

Государственная служба по культуре и историческому наследию ПМР
ГОУ ВПО «Приднестровский государственный институт искусств им. А.Г. Рубинштейна»
Учебно-методический центр по образованию и повышению квалификации специалистов
культуры и искусства

ПРИНЯТО

Ученым советом ГОУ ВПО ПГИИ
им. А. Г. Рубинштейна

Протокол от 31.03.2016 № 3

УТВЕРЖДАЮ

И. В. Пleshкан
Директор ГОУ ВПО ПГИИ
им. А. Г. Рубинштейна

И.В. Плешкан



**Методические рекомендации
для культурно-досуговых учреждений
по проведению площадных мероприятий**

Составитель: руководитель УМЦ
Гиля И.Н.

г. Тирасполь 2025г.

Содержание

1. Общие положения	3
2. Определение целей и задач мероприятия	3
3. Выбор даты и места проведения мероприятия	4
4. Разработка концепции мероприятия	4
5. Создание программы мероприятия	4
6. Создание положения о мероприятии	5
7. Нормативная база	5
8. Подготовка сметы	5
9. Привлечение участников и гостей мероприятия	6
10. Проведение репетиций	6
11. Организация рекламной кампании	7
12. Подготовка площадки для проведения мероприятия	7
13. Оформление площадки и установка необходимого оборудования	7
14. Подведение итогов и анализ результатов	8
15. Пост-промоция мероприятия	9
16. Заключение	9
17. Список использованной литературы	10

1. Общие положения

1.1 Площадные мероприятия в сфере культуры являются важным инструментом развития культурной среды, формирования общественных ценностей и привлечения внимания к актуальным темам. Эффективная организация таких событий требует комплексного подхода, включающего планирование, подготовку документации, работу с участниками и аудиториями, обеспечение технических условий и анализ результатов.

1.2 Данные методические рекомендации подготовлены в помощь специалистам культурно-досуговых учреждений (руководителей творческих коллективов, организаторов массовых мероприятий и других заинтересованных лиц) для успешного понимания и освоения методики проведения площадных мероприятий.

1.3 Материал основан на практическом опыте, действующих методических положениях и современных подходах к культурному менеджменту.

2. Определение целей и задач мероприятия

2.1. Работа над мероприятием начинается с разработки его программы, в которой формулируются цель и задачи – будь то популяризация культурной идеи, привлечение внимания к теме или создание позитивного образа.

2.2. После определения основной цели важно разбить ее на конкретные, более узкие задачи. К ним могут относиться: организация нужного количества участников, организация определенного числа активностей или повышение вовлеченности аудитории в социальных сетях.

2.3. Необходимо также проанализировать имеющиеся ресурсы-финансовые, материальные и кадровые - и на основе этого составить подробный план действий, описывающий шаги по достижению каждой поставленной задачи.

2.4. В процессе подготовки и проведения мероприятия следует регулярно отслеживать результаты и при необходимости корректировать задачи. Кроме того, важно определить целевые группы, для которых мероприятие будет представлять интерес, и учитывать их потребности. Используйте статистические данные (посещаемость, возраст участников и т.д.), чтобы точнее понимать свою аудиторию и корректно формировать целевые группы.

2.5. Изучите деятельность коллег: посмотрите, какие мероприятия проводят другие культурные организации, какие группы они при этом охватывают.

2.6. Обращайте внимание на сезонные особенности: некоторые форматы могут пользоваться спросом в определенное время года или в конкретные дни недели.

2.7. Используйте социальные сети и др. средства коммуникации, чтобы информировать людей о событии и привлекать новую аудиторию. После завершения мероприятия проанализируйте результаты: определите, какие группы посетителей проявили наибольший интерес, что их привлекло и как это отразилось на посещаемости и общем восприятии вашего мероприятия.

3. Определение даты и места проведения мероприятия

3.1. Выбор времени и площадки для проведения мероприятия зависит от целого ряда условий, которые необходимо учитывать:

- возможность использования выбранного места в нужный день;
- интересы и особенности целевой аудитории, участвующей в мероприятии;
- имеющийся бюджет (к примеру, более дорогие площадки могут обеспечить лучшее оснащение и условия для развлечений гостей, но они могут быть недоступны для всех);
- прогноз погоды (если мероприятие планируется под открытым небом), с рассмотрением возможности переноса мероприятия на другую дату.

