

Управление культуры администрации Грайворонского района  
Организационно-методический отдел



**МЕТОДИЧЕСКИЕ  
РЕКОМЕНДАЦИИ**

***Технология организации  
массовых мероприятий  
в молодёжной среде***

2016г.

# 1. Методологические основы организации массовых мероприятий

## .1 Массовые мероприятия

Массовыми мероприятиями являются: собрания, митинги, демонстрации, шествия, религиозные (культовые) и духовно-просветительские собрания, пикетирования, спортивные, культурно-зрелищные, презентационные, рекламные и иные акции, проводимые в соответствии с действующим законодательством.

Иное массовое мероприятие - спортивное, культурно-массовое, иное зрелищное мероприятие, религиозное мероприятие, проводимые в специально на предназначенных для этой цели местах, под открытым небом, либо в помещении;

Цель массового молодёжного мероприятия:

организация содержательного свободного времени молодёжи(досуга), удовлетворение их интересов путём проведения различных форм культурно-массовой работы, направленной на повышение воспитательных функций досуговой деятельности.

Перспективы:

- . Разработка и внедрение инновационных форм организации массовой работы с молодежью;
- . Проведение конкурсов профессионального мастерства;
- . Активизация деятельности клубов по интересам молодёжи;
- . Организация современной системы информационного обслуживания по проблемам социокультурной деятельности.

Основные задачи молодёжного массового мероприятия:

- совершенствование качества и эффективности празднично-досуговой

деятельности в системе дополнительного образования молодёжи;

- разработка современной стратегии организации и проведения детских праздников как наиболее доступной формы культурно-досуговой деятельности;

осуществление личностно-ориентированных подходов в формировании ценностных ориентаций в выборе молодёжи позитивных творческих форм организации досуга;

воспитание гражданственности и патриотизма у молодёжи в процессе проведения героико-патриотических ритуалов, акций и тематических праздников;

развитие празднично-игровой культуры молодёжи в современных социальных условиях;

поиск новых художественно-педагогических форм, методов и технологий проведения праздничных программ для молодёжи;

определение художественного уровня праздников, проводимых учреждениями образования и выработка методических рекомендаций по организации и проведению празднично-массовых мероприятий ;

художественно-педагогическое проектирование системы работы организаторов молодёжных праздников.

восстановление культурно-исторической среды, сохранение народных праздничных традиций своей страны, освоение духовных ценностей культуры.

Действующие тенденции на региональных рынках культурно-массовых услуг в условиях перехода народного хозяйства, организационно-правовых структур производственной и социальной сфер к развитому рынку, рост экономических и социальных результатов учреждений культуры требуют от разноуровневых субъектов планирования текущей деятельности и перспективного развития повышения уровней объективности и значимости планово-расчетных обоснований достижения учреждениями культуры

намечаемых ориентиров экономической и социальной результативности, эффективности используемых ресурсов в перспективном (средне-, долгосрочном) периоде времени.

Одним из основных условий научной обоснованности повышения экономических и социальных результатов деятельности учреждений культуры региона выступают рациональное взаимодействие текущего, перспективного и стратегического видов планирования, соблюдение и последовательное выполнение подготовительного этапа обоснования экономических, финансовых и социальных результатов, эффективности деятельности и планово-технологического этапа реализации комплексных мер по достижению планово-расчетных величин экономических, социальных показателей, корректировки достижения ориентиров результативности развития и эффективности ресурсопотребления в предстоящем периоде времени.

Планомерное обеспечение ресурсами в перспективном периоде времени процесса оказания культурно-массовых услуг, представляющих собой целостные произведения искусства, творческое мероприятие с высоким уровнем уникальности воспроизводства, зависящих от влияния моды, уровня платежеспособности граждан требует решения ряда научных задач формулирования и использования принципов единства, точности планов деятельности учреждений культуры, гибкости и непрерывности планирования, применения методов балансового, оптимального, нормативного, программно-целевого планирования, аналитических и экономико-математических способов плановых и расчетных обоснований достижения наибольших экономических результатов и эффективности процесса оказания массово-культурных услуг.

Актуальность решения проблем объективного планирования оказания комплексных культурно-массовых услуг в регионе возрастает в условиях

постоянно изменяющейся конъюнктуры на различных сегментах рынка культурно-массовых услуг, многоканального и разноуровневого финансирования, выделения бюджетных средств государственными учреждениями культуры по остаточному принципу, постоянного роста стоимости культурно-массовых услуг, объемов текущих и единовременных затрат, требующих рационализации управления доходами и расходами, создания действенного механизма финансового обеспечения деятельности учреждений культуры, разработки и осуществления функциональных стратегий финансового, социального, экономического и маркетингового характера.

Научные проблемы определения роли планово-расчетных обоснований перспективного развития процесса оказания культурно-массовых услуг, влияния особенностей планирования социально-экономического развития учреждений культуры на достижение наибольших экономических и социальных результатов в условиях функционирования нестабильной внешней среды, рационализация взаимодействия элементов механизма текущего и перспективного планирования реализация комплексных массово-культурных мероприятий в регионах также ждут своего решения.

Актуальность темы исследования состоит и в том, что прогнозирование и определение перспективных направлений развития учреждений культуры и досуга региона предоставляет возможность региональным, муниципальным органам управления и самим учреждениям культуры системно решать проблемы создания благоприятных условий устойчивого экономического роста, достижения целевых ориентиров развития процесса оказания комплексных культурно-массовых услуг в условиях существенного воздействия негативных факторов внутренней и внешней среды на деятельность учреждений культуры в неопределенном времени.

Основная цель состоит в разработке методических подходов к созданию

рационально функционирующего механизма планирования процесса оказания культурно-массовых услуг для молодёжи в регионе.

## 1.2 Виды массовых мероприятий

Массовое мероприятие - это заранее спланированное и определенное по месту, времени, количеству участников и причинам собрание людей, носящее характер праздника, культурного или рекламного мероприятия, либо деловой встречи.

В зависимости от и задач массовые мероприятия можно разделить на следующие виды:

- . Культурно-спортивные и зрелищные: концерты, спортивные соревнования, спортакиады, праздничные представления .

- . Рекламно-коммерческие (ярмарки, презентации, распродажи и т.д.).

