\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ФБУ «КУЛЬТУРНЫЙ ЦЕНТР ВС РФ» МИНОБОРОНЫ РОССИИ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

МЕТОДИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ВЫПУСК

**МЕТОДИЧЕСКИЕ ПИСЬМА**

**В ДАЛЬНИЙ ГАРНИЗОН**

Москва

2012 г.

**Ответственный за выпуск:**

начальник методического отдела, заслуженный работник культуры РФ **Хробостов Д.В.**

**Авторский коллектив:**

Начальник методического отдела,

заслуженный работник культуры РФ **Хробостов Д.В.**

Ведущий методист, кандидат социолог. наук **Таран Ю.Я.;**

Ведущий методист,

заслуженный работник культуры РФ **Дмитриченко В.А.;**

Ведущий методист **Гурьянова Е.К.;**

Зав. методическим кабинетом **Еркович Е.И.**

Адрес: 129110, Москва, Суворовская пл., дом 2

Культурный центр ВС РФ, методический отдел

Конт. телефоны: 681-40-21; 681-56-17.

СОДЕРЖАНИЕ:

ПРЕДИСЛОВИЕ. НУЖНЫЕ ЗНАНИЯ – НУЖНЫМ ЛЮДЯМ В НУЖНОЕ ВРЕМЯ

ПИСЬМО 1. ОТ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ – К РЕЗУЛЬТАТИВНОМУ

ПИСЬМО 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОК

ПИСЬМО 3. ПРОЕКТИРОВАНИЕ – ПУТЬ К УСПЕХУ

ПИСЬМО 4. КАК СДЕЛАТЬ НЕЧТО ИЗ НИЧЕГО

ПИСЬМО 5. В ОЖИДАНИИ КОНЦЕРТА

ПИСЬМО 6. ПЕСНЯ – ДУША НАРОДА

**Предисловие**

Нынешние реалии требуют от руководителей и специалистов военных учреждений культуры использования современных форм и методов творческой и управленческой деятельности. Это предполагает получение знаний, умений и навыков в соответствующих областях культурной деятельности. Однако, в силу ряда объективных причин, работники культуры из отдаленных воинских частей и гарнизонов зачастую не могут себе позволить пройти профессиональную подготовку или повышение квалификации в образовательных учреждениях Министерства обороны РФ или образовательных учреждениях ближайших областных или краевых городов, Москвы или Санкт-Петербурга. В таких случаях на помощь приходит дистанционный формат обучения. Сборник «Методические письма в дальний гарнизон», подготовленный специалистами методического отдела Культурного центра ВС РФ, дает возможность получить необходимые профессиональные знания, не отрываясь от своего рабочего места.

**«Нужные знания – нужным людям в нужное время»**

Не случайно тезис-лозунг Б. Гейтса из книги «Дорога в будущее»[[1]](#footnote-2) мы вынесли в заглавие вступительной статьи, потому что он лучше всего выражает суть и назначение сборника «Методические письма в дальний гарнизон».

Сегодня мы отдаем себе отчет, что зачастую причиной большей части наших проблем и даже поражений является не только несовершенство Законодательства о культуре, отсутствие достаточного количества финансовых средств и противоречивость действий командиров разных уровней, а более всего – **несоответствие профессионального уровня многих специалистов культуры, предъявляемым современными условиями.**

Согласитесь, далеко не всегда начальник клуба воинской части или даже Дома офицеров имеет необходимый современный ресурс знаний и может грамотно реагировать на сложные противоречивые процессы?

**Это аксиома – нельзя в период реформ оставаться прежними!**

И вот здесь мы особенно проигрываем. Наши методические наблюдения, многочисленные диалоги, встречи с командованием военных округов обозначили серьезные проблемы:

зачастую КДР военного учреждения культуры сегодня

- не умеет быстро адаптироваться к конкретным условиям в каждом гарнизоне (войсковой части);

- не может быть конкурентоспособным по отношению к специалистам других направлений (психолог, офицер по спорту);

- не владеет новыми современными управленческими технологиями (проектное управление, маркетинг, связи с общественностью и др.).

 Мы явно проигрываем в глазах командиров и военнослужащих в способности быть востребованными.

В такой ситуации нужны конкретные действия, направленные на изменение имиджа, повышение профессиональной компетенции, овладение новыми технологиями и профессиональными навыками. И все это для того, **чтобы сохранить культурное поле как *ресурс* социальной устойчивости воинского коллектива, духовного здоровья военнослужащих и высокой морально-психологической готовности к выполнению любой задачи, поставленной командованием.**

Только при этом условии, мы станем поистине востребованными и военнослужащими и командованием. Мы убеждены, никогда ни у кого не возникнет желания не считаться с мнением и делом «нужных людей», обладающих «нужными знаниями в нужное время».

**Письмо 1**

**ОТ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ** – **К**  **РЕЗУЛЬТАТИВНОМУ**

В наш профессиональный лексикон прочно вошло понятие «бюджетирование», ориентированное на результат, введенное в действие постановлением Правительства Российской Федерации №249 от 22.05.2004 «О мерах по повышению результативности бюджетных расходов». Суть его заключается в том, что принцип финансирования по смете заменяется принципом финансирования услуг, т.е. учреждение культуры финансируется не за факт существования, а за те услуги, которое оно оказывает военнослужащим воинской части или гарнизона. Однако, смета не исчезает, работать без нее невозможно.

Итак, мерилом нашей деятельности становится услуга[[2]](#footnote-3) – действие, приносящее пользу, помощь другому человеку. Чтобы определиться с качеством предоставляемых услуг:

- проведите ревизию ресурсов, которыми обладаете: материальными, людскими, финансовыми;

- выясните, чего ждет от вас командование и потребитель услуг (военнослужащие, гражданский персонал и члены их семей).

