

## ПРОЕКТ «МУЗЫКАЛЬНО-ИГРОВАЯ СТУДИЯ “ТРЕТИЙ ЗВОНК”»

**Волощук А. Ю.**

*Ростовская государственная консерватория им. С. В. Рахманинова  
Ростов-на-Дону, Россия  
e-mail: nastyavoloshuck@mail.ru*

### **Аннотация:**

В данной статье анализируется опыт создания детской музыкально-игровой студии. Являясь новым проектом в контексте высоко конкурентного рынка дополнительных образовательных услуг, предоставляемых детям г. Ростова-на-Дону, автор обозначает субъектов конкурентного поля и обоснует необходимость поиска уникальности данного проекта, которая позволит отстроиться от конкурентов и занять достойную нишу на рынке. В качестве такой индивидуальной особенности предлагаемой программы становится соединение в ней разных видов искусств, стержнем объединения которых является театр, также формулируются такие приоритетные позиции как возрастная рамка целевой аудитории, синкретичность методики и содержательное наполнение. В статье предлагается модель студии, рассматриваются разнообразные формы работы с детьми в рамках музыкально-театральной концепции (упражнения на перевоплощение, рисование, слушание музыки, просмотр иллюстраций, фотографий, детских рисунков, видеозаписей, чтение сказок, танцы, мимические игры, музыкальные ролевые игры, музицирование на инструментах, упражнения на формирование правильного речевого дыхания, артикуляционная гимнастика и др.). Также обозначается маркетинговая политика, позволяющая проекту быть успешным.

**Ключевые слова:** проектная деятельность, детское музыкальное образование, маркетинг образовательных услуг.

## PROJECT «MUSIC AND GAME STUDIO “THIRD RING”»

**Voloshchuk A. Yu.**

*Rostov State Conservatory named after. S. V. Rachmaninova  
Rostov-on-Don, Russia  
e-mail: nastyavoloshuck@mail.ru*

### **Abstract:**

This article analyzes the experience of creating a children's music and games studio. Being a project in the context of a highly competitive market for additional educational services provided to children in Rostov-on-Don, the author identifies the subjects of the competitive field and substantiates the need to find the uniqueness of this project, which will allow it to differentiate itself from competitors. As such an individual feature of the proposed program, it becomes a combination of different types of arts, the core of which is the theater, and such priority positions as the age range of the target audience, syncretic methodology and content are formulated. The article proposes a studio model and examines various forms of working with children within the framework of the musical theater concept (impersonation exercises, drawing, listening to music, viewing illustrations, photographs, children's drawings, videos, reading fairy tales, dancing, mimic games, musical role-playing games, playing music on instruments, exercises to develop correct speech breathing, articulatory gymnastics, etc.). The marketing policy that allows the project to be successful is also indicated.

**Key words:** project activities, children's music education, marketing of educational services.

### **Введение**

Развитие ребенка начинается с раннего детства, практически с рождения, а некоторые исследователи считают, что оно начинается еще в утробе матери. Важнейшим условием личностного роста является общение со сверстниками и взрослыми, именно в общении ребенок усваивает необходимую информацию, систему ценностей, учится ориентироваться в жизненных ситуациях. Плодотворным материалом для организации такого общения является искусство. Это объясняет непреходящую востребованность проектов, направленных на развитие детей, начиная с младшего школьного возраста, осуществляемых на основе вовлечения аудитории младшего и среднего возраста в музыкальную, театральную, художественную и иные формы творческой деятельности. Не случайно отечественный рынок дополнительного образования предлагает много разных возможностей для развития внутреннего мира ребенка. Немало их и в Ростове-на-Дону.

### **Цель исследования.**

Представить новый проект «Музыкально-игровой студии “Третий звонок”», которая открылась в Ростовской государственной консерватории им. С.В. Рахманинова в январе 2023 года и обосновать факторы, которые способны сделать данный проект успешным на высоко конкурентном рынке дополнительных услуг города.

### **Материал и методы исследования**

Исследование строится на материале эмпирического опыта проектирования детской студии музыкальной направленности с использованием общенаучной методологии, а также сравнительного анализа.

### **Результаты исследования и их обсуждение.**

Какие шаги явились наиболее важными при подготовке студии к ее открытию? Мы начали с анализа рынка аналогичных услуг и формулирования уникальности своего торгового предложения в сравнении с нашими конкурентами. Для того, чтобы выяснить актуальность создания данного проекта было решено провести опрос среди родителей, так же среди учащихся студентов. Опрос проводился посредством соцопроса в социальной сети ВКонтакте. Респондентам был задан следующий вопрос: «Востребованность детских развивающих студий в современном обществе» .

Подведя итоги статистики, было выявлено, что 89% проголосовало за вариант ответа «востребованы». 9% проголосовали за вариант «затрудняюсь ответить». И 2% проголосовали за вариант «не востребованы». На основании всего вышесказанного можно констатировать, что большая часть людей признают актуальность и эффективность развивающих студий для детей.