- . Деловые встречи и приемы партнеров по бизнесу (собрания акционеров, а также иные встречи и приемы, проводимые в форме шведского стола, фуршета или коктейля).

- . Иные массовые мероприятия:

к ним можно :

Содержанием таких рекламно-коммерческих мероприятий, как ярмарки, распродажи, презентации является:

- организация выставочной экспозиции нескольких десятков фирм с образцами их продукции и рекламой оказываемых ими услуг;

- проведение в ходе ярмарки презентации фирм, которая состоит в представлении фирмы или ее нового изделия;

- короткие выступления руководителей фирм и их ведущих специалистов, в которых гостям выставки или презентации предлагаются итоги и планы деятельности фирмы и ее продукции;

- проведение распродажи ярмарочных образцов и определенного количества изделий и продукции фирмы;

дополнение деловой части ярмарки и презентации развлекательной программой, концертными выступлениями и угощением гостей.

Деловые встречи, как правило, организуются вне кабинета учреждения и фирмы. Проведение деловой встречи в административном здании или в офисе фирмы связано с целым рядом неудобств. Деловые люди могут встретить своих партнеров в ресторане на деловом обеде, а фирма - организовать деловой прием в форме шведского стола, фуршета или коктейля.

Организаторы мероприятия, а также лицо, в честь которого устраивается деловая встреча (прием), находятся все время среди приглашенных гостей. Все приглашенные едят стоя. Приборы во время приема-фуршета не подаются. Если подаются тарелки, то большие, чтобы на такую тарелку гость мог поставить свой бокал и предложенные закуски. Закуски могут быть наколоты на маленькие шпильки. Порции очень маленькие, их берут руками. Напитки и угощение разносят официанты, которые ходят по залу с подносами. Деловой прием-коктейль в некоторой степени похож на фуршет. Коктейль устраивается во второй половине дня, между 17 и 18 часами. Длится коктейль около двух часов. Гости встречает хозяин вечера, приветствуя тех, кто пришел на прием. Прийти на коктейль позже указанного в приглашении срока можно, но уйти надо не позднее того времени, которое определено как срок окончания приема. На столах, покрытых скатертями, группами устанавливаются фужеры, бокалы, стаканы. К началу приема должны быть приготовлены несложные коктейли. Напитки в высокой посуде ставят в центре стола, в низкой - по краям стола. Напитков должно хватить на весь вечер. К напиткам предлагается угощение - печенье, орехи, сыр, огурцы, нарезанные кубиками, маленькие пирожки, маленькие бутербродики. Все угощение надо брать руками. На коктейле все общаются стоя.

Основная цель деловых приемов - встречи, беседы, общение с разными



людьми. Гости, как правило, не сидят за столами, даже если есть стулья, свободно передвигаются по залу и имеют широкие возможности для общения со всеми приглашенными. Все это определенным образом сказывается на специфике охраны подобных мероприятий.

При охране деловых приемов и встреч вероятность прохода без пригласительных билетов минимальна. Встреча хозяином вечера своих гостей сводит практически к нулю такую возможность. Для предупреждения конфликтов приглашенная сторона должна оговорить со своими гостями вопрос о присутствии телохранителей приглашенных лиц в зале. Если это существенно не повлияет на количество приглашенных, то телохранитель может находиться вместе со своим клиентом в зале. Если же на приеме присутствуют только хорошо известные друг другу лица, то имеет смысл с помощью телохранителей приглашенных лиц усилить внешнюю охрану здания или помещения.

Контроль за поведением лиц на деловом приеме или встрече существенно затруднен. Гости не сидят на месте, а постоянно перемещаются по залу, подходя друг к другу или к столу с напитками и угощением. Это налагает определенные сложности на работу сотрудников службы безопасности (охраны) принимающей стороны, так как именно им приходится контролировать уровень безопасности напитков и угощения, выявлять в зале посторонние предметы, фиксировать приглашенных, которые неожиданно уходят с приема или встречи, предупреждать мелкие конфликты, готовые возникнуть между подвыпившими гостями.

Фестивали зародились достаточно давно. Фестиваль, по сути - это праздник. Праздник - один из способов самовыражения. Именно поэтому, возвращаясь с отлично организованного карнавала или другого развлекательного мероприятия, мы почти не чувствуем вполне объяснимой физической усталости, а, напротив, ощущаем небывалый внутренний подъем,

особую душевную наполненность. Причина такого состояния в том, что самовыражение человека в празднике - это, безусловно, отдача сил, но одновременно праздник наполняет его огромным потоком энергии для дальнейших свершений. Так работает механизм подлинного творчества.

Массовые праздники всегда занимали видное место в системе воспитания и организации досуга, характерной для каждой исторической эпохи. В этом процессе социальные связи организатора массового праздника с его зрителями представлены в социальных и культурных отношениях, наиболее соответствующих нынешнему способу организации производства, при котором отсутствует его идеологическая составляющая.

Сегодня мы являемся свидетелями качественно нового этапа в развитии культуры и досуга. На смену «культурно-просветительной работе» пришла культурно-досуговая деятельность, сама идея которой характеризует развивающиеся в сфере свободного времени процессы: демократичность путей и способов организации массовых акций, уровень альтернативности в принятии управленческих решений, плюрализм в обсуждении наболевших проблем, живое и непосредственное участие населения в реализации культурных проектов, программ и мероприятий для молодёжи.

Понятие праздник ассоциируется с чем-то радостным, веселым, беззаботным, свободным. Такое восприятие этого слова характерно как для участников торжества, так и для его организаторов. Но, несомненно, праздник - понятие сложное и комплексное, которое предполагает различные уровни, формы, варианты, цели, задачи организации и проведения праздника.

Само слово «праздник» выражает упразднение, свободу от будничных трудов, соединенную с весельем и радостью. В большинстве случаев - праздник есть такое свободное время, когда что-то отмечают, к примеру, определенное событие, которое необходимо выделить из потока других событий. Празднуют

всегда что-то, согласно народной традиции, торжество без повода невозможно.

Следующая характерная черта праздника - это коммуникация. А.И. Мазаев определяет праздник следующим образом: «Праздник соединяет людей узами общности, порождает чувство свободы и коллективности. На празднике люди более, чем где-либо, ощущают конкретно, чувственно свое материальное единство и общность».Мазаев А.И..