Услуги вы можете оказывать различными способами:

*- стационарным*: используя свои собственные ресурсы;

*- нестационарным*: привлекая ресурсы Дома офицеров гарнизона или округа;

*- гастрольным*: приглашая к себе артистов из столичных, областных или городских учреждений культуры;

*- дистанционным*: т.е. на расстоянии, пользуясь ресурсами другого учреждения культуры на стадии подготовки (например, заказать сценарий).

Оказываемые вашим учреждением культуры услуги можно условно разделить по таким направлениям деятельности:

*1. Услуги, ориентированные на формирование личности военнослужащего (формирование морально-боевых качеств и патриотизма):*

- демонстрация кинофильмов и видеопрограмм;

- вечера-портреты и вечера чествования передовых офицеров и воинских подразделений;

- работа с молодыми офицерами;

- воспитание на воинских традициях и ритуалах, на ценностях морали и нравственности;

- участие в организации спортивных и физкультурно-оздоровительных программ;

- оказание консультативной, методической и организационной помощи комнатам информирования и досуга подразделений.

*2. Услуги, ориентированные на формирование сообщества (сплочение воинских коллективов):*

- проведение фестивалей, смотров, конкурсов, выставок;

- проведение спектаклей, концертов, в т.ч. профессиональных коллективов;

- проведение праздников, посвященных Дням воинской славы и памятным датам военной истории и др.

*3. Услуги, ориентированные на повышение качества среды обитания:*

- помощь в оформлении комнат информирования и досуга, казарменных помещений и территории части;

- работа с общественностью и общественным мнением;

- создание творческих площадок (сцена в парке, садик, семейная веранда, например, в кафе);

- услуги по внедрению новых традиций.

*4. Услуги, обеспечивающие самовоспроизводство сферы культуры:*

- применение новых технологий;

- культурологический обмен;

- повышение квалификации в соответствии с должностными обязанностями ( сборы, учебно-методические семинары, конференции и др.).

**Письмо 2**

**ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОК**

Итак, Вы решили организовать выставку и не знаете с чего начать. Именно начинающим заниматься выставочной деятельностью, исходя из опыта организации выставок в КЦ ВС РФ, адресуем наши рекомендации.

Любительское изобразительное искусство, как и декоративно-прикладное творчество, – это особое художественное явление, у него свое «лицо», обусловленное вкусами разных людей, как городских, так и сельских. Здесь есть и свои традиции, пришедшие из истории культуры. Внутренняя структура изосамодеятельности выглядит следующим образом:

- ***самодеятельные художники****.* Самая многочисленная группа художников, стремящихся подражать стилям признанных мастеров живописи. В своем творчестве авторы опираются на знания, выработанные традиционной классической школой изобразительного искусства;

- «***наивные», «примитивные» художники.*** Художники с особым типом сознания, с авторской манерой письма. Зачастую истоки данной творческой манеры выражаются в фольклорных формах мышления;

*-* ***аутсайдеры.*** Люди с аномальным психофизическим состоянием. Их работы редко бывают фигуративными, в основном это «орнаменты», насыщенные символами, выполненные в ярких, напряженных, ядовитых цветах.

Главная цель творчества художника-любителя заключается в выражении своих искренних чувств. Лишь в этом случае работы художников и мастеров найдут отклик в душе зрителя. Следует подчеркнуть, что выставки особенно оправдывают и стимулируют работу художников-любителей и мастеров декоративно-прикладного искусства.

Для успешного проведения выставки необходимо:

 - приобрести выставочное оборудование (вертикальные щиты разных размеров для увеличения экспозиционной площади, подиумы и витрины для демонстрации прикладного искусства). Если нет такой возможности, используйте для этих целей задрапированные картонные коробки, спилы бревен различной величины, фрагменты плетеной изгороди и все то, что подскажет ваша богатая фантазия. Для драпировки лучше подойдут холст и другие фактурные ткани, которые могут быть разных оттенков. Старайтесь не использовать плюш, бархат, кумач. На современных выставках они не востребованы;

- составить план работы, выбрать форму выставки: выставка-продажа, персональная (одного автора) или коллективная, плановая, тематическая, юбилейная и т.д.;

- определить, для кого вы делаете выставку, и ориентироваться при выборе экспонатов на заданный возраст и интересы посетителей;

- решить, работы каких авторов будут представлены на выставке (авторы могут быть объединены в группы по видам искусства: изобразительного и декоративно-прикладного, по возрасту, по географическому принципу, по причастности к творческим объединениям и т.д.). *Практика показывает, что самыми посещаемыми и интересными являются коллективные тематические выставки;*

- определить продолжительность работы выставки. Персональные выставки надо делать короче, коллективные – длиннее. Но и те, и другие не больше пяти недель. *Выставки должны быть разнообразными. Лучше, если живописные будут чередоваться с декоративно-прикладными;*

- произвести отбор экспонатов на выставку. Для этого можно привлечь профессиональных художников, учителей рисования школ и т.д.;

- подготовить экспонаты (чистка, стирка, ремонт рам и т.д.);

- подготовить этикетаж (необходимо указать Ф.И.О., год рождения автора, место проживания, название работы, год создания, материал и технику исполнения);

 - написать и разместить аннотацию о выставке, изготовить и развесить афиши, изготовить и распространить пригласительные билеты, оповестить местные средства массовой информации об открытии выставки;

- в выставочном зале на видном месте поставить столик с книгой отзывов;

- торжественно открыть выставку, предоставив слово гостям и участникам выставки;

- поощрить участников выставки дипломом или благодарственным письмом. Если есть возможность – отметить ценным или памятным подарком;

- по возможности организовать экскурсионное обслуживание населения.