Далее было выявлено, что среди огромного количества предложений раннего развития детей в городе Ростове-на-Дону: центр «Линия»-рисование, «Ирбис»-театральное

и цирковое образование, «поколение Абакус»- шахматы, арифметика, музыкальное развитие детей «Рост без границ», «Family name», «Астракидс» «Смайлик61», «Академия успеха» и др. нами была обнаружена только одна студия, которая по ряду своих характеристик приближалась к задуманной нами проектной модели.

Выстраивая свою модель студии по сравнению с выявленными конкурентами, важным представлялось четкое определение целевой аудитории. И здесь было выяснено, что многие театральные и музыкальные кружки, студии, организации ориентированы на развитие детей с пяти с до семи лет, а более ранняя возрастная категория не охвачена данной услугой. В силу этого было решено расширить нижний возрастной предел до 4-х лет.

Сравнение велось и по параметрам методической ориентированности конкурентных организаций. Так было выявлено, что большинство групп раннего музыкально-эстетического развития личности для детей от 3 до 6 лет направлены на раскрытие творческого потенциала ребёнка, опираются они на принципы экспериментальной педагогики Жак-Далькроза, Марии Монтессори, Карла Орфа, Анжелики Фюлен, Шиницио Судзуки, Мориса Мартено, преимущественно специализируясь на какой-то одной методике.

В связи с этим стратегией нашего проекта стало объединение методических принципов, заимствованных из разных методических источников.

Важной составляющей проекта на стадии его разработки было определение его содержательного наполнения. Как уже было сказано, в ряду конкурентов был выявлен только один субъект, предметный цикл которого совпадал с нашим проектом. В этой студии, обозначим ее как Студия –Х, предметный цикл включает комплекс смежных искусств, обуславливающих всестороннее развитие творческого потенциала ребёнка, художественно-эстетического вкуса, музыкальности, ассоциативного мышления и воображения, быстроты реакции, лидерских качеств. Изюминка данной студии в том, что ребенок погружен в атмосферу живой музыки и через нее находит себя и развивает свой будущий потенциал. Все это очень важно, но по формам деятельности, в которые ребенок вовлечен, несколько размыто.

Продумывая свою концепцию, мы решили четко обозначить свою цель и дифференцировать аналогичные Студии-Х задачи по развитию и воспитанию вкуса, мышления, воображения и т.д. в соответствии с разными видами деятельности.

Итак, цель была сформулирована следующим образом: развить личность ребенка посредством формирования музыкально-ритмических, театрально-сценических навыков, развить творческий потенциал и коммуникативные качества ребенка.

В соответствии с этим, занятия включают:

- музыкально-игровую деятельность;
- художественно-речевую деятельность;
- работу над постановками,
- основы театральной культуры.

Отличительной особенностью нашей студии является музыкальная театрализация, учитывающая особую роль в социуме разнообразных театральных практик, в том числе и музыкальных [1]. Данная установка была избрана в силу того, что дети с самого младшего возраста поглощены компьютерными играми, буквально живут с гаджетами в руках [2]. Это имеет и свои положительные стороны, но и отрицательные, так как они приучены играть по готовым схемам, что затормаживает развитие воображения – основы креативного мышления [3].

Для расширения и обогащения детских представлений о театральном искусстве и музыке были подобраны различные формы и виды совместной деятельности, позволяющие им делать «открытия», осваивать новую информацию через разные каналы восприятия, а именно: упражнения на перевоплощение, рисование, слушание музыки, рассматривание иллюстраций, фотографий, детских рисунков, чтение сказок, просмотр видеозаписей, выражение своего состояния, чувств через движения тела, в танце, мимические игры, музыкальные ролевые игры, игра на инструментах, упражнения на формирование правильного речевого дыхания, артикуляционная гимнастика и др.

Итак, основу нашего УТП составили – возрастная рамка целевой аудитории, синкретичность методики и содержательное наполнение.

Проведя анализ востребованности, можно сделать вывод, что раннее развитие ребёнка – актуальная предпринимательская ниша.

Маркетинговая политика реализации проекта состоит из следующих компонентов:

1 Ценообразование – важнейшая составляющая маркетингового плана. Задача состоит в том, чтобы ценовая политика была гибкой, соотносилась с «потребительской корзиной» региона и сопоставлялась с ценовой политикой конкурентов.

2. Схема продаж нацелена на расширение форм предложений (ассортимента занятий) для возрастной категории детей от 4х до 7 лет. Кроме того планируется введение гибкой системы скидок.

3. Реклама, с учетом ее особой роли в социуме [4], и иные способы продвижения продукции. Перед открытием детского развивающего центра планируется провести рекламную пиаракцию. Продвижение продукта будет осуществляться с помощью рекламы

в офф-лайне и Интернете, а также использования метода «Цепной реакции» (когда один клиент рекомендует фирму другому потенциальному покупателю).