Неотъемлемой чертой праздника является застолье. Однако не любое безделье с застольем может именоваться праздником, для этого нужен повод.

Эффективность праздника объясняется взаимосвязью его функций: мировоззренческой, коммуникативной, рекреационной, творческой, гедонистической и другими, которые активно проявляются в ходе художественно-педагогического взаимодействия детей и взрослых; выделение какой-либо из них в качестве доминирующей разрушает целостность влияния данного феномена.

Участниками праздника являются и взрослые и дети, которые, исполняя элементы ритуально-игровых праздничных действий в режиме сотрудничества удовлетворяют потребность в общении, разумной интимности, субординационных отношениях. Такие отношения на празднике реализуют функцию удовлетворения потребности участников в коллективных взаимоотношениях. Итак, игры на празднике - активное средство самовоспитания детей и удовлетворения потребности в деятельности. Вовлеченные в праздник дети, проявляют выдумку; находят в новом старое, в старом новое; хорошо выполняют чужой замысел, но и умеют обновить идею и найти другой подход.

Художественное содержание праздников воплощается в музыке, в песне, стихах. В народных сказках, пословицах и поговорках заложены, с одной стороны, нравственные правила, с другой - разнообразные советы, наставления,

т.е. правила поведения в будни и праздники.

Почти у каждого календарного праздника - своя тема, отражающая историю народа, страны, мира. Праздник - тогда праздник, когда привлекает его участников к творческому взаимодействию, развивает в них желание и умение неформально общаться, создавать художественные образы.

Значимая идея праздника - это, с одной стороны, сумма событий, факторов, имен, мифов, интерпретируемых историей. С другой стороны, это культура людей, нравы, правила, обычаи, традиции общенационального и локального характера. Конечно, праздники как вечные модели досуга, способствовали и способствуют переживанию идеальных устремлений, которые на данный момент становятся некоей реальностью и, значит, помогают ощущать всю полноту жизни, гармонию с окружающим социальным и природным миром.

Художественно-педагогическая значимость и событийность праздника характеризуются достаточно определенными, близкими детям и взрослым общими признаками, такими как:

- абсолютная добровольность участия и согласие со всеми обязательными и условными правилами досуговой деятельности того или иного праздника;
- свободный выбор молодёжью разнообразных сюжетов, ролей, положений, поведения праздничного действия;
- наличие в праздниках глубинных народных традиций, вбирающих в себя весь спектр обычаев, ритуалов, церемоний, символов и атрибутов принципиального характера, отработанных социальным временем развлечений и художественных актов, жанров самодеятельного искусства, состязаний, фольклора.

Сущность праздника невозможно понять вне социальной деятельности. Как деятельность, ближе всего стоящая к интересам детей, выражающая зону их

ближайшего развития, их мировоззрение, праздник должен рассматриваться как мощное средство гуманизации воспитания, как форма, имеющая отношение ко всем другим видам деятельности (познанию, труду, эстетике, общению), - праздник представляется в качестве всестороннего развития личности. Как предмет педагогической деятельности праздник выступает психологическим посредником в обеспечении процесса сотрудничества. Праздничная деятельность детей и подростков очень близка к эстетической и игровой деятельности. Эстетический момент существует и в сфере труда, и в сфере социальной жизни общества: культуры, быта, общения людей, во всей совокупности человеческих отношений. В эстетической деятельности человека, в его отдельных гуманных действиях и проявлениях, личностно значимыми для него являются и сам процесс, вызывающий творческое напряжение всех сил его личности, и положительно окрашенное эмоциональное переживание, и результаты деятельности, и ее эстетически оцениваемый продукт, и в итоге - развитие творчески-эстетических задатков и способностей.

Возникновение и становление праздника как любого вида духовного бытия человека связаны не в меньшей мере и с удовлетворением такой потребности человека, как игра. Праздник и игра возникают с необходимостью в определенный период развития человека, и это непосредственно связано с задачами воспитания целостной личности. Таким образом, праздник и игра - важные составляющие деятельности подростков, практическое совершенствование которой должно базироваться на прочной научно-педагогической основе. Здесь важен новый подход, опирающийся на научную методологию, предполагающий глубину идейно-теоретического содержания, серьезные философские обобщения, полный и точный учет реалий современности и научно обоснованное предвидение будущего.

Многообразные виды деятельности, с которыми сталкивается ребенок в

процессе подготовки и проведения праздника, творческие, познавательные, игровые, общественные и др., чтобы действительно влиять на развитие ребенка, на динамику его способностей, должны обладать определенными характеристиками. Мотивационно-потребностная сфера личности развивается, когда, во-первых, связывает деятельность с ведущими возрастными тенденциями, выводит растущего человека из зоны «актуального развития» в зону «ближайшего развития»; во-вторых, проявляется в осознанном целеполагании, связанном с моментом преодоления себя; и, в-третьих, когда ее влияние охватывает не только начальный период деятельности, но распространяется на весь процесс.

Эффективность праздника обусловлена взаимосвязью его функций: мировоззренческой, коммуникативной, рекреационной, творческой, гедонистической и другими, которые активно проявляются в ходе художественно-педагогического взаимодействия детей и взрослых; выделение какой-либо из них в качестве доминирующей разрушает целостность влияния данного феномена. Таким образом, педагогически целесообразно организованный детский праздник целостно влияет на нравственное развитие молодёжи. И действительно, диапазон задач молодёжных праздников довольно широк: он учитывает все многообразие учебно-воспитательной работы школы, деятельности учреждений дополнительного образования, молодёжных клубов, парков, центров творчества, что создает определенную педагогическую систему молодёжных праздников.

В реальном художественно-педагогическом процессе создания детского праздника активно взаимодействуют взрослые и дети, что позволяет им выходить на качественно новый уровень сотрудничества и выражается в изменении их ценностных ориентацией, взаимоотношения и взаимопонимания. Именно данная педагогическая модель может служить основой построения

целостного процесса развития личности при организации молодёжного праздника, разумеется, с учетом местных особенностей и условий. Вместе с тем решающая роль в успешном осуществлении этого процесса принадлежит коллективу специалистов и педагогов-организаторов, их подготовленности, слаженности, взаимопониманию и взаимодействию с детьми.

