководителя проекта _____ (_____)

р.п. Мишелевка
2024г.

Содержание

1.Введение.....	стр.3
2.Основная часть	
2.1. Что означает понятие классическая музыка.....	стр.4
2.2. Великие мастера музыки.....	стр.4
2.3. Реклама – обзор понятия.....	стр.5
2.4. Музыкальные произведения, используемые в рекламе.....	стр.6
3. Заключение.....	стр.7
4. Список литературы.....	стр.8

1.Введение

Меняется жизнь, меняются вкусы и мода, меняется сам человек. Но вечной остается классика. Доказательством тому может служит тот факт, что классическая музыка существует не только сама по себе, в концертных залах, в записях на дисках, но и активно проникает в современную культуру, которую принято называть массовой. К ней обращаются для создания имиджа как отдельного человека, так и коммерческих компаний, она звучит в разнообразных ситуациях работы и досуга. Тем самым классическая музыка оказывается в ритме жизни современного общества, современного дизайна, моды. Сегодня мелодии классических произведений звучат в рекламных роликах, заставках телевизионных программ и становятся всё более востребованными массовой культурой в целом.

Актуальность данной работы заключается в том, что через рекламу, классическая музыка становится популярной. Реклама теперь постоянно присутствует в нашей жизни, а классическая музыка – это то, что делает ее прекрасной, привносит свежие чувства, праздничное настроение. Практическая значимость данной работы состоит в том, что современное поколение также нуждается в качественных музыкальных произведениях, какими и являются образцы классической музыки.

Цель работы: развить интерес к классической музыке через рекламу

Задачи: - изучить популярность применения классической музыки в рекламе.
- проанализировать классические произведения используемые в рекламе
- создать собственную рекламу с применением классической музыки.

2. Основная часть

2.1 Что означает понятие классическая музыка.

Что такое классическая музыка? Это музыка прошедшая испытание временем и до сих пор вызывающая интерес у слушателя. Термин «классическая» в музыке в основном используется для определения серьезной, художественной музыки, то есть музыки, которая не является народной, популярной, джазом, роком и так далее. Одно из самых бросающихся в глаза различий между классической и популярной музыкой – это разное отношение к композиторам и исполнителям. В популярной музыке основное внимание приковано к исполнителю, а в классической музыке главную роль играет сочинитель. Именно его имя чаще всего ассоциируется с произведением и остаётся в памяти потомков. «Хорошо выполненное классическое произведение способно захватить слушателя не хуже приключенческого фильма или детектива. Это неповторимое ощущение, когда закрываешь глаза и погружаешься в нескончаемый поток звуков, забывая обо всем на свете, словно попадаешь в другой мир, в другое измерение» Такие ощущения, которые возникают от прослушивания классической музыки, знакомы, наверно, каждому любителю музыки. Мне кажется, что те люди, которые любят музыку, особенно классическую, могут лучше понимать другого человека, могут помочь, посочувствовать в трудную минуту. Действительно, классическая музыка - шедевр, который нужно беречь, как зеницу ока, ведь она - сокровище искусства!

2.2 Великие мастера музыки.

Классические произведения были созданы гениальными авторами так давно, что и не верится, что что-то может пережить такое количество лет. А эти произведения до сих пор любят и слушают, создают аранжировки и современные интерпретации. Даже в современной обработке, произведения гениальных композиторов остаются классической музыкой.

Из большого количества знаменитых композиторов хочется остановиться на некоторых из них. Это Иоганн Себастьян Бах. Сегодня его называют одним из самых великих композиторов, когда-либо живущих на земле. Его музыка кажется нам основательной, сдержанной и сосредоточенной, как размышления мудрого человека. Творчество Баха оказало влияние на многих композиторов.

Вольфганг Амадей Моцарт по праву считается гением. Он создал поразительное количество произведений – 23 оперы, 18 сонат, 23 фортепианных концерта, 41 симфонию и многое другое. В Германии музыку Моцарта называют «музыкой души», в своих произведениях композитор проявлял черты своей искренней, любящей природы. Одни из самых узнаваемых произведений – «Рондо в турецком стиле», «Маленькая ночная серенада», «Симфония №40».

Еще один великий немецкий композитор - Людвиг Ван Бетховен. О нем знают даже те, кто вообще ничего не знает о классической музыке. Бетховен – один из наиболее исполняемых и уважаемых композиторов в мире. Особенно популярны – «Лунная соната», Симфония №5.

И, конечно же, великий русский композитор Петр Ильич Чайковский. Музыка Чайковского поражает своей теплотой, душевностью, искренностью. Какие запоминающиеся мелодии «Детского альбома», балетов «Лебединое озеро», «Спящая красавица», «Щелкунчик» и многих других произведений.

2.3 Реклама – обзор понятия.

Реклама – это сегодня самый актуальный, самый быстрый способ передачи информации. Её мы видим практически везде: на телевидении, радио и даже на улице – на рекламных щитах! Рекламу нельзя представить себе без музыки, ведь она задает настроение ролику. В рекламе мы слышим много различной музыки: либо написанной на заказ, либо уже известных песен. Также нам часто стали встречаться рекламы, в которых фоном служит классическая музыка.

Функции рекламы

- Создаёт осведомлённость о товарах и брендах
- Формирует имидж бренда
- Информирует о товаре и бренде
- Убеждает людей
- Создаёт стимулы к совершению действий
- Обеспечивает напоминание

Реклама очень сильно вошла в нашу жизнь. И, как правило, она достигает главной цели: у нас возникает стойкое желание приобрести рекламируемый товар. Всем давно известно, что хорошая реклама действует подсознательно, а не методом логического убеждения. Для этого в рекламе используют различные психологические приемы. Все чаще в рекламное агентство принимают психологов именно для этой цели. Психолог помогает разработать такую рекламу, чтобы не просто воздействовать на человеческий разум, но еще, что самое главное, на чувства. Человек должен не просто видеть рекламу, она должна ему нравиться. И через некоторое время человек начинает задумываться о товаре, об услугах компании.

