

УПРАВЛЕНИЕ КУЛЬТУРЫ АДМИНИСТРАЦИИ ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА  
МБОУ ВО «Екатеринбургская академия современного искусства» (институт)  
Факультет творческих индустрий  
Кафедра социокультурного развития территории

## **ПРОЕКТ**

# **«Бульвар Культуры» как место досуга детей: развитие культуры подвижных игр с помощью мастер-классов и комикс- инструкций**

**Исполнитель:**

Кузнецова Д.А.,  
студентка группы 422-КЖ

**Преподаватель:**

Быстрова Т.Ю.,  
профессор кафедры актуальных культурных практик

Екатеринбург, 2017

# Оглавление

- Глоссарий..... [слайд](#)  
[3](#)
- Почему комикс-инструкция?..... [слайд](#)  
[8](#)
- Предпосылки создания проекта..... [слайд](#)  
[9](#)
- Цель и задачи проекта..... [слайд](#)  
[10](#)
- Целевая аудитория и ценности проекта..... [слайд](#)  
[11](#)
- Программы, гранты для проекта..... [слайд](#) 12
- Похожие проекты..... [слайд](#)  
[13](#)
- Фоносемантический анализ названия..... [слайд](#)  
[19](#)
- Нейминг..... [слайд](#) 20
- Логотип..... [слайд](#)  
[22](#)
- Апробация идей с помощью подхода Джона Гранта..... [слайд](#)  
[24](#)
- Разработка айдентики..... [слайд](#)  
[26](#)

# Глоссарий

- **Позиционирование территории** – это деятельность, предпринимаемая с целью помочь потребителю различать, узнавать, возможно, предпочитать ту или иную территорию на фоне других территорий (Сачук Т.В. *Территориальный маркетинг. Спб.: Питер, 2009. – 368 с.*).
- **Позиционирование** – это разработка и создание имиджа товара таким образом, чтобы он занял в сознании покупателя достойное место, отличающееся от положения товаров-конкурентов. Ключевой из задач позиционирования является задача построения ассоциативных сетей, которые позволяли бы потребителю быстро различать и выделять наиболее привлекательные для него товары (Жан-Жак Ламбен, *европейский маркетолог, профессор*).

# Глоссарий

- Определения понятия «позиционирование» Т.В. Сачук и Жан-Жак Ламбена схожи в том, что основываются на отличии территории от конкурентов, причем важным является то, чтобы данные отличия создавали положительный образ территории.
- **Позиционирование в сознании потребителей территории** – это не только процесс фактически существующих, признанных характеристик территории, но еще и активная осознанная политика, направленная на формирование и поддержку «нужных», «правильных» ассоциаций, связанных с территорией (Сачук Т.В. *Территориальный маркетинг*. Спб.: Питер, 2009. – 368 с.).

# Глоссарий



- **Бульвар Культуры** – это одна из главных улиц соцгорода, одна из улиц-лучей, берущих начало от площади Первой пятилетки. Её название происходит не от абстрактного понятия «культура», а от конкретного объекта – заводского культурного комплекса (Агеев С. Бульвар Культуры // За тяжёлое машиностроение. – 2002. – С. 5).

# Глоссарий

- **Подвижная игра** – это основной вид двигательной деятельности и средство всестороннего воспитания детей дошкольного возраста. Подвижная игра является средством формирования личности ребенка, так как в процессе игры у детей воспитываются морально-волевые качества (Определение Гориневского В.В. из книги: Степаненкова Э.Я. Методика проведения подвижных игр. Пособие для педагогов дошкольных учреждений. Мозаика-Синтез: Москва, 2009. – 80 с.).
- **Мастер-класс** – это эффективная форма передачи знаний и умений, обмена опытом обучения и воспитания, центральным звеном которой является демонстрация оригинальных методов освоения определенного содержания при активной роли всех участников занятия (Мастер-класс как современная форма методической работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://festival.1september.ru/articles/531889/>).

# Глоссарий

- **Комикс** – это удачное соединение литературы и визуального искусства. Это история в картинках, которые выстроены в четком хронологическом порядке. Комиксы впечатляют своей лаконичностью и одновременно логичностью и насыщенностью сюжета (<https://hsl.guru/что-такое-комикс/>).
- **Инструкция** – свод указаний, правил, устанавливающих порядок и способ выполнения или осуществления чего-либо (Ефремова Т.Ф. *Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный.* – М.: Русский язык, 2000).

# Почему комикс-инструкция?

Комикс и инструкция дополняют друг друга: в инструкции говорится о том, как нужно делать, а комиксы создаются в основном для развлечения. Дети не любят правила, особенно когда им их навязывают. Поэтому путем объединения комиксов и инструкций можно совместить обучение с развлечением.



# Предпосылки создания проекта

- Современный Бульвар Культуры является отличным местом для отдыха и прогулок. Пешеходная зона стала центром сосредоточения родителей с детьми. Но Бульвар не развит и не обустроен для детей: кто-то бегаёт за голубями, кто-то грустит на скамейке рядом с родителями. Данные наблюдения натолкнули на мысль о создании проекта, который заинтересует детей: проведение мастер-классов по подвижным играм и создание комикс-инструкций, чтобы дети могли играть в любое время самостоятельно.
- Очень часто можно увидеть, как даже маленькие дети проводят свое время не за игрушками и играми, а за компьютерами, планшетами, мобильными телефонами. Сейчас на улице редко можно встретить веселые играющие компании, а главное место в жизни детей заняла техника. Но подвижные игры всегда были неотъемлемой частью детского досуга, частью воспитательного процесса. Для того, чтобы возродить игровую традицию, был задуман данный проект.

