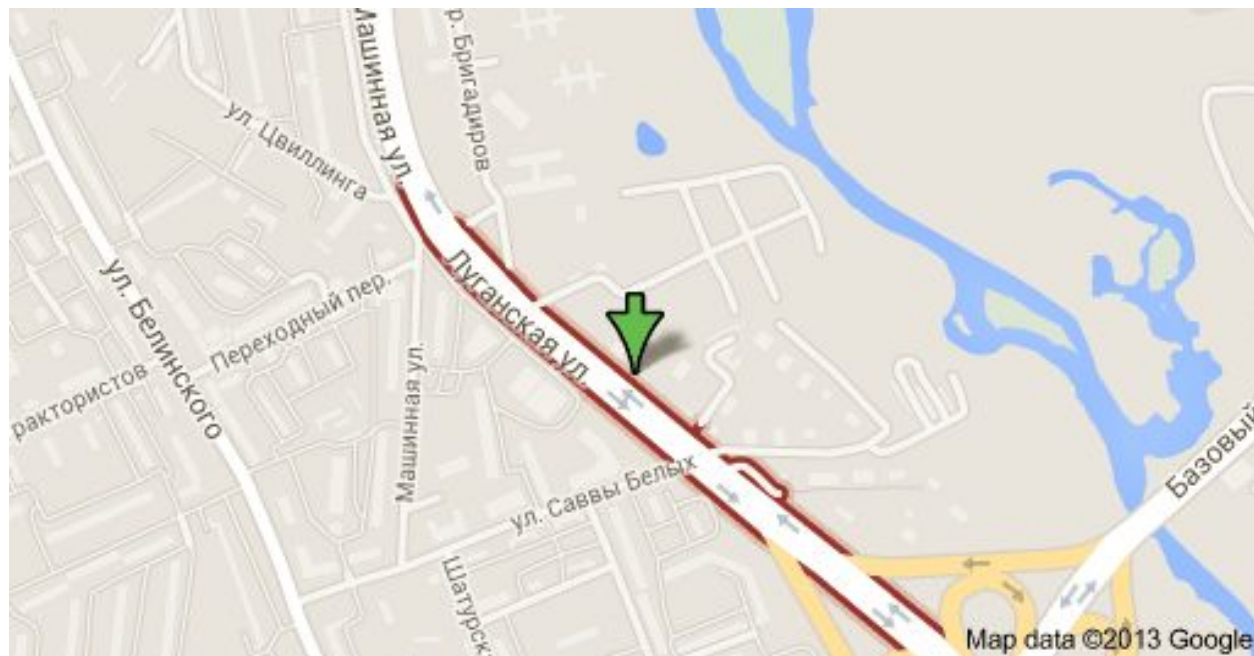


Итоговая работа по дисциплине: «Позиционирование территории и культурные практики»

Тема: «Позиционирование территории - проект «Микрорайон
«Луганский»»

Выполнил: студент группы
ИГ-421 Власова И.В.

Проверил: д.ф.н. Быстрова Т.
Ю



Содержание презентации по проекту «Микрорайон «Луганский»»

- Глоссарий
- Документы к проекту
- Похожие проекты в России
- Описание проекта, цель и задачи
- Данные социологического исследования
- Имидж «Микрорайона «Луганский»»
- Нейминг
- Архетипы
- Аромамаркетинг
- Мероприятие «Формула – 2/4»
- Библиографический список





Глоссарий

Позиционирование территории – инструмент по донесению информации потребителям среди схожих услуг/товаров

Культурные практики - обычные (привычные) для человека способы и формы самоопределения, нормы поведения и деятельности, тесно связанные с особенностями его совместного бытия с другими людьми

Бренд – совокупность нематериальных ценностей, придающих дополнительную значимость товару/услуге

Имидж – образ (нечто статичное), либо облик (нечто не статичное), формируемый в сознании целевой

Документы к работе



- ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в РФ»

Статья 27. Территориальное общественное самоуправление

Статья 56. Средства самообложения граждан (средства для решения конкретных вопросов местного значения)