В рекламе происходит пропаганда классики, то есть чем больше мы слышим одну и ту же музыку, тем больше она нам запоминается и вызывает у нас интерес. Также люди могут получить новые знания, узнать множество различных произведений из рекламы. Хотя, некоторые люди, увидев рекламу по телевизору, стремятся поскорее убавить звук, переключиться

на другой канал. Если же в рекламе будет классическая музыка, то она привлечёт внимание зрителя, и возможно, человек даже задумается о покупке рекламируемого продукта.

2.4 Музыкальные произведения, используемые в рекламе.

Поразительно, что некоторые люди считают классическую музыку тоскливой, грустной, малопонятной. Она восхитительна, она заставляет нашу душу звучать вместе с музыкой, вызывает в нас наилучшие эмоции. Для того чтобы понимать её, нужно лишь окунуться в богатый, невероятно прекрасный мир классической музыки. Классическая музыка все чаще звучит в рекламных роликах, вот некоторые из них.

Наверное, самое раннее использование классической музыки – это даже и не реклама, а заставка новостной программы «Время» на Первом канале в аранжировке на музыку Георгия Свиридова из сюиты «Время, вперёд!» Она создана на основе музыки к кинофильму Михаила Швейцера «Время, вперёд!», посвящённому строительству Магнитогорского металлургического комбината. Фрагмент музыкальной темы из первой сюиты и стал самой узнаваемой музыкой Первого канала.

Знаменитый «Танец рыцарей» Сергея Прокофьева из балета «Ромео и Джульетта» стал основой рекламного ролика «Ниссан Мурано»2011. Музыка этого танца очень яркая, энергичная, ритм его острый, пунктирный, что придает музыке особую четкость, устремленность, и как нельзя лучше соответствует энергии и завораживающей скорости рекламируемого автомобиля.

Ярким примером использования классики является заставка программы телепередачи «Человек и Закон» на Первом канале. Здесь мы вновь и вновь слышим великую музыку великого И.С. Баха, его Токкату и фугу для органа ре минор. Глубокие раздумья, философские размышления отличают музыкальное произведение, что ярко сочетается с духом программы «Человек и Закон».

Конечно не осталась в стороне и музыка П.И. Чайковского. Его известнейший балет «Лебединое озеро». Основой рекламного ролика стало «32 фуэте Одиллии» - реклама Нескафе Классик. Другой образец - Dance Of The Sugar («Танец феи Драже») - наверное самый популярный ролик M&M's, который на протяжении уже многих лет транслируется перед Новым годом на каналах, до сих пор вызывая улыбку на лице.

Это лишь малая часть классических произведений используемых в рекламных роликах.

3.Заключение

Рассмотрев вопрос применения классической музыки в рекламе, мы пришли к следующим выводам:

Использование классической музыки придает особый стиль рекламе — величие и спокойствие, или наоборот энергию и решительность.

Очень часто создатели рекламы используют самые известные произведения классической музыки, что еще раз подчеркивает бессмертную красоту данных произведений.

Использование классических произведений в рекламных роликах, делает рекламу более эмоциональной для восприятия, а значит она быстрее достигнет своей цели – приобретения покупателями данного товара.

Использование классики в рекламе еще раз подчеркивает вечность и совершенность музыкальных произведений. Ведь продукт рекламы сегодня есть, а завтра исчезнет, а классическая музыка будет жить всегда.

Что касается школьников, то хочется отметить, что, знакомясь на уроках с музыкой великих композиторов, мы часто замечаем, что где – то ее уже слышали. И часто вспоминаем при этом какую – то рекламу. И с особой радостью узнаем, что автором музыкального произведения является известный композитор. И так лучше запоминаем само музыкальное произведение и его автора.

Может даже возникнуть некоторый парадокс: реклама может надоедать, а музыка, звучащая в ней – никогда.

Знание классической музыки позволит мне стать в будущем успешным рекламодателем, а это востребованная профессия сегодня и в будущем.

В рекламе, несомненно, происходит пропаганда классики, то есть, чем больше мы слышим одну и туже музыку, тем больше она нам запоминается и вызывает у нас интерес. Так же люди могут получить новые знания, узнать множество различных произведений из рекламы.

Я тоже хочу попробовать себя в роли рекламодателя и представить вам рекламу Художественного отделения ДШИ р.п. Мишелевка для этого я использовала музыкальный шедевр классической музыки автора Антонио Вивальди «Времена года», надеюсь этот рекламный ролик позволит определится с выбором дополнительного образования детей.

4.Список литературы:

1. Бокарев, Т. М. Энциклопедия интернет-рекламы: М.: Издательство «ПРОМО-РУ», 2000. – 416 с.
2. Булучевский, Ю. С. Краткий музыкальный словарь для учащихся / Ю. С. Булучевский, В. С. Фомин. – Л., 1984. – 254с.
3. Васина-Гроссман, В. А. Книга о музыке и великих музыкантах: маленькая энциклопедия / В. А. Васина-Гроссман. – М., 1986. – 265 с.
4. Россихина, В. П. Беседы о классической музыке / В. П. Россихина. – М.: Просвещение, 1980
5. <http://gromadin.com/texts/podborki/383>
6. <http://siba.c.info/shcoolconf/science/xx/43454>