# Цель и задачи проекта

- **Цель проекта:** организация досуга детей на Бульваре Культуры через мастер-классы по подвижным играм и комикс-инструкции.
- **Задачи проекта:**
  1. Сформировать актив волонтеров для проведения мастер-классов по подвижным играм.
  2. Приготовить материально-техническое оснащение проекта.
  3. Разработать комикс-инструкции для размещения на Бульваре Культуры.
  4. Заинтересовать детей подвижными играми и способствовать самостоятельной организации детьми игрового досуга в будущем при помощи комикс-инструкций.

# Целевая аудитория и ценности проекта

- **Целевая аудитория проекта:** дети и родители.
- **Ценности проекта:** сохранение игровых традиций, содержательный и позитивный детский досуг, общение и коммуникативная деятельность детей, самовоспитание как результат соблюдения правил игры, игровой опыт как составляющая часть социального опыта.

# Программы, гранты для проекта

- Подпрограмма «Совершенствование социальной поддержки семьи и детей» Государственной программы Российской Федерации «Социальная поддержка граждан»: реализация комплекса мероприятий для организации отдыха и досуга семей с детьми ([http://er.ru/projects/krepkaya-semya/userdata/files/2013/09/04/programm\\_podderjka.pdf](http://er.ru/projects/krepkaya-semya/userdata/files/2013/09/04/programm_podderjka.pdf)).

# Похожие проекты: семейные «Апрельские игры» на Бульваре Культуры

- **Место проведения:** г. Екатеринбург, центр Культуры «Орджоникидзевский».
- **Цель проекта:** возрождение традиций – совместных игр на свежем воздухе.
- **Аудитория проекта:** дети и взрослые от 5 до 60 лет.
- **Плюсы проекта:** направленность на широкую аудиторию, установленные временные рамки (каждое воскресенье апреля).
- **Минусы проекта:** недолгосрочность проекта, отсутствие «продолжения» проекта вне временных рамок.

# Семейные «Апрельские игры» на Бульваре Культуры



16 апреля 2017 года центр Культуры «Орджоникидзевский» собрал любителей активного отдыха для игры в «Городки».

# Похожие проекты: социальный проект «Играем вместе»

- **Место проведения:** Алтайский край, г. Барнаул.
- **Цель проекта:** сформировать игровой опыт как составляющую часть социального опыта. Через игровой процесс скорректировать межличностные отношения у старшеклассников и у детей детского сада.
- **Аудитория проекта:** старшеклассники и дети детского сада.
- **Идея:** будущие студенты педагогических учебных заведений обучают играм дошкольников.
- **Плюсы проекта:** взаимное обогащение опытом, добровольческая деятельность педагогического класса, развитие коммуникативных навыков у дошкольников и будущих педагогов, постепенная наработка профессиональных умений и навыков у старшеклассников.

# Социальный проект «Играем вместе»



Учащиеся педагогического класса с сентября 2011 года начали посещать ДООУ № 119 г. Барнаула, подготавливая разные игры для игровых программ в средней, старшей и подготовительных группах.





# Похожие проекты: кампания **Voila da Rua** – «будь больше ребёнком»










- **Место проведения:** улицы бразильских городов.
- **Цель проекта:** отвлечь детей от компьютерных игр.
- **Аудитория проекта:** дети.
- **Плюсы проекта:** инновационный и креативный подход к детям => привлечение детского внимания, использование инструмента (мяча) для создания детского сообщества.
- **Минусы проекта:** неадаптированность проекта для российских условий, особенно для Бульвара Культуры.

# Кампания Vola da Rua – «будь больше ребёнком»



Vola da Rua —рекламная кампания, известная креативным подходом к публичным проектам. Футбольные мячи в коробках на улицах бразильских городов: как ни крути, а играть захочешь (Рио-де-Жанейро, август 2016).

# Фоносемантический анализ названия: Игра «БУЛЬВАРИЯ»

Фоносемантические шкалы	Коэффициент	Диаграмма	Выраженность созвучия
Яркий-Тусклый	4,56		Яркий
Хороший-Плохой	4,62		Хороший
Храбрый-Трусливый	4,65		Храбрый
Могучий-Хилый	4,84		Могучий
Простой-Сложный	4,87		Простой
Красивый-Отталкивающий	4,96		Красивый
Величественный-Низменный	4,96		Величественный
Радостный-Печальный	4,96		Радостный
Женственный-Мужественный	7,02		Мужественный

# Нейминг: оформление, шрифт

## Предварительный просмотр BrushType-SemiBoldA

☰ Предпросмотр шрифта

Tl Размеры

✎ Цвет и фон

✈ Тест-драйв

☰ Полный список символов beta

Font size:

72

Цвет текста:

#000000

Цвет фона:

#FFFFFF

[Поменять цвета местами](#)

Игра "БУЛЬВАРИЯ"