- Положение "Об администрации района города Екатеринбурга" от 9 июня 2009 г. N 15/6 (администрация участвует в создании условий для организации досуга, организует и осуществляет мероприятия по работе с детьми и молодёжью)
- Федеральный закон Российской Федерации от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" (Территориальное общественное самоуправление может осуществляться в пределах следующих территорий проживания граждан: подъезд многоквартирного жилого дома; многоквартирный жилой дом; группа жилых домов; жилой микрорайон)
- Стратегический план развития муниципального образования «город Екатеринбург» -> Программа «Совершенствование системы управления жилищным фондом» Цель - Формирование системы корпоративных и социальных отношений в жилищной сфере
Стратегическая программа «Екатеринбург мегаполис культуры и искусства» Цель - реализации сегодняшних потребностей горожан в активном творческом досуге, в самореализации
- Постановление № 1584 от 15.04.11 Главы Администрации города Екатеринбурга А.Э.Якоба Об утверждении Целевой программы «Комплексное благоустройство дворовых территорий в муниципальном образовании «город Екатеринбург» на 2011 - 2015 годы Цель - создание условий для активного и эффективного использования на благо города и его жителей разнообразных форм активности (самодетской, спортивной, творческой) широкими слоями населения

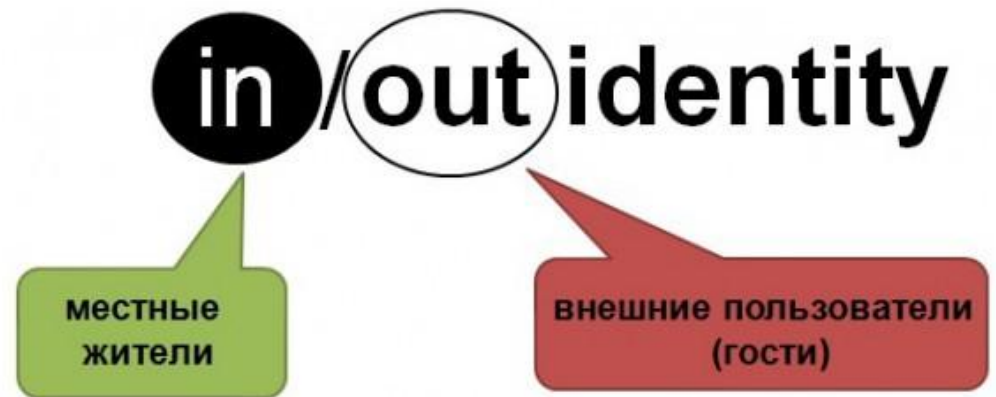


Похожие проекты в России

проект «Identity Detected» предлагает механизм создания идентичности (индивидуальности) городского пространства, который можно использовать в любом городе любой страны

проект состоялся в рамках летней программы 2012 института «Стрелка». Территория: г.Москва, район - Хамовники

стратегия проекта — **поиск решений**, которые позволят **совершенствовать городскую среду и ее восприятие**, не прибегая к принципиальным и дорогостоящим трансформациям её элементов что создает **условия для развития городской среды**



Похожие проекты в

России проект «Identity Detected»

три условия создания индивидуальности отдельно взятого городского района:

1). Эмоциональная привязанность, ЭМОЦИИ

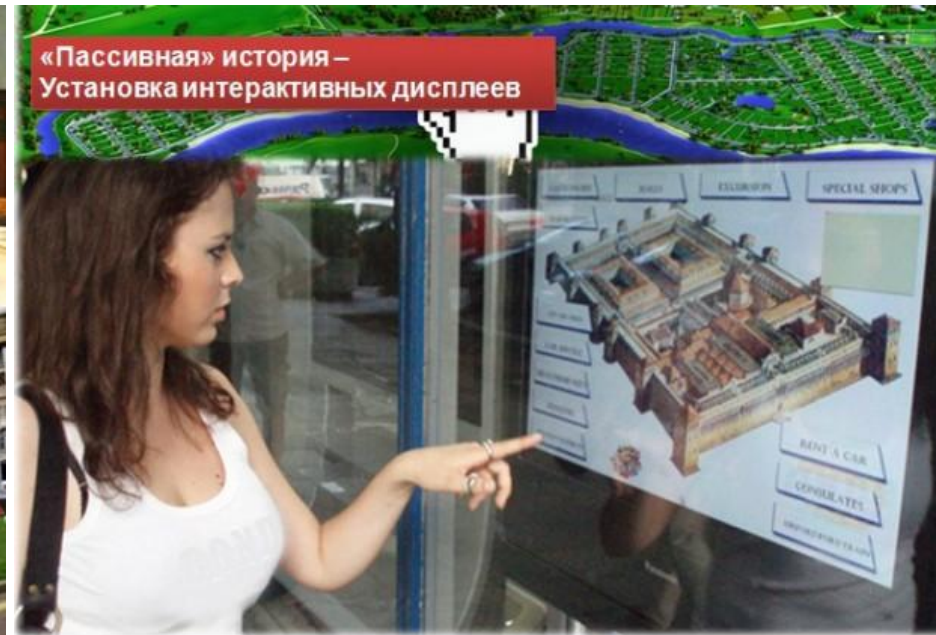
(создание личной привязанности к месту как среди проживающих там жителей, так и среди гостей)