4. Разработка концепции мероприятия

4.1. Концепцию мероприятия разрабатывают с целью обоснования целесообразности проведения данного мероприятия по определенной тематике. Концепция является рабочим документом организаторов, официально утвержденным и/или согласованным с различными учреждениями, ответственными за организацию и проведение данного мероприятия.

4.2. Концепция площадного мероприятия должна включать следующие элементы:

- отражение основной темы и идеи мероприятия;
- обоснование актуальности выбранной темы, а также описание тематических направлений, места и времени проведения;
- характеристику инфраструктуры, необходимой для организации мероприятия;
- указание круга организаторов и участников, вовлеченных в подготовку мероприятия;
- общее описание предполагаемой программы мероприятия, в которую входят ключевые виды активности и концертная часть.

5. Создание программы мероприятия

5.1. Программа площадного мероприятия должна включать следующие элементы:

- цель и задачи мероприятия (привлечение внимания к определенной

теме, продвижение определенной идеи, создание положительного образа культуры и т.д.);

- подготовку документов (оформление всех необходимых документов для проведения мероприятия в соответствии с действующим законодательством);

- формирование команды и распределение функций между ответственными за каждый раздел программы;

- рекламную кампанию (разработку и проведение рекламной кампании для привлечения участников и зрителей);

- организационный план мероприятия (программа, расписание, место проведения, график репетиций, бюджет и т.п.);

- спонсорскую поддержку (поиск и привлечение спонсоров для финансирования мероприятия).

6. Создание положения о мероприятии

6.1. Положение является основополагающим документом, регламентирующим организацию и проведение события. Положение о площадном мероприятии должно включать следующие разделы:

- общие положения (название и тип мероприятия, цели и задачи, организаторы, место и сроки проведения);

- условия участия (категории участников, возрастные и профессиональные требования, порядок подачи заявок);

- организационные вопросы (финансирование, проживание и питание участников, трансфер, медицинское и пожарное обеспечение и т.д.);

- контактная информация (адрес, электронная почта, телефон, ссылки на сайт и социальные сети и т.д.).

6.2. Положение подлежит обязательному утверждению вышестоящими органами управления.

7. Нормативная база

7.1. Нормативная база мероприятия включает полный пакет документов, обеспечивающих законность мероприятия, а именно:

- утвержденное положение о мероприятии;

- распорядительный документ органа управления о его проведении;

- состав организационного комитета;

- план мероприятия с приложением схем, рисунков и описаний;

- коммерческие предложения по каждому пункту сметы.

8. Подготовка сметы

8.1. Смета расходов – это финансовый документ, определяющий все расходы и включающий:

- приобретение материальных средств, необходимых для реализации

программы;

- печатную продукцию, баннеры, оформление сцены;
- оплату трансфера, питания и проживания участников;
- расходы на ГСМ;
- подтверждение расходов по каждому пункту сметы.

9. Привлечение участников и гостей мероприятия

9.1. Успех мероприятия во многом зависит от количества и активности участников, поэтому работа по их привлечению строится комплексно:

- использование интернет-ресурсов: соцсети, сайты, блог-платформы;
- размещение объявлений в общественных местах;
- партнерские программы с организациями;
- рассылки по эл. почте;
- взаимодействие со СМИ, проведение пресс-конференций и интервью.

9.2. Эффективная коммуникация обеспечивает широкое информирование и рост интереса к событию

10. Проведение репетиций

10.1 Репетиции больших площадных мероприятий включают три основных этапа: подготовительный, репетиционный и генеральный.

10.2. Подготовительный этап:

- определение и обсуждение: знакомство со сценарием, обсуждение концепции, целей и идейного содержания;
- согласование текста, внесение сокращений и изменений для создания сценического варианта
- разработка: поиск и подбор нужных приемов, методов и наглядных материалов;
- определение состава участников, направление им заданий.

10.3. Репетиционный этап:

- расстановка участников согласно утвержденных схем;
- отработка элементов мероприятия;
- репетиции отдельных номеров, сцен или блоков с актерами и ведущими;
 - техническая подготовка (отработка работы со звуковым, световым и другим техническим оборудованием);
 - корректировка (внесение изменений в сценарий по итогам проработки);
 - оформление: подготовка и проверка декораций и реквизита.