*Выстраивание экспозиции*

Наиболее распространенным является построение экспозиции по видам искусства. В первом разделе размещают произведения изобразительного искусства, во втором ‑ прикладного. Внутри этих двух разделов работы распределяются по студиям, кружкам и авторам. Работы в разделах (блоках, секторах и т.д.) подбираются таким образом, чтобы они соответствовали друг другу по цвету, размеру, технике и оформлению. Не следует размещать на одной стене разные по технике исполнения работы: графику под стеклом и живопись маслом, масло и вышивку, графику и вышивку и т.д. Графика лучше всего экспонируется с акварелью. Образцы вышивки должны быть размещены на отдельной стене, стенде или витрине. Вышитые и вязаные вещи, ковры, ткани, одежда экспонируются в развернутом виде.

Произведения живописи и графики перед развешиванием можно разложить на полу у стены, где они будут экспонироваться. Это позволит более тщательно продумать каждый участок экспозиции, определить ее тематический центр, количество работ и представить, как будут зрительно восприниматься отдельные стены и весь зал в целом. Экспонаты не должны сплошь покрывать собой стены, простенки и столбы. Такая экспозиция утомляет, поражает количеством, а не качеством. Снижается ее познавательная ценность. Развешивая живопись и графику, надо помнить, что нижний ряд должны занимать более мелкие работы, верхний – более крупные, четкие по композиции, то есть доступные для зрителя на расстоянии. Картины можно выравнивать «по низу» ‑ нижней кромке картины, «по верху» и по «оси» ‑ оси картин совпадают с одной выбранной осью. Лучше всего размещать картины в один ряд на уровне глаз среднего человека. Не рекомендуется развешивать работы в три-четыре ряда, это затрудняет просмотр размещенных сверху экспонатов. Вокруг каждой картины лучше всего оставлять незаполненное пространство с одинаковыми расстояниями между работами. На больших высоких плоскостях, когда картины висят в 4-5 рядов, удобно выстраивать «квадрат» из крайних кромок работ. Различные по красочной гамме картины нужно развешивать так, чтобы они находились в гармоничном сочетании. Это не означает, что рядом должны быть произведения близкие по колориту. Наоборот, каждая картина должна привлекать внимание зрителя своеобразием цветового решения.

Размещая произведения скульптуры, желательно учитывать, что с их помощью можно делить пространство. Они могут располагаться в центре стены либо «разбивать» ее на несколько отрезков, через определенные интервалы. В то же время скульптурные работы могут быть композиционными центрами зала (в этом случае их следует размещать в центре выставочного зала).

Не следует все экспонаты «лепить» к стенам. Необходимо задействовать середину зала, можно также развесить экспонаты в «воздухе». Например, могут быть красиво подвешены корзины, вышитые полотенца, платки, туеса, деревянные ложки.

В зависимости от темы в самом заметном месте выставочного пространства должно быть размещено самое эмоционально яркое произведение, лучше всего раскрывающее заявленную тему. Например, Рождественская выставка может открываться иконой Рождества, лучшей из всех представленных, военную тему можно предварить конным портретом Жукова, день города – изображением известной городской достопримечательности, ставшей символом города, герои персональных выставок хотят видеть автопортрет, написанный в лучшие годы…

В экспозиционном помещении редко бывает ровное однородное пространство. Чаще зал делится на части окнами, выступами, колоннами, нишами, редко бывают однородными и работы, представленные на выставку. В этом случае Ваша задача – собрать в секциях (секторах) зала работы, объединенные чем-то таким, что будет понятно и рядовому зрителю. Можно сложить графику с графикой, живопись с живописью, вышивку с вышивкой. Можно из работ декоративно-прикладного творчества собрать часть «крестьянского интерьера». Можно сочетать море с морем (маринистика), а букет с букетом (натюрморты), отдельно показать пейзажи или батальные сцены. Но можно и по-другому – реалисты хорошо смотрятся с реалистами, наив с наивом, а дикая экспрессия аутсайдера «убивает» любые работы, кроме себе подобных («подобное стремится к подобному»). Классификаций множество, тут будет господствовать только ваша фантазия и вкус – вкус экспозиционера.

И не забудьте создать фото- и видеоархив проводимых вами выставок!

**Письмо 3**

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ – ПУТЬ К УСПЕХУ**

Что такое проект? Все мы постоянно осуществляем проекты в своей повседневной жизни. Вот простые примеры: подготовка к юбилею, ремонт в квартире, проведение исследований, написание книги... Все эти виды деятельности имеют между собой целый ряд общих признаков, делающих их проектами:

1. они направлены на достижение конкретных целей;
2. они включают в себя координированное выполнение взаимосвязанных действий;
3. они имеют ограниченную протяженность во времени, с определенным началом и концом;
4. все они в определенной степени неповторимы и уникальны.

Проекты в Вашей работе – творческие. Это интересно и сложно одновременно.

Управление проектами это - большая, сложная тема. Несколько рекомендаций не повредят тем, кто находится в начале этого пути.

Проект - набор взаимосвязанных действий, обычно подразумевающий группу людей, работающих вместе над одной задачей сроком от 1 до 18 месяцев. Цикл жизни типичного проекта включает четыре стадии - планирование, проектирование работ, реализация и свертывание.