## Предварительный просмотр Casanova

☰ Предпросмотр шрифта

Tl Размеры

✎ Цвет и фон

✈ Тест-драйв

☰ Полный список символов beta

Font size:

72

Цвет текста:

#000000

Цвет фона:

#FFFFFF

[Поменять цвета местами](#)

Игра "БУАЪВАРУЯ"


# Нейминг: оформление, шрифт

## Предварительный просмотр DS Goose

 Предпросмотр шрифта

 Размеры

 Цвет и фон

 Тест-драйв

 Полный список символов beta

Font size:

72

Цвет текста:

 #000000

Цвет фона:

 #FFFFFF

[Поменять цвета местами](#)


Игра "БУЛЬВАРИЯ"

## Предварительный просмотр DisneyPark

 Предпросмотр шрифта

 Размеры

 Цвет и фон

 Тест-драйв

 Полный список символов beta

Font size:

72

Цвет текста:

 #000000

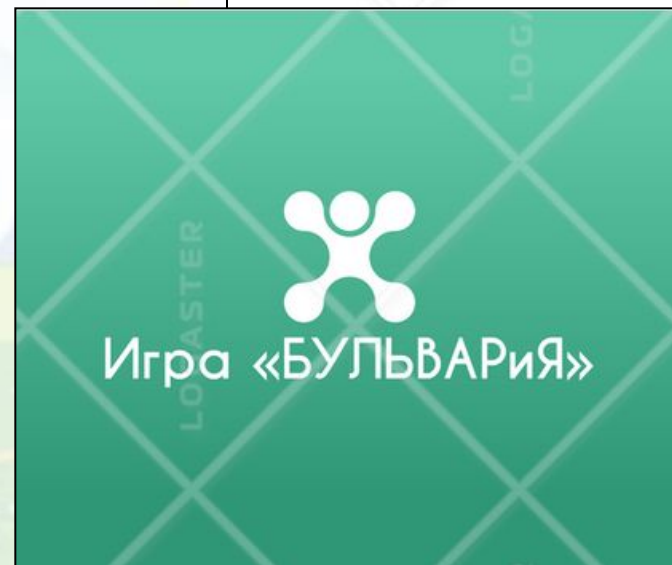
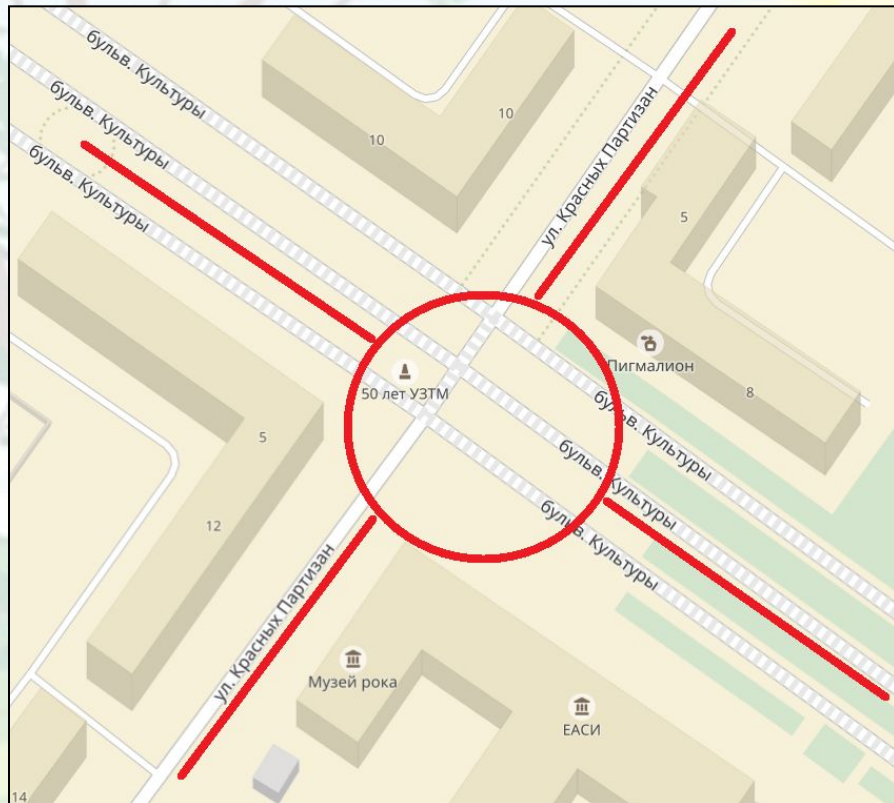
Цвет фона:

 #FFFFFF

[Поменять цвета местами](#)

Игра "ФУЛЬВАРИЯ"

# Логотип: вариант 1



# Логотип: вариант 2



# Апробация идей с помощью подхода Джона Гранта

	Личностные идеи	Групповые идеи	Социальные идеи	Институциональные идеи
Новые традиции	Привычные идеи	Зрелищные идеи	Лидерские идеи	Организационные идеи
Системы убеждений	Когнитивные идеи	Идеи ценителей	Идеи веры	Идеи атласа
Время	Регрессивные идеи	Идеи настоящего	Ностальгические идеи	Календарные идеи
Стадные инстинкты	Идеи инициации	Идеи толпы	Идеи клана	Идеи повальных увлечений
Связующие идеи	Соавторство	Социализация	Сотрудничество	Местное сообщество
Роскошь	Идеи консьержа	Идеи изобилия	Эксклюзивные идеи	Экзотические идеи
Провокации	Эротические идеи	Ослабляющие идеи	Скандальные идеи	Радикальные идеи
Контроль	Персонализированные идеи	Контролирующие идеи	Идеи соперничества	Идеи градации