Подводя итоги, можно определить праздник как категорию педагогики, своеобразную форму творческого самовыражения и духовного обогащения ребенка. Цель его - в познании молодёжью окружающего мира, развитии их морального сознания и нравственных чувств, эстетических воззрений, навыков организатора, умения постигать человеческую науку общения.

Классификация праздников весьма разнообразна. Критерием здесь может выступать возраст участников (детские, семейные, праздники для пенсионеров); масштаб охвата (частные, корпоративные, городские, региональные, всероссийские); тематика (народные, социальные,);

Можно выделить следующие виды праздников:

. Религиозные праздники

Православные праздники восходят ко временам Ветхого Завета. К ним примыкают праздники, получившие свое начало в Новозаветное время. Каждый из них посвящен воспоминанию важнейших событий в жизни Иисуса Христа и Божией Матери или памяти святых угодников. К наиболее известным религиозным праздникам в нашей стране можно отнести Пасху, Рождество.

. Языческие праздники

Несмотря на то, что вот уже более тысячи лет в нашей стране государственной религией является христианство, языческие праздники по-прежнему весьма популярны.

В календаре в наиболее законченном виде выражается любая Традиция, в нем собрано самое главное, что каждый народ знает о времени и о вечности.

Наиболее популярный языческий праздник в России - Масленица.

. Частные праздники

Данные праздники проводятся в рамках какой-либо семьи. Сюда можно отнести такие праздники как свадьба, годовщина свадьбы, дни рождения, юбилеи.

. Корпоративные праздники

Среди различных видов праздников корпоративный самый молодой. Первые корпоративные праздники появились в начале 1990-х гг. Эти праздники устраиваются в рамках какой-либо организации для ее сотрудников. Корпоративные праздники являются важной составной частью корпоративной культуры, и оказывают существенное влияние на мотивацию сотрудников. Не стоит выбирать поводом для корпоративного торжества день рождения отца-основателя компании (если это не компания «одной персоны») или, знаменательную дату церковного календаря. Чем меньше в поводе для празднования личного, тем лучше. Примером корпоративных праздников может быть празднование дня фирмы, корпоративный Новый год.

. Детские праздники

Массовой практике присуще большое разнообразие форм проведения детских праздников, количество которых постоянно растет. Из них наиболее распространены: фестивали, театрализованные представления, тематические дни и недели, праздничные обряды и ритуалы, спектакли, презентации, балы, карнавалы, шествия, смотры, конкурсы, олимпиады, юбилеи, КВН, утренники, линейки, вечера, концерты и др. Все они, как правило, составляют неотъемлемую часть культурно-досуговой деятельности в работе с детьми. Социальные праздники обычно направлены на привлечение внимания общественности, правительства, СМИ к какой-либо злободневной проблеме. Примером социальных праздников могут выступать такие как «День семьи»,



«День защиты детей» и др.

Более приемлемый принцип классификации массовых праздников, это классификация по типу праздничной ситуации, так как она складывается из нескольких характеристик, определяется комплексом основных черт массового праздника.

Наиболее существенные из них - общественная значимость и масштабность праздничного события - становятся главными при классификации праздников. Однако, масштабность праздничного события сама по себе еще не создает общественную значимость, так же как не создает и праздничной ситуации.

Нужно рассматривать общественную значимость, или масштабность, в комплексе, по крайней мере, с еще одной существенной стороной праздничной ситуации - потребностью в широком социальном общении, которая определяет границы празднующей общности.

Масштаб празднуемого события и празднующей общности в комплексе дают нам наиболее универсальный принцип классификации праздника.

Пользуясь этим принципом, можно выделить три основные группы праздников в нашей стране.

Первая группа, это всеобщие праздники, отвечающие наиболее масштабным, большим событиям.

Это, прежде всего, великие праздничные даты нашей страны, имеющие всемирно - историческое значение, эпохальные события истории и наших дней, переломные моменты в природе. Социальная общность, празднующая такое событие, по существу безгранична - это весь российский народ, все человечество.

Всеобщий праздник складывается из ряда конкретных праздничных действий отдельных социальных групп: рабочих, интеллигенции, молодежи,

этнографических и территориальных общностей, различных коллективов, движимых единым порывом.

Вторая группа - локальные праздники, вызываемые событием, имеющим значение для определенной празднующей общности.

Это самый подвижный, многообразный слой праздников. Сюда относятся и праздники по профессиям, и праздники отдельных возрастных групп, и праздничные даты отдельных российских городов и сел, трудовых коллективов, учебных заведений, и многие другие - в каждом конкретном случае масштаб события определяет масштаб празднуемой общности.

К третьей группе праздников относятся: личностные, вызываемые событием, имеющим значение для отдельной личности, семьи, группы людей.

Личностный праздник очень часто выступает в форме обряда, требующего обязательной персонификации.

Приведенные три вида праздников, «...не дают исчерпывающей классификации, а являются лишь ключом к ней». Внутри каждого вида возможно огромное количество градаций, в частности по содержанию и по типу общности.

Кроме того, границы праздников чрезвычайно подвижны, так любая празднующая общность становится ярким, праздничным зрелищем для остальной массы людей, вызывает у нее сходные эмоции и приобщает к празднику

Эволюция нашей психики, во многом, обязана праздникам, сопровождавшим историю человеческой цивилизации. Особому эмоциональному влиянию праздников на человека мы обязаны ритуалам и атрибутам праздников, и, более всего, огню. Космическая сущность огня связана с его неотделимостью от молнии, звезд, света - Солнца. Не случайно и появление такого неперемennого атрибута особо значимых праздников, как

современный фейерверк.

С ритуалами связано празднование таких дошедших до нас из глубины времен праздников, как Коляда, Святки, Масленица. Хотя, конечно, сегодня вариантов праздника существует куда больше, чем было у наших предков.

Фестиваль первоначально возник в Великобритании в начале 18 века. С французского фестиваль (festival) переводится как празднество, от латинского festivus - весёлый, праздничный. В 20 в. получили распространение международные музыкальные фестивали.

Музыкальные фестивали это циклы концертов и спектаклей, объединённые общим названием, единой программой и проходящие в особо торжественной обстановке. Музыкальные фестивали различны по продолжительности (от нескольких дней до полугода) и содержанию.