4. Формирование имиджа – как возможность выхода на приоритетные позиции на рынке дополнительных образовательных услуг.

Итак, подводя промежуточные итоги, мы можем сказать, что у нас сформирован план проекта:

- создать афишу и буклеты об открытии студии;
- провести рекламную кампанию, направленную на информирование об открытии студии «Третий звонок»;
- собрать необходимое количество детей (от 5-и человек);
- провести первое ознакомительное занятие;
- изучить возможности детей, чтобы скорректировать дальнейшие занятия;

Стратегия проекта заключается в формировании у детей интереса к музыке и театру, а также, максимальном развитии их личностных качеств через совместную творческую деятельность.

Музыкально-игровая студия «Третий звонок» состоит из интегрированных занятий, которые включают в себя следующие блоки:

*Разминка:* ходьба, танцевальные движения, пластические упражнения с предметами. Все происходит под музыкальное сопровождение. Эти упражнения направлены на развитие чувства ритма и координации.

*Дыхательная гимнастика:* упражнения дыхательной гимнастики для детей направлены на укрепление дыхательной системы организма. При занятиях развивается дыхательная мускулатура, вырабатывается привычка делать вдохи и выдохи правильно и ритмично.

*Игра-импровизация:* проходит в виде музыкального сопровождения детской песенки на инструментах (треугольник, металлофон, укулеле, бубен, дудка). Все происходит под аккомпанемент, дети подыгрывают в такт или поют хором.

*Артикуляционная гимнастика:* упражнения на развитие артикуляционной моторики, позволяет научиться смыкать и размыкать губы, спокойно открывать и закрывать рот, расслабляя мышцы языка.

*Мимическая гимнастика:* упражнения на укрепление мышц лица, развитие мимики лица.

*Инсценировка* – средство воздействия словом. Воздействие на сознание чувства ребёнка художественным словом, несомненно, велико и возрастает, если слово сочетается с восприятием ярких зримых образов, с музыкой и живописью, когда жизнь предстаёт перед ребёнком в непосредственном действии на сцене.

*Изобразительное искусство:* просмотр и прослушивание музыкальных произведений с последующим закреплением образов путем рисования.

Занятие в музыкально-игровой студии «Третий звонок» длится **2 часа** один раз в неделю.

### **Выводы и заключение**

Музыка и театр – одни из значимых факторов в формировании эмоционального мира ребенка. В процессе музыкально-театральных игр расширяются и углубляются знания детей об окружающем мире, развиваются психические процессы: внимание, память, восприятие, воображение. Происходит также развитие различных анализаторов: зрительного, слухового, речевого, двигательного. Совершенствуются навыки связной, выразительной речи, темп, звукопроизношение; улучшается целенаправленность движений, плавность, координация. Такие занятия благотворно влияют как на психоэмоциональное состояние детей, поскольку с помощью музыки можно установить равновесие в деятельности нервной системы ребенка, так и на физическое его воспитание (музыкально-ритмические упражнения и движения под музыку улучшают осанку ребенка, четкость ходьбы, пение укрепляет голосовые связки). Всесторонность музыкально-театрального воспитания является одним из эффективных путей нравственного обогащения формирования личности ребенка, активизации его умственной деятельности, повышения жизненного тонуса. В целом участие детей в играх музыкально-театрального характера приносит радость, вызывает интерес и увлекает их.

Ожидаемые результаты проекта:

- реализация данного проекта позволит создать на базе консерватории популярную студию развития детей;
- привлечение новых лиц и будущих потенциальных студентов;
- проведение новых форм мероприятий, будет способствовать повышению удовлетворенности пользователей качеством проводимых мероприятий;
- повышение имиджа консерватории.

В заключении хотелось бы сказать, что совместная музыкально-игровая деятельность – уникальный вид сотрудничества. В процессе занятий музыкальной, театральной деятельностью активизируется словарь ребенка, совершенствуется звуковая культура речи, память, формируется отношение к окружающему миру, развиваются психические функции личности ребенка его творческие способности.

### **Список литературы**

1. Крылова А.В. Современный музыкальный театр в многообразии жанровых решений // Южно-Российский музыкальный альманах. 2017. № 4 (29). С. 84-89.
2. Крылова А.В. Флешмоб и иные способы активизации массового потребления музыкальных форм искусства // Медиа-технологии в современной музыкальной культуре: образование, наука, творчество. Ростов-на-Дону, 2013. С. 67-72.
3. Крылова А.В., Шорникова А.В. Креативное мышление и креативные технологии как современная составляющая обучения музыкальным профессиям // Проблемы музыкальной науки. 2023. № 3. С. 140-149.
4. Крылова А.В., Смирнов В.Б. Человек в звуковом поле рекламы. // Социология музыки. Новые стратегии в гуманитарных науках. Сборник статей. Москва, 2011. С. 325-331.