# Апробация идей с помощью подхода Джона Гранта

- «Одно большое Мы – это ощущение принадлежности к огромному человечеству. Однако мы не обязаны ощущать себя частью мира. Нам достаточно принадлежать к большому сообществу».
- «Нет никакой необходимости в создании каких-либо пафосных организаций типа клуба. Достаточно ощущать свою принадлежность к группе, имеющей общие интересы» (Джон Грант. 12 тем. Маркетинг 21 века).

# Разработка айдентики для создания ощущения принадлежности к сообществу

- **Айдентика** – набор графических форм и принципов построения визуальной коммуникации компании, объединенных одной идеей (<https://thequestion.ru/questions/58397/chto-takoe-aidentika-kak-eyo-razrabotat-i-na-kakie-knigi-v-etoi-sfere-stoit-molitsya>).
- **Основные задачи айдентики:**
  1. Выделить компанию среди конкурентов.
  2. Создать и закрепить узнаваемый образ у потребителей, четко связанный с самой компанией и ее наименованием.

# Разработка айдентики для создания ощущения принадлежности к сообществу

- Значок как способ визуального объединения



# Опрос: ЦА, цель, структура, метод

- **Целевая аудитория опроса:** родители.
- **Цель опроса:** подробнее узнать о поведении и взаимоотношениях детей в коллективе, а также выяснить, насколько эффективно использовать комикс-инструкции для привлечения внимания детей к играм.
- **Структура опроса:** опрос состоит из 6 вопросов + 2 вопроса о поле и возрасте ребенка. Опрос оформлен и сделан в Google Forms (Гугл Формах). В каждом вопросе можно выбрать по несколько вариантов ответа, а также написать свой ответ.
- **Метод:** опрос проводился в социальных сетях с 24 апреля по 7 мая 2017 г. В опросе приняли участие 20 родителей из Екатеринбурга, имеющие детей от 2,7 до 10 лет. Из них 10 родителей мальчиков и 10 – девочек.
- **Ссылка на опрос:**  
<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScxLVokYwtaBZwUqFOkClxVUzcR0ec08cfqFL6uS-z9C-ytiA/viewform>.

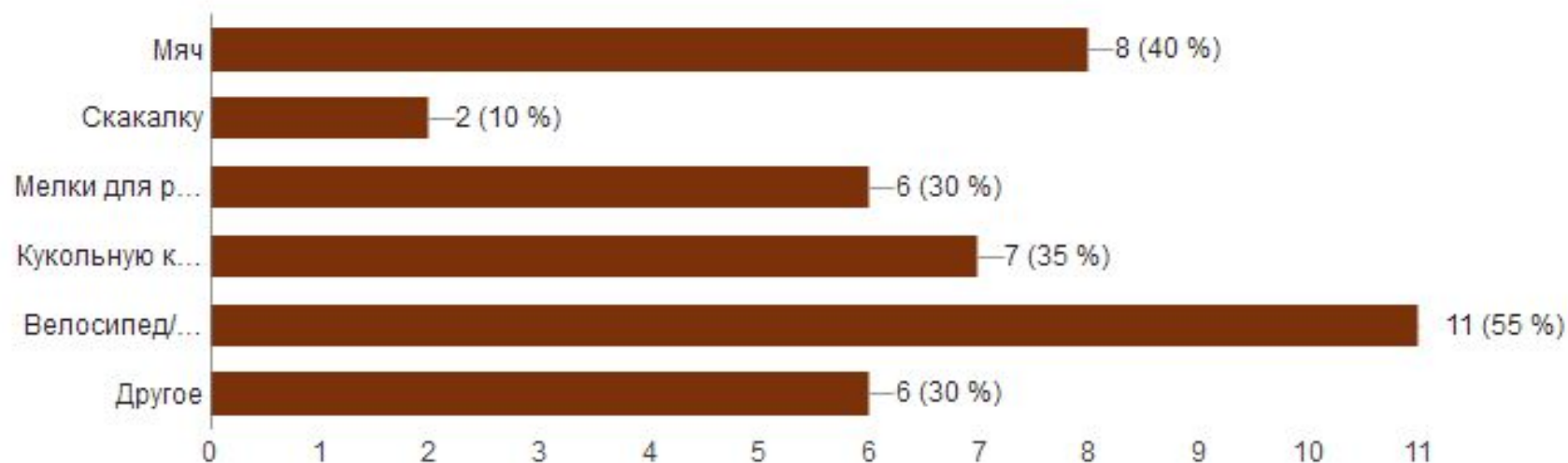
# Опрос: результаты

- **Вопрос 1: Вы собираетесь на прогулку с ребенком. Что он берет с собой?**
  - Мяч (8 человек: 6 мальчиков и 2 девочки – 40%).
  - Скакалку (2 девочки – 10%).
  - Мелки для рисования (6 человек: 5 девочек и 1 мальчик – 30%).
  - Кукольную коляску/машинку (7 человек: 5 девочек и 2 мальчика – 35%).
  - Велосипед/самокат (11 человек: 8 мальчиков и 3 девочки – 55%).
  - **Другое:** теннисные ракетки, скейт (Мальчик (далее – М)); игрушечный телефон (Девочка (далее – Д)); игрушки (Д); кукла (Д); ролики (М); сумка (Д).