Музыкальный фестиваль посвящается музыке. Так постепенно стали входить в традицию публичные выступления музыкантов, дискуссии, демонстрация умений. Постепенно ежегодные встречи музыкантов и публики приобрели сложившуюся организационную форму, их стали называть музыкальными фестивалями. Если присутствует соревновательный момент - то это уже музыкальный фестиваль-конкурс.

У каждой страны свои собственные формы проведения таких фестивалей, но цель одна: популяризировать музыку, объяснить обществу, зачем она нужна, сколь важно ее развитие. Тем самым общество становится активным сторонником развития музыкальной культуры, более внимательно следит, чтобы государство и бизнес уделяли им внимание, обеспечивали развитие музыки.

Одна из главных задач музыкальных фестивалей - лоббирование интересов музыкальной культуры и искусства. Не менее важная задача - пропаганда различных музыкальных направлений, привлечение молодежи,

отбор талантливых молодых исполнителей.

Проведение массовых профилактических мероприятий и акций неразрывно связано с пропагандой здорового образа жизни. Целесообразно проводить их одновременно с привлечением всех органов и учреждений системы профилактики, общественных организаций, коммерческих структур, частных лиц, средств массовой информации. Данные мероприятия должны быть нацелены на привлечение широкого круга подростков и молодежи.

Планируя профилактическую работу, стоит учитывать основные международные и общероссийские дни, пропагандирующие здоровый образ: 7 апреля - Всемирный день здоровья, 31 мая - Международный день отказа от курения, 26 июня - Международный день борьбы с наркоманией и незаконным оборотом наркотиков, 10 октября - Всемирный день охраны психического здоровья, 1 декабря - Всемирный день борьбы со СПИДом.

Мероприятия и акции по профилактике зависимого поведения и формированию здорового образа жизни могут проводиться в различных формах, исходя из специфики каждого мероприятия.

В зависимости от цели мероприятия, от того, какой общественный резонанс вы хотите получить, предполагаемого количества участников, а также иных факторов, они могут иметь различный масштаб: от микроучастка учреждения, который акцию проводит, до краевого уровня. К проведению этих мероприятий привлекаются не только молодежь, но и родительская общественность, творческие и спортивные коллективы, учреждения культуры или спорта, общественные организации, спонсоры из числа предпринимателей и другие заинтересованные организации и лица из числа жителей района, города (артисты, спортсмены, общественные деятели). Подготовка и проведение этих мероприятий отражаются в средствах массовой информации (печатные издания, радио- и телеканалы).

Мероприятия профилактической направленности по пропаганде здорового образа жизни по своим формам могут быть организованы как конкурсы творческих работ (изобразительного искусства, прикладного творчества, литературного творчества, социальной рекламы), праздники здоровья, концерты, молодежные акции и многое другое.

#### Цели мероприятия

пропаганда здорового образа жизни, привлечение внимания молодёжи к проблемам распространения и употребления табачных изделий, алкогольных напитков, наркотических веществ через активизацию творческого потенциала подростков и молодёжи;

выработка теоретических знаний и убеждений о здоровом образе жизни;

профилактика различных видов зависимостей (курение, алкоголизм, наркомания);

пропаганда физкультуры и спорта и др.;

поднятие престижа здоровой, активной жизни у молодежи и взрослого населения как необходимого условия развития человека и достижения социального успеха;

выявление отношения подростков и молодежи к здоровому образу жизни и употреблению наркотических веществ посредством литературного творчества.

#### Молодежные акции

Одна из форм первичной профилактики зависимого поведения - молодежные акции различной направленности: музыкальные фестивали, дискотеки, слеты, лотереи и др.

Важна наполняемость любой такой акции ненавязчивыми элементами профилактики. В любой акции должна быть музыка. Но она должна

сопровождаться различными элементами познавательного и позитивного характера, побуждающими к размышлениям по заданной проблеме.

В зависимости от места проведения, масштаба (школа, район, город), финансирования - сценарии различны.

Разработка акции:

Любое мероприятие, в том числе и массовое, начинается с обсуждения концепции. Инициативная группа оговаривает тематику, идеи и цели, на какую аудиторию рассчитана акция, какую смысловую нагрузку должна нести.

Определяется и согласовывается место и время проведения. Массовые мероприятия могут проводиться с 9 до 21 часов. Мероприятия на открытых площадках вблизи жилых домов могут проводиться с 9 до 22 часов.

Определяются партнеры акции и их роль в проведении мероприятия.

Распределяются зоны ответственности среди организаторов акции:

Например, кто отвечает за подбор творческих номеров, кто за PR-компанию, кто за связь со СМИ, кто за конкурсную программу, кто за изготовление информационных материалов (буклетов, листовок), кто занимается поиском спонсоров.

Далее пишется сценарий, разрабатывается подробная программа.

Приглашаются аниматоры и артисты.

Организация любого массового мероприятия начинается с подбора помещения или места, где он будет проводиться. Арендуются концертные площадки, устанавливаются мобильные сцены, подиумы, составляется список необходимого оборудования и инвентаря (в том числе торговых павильонов с угощением и дегустацией).

Не последнюю роль в проведении акции играет ведущий, который должен уметь «держат» аудиторию, ориентироваться во внештатных ситуациях, быть динамичным, эффектным, с поставленной речью.

Следует уделить внимание оформлению места проведения акции: сцене, прилегающей территории, конкурсным площадкам. В каждом конкретном случае важно тщательно продумывать целостность всего оформления, выразительность деталей, их качество, чтобы внимание аудитории привлекло главное, раскрывающее идею мероприятия.

И, конечно же, необходимо согласовать юридические и административные вопросы мероприятия.

До получения разрешения на проведения массового мероприятия его организатор не вправе объявлять в средствах массовой информации о дате, месте и времени проведения, изготавливать и распространять с этой целью рекламные материалы.

Заявление (уведомление) о проведении массового мероприятия подается в письменной форме непосредственно в исполнительный комитет городского совета, или направляется по почте, как правило, не позднее, чем за 10 дней до намечаемой даты его проведения. Заявление (уведомление) должно содержать следующие сведения:

цель, форма, место проведения массового мероприятия;  
маршруты движения (для демонстраций, шествий);  
время начала и окончания массового мероприятия;  
предполагаемое количество участников массового мероприятия;  
фамилия, имя, отчество, адрес и номер телефона (рабочий, домашний, мобильный) лица, уполномоченного организаторами массового мероприятия внести (заявление) уведомление, а также лиц, ответственных за обеспечение общественного порядка, безопасности участников массового мероприятия;  
необходимость (отсутствие необходимости) использования звукоусилительной аппаратуры;

подписывается организаторами мероприятия.