**Вскройте реальную суть проекта.** Даже когда Вам поручен проект с четко обозначенными обязанностями и ожиданиями от его реализации, удостовериться, что Вы будете решать правильную проблему, это хорошая идея. Ожидания могут быть ясны, но могут не соответствовать сути проблемы. Вот некоторые вопросы, которые могут помочь Вам раскрыть реальное предназначение Вашего проекта:

* что является целью, ради чего мы пытаемся это делать?
* что заставляет людей видеть этот вопрос как проблему, которая нуждается в решении?
* кто заинтересован в решении или результате?
* как отличаются цели проекта для разных заинтересованных лиц?
* по каким критериям они будут оценивать успех проекта?

**Определите заинтересованных лиц.** Заинтересованное лицо - любой, кто имеет безусловный интерес в исходе Вашего проекта: руководство, коллеги, инвесторы - все они заинтересованные лица; они будут оценивать успех или провал проекта. Чтобы определить всех заинтересованных в проекте лиц, подумайте:

* какие функции или люди могут быть затронуты по ходу проекта или его результатами.
* кто выделяет ресурсы для проекта - людей, место, время, инструменты и деньги.

Как только Вы определили всех заинтересованных лиц, попросите, чтобы они разъяснили Вам, что точно значит для них успех проекта. (Иногда, полезно документально оформить, что они ожидают от проекта, и какой вклад намериваются в него внести). Поскольку интересы заинтересованных лиц различны, их определения успеха, вероятно, будут отличаться. На этом этапе одной из важных задач для Вас является приведение ожиданий заинтересованных лиц в последовательный и управляемый набор проектных целей.

**Определите ваши цели.** Успех вашего проекта будет определяться тем, насколько хорошо вы следуете вашим целям. Чем более четко Вы обозначите ваши цели в начале, тем меньше разногласий о том, были ли они решены, будет в конце. В стадии планирования, однако, многое находится все еще в состоянии непрерывного изменения. Будьте готовы пересмотреть ваши цели, пока Вы ещё собираете информацию о том, каких результатов должны достигнуть.

Цель должна быть конкретной, измеримой, ориентированной на действие, реалистичной, ограниченной по времени.

Спросите себя, как время и средства, которые Вы определили для Вашего проекта, могут повлиять или ограничить качество результата.

Компромисс между временем, стоимостью и качеством - это основа руководства проектом. Важно держать всех заинтересованных лиц в курсе относительно любых изменений в вашем проекте, им должны быть известны возможные последствия этих изменений в терминах времени, стоимости и качества. Всякий раз, когда Вы идете на компромисс, понижающий качество, удостоверьтесь, что заинтересованные лица с Вами солидарны. Иначе Вы обречены на провал.

**Определите порядок действий** - и оцените время и необходимые усилия. Много проектов терпят неудачу, потому что важная часть работ была упущена из вида, или потому что время и деньги, требуемые, чтобы закончить проект, были неправильно оценены. Это тот случай, когда внимательная проверка может сэкономить день. Постарайтесь разбить каждую цель на составляющие её задачи и дать разумную оценку относительно времени и ресурсов, необходимых на выполнение каждой из них.

**Собрание группы проекта.** Собрав команду, при первой же встрече введите её в суть дела. Пробегитесь с ней через имеющийся план в насколько возможно подробной форме. Поощряйте людей, если они вносят свои предложения, указывают, где может случиться неразбериха, и где что-то можно усовершенствовать. Принимайте все предложения всерьез, особенно в областях, где члены команды имеют больше опыта, чем Вы. В соответствии с полученной информацией скорректируйте ваши оценки.

**Распределение задач.** Внесите в список всех людей, входящих в проектную команду, затем внесите в список те навыки, которые требуются для его реализации. Продвигаясь по списку, сделайте так, чтобы люди рассказывали о собственных навыках и разбирали задачи по ходу обсуждения. Или, если Вы работали с этими людьми прежде и знаете их достаточно хорошо, проведите назначения самостоятельно.

Выполнение этой задачи в группе позволяет каждому члену команды знать, какими навыками обладают другие члены команды. Если кто-то по ходу проекта вдруг столкнется с проблемой, к которой не имеет подхода, он будет знать, к кому можно обратиться за помощью.

**Разработка календарного плана.** Было бы хорошо иметь возможность сказать, что "С имеющимися ресурсами проект займет такое-то время", однако, действительность состоит в том, что большинство проектов имеет четко определенные даты начала и конца. Например, Вы хотели бы начать немедленно, но люди или материалы будут не готовы еще в течение двух недель. Как бы то ни было, заинтересованные лица рассчитывают или нуждаются в том, чтобы проект был закончен к определенному времени. Календарное планирование - классическая проблема всех проектов. Проблема, которую каждый управленец должен быть способен решить.

**Как выбрать лучшую систему календарного планирования.** Лучший метод - это тот, с которым Вы знакомы и который удобен для Вас. Проанализируйте стиль Вашей работы и выберете метод, который соответствует Вашим привычкам. Чтобы оценить, какой метод соответствует Вашему проекту наилучшим образом, рассмотрите систему, которую Вы используете для сопровождения вашей собственной работы и решите, удовлетворены ли Вы ею. Это может быть способом найти систему планирования для всего проекта. Но помните, что полноценная система должна быть информативна для всех членов команды, они должны знать, что происходит, и в какую общую задачу входит их работа.

**Контроль и управление изменениями.** В ходе выполнения проекта Вы, вероятно, столкнетесь с воздействиями, направленными на изменение стоимости, времени и объема проекта. Изменению не следует радоваться или избегать его. Его надо признавать и либо приспосабливать, либо предохраняться от него, в зависимости от того, что будет лучше для проекта. Убедитесь, что когда заинтересованные лица просят внести изменения в проект, они осведомлены о том, насколько это увеличит стоимость, время и/или качество. Убедитесь, что все заинтересованные лица осведомлены обо всех изменениях.