10.4. Генеральный этап:

- репетиция в полной мере (генеральная репетиция проводится в костюмах и с полным техническим обеспечением, имитируя настоящее мероприятие без остановок);

– закрепление (последняя репетиция перед основным событием для закрепления всех элементов);

– прогон и сдача мероприятия.

10.5. Учитывая большие размеры территории проведения площадного мероприятия и количество участников, необходимо предусмотреть репетиционную площадку, приближенную по характеристике к основной.

10.6. Репетиции необходимо проводить согласно утвержденного графика с учетом климатических условий региона.

11. Организация рекламной кампании

11.1. Рекламная кампания начинается с определения ее целей и целевой аудитории. После этого выбираются каналы продвижения: интернет, наружная реклама, СМИ. Создается рекламный контент - тексты, графика, видеоматериалы.

11.2. Бюджет кампании формируется заранее, а запуск рекомендуется осуществлять не позднее чем за 15 дней до мероприятия. Цель рекламной кампании – своевременно донести информацию и мотивировать аудиторию к участию.

12. Подготовка площадки для проведения мероприятия

12.1 Выбор подходящей площадки - ключевой этап при подготовке мероприятия. При ее выборе оцениваются:

- соответствие размерам и требованиям мероприятия;
- доступность транспорта;
- наличие инфраструктуры и коммуникаций.

12.2. После утверждения площадки организуется ее подготовка:

- монтаж звукового и светового оборудования;
- установка сцены, мебели и дополнительных конструкций;
- оформление территории;
- обеспечение безопасности;
- обеспечение доступа к интернету и технической инфраструктуре.

12.3. Также продумывается логистика - доставка оборудования и материалов, маршруты движения участников.

12.4. Во время проведения мероприятия необходимо осуществлять контроль за соблюдением правил и норм, решать возникающие проблемы, обеспечивать комфорт участников.

12.5. После завершения мероприятия осуществляется демонтаж оборудования, уборка территории.

13. Оформление площади и установка необходимого оборудования

13.1 Оформление пространства позволяет создать соответствующую атмосферу и повысить комфорт участников.

13.2. Оформление больших площадных мероприятий включает в себя зонирование пространства, брендинг площадки в соответствии с тематикой и целями мероприятия, а также техническое оснащение, включая освещение и звук. Важно учитывать вместимость, доступность и технические возможности площадки, чтобы создать комфортную и функциональную среду для участников и организаторов.

13.3. Оформление площадки и установка оборудования для площадного мероприятия происходит следующим образом:

- разработка дизайна оформления площадки с учетом тематики мероприятия, его целей и задач;
- подбор необходимых материалов и элементов декора (флаги, баннеры, гирлянды, световые элементы и т.п.);
- монтаж и установка декораций, световых элементов и прочего оборудования на площадке;
- настройка звукового и светового оборудования, проверка его работоспособности;
- установка сцены, подиума, трибун, стульев и других элементов мебели;
- обеспечение доступа к интернету и подключение необходимого оборудования (компьютеры, проекторы, экраны и т.п.).

13.4. Техническая подготовка должна завершиться заранее, что позволит организаторам провести проверку и устранить возможные неисправности.

14. Подведение итогов и анализ результатов

14.1. Подведение итогов мероприятия позволяет оценить его эффективность, извлечь уроки и поставить новые цели. Это важный этап для анализа достигнутых результатов, выявления успехов и неудач, а также для планирования будущих действий. Значение этого процесса заключается в возможности улучшить будущие проекты и получить мотивацию для дальнейшего развития.

14.2. Подведение итогов и анализ результатов площадного мероприятия в сфере культуры включает в себя следующие шаги:

- оценка эффективности (позволяет понять, были ли достигнуты поставленные цели с помощью анализа данных: количество участников, посещаемость, отзывы гостей и т.д.);
- осознание прогресса (помогает увидеть общую картину мероприятия, что удалось, что можно улучшить);
- анализ ошибок (позволяет проанализировать, что пошло не так, почему возникли проблемы, и что можно сделать иначе в будущем, чтобы их избежать);
- мотивация и самооценка (подведение итогов помогает оценить затраченные усилия, укрепляет веру в собственные силы и дает мотивацию на достижение новых целей);

– улучшение проведения будущих мероприятий (анализ помогает найти точки роста и улучшить рабочие процессы, что необходимо для постоянного совершенствования);

– планирование и постановка целей (на основе полученных выводов становится возможным эффективно ставить новые, более реалистичные цели и задачи на будущее).