## **2. Организация массовых мероприятий**

### **2.1 Технология организации массового мероприятия**

Немаловажное значение имеют составляющие мероприятия: способы и приемы подготовки, формы проведения, тематическая направленность, возрастной диапазон, масштабность.

Надо знать и соблюдать определенные требования к мероприятию:

Понимать и четко формулировать педагогическую цель мероприятия (комплексно: обучение, воспитание, развитие). планировать этапы мероприятия.

Организовать подготовку в соответствии с поставленной целью.

Выбрать оптимальный материал с учетом основных целей, методов и приемов на каждом этапе мероприятия.

Продумать все, что может обеспечить четкость проведения мероприятия.

Выбрать оптимальные ритм и темп проведения в соответствии с настроением.

Предусмотреть элементы неожиданности, «изюминки».

Обеспечить разнообразие форм и творческий характер деятельности участников.

Выстроить взаимосвязь этапов, связь данного мероприятия с предыдущими и последующими (если таковые предусмотрены).

Массовое мероприятие пройдет успешно, если тщательно спланировать его организацию и подготовку на трех основных этапах.

#### **1.Подготовительный этап**

Определение темы, постановка целей, уточнение аудитории.

Составление плана.

Определение хода и содержания мероприятия.

Анализ и подбор литературы, приобретение, если необходимо, или поиск в других библиотеках.

Составление рекомендательного списка.

Определение методов и приемов.

Разработка сценария.

Подготовка дидактического и раздаточного материала, атрибутов, реквизита.

Изготовление наглядного материала, плакатов и т.д.

Проведение бесед, обзоров, лекций по теме.

Определение участников (актеров, ведущих, судей и т.д.).

Подготовка и распределение заданий, объяснение условий, правил или распределение ролей.

Приобретение призов, грамот.

Определение места, времени, даты проведения.

Согласование с администрацией.

Решение организационных вопросов.

. Коррекционный этап

Организация книжной выставки.

Подготовка оформления.

Подготовка и проверка оборудования и технических средств.

Репетиция, корректировка сценария, генеральная репетиция.

Объявление.

Приглашение зрителей, гостей.

. Основной этап

Оформление кабинета, зала.

Установка оборудования, технических средств.

Проведение мероприятия.

Подведение (оглашение) итога.

Анализ проведенного мероприятия (самоанализ).

Возможное обсуждение коллегами, гостями.

Описание опыта или разработка методических рекомендаций.

Распространение опыта работы (проведение открытого мероприятия или семинара).

Обобщение опыта работы в СМИ.

. Нормативно-правовое обеспечение массовых мероприятий.

Интеллектуальная собственность. Авторское и патентное право в сфере зрелищных мероприятий. Договора, сопровождающие проведение массовых театрализованных мероприятий. Особенности рекламирования зрелищных мероприятий. Ошибки, допускаемые при создании рекламы и их последствия. Судебная и арбитражная практика.

. Оригинальные постановочные приемы и решения массовых праздников и шоу-программ.

Театрализованные праздники и представления. Театрализованные шествия и цирковые парады. Шоу-программы (галактические дискотеки, космические маски танц-шоу групп).

. Мастер-класс по театральной пластике.

Занятия проводятся на базе учебного театра кафедры режиссуры театрализованных представлений и праздников Санкт-Петербургского университета культуры и искусств.

. Организационно-методические и финансово-технические особенности обеспечения различных культурно-досуговых мероприятий. Методика подготовки и проведения тематических вечеров, районных праздников, театрализованных концертов и творческих встреч. Технические задания к постановке праздника.

. Режиссура театрализованных музейных акций.

Особенности сюжетно-композиционного построения различных массовых мероприятий музея (открытие выставки, презентация, театрализованные представления и праздники, спектакли и т.д.). Зрелищность и выразительность театрализованных представлений в музее.

Занятие проводится на базе Государственного Русского музея.

Массовые мероприятия, безусловно, являются эффективными формами библиотечной работы в школьной среде. Именно благодаря им библиотекарь зачастую проявляет себя как творческая личность, профессионал своего дела и воздействует на читателя, привлекая его к книге и чтению. Опыт проведения массовых мероприятий позволяет библиотекарю развивать коммуникативные и конструктивные умения и навыки, оттачивает мастерство, повышает творческий потенциал и профессиональное самосознание.

Открытое массовое мероприятие - это неотъемлемая часть представления опыта и профессионального мастерства педагога-библиотекаря в ходе квалификационных испытаний (аттестации), обобщения опыта работы на педагогических мероприятиях, профессиональных семинарах и курсах. Однако организация и проведение открытого мероприятия далеко не простое дело. Успех его зависит от многих факторов, которые необходимо знать, учитывать и соблюдать, например - выбранная форма должна четко соответствовать содержанию мероприятия.

Массовые мероприятия можно классифицировать по самым разным позициям:

Устные и наглядные.

Монолог и диалог.

Рассчитанные на однородную или разновозрастную (разнонациональную и т.д.) аудиторию.

Единичные и комплексные.

Уникальные и многоповторяемые.

Авторские и по готовому сценарию.

Проводимые силами библиотекаря и с приглашением других педагогов или специалистов других областей (актеры, журналисты и др.).

Мероприятие пройдет результативно, если соблюдать основные требования к нему:

Актуальность тематики.

Адекватность содержания .

Практическая направленность.

Ориентация на соответствующую аудиторию.

Доказательность позиции.

Лаконичность, ясность, доступность, четкость.

Тщательность подготовки.

Желательная системность мероприятий .

Успех зависит и от самого ведущего (педагога, библиотекаря).

Слагаемыми успеха являются:

Умение войти в контакт с участниками.

Учет возрастных и индивидуальных особенностей детей.

Осведомленность по теме и эрудиция.

Культура речи и культура поведения.

Педагогический такт.

Способность творчески разрешать нестандартные ситуации.

Наиболее приемлемыми для достижения цели массового мероприятия можно считать следующие методы:

Побуждение.

Обращение к личному опыту.

Убеждение.