**Отчеты о ходе реализации проекта.** Поддержка связи с заинтересованными лицами в ходе выполнения проекта - самая важная часть работы менеджера проекта. Самый лучший способ сделать ее - договориться в начале проекта о том, насколько часто необходимо вносить поправки. В ходе выполнения проекта, консультироваться с заинтересованными лицами о том, требуется ли больше или меньше отчетов о ходе работы.

Уделите внимание тенденциям к недооценке или сокрытию проблем при их зарождении. Если вы недооцените или скроете проблему, а она будет оказывать существенное влияние на проект (с точки зрения заинтересованных лиц), Ваша проблема будет вдвойне больше, чем могла бы быть, если бы Вы сообщили заинтересованным лицам о трудностях в самом начале.

Последняя фаза жизненного цикла проекта - свертывание, в ней Вы и Ваша команда завершаете свою работу и оцениваете весь проект целиком.

**Оценочные характеристики.** Самый лучший способ оценки проекта - это работа независимого эксперта, который сможет объективно оценить информацию. Даже когда такой возможности нет, оценка должна быть сделана в духе обучения, а не с позиции критики или упреков. Если люди думают, что они будут наказаны за наличие проблем, то они будут стараться их скрыть.

В заключение о самом главном условии успешного проекта. Это Вы. Ведь никто не станет спорить с тем, что у каждого дела должен быть «мотор». Именно Ваша энергия, творческий потенциал и организаторский талант есть самое важное условие успеха, причем, не только отдельных проектов, но и всей Вашей карьеры.

**Письмо 4**

**КАК СДЕЛАТЬ НЕЧТО ИЗ НИЧЕГО**

Наверняка вам хочется организовать и провести такое мероприятие, которое всколыхнет всю вашу часть (гарнизон), которого с нетерпением будут ждать, а потом еще долго-долго вспоминать, обсуждать, делиться впечатлениями. Тогда вам самое время задуматься о подготовке и проведении командного игрового конкурса. Его можно приурочить к любому празднику: 23 февраля, Дню части или назначить на обычный день, который вы решите превратить в незабываемое культурное событие. Важнее всего из множества возможных вариантов выбрать самый подходящий для вашей части (гарнизона) и ваших возможностей.

Главное, не бойтесь начать, и у вас все получится. Абсолютно нового в нашем деле, как и в любом другом, ничего нет. Мы, лишь, открываем для себя, повторяем, приспосабливаем, совершенствуем, варьируем давно придуманное другими. А вот насколько интересным получится наш вариант, зависит от нашей фантазии, желания, умения и трудолюбия. Внимательно посмотрите несколько телевизионных конкурсов, шоу, авторских программ. Заметили? В них повторяются одни и те же приемы, конкурсные задания, даже участники. Но, тем не менее, они не похожи друг на друга. Помните – то, чего вы пока не умеете, кто-нибудь уже умеет, а то, что вы никогда не делали, обязательно кто-нибудь делал. Учитесь использовать чужой опыт с пользой для себя и не стесняйтесь обращаться за помощью ко всем, кто может вам помочь.

Месяца за три до означенного дня, а лучше еще раньше, соберите ***инициативную группу*** – человек пять заинтересованных и полезных в вашем деле людей, и предложите им обсудить свою идею. Поверьте на слово – вы со своей инициативной группой способны сделать гораздо больше, чем предполагаете. Как, впрочем, и будущие, пока ни о чем не подозревающие, участники команд. В каждом человеке заложены огромные творческие возможности, они просыпаются, когда становятся востребованными. Сначала определитесь с потенциальными ***командами-участницами***, а потом думайте, в каком именно конкурсе они лучше всего смогут проявить себя.

Задача инициативной группы – разработать***Положение о конкурсе***, в котором будут оговорены все детали: с какой целью, когда и где он проводится, какие команды участвуют, каким должен быть их состав, какие задания им будут предложены, кто и по каким критериям будет оценивать, какие призы получат участники – чем подробнее, тем лучше. Обязательный момент – **план подготовки *мероприятия***. Обсудите его с инициативной группой, распределите обязанности, распишите: кто, что и когда должен сделать. Составьте расписание работы группы на весь период.

Конкурс – это, в первую очередь, зрелище. Особенно, если вы предполагаете провести его на сцене. Все должно быть видно, слышно и…красиво! Поэтому выигрышнее всего смотрятся задания творческие, хотя одно-два по принципу «вопрос-ответ» тоже не помешают, если к ним подойти с умом. Чтобы конкурс получился интересным, нужно 3-5 разных заданий. Одно из них может выполняться с использованием песенного жанра, другое – танцевального, третье – театрального. Можно использовать жанры кино, телесериала, пародии, оперетты и даже балета.

**Письмо 5**

**В ОЖИДАНИИ КОНЦЕРТА**

**Особые черты концертной деятельности:**

–жанровое многообразие исполняемых произведений (вокальные, инструментальные и др.);

–количество участников концерта (от одного в сольном концерте пианиста до нескольких сотен в массовом театрализованном представлении) и степень их популярности;

– вместимость и тип концертной площадки (Дом офицеров, Дом культуры, клуб войсковой части, актовый или спортивный зал и т.п.).

**Концерт** – один из видов публичных выступлений, в котором в той или иной форме находят свое выражение, по крайней мере, пять видов искусств: музыка, литература, хореография, театр, эстрада. Концертное исполнительство имеет очень много общего, как в своих истоках, так и в современных формах с театральным и цирковым исполнительством. И, тем не менее, оно обладает своими собственными специфическими чертами, характерными только для него.

В зависимости от характера исполняемого репертуара, концертную деятельность принято рассматривать как состоящую из двух основных разделов: филармонического и эстрадного.