# Опрос: результаты на диаграмме

Вы собираетесь на прогулку с ребенком. Что он берет с собой?

20 ответов



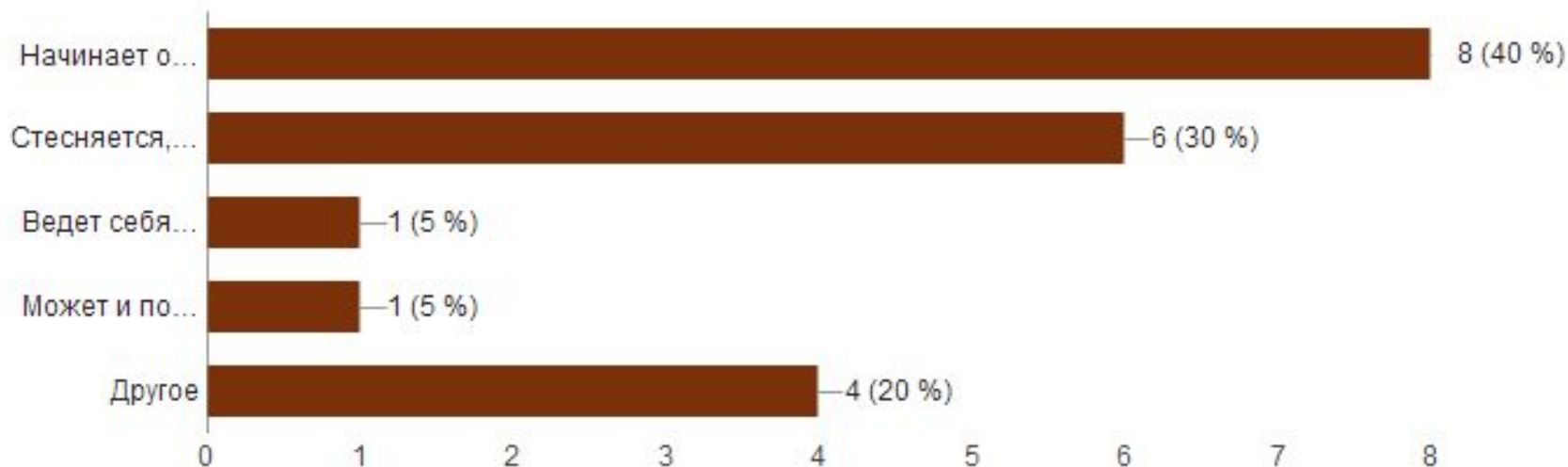
# Опрос: результаты

- **Вопрос 2: На прогулке к ребенку подошел его сверстник или ребенок постарше. Действия Вашего ребенка:**
  - **Начинает общаться, охотно делится своими игрушками (8 человек: 4 мальчика и 4 девочки – 40%).**
  - **Стесняется, прячется за Вами (6 человек: 3 мальчика и 3 девочки – 30%).**
  - **Ведет себя агрессивно, не хочет ничем делиться и кричит «моё!» (1 девочка – 5%).**
  - **Может и подраться (1 мальчик – 5%).**
  - **Другое:** очень редко начинает общаться (М); общается, но игрушками не делится (М); общается только со знакомыми детьми (Д); не начинает общаться первая, но если с ней будут разговаривать, она начнет общаться (Д).

# Опрос: результаты на диаграмме

На прогулке к ребенку подошел его сверстник или ребенок постарше.  
Действия Вашего ребенка:

20 ответов





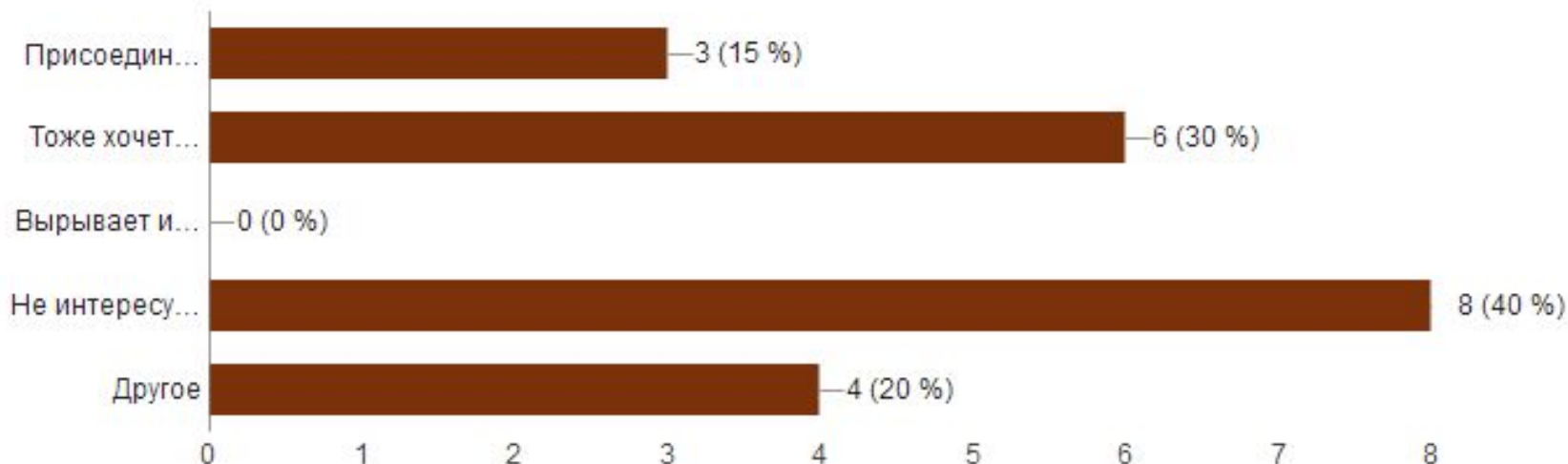
# Опрос: результаты

- **Вопрос 3: Вы с ребенком идете и видите, что на асфальте дети рисуют мелками. Ваш ребенок:**
  - Присоединяется к детям, начинает общаться, просит поделиться мелками (3 девочки – 15%).
  - Тоже хочет рисовать и просит купить ему мелки (6 человек: 4 девочки и 2 мальчика – 30%).
  - Вырывает из рук другого ребенка мел и начинает рисовать свое (0 человек – 0%).
  - Не интересуется данным видом детского творчества (8 человек: 7 мальчиков и 1 девочка – 40%).
  - **Другое:** смотрит на детей, но желания рисовать не возникает (М); достает свои мелки и рисует (Д); просится домой за мелками и рисует отдельно от всех (Д); стоит и смотрит, что они делают (Д).

# Опрос: результаты на диаграмме

Вы с ребенком идете и видите, что на асфальте дети рисуют мелками. Ваш ребенок:

20 ответов



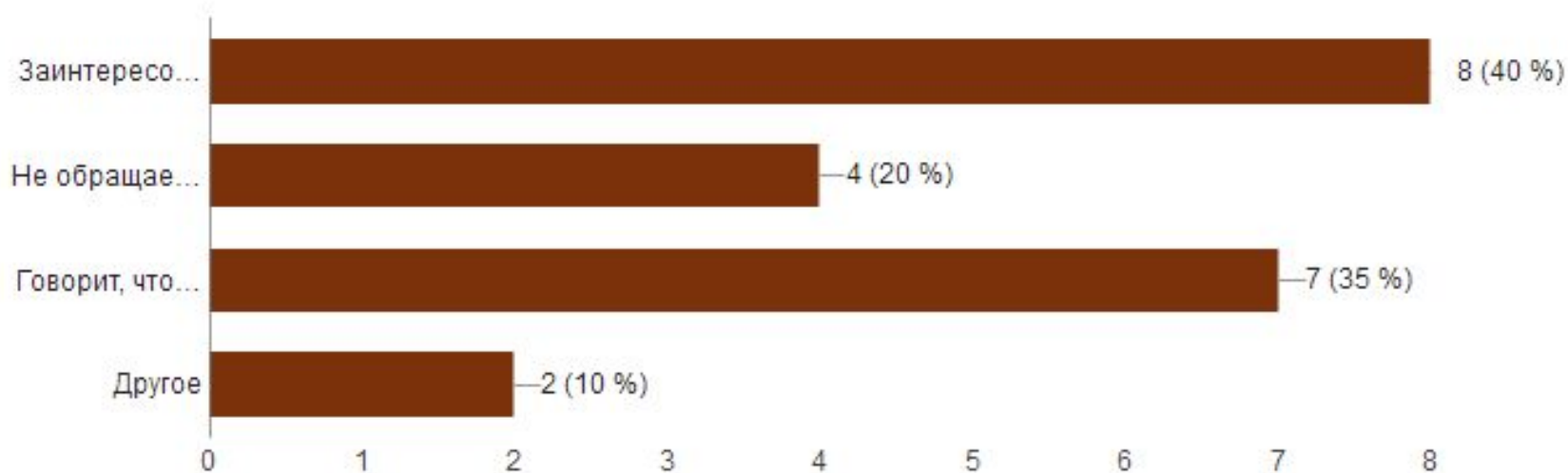
# Опрос: результаты

- **Вопрос 4: Представьте, что во время прогулки Вы с ребенком решили отдохнуть и сели на скамейку. Вдруг рядом увидели красочный плакат. Ваш ребенок:**
  - **Заинтересованно рассматривает плакат (8 человек: 5 девочек и 3 мальчика – 40%).**
  - **Не обращает внимания, ведь есть более интересные вещи вокруг (4 человека: 2 мальчика и 2 девочки – 20%).**
  - **Говорит, что хочет сделать так же, как на плакате (7 человек: 5 мальчиков и 2 девочки – 35%).**
  - **Другое:** замечает, но не интересуется (М); по возможности забирает его домой (Д).