«Активная» история – День открытых дверей (экскурсии)



HUTOPOLIS



HUTOPOLIS

Похожие проекты в России проект «Identity Detected»

три условия создания индивидуальности отдельно взятого городского района:

1). Эмоциональная привязанность, ЭМОЦИИ

(создание личной привязанности к месту как среди проживающих там жителей, так и среди гостей)



Похожие проекты в России

проект «Identity Detected»

три условия создания индивидуальности отдельно взятого городского района:

2). Ощущение комфорта (улучшение инфраструктуры и с точки зрения внешней эстетики)

Озеленение территорий через соревнования между местными жителями – кто красивее украсит свой балкон, подъездный участок и т.д.



Улучшение существующей инфраструктуры - ее использование в новых целях



Использование заброшенных зданий и мест – создание визуальной эстетики



Похожие проекты в России

проект «Identity Detected»

три условия создания индивидуальности отдельно взятого городского района:

2) Лицоминишная коммуникация между жителями

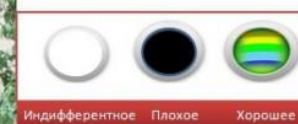
Коммуникации между местными жителями и внешними пользователями



Осторожно!
Злые невыспавшиеся местные жители!



Радуга настроения для местных жителей



3D проекции «настроения» района над городом



Показатель хорошего настроения



Показатель плохого настроения



Описание проекта «Микрорайон «Луганский»»

Цель – улучшить отношение жителей к территории посредством регулярных культурных практик

Задачи:

- Изучение и оптимизация имиджа и бренда «микрорайона «Луганский»»
- поиск оснований для организации социокультурных проектов, способствующих усилению индивидуальности микрорайона



Целевая аудитория – жители домов и работники офисов по адресам: Екатеринбург, ул.Луганская 2 и ул.Луганская 4, а также жители прилегающих домов

– жители других районов Екатеринбурга

* При поддержке ТСЖ «Луганская, 4»

Соц. исследование

Анкетирование жителей домов и арендаторов офисов по адресам: Луганская д.2 и Луганская д.4

Объем выборки: 20 человек

Цель исследования – выявить отношение жителей улицы Луганская к собственному микрорайону (собрать впечатления, характеристики)



Добрый день, уважаемый сосед! Мы хотим дать имя нашему микрорайону и проводим анкетирование. Ответьте, пожалуйста, на несколько вопросов. Анкетирование займет около 5 минут. Участие конфиденциально.

группа жителей

<http://vk.com/luganskayastreet>

I. физические и социальные данные

1 пол м ж

2 возраст _____

3 образование (нужно отметить)

среднее (школьное) образование

среднее профессиональное образование

высшее профессиональное образование

4 район проживания _____

II. микрорайон

1. Знакомый вы говорите: «Я живу в районе»

ЦПКиО

Ботаника

В районе Россельбана

Автовокзал

Центр

Луганская

Парковый

Другое _____

2. Характеристики района улицы Луганская (нужно отметить)

	Современный					
<input checked="" type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Быстрый					
<input checked="" type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Зеленый					
<input type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Динамичный					
<input type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Тесный					
<input type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Центральный					
<input type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Высокий					
<input type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Застроенный					
<input type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Молодой					
<input type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит
	Спортивный					
<input type="checkbox"/> подходит	5	4	3	2	1	не подходит

Другое _____

3. Какие слова приходят на ум, когда вы думаете о микрорайоне улицы Луганская?

4. Что вам кажется удобным/удачным, а что неудобным/неудачным в микрорайоне _____

III. Деятельность и личность

5. Укажите, какое место в вашей жизни занимает

№	деятельность
	Труд
	Досуг
	Семья
	Спорт
	Культура
	Образование

6. Что для вас наиболее важно (нужно отметить не более 3-х)

7. Кто из героев фильмов, книг, ТВ вам нравится? _____

Соц. исследование

некоторые результаты анкетирования

Характеристики района улицы Луганская

- Быстрый - 4
- Молодой - 4
- Современный - 3,75

- Спокойный - 2,75
- Центральный - 2,5
- Уютный - 2,5



Вид повседневного отдыха целевой аудитории (большинство ответов)

- Прогулки
- Познавательный
- Активно-спортивный

Ценности целевой аудитории:

дети карьера успех знание семья удовольствие

Таким образом, мы определили ценностно-смысловые параметры целевой аудитории

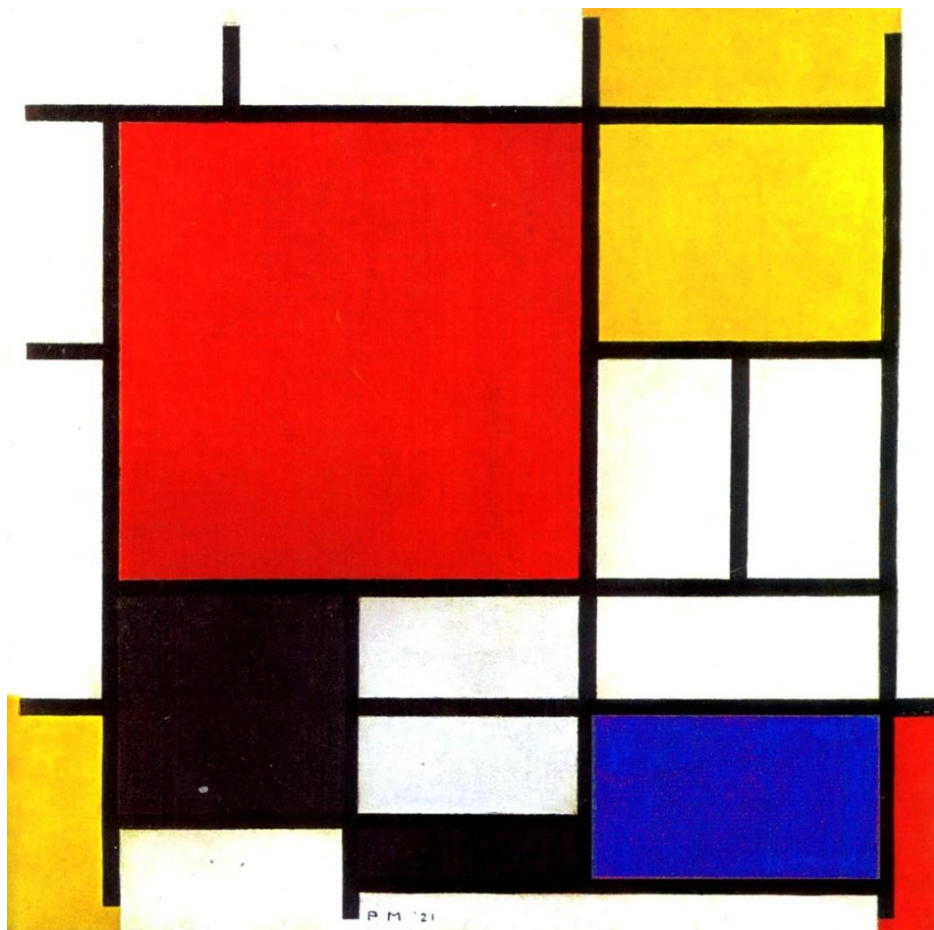
Имидж-модель «Микрорайона «Луганский»

Форма «квадрат» в основе имиджа предполагает определённую, упорядоченность

Форма «+» - добавляет динамичности структуре, что соответствует выявленным ценностям целевой аудитории



Цветовые имиджформирующие качества



по М.Люшеру (M. Luscher): «разнообразные сочетания различных цветов дают тот или иной психологический эффект»¹

Соотносим цвет с характеристиками территории «Микрорайон «Луганский»

- дорога - красный
- высотные жилые дома - желтый
- тихий дворик, защищённое место – синий

Так мы приходим к пониманию цвета для микрорайона. С присутствием синего достигается успокоение, удовлетворение, гармония; преодолевается стресс дороги

Учитывая активную жизненную позицию жителей «Микрорайона «Луганский» (см. соц.исследование), добавляем желтый и оранжевый

Цвет для «Микрорайона «Луганский»: синий, голубой, зеленый + желтый, оранжевый

Возможные логотипы «Микрорайона «Луганский»»



Нейминг



Название территории «Микрорайон Луганский»

Согласно фоносемантическому анализу⁵, имя «Микрорайон **«Луганский»** обладает следующими качествами из 25 возможных (по степени убывания их выраженности): *Большой, Мужественный, Могучий, Храбрый, Хороший, Сильный, Величественный*

Сообразно сочетанию фонем на Псевдоним.ру⁵ возможно подобрать слоган - **«Луганский – любимый дом»**



Архетип «Микрорайона «Луганский»