Организационное разделение концертов на филармонические и эстрадные у нас в стране сложилось в 30-е годы прошлого столетия, когда, с одной стороны, существовали филармонии с академическими и народными коллективами и исполнителями, а с другой – эстрадные организации.

Тем не менее, необходимо отметить, что организационное деление концертного исполнительства на указанные два раздела в определенное мере соответствует и его делению с позиции современного искусствоведения. Знание ее жанрового содержания необходимо, в первую очередь для понимания, как сути концертного творчества, так и технологии организации концертов. Ибо проблемы развития тех или иных жанров концертной деятельности, финансирования, планирования и учета различных направлений концертного творчества оказываются неразрывно связанными с проблемами изучения и систематизации жанровой спецификации репертуара, уточнения понятийного аппарата, глубокого понимания организационных и экономических условий проведения концертов.

**Актуальность концертов**, как формы культурно – досуговой деятельности нельзя недооценивать, поскольку популярность концерта чрезвычайно велика. В условиях общекультурного кризиса, воспитание культурной личности, обладающей устойчивой системой ценностных ориентаций, способной сознательно строить свои отношения к природе, обществу, другим людям, самому себе, способной к творческой самореализации во всех сферах деятельности, представляется чрезвычайно важным.

Концерт как форма культурной деятельности, в силу своей специфики обладает значительными потенциальными возможностями, что особенно важно в процессе развития и воспитания, особенно молодежи. Его социальные функции включают в себя, в том числе, культурно-просветительную и образовательно-воспитательную функции.

Современный концерт, составленный из разных жанров, возник сравнительно недавно. Это связано, прежде всего, с ростом культуры широких слоев населения. На эстраду вышли жанры камерной и инструментальной музыки, которая когда-то принадлежала только привилегированным слоям общества.

Более того, рояль, скрипка, виолончель стали постоянными участниками смешанных концертов. Такое соединение нельзя было видеть вплоть до последней четверти XIX века. Камерная музыка не выходила за стены светских салонов и светских клубов. Народные гуляния XVIII – XIX веков были популярны, на этих гуляниях складывались прототипы современных концертов, использующих народные инструменты, жанры народной музыки.

Еще один источник есть у современного концерта – это театр. С конца XVIII века в оперном театре вошло в обычай после основного спектакля выпускать на сцену в дивертисменте артиста, любимца публики с исполнением наиболее ярких арий из опер или танцев из балета. Постепенно артисты дивертисмента стали пополнять репертуар произведений, взятые не только у ведущих спектакля. Это давало возможность выявить те стороны мастерства и удовлетворить те художественные устремления артиста, которые в рамках театрального представления остались так или иначе незамеченными. В середине 20-х годов XX века дивертисменты начинают устраивать и в драматических театрах. Главным образом в Александровском (Санкт-Петербург) и в Малом театре (Москва). В этих же театрах они называются антрактами ибо в антракте перед занавесом актеры читают полюбившиеся публике монологи из ролей или распевают популярные куплеты из водевилей.

В 20-е – 30-е годы XX концертная жизнь страны приобрела самостоятельное значение, охватила широкие слои нового слушателя, который получил возможность приобщиться к настоящему высокому искусству.

Концерт сегодня является самостоятельным видом искусства. Он вобрал в себя жанры от серьезной симфонической музыки до жанров развлекательных.

**Виды концертов и их характеристика**

Отнесение жанров к филармоническим либо эстрадным непосредственно связано с исполняемым репертуаром.

**К филармоническим принято относить следующие жанры концертов:**

– **симфонические:** концерты симфонических оркестров, исполняющих симфонии, кантаты, оратории, сюиты, увертюры, сцены из музыкальных спектаклей и т.д. Они могут проводиться с участием солистов-вокалистов, инструменталистов, либо хора;

– **камерные:** концерты камерных оркестров или ансамблей, исполняющих музыкальные произведения малых форм – сонаты, трио, квартеты, квинтеты и т.д. Камерные концерты могут также проводиться с участием солистов-вокалистов или инструменталистов;

– **концерты хоровых, танцевальных коллективов**: хор, капелла, ансамбль песни и танца, ансамбль танца и т.д.;

– **концерты духовых оркестров**, оркестров или ансамблей народных инструментов;

– **концерты выступающих с классическим репертуаром сольных исполнителей:** чтецов – мастеров художественного слова, артистов-вокалистов (оперных и камерных), солистов-инструменталистов, артистов балета. Они могут проводиться в сопровождении аккомпаниаторов-концертмейстеров, ансамблей и оркестров;

– **музыкально-литературные концерты,** в которых исполняются музыкальные и литературно-драматические произведения силами инструменталистов, вокалистов, чтецов – мастера художественного слова, артистов балета;

– **концерты-лекции:** тематические лекции о творчестве композиторов, писателей, выдающихся исполнителей, о музыкальных и литературных произведениях, сопровождающихся исполнением соответствующих произведений и отрывков из них.

**К эстрадным концертам относятся:**

– **концерты эстрадно-симфонических и эстрадных оркестров**, **джазоркестров и ансамблей, эстрадно-инструментальных ансамблей**, исполняющих легкую инструментальную музыку;

**– концерты вокальных, вокально-инструментальных и вокально-танцевальных ансамблей.** Ансамблей оперетты, исполняющих легкие вокальные музыкальные произведения;

– **концерты артистов-вокалистов музыкальной комедии, эстрады и исполнителей народных песен;**

– **концерты артистов разговорного жанра** (артисты драмы, театров кукол, эстрады, фельетонисты, куплетисты и др.);

**– театрализованные эстрадные представления, а также концерты эстрадных коллективов с театрализованной программой** (театры миниатюр, мюзик-холлы, ансамбли эстрадного танца, пантомимы, балета на льду, кукольные группы);

– **концерты коллективов эстрадно-народного плана,** исполняющих легкий, развлекательный репертуар;

– **концерты артистов спортивно-цирковых или эстрадно-цирковых жанров.**

Тем не менее, отметим,, что деление концертов на филармонические и эстрадные бывает весьма условным.