# Опрос: результаты на диаграмме

Представьте, что во время прогулки Вы с ребенком решили отдохнуть и сели на скамейку. Вдруг рядом увидели красочный плакат. Ваш ребенок:

20 ответов



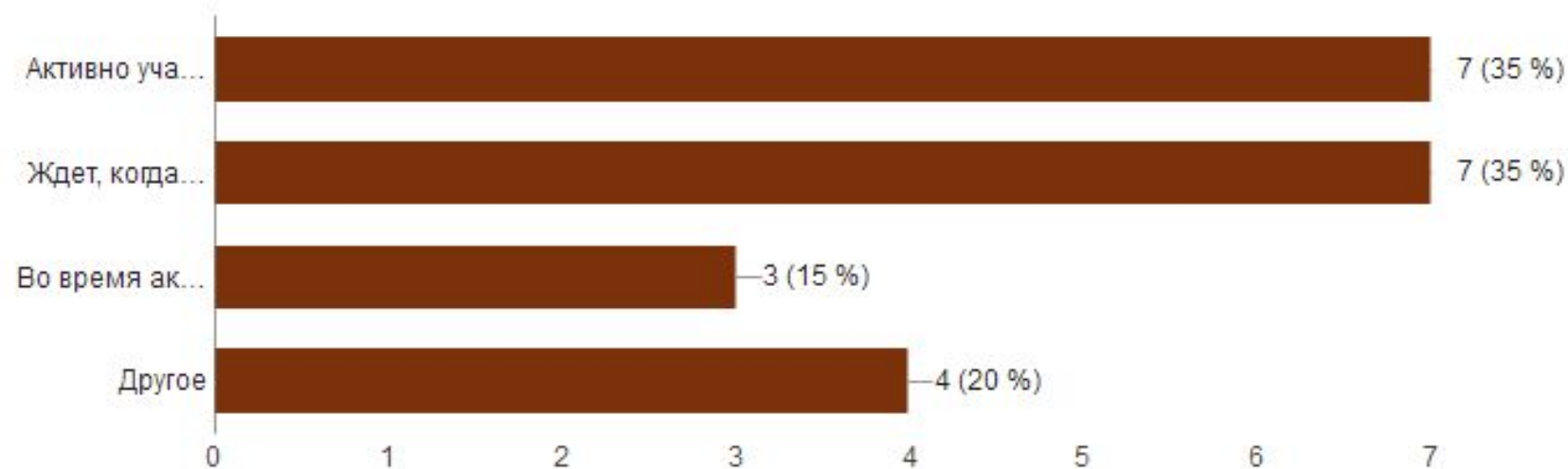
# Опрос: результаты

- **Вопрос 5: Представьте, что в детском саду/школе проходит утренник/Новый год, где ведущий проводит конкурсы/игры, показывает движения для того, чтобы дети повторяли. Ваш ребенок:**
  - Активно участвует во всех конкурсах/играх/разминках (7 человек: 5 девочек и 2 мальчика – 35%).
  - Ждет, когда его позовут играть друзья/воспитатель/ведущий/родитель (7 человек: 4 мальчика и 3 девочки – 35%).
  - Во время активностей остается в стороне, не подходит к другим детям (3 человека: 2 мальчика и 1 девочка – 15%).
  - **Другое:** редко участвует в конкурсах (М); пытается внедрить свои игры (М); участвует, но не активно (Д); порой отказывается от участия, показывает характер (М).

# Опрос: результаты на диаграмме

Представьте, что в детском саду/школе проходит утренник/Новый год, где ведущий проводит конкурсы/игры, показывает движения для того, чтобы дети повторяли. Ваш ребенок:

20 ответов



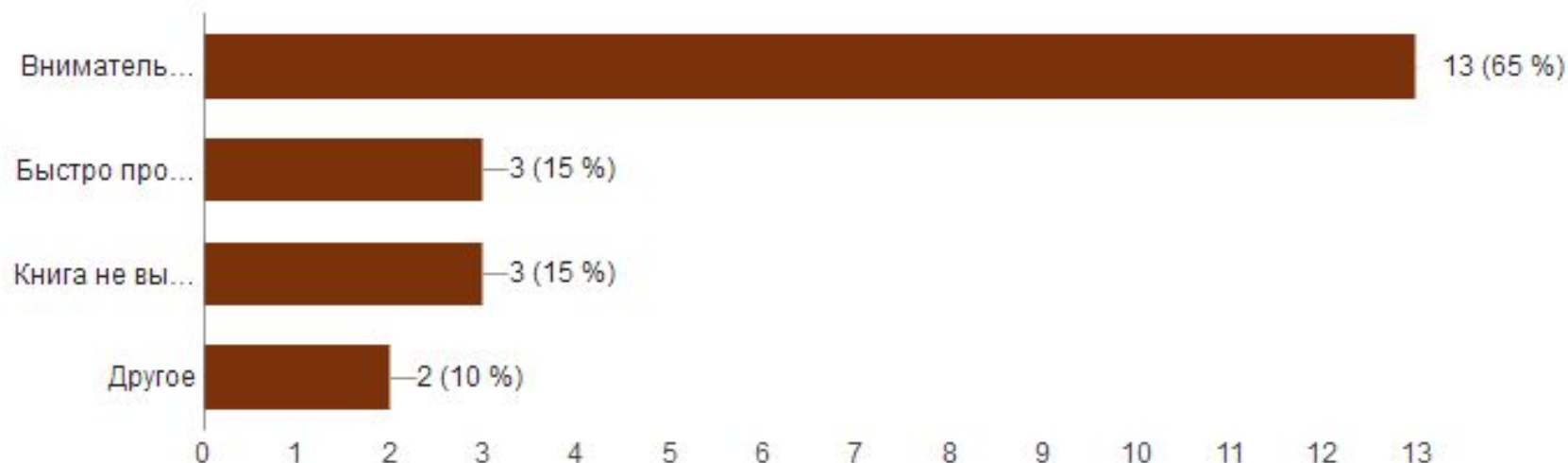
# Опрос: результаты

- **Вопрос 6: В руки Вашему ребенку попала книжка с картинками, на которых изображены плавающие/играющие/поющие люди. Он:**
  - Внимательно рассматривает каждую картинку, ничего не упускает из виду, задает Вам вопросы (13 человек: 8 девочек и 5 мальчиков – 65%).
  - Быстро пролистывает книгу и идет дальше по своим делам (3 человека: 2 мальчика и 1 девочка – 15%).
  - Книга не вызывает интереса (3 человека: 2 мальчика и 1 девочка – 15%).
  - **Другое:** пытается повторить рисунки самостоятельно (Д); начинает раскрашивать картинки (М).

# Опрос: результаты на диаграмме

В руки Вашему ребенку попала книжка с картинками, на которых изображены плавающие/играющие/поющие люди. Он:

20 ответов





# Опрос: выводы

- У мальчиков и девочек **разные интересы**: первые предпочитают играть в мяч и кататься на велосипеде/самокате, а также на роликах, скейте и играть в теннис. То есть мальчики выбирают подвижность, активность. Девочки же более спокойно проводят время: рисуют мелками, прыгают на скакалке. Есть в их арсенале поистине женские атрибуты: большинство девочек любит гулять с кукольной коляской и куклой, сумкой и телефоном, но пока игрушечным. Следовательно, необходимо учесть в мероприятии различия в интересах, и, соответственно, в играх.

# Опрос: выводы

- В общении мальчики и девочки ведут себя похоже: большинство из них охотно общаются и делятся игрушками. Но есть и стеснительные ребята, привыкшие к обществу взрослых, а также дети, которые общаются только со знакомыми детьми или не начинают общение первыми.
- Таким образом **дети делятся на активных и пассивных**. Большинство детей ждет, когда их позовут, вовлекут в игру. Однако мальчики в единичных случаях могут быть резкими: отказываются от участия или внедряют свои игры.
- Следовательно, в мероприятии нужно учесть детскую стеснительность. Необходимо построить игру таким образом, чтобы скромные ребята заинтересовались и включились в игру.

# Опрос: выводы

- В основном детей заинтересовывают красочные плакаты, они любят их внимательно рассматривать и при этом ничего не упускают из виду. И это понятно, ведь дети хорошо воспринимают визуальную информацию, особенно картинки. Это значит, что мы движемся в правильном направлении, выбрав для проекта комикс-инструкции.

# Сценарий мероприятия

- Волонтеры в ярких тематических костюмах привлекают внимание гуляющих на Бульваре Культуры детей.
- Желающим поиграть волонтеры выдают отличительные знаки – значки. Но к играющим в любое время могут присоединиться «новенькие».
- Из детей выбирают желающего на должность ответственного за запись результатов игр в таблицу цветными мелками на асфальте.
- Волонтеры предлагают и проводят игры по интересам детей:
  1. Соревнования на велосипедах и самокатах, велосипедная эстафета.
  2. Игры с мячом: «картошка», «кегли», «съедобное-несъедобное», эстафета с мячом и другие.
  3. Игра в теннис.
  4. Соревнования по прыжкам на скакалке, игра «рыбак и рыбки» со скакалкой.
  5. Турнир для девочек по игре в классики.
  6. Конкурс рисунков на асфальте.
- Победители игр и самые активные дети получают призы – полный свод комикс-инструкций с играми.

# Предполагаемые результаты проекта

- Бульвар Культуры – место досуга детей.
- Интерес к подвижным играм на свежем воздухе развивается и растет, дети самостоятельно, без помощи волонтеров и мастер-классов организуют свой игровой досуг при помощи комикс-инструкций и создают свое игровое сообщество. Также ребята находят и придумывают различные новые игры.

# Библиографический список

- Агеев С. Бульвар Культуры // За тяжелое машиностроение. – 2002. – С. 5.
- Библиотека шрифтов AllFont.ru. – Режим доступа: <http://allfont.ru/>.
- Джон Грант. 12 тем. Маркетинг 21 века [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://shirshov.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0154/154472.2hrtpet8fz.pdf>.
- Мастер-класс как современная форма методической работы [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://festival.1september.ru/articles/531889/>.
- Онлайн сервис для создания логотипов Logaster. – Режим доступа:  
<https://www.logaster.ru/>.
- Сачук Т.В. Территориальный маркетинг. Спб.: Питер, 2009. – 368 с.
- Степаненкова Э.Я. Методика проведения подвижных игр. Пособие для педагогов дошкольных учреждений. Мозаика-Синтез: Москва, 2009. – 80 с.
- Фоносемантический анализ русских слов, имени, псевдонима, торговой марки, логина. – Режим доступа: [www.psevdonim.ru](http://www.psevdonim.ru).



**Спасибо за внимание!**