Для «Микрорайона Луганский» архетипы могут рассматриваться как связующие между внутренним «ребенком» (Герой) и внутренним «родителем» (Заботливый) (по Марк М., Пирсон К. «Герой и бунтарь»²)

- **Заботливый** – стабильность и контроль

Желание: защитить людей от возможного ущерба

Цель: помогать окружающим

- **Герой** – оставить свой след в мире

Желание: доказать свою ценность посредством мужественных и сложных действий

Цель: использовать власть для того, чтобы





АРОМАМАРКЕТИНГ

1. Цитрусовые: движение, динамика, легкость, подвижность, отрыв. Бодрит, воспринимается позитивно.
Современность, модерн
2. Шипровые: бодрость, раскованность. Не подавляют, не угнетают. Карьера: целеустремленность



Активность «Героя» и стремление к пользе «Заботливого» реализуются в мероприятии «Формула – 2/4»

Описание : спортивные, состязательные, познавательные мероприятия для детей и родителей, подростков

Тематика мероприятий: спорт, спасение, опасные профессии

Приглашенные участники: мастера по паркуру, единоборствам и пр.
Специалисты ГИБДД, МЧС, спасатели



мероприятие «Формула –

2/4»

Цель – формирование сообщества «Микрорайон «Луганский» на основании выявленных теоретических и социологических характеристик

Целевая аудитория: - родители с детьми, подростки
- жители домов Луганская 2 и 4
- жители прилегающих домов



Место проведения: двор Луганской 4 перед первым подъездом.....

Время проведения
весна 2014

+			
Программа			
активность	время	реквизит	ответственный
приветствие			
Встреча участников, фотографирование. Вопросы на тему	10.40 – 11.10	фото, музыка	фотограф, ведущий
Общее приветствие, начало мероприятий	11.10-11.20	микрофон	ведущий
мероприятия			
Конкурсы по группам	11.20-11.40		Ведущий, помощники
Конкурс единый – для всех пришедших	11.40.-12.00		Ведущий, помощники
завершение			
Выбор героев «Формулы» организация голосования	12.00-12.20		Ведущий
Награждение	12.20 – 12.30		
Выкладка фото на сайт/в соц_сеть	Вечером того же дня		Организатор проекта
Приглашение на следующее мероприятие	После опроса жителей		Организатор проекта

мероприятие «Формула – 2/4»

проекта «Микрорайон «Луганский»

Результат:

- + Формирование и представление жителям имиджа и бренда территории **«Микрорайон «Луганский»**
- + Удовлетворение выявленных потребностей целевой аудитории территории **«Микрорайон «Луганский»** в активном и познавательном отдыхе
- + Через активность и преодоление опасностей (архетипом Героя) мы получаем опыт и спокойствие (необходимые архетипу Заботливый)
- + Сотрудничество с жителями **«Микрорайона «Луганс** и ТСЖ по поводу дальнейших мероприятий



Библиографический список

- 1) Люшер М. **Четырехцветный человек, или путь к внутреннему равновесию** // Москва, 1994
- 2) Марк М., Пирсон К. **Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипов** // Питер, 2005
- 3) Положение "**Об администрации района города Екатеринбурга**" от 9 июня 2009 г. N 15/6 [Электронный ресурс]. - Сайт Администрация Октябрьского района города Екатеринбурга – Режим доступа: <http://октябрьскийрайон.рф/official/264/>
- 4) Почепцов Г. Г. **Теория коммуникации** // Москва, 2001.
- 5) Псевдоним.ру [Электронный ресурс]. - Бесплатный фоносемантический анализ значения и происхождения фамилии, имени, ника, псевдонима, логина – Режим доступа: <http://www.pсевдоним.ru/> (дата обращения: 11 ноября 2013)
- 6) **Стратегический план развития муниципального образования «город Екатеринбург» до 2020 года** [Электронный ресурс]. - Официальный портал Екатеринбурга – Режим доступа: http://www.ekburg.ru/officially/strategy_plan/newproject/ (дата обращения: 20 декабря 2013)
- 7) Федеральный закон Российской Федерации от 6 октября 2003 г. N 131-ФЗ "**Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации**" [Электронный ресурс]. - Интернет-портал "Российской газеты" – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/07/10/zakonodateli-dok.html> (дата обращения: 20 декабря 2013)
- 8) UrbanUrban [Электронный журнал – Режим доступа: <http://urbanurban.ru/blog/movnikov> (дата обращения: 14 декабря 2013) at-identichnost-rayona-proekt-dlya-Khat



Благодарю за внимание !