Существует несколько видов концертов. Утвердилась следующая классификация концертных программ, но классификация эта в какой-то степени условна.

**По целевому назначению можно выделить концерты:**

– текущие

– отчетные

– смотровые

– праздничные

– юбилейные.

**По месту проведения:**

– стационарные

– выездные

– гастрольные.

**По составу участников:**

– любительские

– профессиональные

– смешанные.

**По числу участников:**

– сольные (бенифисы)

– групповые (полубенифисы)

– коллективные (одного кружка или коллектива)

– сводные.

**По составу зрителей:**

– для военнослужащих по призыву;

– для военнослужащих по контракту;

– для ветеранов;

– для офицеров, гражданского персонала и членов их семей.

**По способу построения программы:**

– **тематический**. Ведущий (ведущие) таких концертов является связующим звеном, он через все номера проводит основную мысль, нанизывает на нее каждое исполняемое произведение. В тематическом концерте все номера подбираются в соответствии с темой. Программа составляется из имеющихся в репертуаре коллективов, произведений или готовятся новые. Между номерами на таком концерте должны быть тематические связки ведущего (ведущих).

– **сборные концерты (дивертисменты).** Их программы лишены тематического единства, составлены из произведений разных жанров и видов искусства в исполнении представителей разных худ. коллективов.

– **театрализованные концерты.** Они готовятся и ставятся по специально разработанному сценарию, в то время как традиционный (обычный) концерт, лишь, на основе составленной концертной программы. Театрализованный концерт рождается как бы дважды

– на столе сценариста

– на сцене под руководством режиссера

**Технология подготовки и проведения концерта**

**Первый этап** подготовки концерта – этап планирования. Он включает в себя:

– создание оргкомитета, куда должны войти люди, реально на что-то влияющие (представители командования, руководители досуговых учреждений, финансисты, спонсоры);

– создание организационно – постановочной группы, где будут работать специалисты-практики (директор программы, сценарист, режиссер, художник-оформитель, звукорежиссер, заведующий постановочной частью, администратор);

– постановка цели и прогнозирование результатов. Не следует забывать, что культурно – досуговая деятельность – педагогически организованная деятельность или, во всяком случае, должна быть таковой;

–определение формы проведения программы, места и времени;

–разработка подробного плана подготовки и проведения концерта, где четко будет обозначено: какие мероприятия надо осуществить, к какому сроку, кто персонально за это отвечает. Не следует забывать: когда отвечают все – значит, не отвечает никто.

**Второй этап** подготовки концерта – этап составления, обсуждения и утверждения сценария или программы. Программа – это подробный перечень номеров концертной программы.

**Третий этап** подготовки концерта самый ёмкий и сложный – этап осуществления программы. После того, как программа составлена и утверждена, появилась возможность определить, какие затраты необходимы для осуществления задуманного. Значит, надо составить смету расходов. Наличие программы и сметы расходов позволит начать непосредственную подготовку программы. Она включает в себя:

– работу с творческими коллективами (подбор исполнителей, проведение рабочих репетиций, монтировочных и генеральной);

– подготовка сценической площадки и ее оформление;

– подбор и изготовление реквизита и костюмов;

– звуковое оформление – поиск музыкального решения замысла программы и работа с техническими средствами;

– работу над видеорядом (использование кино, видео, слайдов);

– работу с рекламой.

После осуществления подготовительной работы наступает момент проведения концерта. Его успех зависит от многих факторов: умения организаторов мероприятия создать праздничное настроение; чёткой работы режиссера и помощников режиссера, радиста, осветителя, рабочих сцены; готовности творческих коллективов, слаженности работы технических служб и т.п.

После проведения концерта наступает **четвёртый этап** – этап подведения итогов и анализа результатов. Этому этапу, как правило, уделяется недостаточное внимание, а между тем, он очень важен. Во-первых, после окончания мероприятия необходимо привести в порядок территорию, на которой оно происходило. Во-вторых, вернуть или привести в порядок реквизит, декорации, костюмы. В-третьих, произвести окончательный расчет, например, с гостиницей, если в ней жили приглашенные гости, с автотранспортным предприятием за предоставленный транспорт, произвести другие расчеты.

Затем, наступает момент обсуждения и анализа проведенного концерта. В ходе этого обсуждения необходимо выяснить, была ли достигнута цель или нет, какие принципиальные ошибки были допущены, или, наоборот, что нового и интересного было достигнуто.

По итогам проведенной программы и её обсуждения, необходимо оформить методический материал, куда войдут:

– протоколы заседания оргкомитета;

– план подготовки и проведения программы;

– копия сметы расходов;

– программа (сценарий) концерта и монтажный лист к нему;

– эскизы оформления и костюмов;

– образцы рекламы;

– видеоматериал (фотографии, видеосъемки);

– отзывы средств массовой информации и зрителей;

– протоколы или иные документы с материалами обсуждения и анализа проведенного мероприятия.

В самом общем виде технологическая цепочка выглядит следующим образом: целевая установка → задача→ форма→ методы→ средства→ результат.

**Роль режиссера в подготовке и проведении концертов**

Концертная программа – это сценическое или площадное произведение, которое по своей природе должно иметь драматургию. Поскольку есть драматургия драматического театра, оперная и балетная, кино и телевидения, все эти виды драматургии различаются спецификой подхода к раскрываемому материалу. Но есть у них и общее – действие, жизнь в движении.