Существует множество форм работы в ходе мероприятия: практическая, монологическая, диалогическая, наглядная, словесная, объяснительно-иллюстративная, репродуктивная и другие. Главное, надо учесть, что выбранные формы должны соответствовать следующим моментам:

Воспитательным и образовательным принципам, целям и задачам.

Возрастными особенностями детей.

Уровню подготовленности школьников.

Конкретным условиям.

Отведенному времени.

Возможностям ведущего.

Возможностям книжного фонда, библиотечного аппарата, оснащенности техническими средствами и т.д.

## **.2 Рекомендации по организации мероприятий**

Значимость и событийность праздника определяются достаточно простыми общими признаками, как абсолютная добровольность участия и согласие во всех принимаемых обязательных и условных правилах досуговой деятельности того или иного праздника;

· свободный выбор разнообразных сюжетов, ролей, положений, отличных от материализованных результатов учения и общественного труда;

· необходимость каждому участнику иметь пространство для творческих выходов своей индивидуальности в любом празднестве;

· разумная цикличность праздников, идущая от пропорциональности будничной практики и яркой праздничной событийности, главным образом учитывающей природный календарь и структуру рабочего года;

- коммуникативный характер праздников, отражающих все стороны демократии свобод;

- наличие в праздниках народных глубинных традиций, вбирающих в себя весь спектр обычаев, ритуалов, церемониалов, символов и атрибутов принципиального характера.

«Хороший праздник организован таким образом, что каждый ощущает себя участником этого события, и ни у кого не создается впечатления, что его заставляют что-то делать». «Праздник заряжает всех сотрудников энергией, помогает преодолеть недопонимание между ними и забыть о неурядицах».

Кроме того, праздник должен прорабатывать существующие конфликты и проблемы, а не подавлять их и не вытеснять. Само собой противоречие не исчезнет.

Грамотно составленный сценарий праздника важен не менее, чем правильный выбор помещения, отменный вкус еды и напитков, качество обслуживания вечера. От сценария праздника, прежде всего, зависит, не заскучают ли гости. Чтобы этого избежать, можно предусмотреть в сценарии проведение концерта, а в конце ужина - уникальный, пышный фейерверк. Развлекательная программа праздника, детально описанная в сценарии, станет залогом успеха мероприятия.

Профессиональная работа включает в себя несколько этапов.

- Презентация предварительного предложения
- Утверждения предложения и сметы
- Разработка общей идеи мероприятия
- Разработка конкурсной программы
- Подбор ведущего и шоу-программы
- Оформление помещения
- Подбор музыки и сведение единого музыкального ряда для

праздничного вечера

- Репетиция
- Проведение мероприятия
- Передачи клиенту видео и фото отчетов.

Исходя из вышеперечисленного, нетрудно догадаться, что праздник - это не только приятное общение, но и два-три месяца кропотливого труда его организаторов.

Основными статьями расходов будут планирование мероприятия, подбор исполнителей, организация, координация и контроль, а также написание сценария, режиссура и постановка, прокат музыкального и светового оборудования, оформительские работы и т.д. Из всех перечисленных выше позиций заказчик может выбрать необходимые. Исходя из желания заказчика, и определяется общая сумма сметы.

Встреча гостей - один из важных компонентов программы праздника, от него многое зависит. Потому что, во-первых, это самое сильное первое впечатление от предстоящего события, влияющее на настрой человека, на его форму и действия; во-вторых, в этот момент гость отсоединяется в энергетическом смысле от мира, из которого он пришел, и присоединяется в мир праздника.

От этого момента зависит то, насколько он забудет свои заботы и проблемы, болезни, ссоры и т.д. и включится в др. процесс или же он это все будет изливать окружающим его людям-гостям, тем самым «загрязняя» фон приподнятости и очарования.

Поэтому мир праздника начинается от входной двери, он захватывает человека ярким неординарным приветствием, он показывает ему, что здесь не будет места хандре, печали, жалости и т.п. настроениям, здесь все приподнято вверх в случае торжественного стиля и уравновешено в случае стиля комфорта,



воспоминания тоже не доводятся до уныния. Приветствие сразу поворачивает гостя к вам тем местом в нем, которое вы хотите. Поэтому к каждому человеку нужно уметь подобрать свое приветствие.

Музыкальное оформление праздника влияет на подсознание людей, поскольку человек способен «уплывать, улетать» по волнам, а музыка - это всегда волны. Поэтому подбирается она строго по задаче. Музыка всегда воздействует на определенные места, как физического тела человека, так и его психики, настроения.

Проанализировав разные музыкальные стили и исполнителей, прочувствовав их, определите, что дает человеку каждый из них. Какая музыка создает мягкость и открытость, какая - важность и солидность, какая вскружит голову и откроет мечтательность, какая сделает человека тяжелым и грубым и т. д.? Что дает музыка, когда ведущий инструмент - саксофон, когда - пианино, когда - ударник, когда - гитара? Как дух исполнителя, его мир, его пространство влияют на слушателя? Слушая одного, хочется мечтать, другого - возникают романтические воспоминания, третьего - сделать динамичные действия, а четвертого хочется не слышать, он создает отрицательное настроение. Последние минуты, проведенные на празднике, не менее важны для человека, чем все проведенное там время, а скорее наоборот, по принципу: лучше всего запоминается последнее, след остается от чего-то последнего.

Поэтому, для того, чтобы у гостей остался легкий след удовольствия, праздничного настроения, удовлетворенности от удачно проведенного времени, нужно сделать легкое мягкое прощание, не задерживать гостей, не начинать назначать деловые встречи и решать бытовые дела. Не стоит ставить точку решением обыденных вопросов. Можно на время ухода гостей включить мягкую запоминающуюся музыку, выразить свое удовольствие и благодарность за столь приятный визит и компанию, проявлять особо деликатное внимание к

женщинам. А по правилам светского этикета, люди, участвовавшие в том или ином празднике на следующий день или максимум через день звонят и выражают свое удовольствие и благодарность за приятно проведенное время. И только тогда праздник считается законченным (по светским правилам).

До начала рыночных реформ технология организации региональных социальных праздников была гораздо проще. Все артисты были «приписаны» к какому-то госучреждению или союзу. Не было проблем и с местом проведения праздников - все дома культуры были государственными.