14.3. Важность подведения итогов:

– для командной работы: помогает улучшить взаимодействие внутри команды, сделать работу более комфортной и эффективной, а также учесть мнение каждого специалиста;

– для организаторов мероприятий: позволяет оценить успешность мероприятия, изучить обратную связь от участников и зрителей для улучшения будущих мероприятий;

– для личностного роста: служит мощным инструментом для самоанализа, помогает понять, какие изменения произошли со специалистом за определенный период, поменялись ли его приоритеты и цели;

– для проектного менеджмента: является неотъемлемой частью завершения проекта, обеспечивая доступ к «памяти о событиях» и давая возможность провести эффективный «разбор полетов».

14.4. Этот этап является важным инструментом повышения качества следующих мероприятий. Он улучшает командную работу, повышает профессиональный уровень специалистов и помогает эффективнее планировать будущие проекты.

15. Пост-промоция мероприятия

15.1. Пост-промоция площадного мероприятия направлена на продолжение работы с аудиторией и закрепление эффекта от мероприятия.

15.2. Она включает:

– распространение информации о мероприятии в социальных сетях и на других платформах;

– организацию дополнительных мероприятий, связанных с основным событием (выставки, концерты, лекции);

– создание специального контента (фото- и видеоотчеты, интервью с участниками);

– проведение опросов и исследований для оценки удовлетворенности посетителей.

15.3. Пост-промоция помогает формировать положительный образ организаторов и повышает интерес к будущим событиям.

16. Заключение

16.1. Организация площадного мероприятия — это многогранный процесс, требующий точного планирования, согласованных действий команды и внимательного отношения к каждому этапу. Методические рекомендации

позволяют систематизировать работу и обеспечивают высокий уровень подготовки и проведения культурных событий. Грамотно организованное мероприятие способствует развитию культурной среды, привлечению аудитории и укреплению имиджа учреждения.

Список использованной литературы:

1. Генкин Д.М. Пособие «Массовые праздники» - [Электронный ресурс]- Режим доступа https://www.studmed.ru/genkin-d-m-massovye_prazdniki_0cd93833885.html
2. Гуцалов А.А. «Основные характеристики культурного бренда. Методология и методы исследования культурных процессов» - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-harakteristiki-kulturnogo-brenda>.
3. «Дни парков и скверов в республике Татарстан. Методическое руководство к проведению мероприятий Республика Татарстан.» - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://msgkhchr.ru/wp-content/uploads/2020/01/metodicheskoe_posobie-k-provedeniyu-meropriyatij.pdf
4. Государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного образования детей Центр развития творчества детей и юношества «Центр социализации молодёжи», Самара 2020 «Методические рекомендации по проведению массового мероприятия процессов» - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://цсмсамара.рф/upload/iblock/427/stc5t8ohc2f3u138ohe4snjq75ze4g0y.pdf>
5. Курдон М.М. «Методика подготовки и проведения массовых мероприятий», Россия Республика Коми, г. Воркута 2016 г. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&channel=entpr&q=%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F+%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%B4%D0%BE%D0%BD+%D0%9C.%D0%9C.+%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BA%D0%B0+%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B8+%D0%B8+%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F+%D0%BC%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D1%85%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B9+%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F+%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%B8+%D1%80%D0%B5%D1%81%D0%BF.+%D0%93.+%D0%92%D0%BE%D1%80%D0%BA%D1%83%D1%82%D0%B0+2016+%D0%B3> .
6. Е.В. Осипчуков «Технологии организации массовых мероприятий в молодежной среде». г. Екатеринбург, издательство Уральского университета 2024г. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/139867/1/978-5-7996-3935-8_2024.pdf

7. Шенне Чечен-ооловна Намнай «Методические рекомендации для культурно-досуговых учреждений по реализации» Кызыл, 2024 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rcntd.ru/upload/document/2024/10/Methodrek_po_Brendovomu_mero_priyatiyu.pdf