Впоследствии эта схема была разрушена: артисты лишились «привязки» к учетным организациям, активно начал развиваться ресторанный бизнес, появились частные казино, рестораны и иные учреждения. Организацией праздников начали заниматься популярные фигуры мира искусства - театральные режиссеры, известные актеры, музыканты и ведущие, продюсеры эстрадных коллективов. В этот же период возник спрос на проведение нестандартных частных праздников, и появились первые профессиональные организаторы частных торжеств.

После кризиса 1998 года праздники стали организовывать все - рекламные агентства, турфирмы, рестораны, тренинговые и рекрутинговые компании. За разработку концепции торжества и его проведение мог взяться менеджер любого ресторана или кафе, любой ведущий или артист. Оно и понятно - после кризиса надо было находить новые источники доходов.

К сожалению, пока еще не устоялись правила игры этого рынка по организации праздников. Для многих «организаторов» это дает возможность успешно спекулировать на отсутствии информации об исполнителях, предлагать «выбор» из одного претендента, продавать одни и те же программы под видом созданных специально для вас, работать без специалистов или сотрудничать с псевдоспециалистами, спекулировать на сезонном ажиотаже или

создавать искусственный ажиотаж.

Но постепенно ситуация нормализуется. Теперь практически у каждого артиста или музыканта есть свой менеджер, который и ведет переговоры об условиях выступления. Создается единый график оплаты труда артиста. Продюсерские центры начинают концентрироваться на создании и продвижении различных эстрадных проектов, а когда тот или иной коллектив приглашают выступить на корпоративном мероприятии, выполняют функции его менеджера.

Среди организаторов праздников есть зарекомендовавшие себя перед клиентами, проверенные временем. Разработкой концепции праздника, подбором и координацией исполнителей занимаются люди с опытом, они решают поставленные задачи, создают действительно оригинальный сценарий, предоставляют широкий выбор артистов и дают гарантии. Некоторые организации уже занимаются не только организацией частных и корпоративных праздников, но и праздников в региональном масштабе.

При планировании региональных праздников создается специальный календарь событий. Однако заранее составить точную смету весьма проблематично, так как стоимость аренды, работы музыкантов и артистов изменяется в каждом сезоне. Поэтому утверждение бюджета мероприятия, и сама подготовка к празднику должны начинаться не раньше, чем за три месяца до этого события.

За месяц до праздника желательно завершить подготовительную организационную часть. К этому времени организаторы должны знать, что и где будет происходить, иметь детально проработанный, согласованный план мероприятия.

При подготовке любого вида праздников, в том числе и региональных, следует придерживаться определенной последовательности подготовительных

работ.

Первоначально осуществляется постановка цели праздника, формулируются его задачи, и выявляется смысл проведения праздника. Отталкиваясь от идеи, продумывается сюжет программной части праздника и общая схема развития событий и только потом начинается реализация идеи через конкретные детали - выбор и приглашение ведущего, приглашение артистов, подбор конкурсов, выбор площадки, продумывание и изготовление декораций.

Затем определяются главные условия проведения мероприятия. Определяются сроки и время проведения праздника (это могут быть как праздники одного дня, так и более длительные праздники, длящиеся по месяцу), площадки (центральные площади города, парки культуры и отдыха и т.п.) и учреждения (библиотеки, дома культуры, спортклубы, школы и др.), где праздник будет проходить.

На данном этапе так же определяется приблизительное количество гостей, и, исходя из этого, ставятся требования к месту проведения праздника. Здесь, прежде всего, имеется в виду оборудование точками общественного питания и розничной торговли, бытовые удобства, при необходимости пункты медицинской помощи.

Собираясь сделать праздник интересным и необычным, начинать проработку лучше с создания его общей идеи. Отталкиваясь от идеи, вы продумываете сюжет программной части праздника и общую схему развития событий и только потом начинаете реализовывать идею через конкретные вопросы: выбор площадки, приглашение ведущего, продумывание музыкального сопровождения и конкурсов, подбор артистов и изготовление декораций.

Если вы решаете прибегнуть к услугам специалистов (компаний -

организаторов торжеств), то следующим шагом будет составление для них технического задания, или брифа, с описанием всех требований, задач и условий вашего мероприятия. Сама разработка идеи и сценария праздника, а также поиск исполнителей, займет у такой фирмы около двух недель, включая время на ваше обдумывание и утверждение. Но если у вас совсем не осталось времени, вы можете воспользоваться одним из готовых типовых сценариев, которые обычно есть у таких компаний.

Кстати, заключая договор с подрядчиком, настоятельно рекомендуется включать в него пункт об условиях возврата денег при отмене мероприятия по вашей инициативе и по инициативе организатора. Это отнюдь не перестраховка. Возможны самые различные ситуации. Например, у вас на завтра запланирован летний праздник под открытым небом, а по прогнозу - гроза с проливным дождем. Если вы включите пункт об условиях возврата денег, то вам удастся отменить праздник и вернуть часть денег. Если такого пункта нет, то вам придется или проводить мероприятие, невзирая на погодные условия, или переносить его, теряя деньги. Так, если отдельно не оговорено другое, организаторы могут вернуть вам около 50 % при отказе от мероприятия за 20-30 дней, 25-30% - при отказе за 7-14 дней, а если вы отменяете праздник за 1-2 дня, то, в лучшем случае, вы можете надеяться на возврат 5-10% вложенной суммы.

Решить все основные организационные вопросы необходимо примерно за три недели до мероприятия. К этому времени вы должны не только знать, что и где будет происходить, и иметь детально проработанный и утвержденный сценарный план, но и подтвердить работу всех основных исполнителей. После чего вы сможете готовить и рассылать приглашения. Кстати, приглашения - это некая точка в подготовке праздника. После этого можно заниматься только доработкой мелких технических деталей - фонограммами, тезисами речей, репризами, детализацией меню, изготовлением декораций и прочей атрибутики

праздника. После рассылки приглашений необходимо сохранить заявленные в них условия, особенно время, место и основное содержание праздника.

Таким образом, массовый праздник является специфичной формой коллективного единения, где выражается общее настроение и сопереживание участников. Он обусловлен динамикой социального бытия, в котором отдельные периоды жизни осознаются и переживаются людьми особым эмоциональным образом, диктуют им иной, нежели в будничное время, способ поведения и деятельности, предполагая непосредственное участие в праздновании.