Драматургический процесс нашей программы заключается в выстраивании сюжета и поиска образного решения концерта.

Режиссер культурно – досуговых программ создает особого рода действие из сложнейшего сочетания движений, музыки, света, цвета, особой звуковой структуры, специфически освоенного огромного пространства, на котором действует большое количество исполнителей.

Режиссер концерта сочиняет, композиционно выстраивает все многочисленные звенья сценического произведения. Процесс сочинительства – главнейший этап на пути создания программы.

В процессе обдумывания будущей программы, планируя его смысловую и эмоциональную структуру, режиссер проводит «оценку фактов».

В руках режиссера концерта огромный арсенал выразительных средств и от него целиком зависит, в какое русло они будут направлены, какую цель будут преследовать, какие функции выполнять.

Режиссер программы может (и обязан) во многом помочь исполнителю, выявить в актере личность – самостоятельность человека, гражданина и художника. Раскрытие личности исполнителей – вот что придает неповторимость произведению сценического искусства любого жанра. Все это указывает на особо тесную связь режиссуры и педагогики. Они настолько связаны между собой, что трудно провести грань, где кончается одна профессия и начинается другая. А педагог – прежде всего воспитатель. Режиссер обязан быть чутким воспитателем, обязан уметь разглядеть подлинное дарование, поверить в него, помочь раскрыться. Это одна из главных функций режиссера, предмет его постоянных забот.

Режиссура, постановка программы – это всякий раз сотворение нового мира, в котором исполнители роли – тоже всякий раз входят в новый мир, отличный от повседневного. Режиссура не только замысел, постановочная идея и не просто создание программы, но и непременное формирование творческой личности исполнителя в самом процессе создания культурно – досуговой программы.

Нет ничего труднее, чем изложить на бумаге сложнейший процесс возникновения и претворения в жизнь замысла концерта, сохранив в этом изложении логическую стройность и последовательность. Дело в том, что практически этот процесс необычайно сложен. Часто, когда концерт проведен, просто невозможно определить, что появилось раньше, а что позже, где причина, а где следствие, – почему родилось именно данное, а не какое-то иное конкретное решение. Ясным и точным остаются только отправленные идейные позиции, а дальше начинаются поиски, сомнения, мучительные трудности рождения художественного образа.

**Ведущий концерта**

Первые ведущие появились в концертах сугубо филармонических. Единственной обязанностью их было верно и внятно произнести имя исполнителя и назвать произведение. В 30-е годы концертная деятельность стала бурно развиваться, концертные организации, а так же филармонии, берут на себя не только развлекательные, но и образовательные функции (познавательные) через концерт. Все это заставило ведущих больше разговаривать со слушателями, что, как бы, сближало их с конферансье.

С развитием концертной деятельности расширяется сфера деятельности ведущих. Ведущие сегодня, как правило, выступают в симфонических, камерных, тематических концертах. Многие из них дают информацию и с помощью этой информации расширяют зону общения со слушателями.

Ведущий концерта должен обладать острым чувством современного мышления, склада речи, манеры поведения, костюма, всего внутреннего и внешнего облика. Он должен хорошо владеть словом и импровизацией, должен уметь подстраиваться под данный концерт, улавливать состав и настроение данной аудитории, настроить публику доброжелательно, внушить ей доверие к себе. Главное условие его успеха – раскрепощенность. Ведущий должен чувствовать себя хозяином на концерте, принимающим уважаемых гостей и уметь создавать праздничное настроение. У ведущего, кроме зрителя, слушателей, сидящих в зале, есть еще один объект деятельности – это актеры, артисты, участники концерта.

Во время концерта между ними устанавливаются совсем иные контакты, чем в жизни. Как бы ни был ведущий в жизни равнодушен к человеку, которого он представляет публике, все бытовые отношения исключаются в концертной встрече. Уважение к искусству артиста, к его не легкому труду должно преобладать в действиях ведущего во время концерта.

И в заключение. Прежде чем показывать концерт (театрализованное представление, литературно-музыкальную композицию и т.п.) зрителям, просмотрите его сами в костюмах, гриме и со светом. Если вас удовлетворил прогон на генеральной репетиции, назначайте день концерта и пусть вам сопутствует Удача!

**Письмо 6**

**ПЕСНЯ – ДУША НАРОДА**

«Песня – душа народа» ‑ эти слова принадлежат великому русскому композитору М.И. Глинке. В песне сконцентрирована часть духовного богатства русского народа, в ней сохранена красота и правда жизни, воплощена идея преданной любви к родной земле. На протяжении многих веков русский народ пел. Пел в радости и в горе. Песня помогала в работе и скрашивала минуты отдыха. Народ пел в самые трудные годы истории нашей страны во время Великой Отечественной войны. И в наше непростое время народ поет! Об этом говорят фестивали и конкурсы самодеятельного творчества, проводимые Министерством обороны РФ, которые собирают большое число и участников, и зрителей. Для участия в заключительных гала-концертах Всероссийского фестиваля народного творчества воинов Вооруженных Сил, ветеранов войны и военной службы и членов их семей «Катюша», Международного фестиваля «Воин Содружества» и конкурса культурно-досуговой деятельности учреждений культуры Минобороны России и других силовых министерств и ведомств РФ «Золотой сокол» приглашаются лучшие музыкальные коллективы – военные ансамбли песни и танца, ансамбли народной песни, эстрадные ансамбли, вокально-инструментальные ансамбли, вокальные группы, солисты. Одним из этих коллективов – может быть тот, который создадите вы.

Для начала определитесь, каким вы видите свой будущий коллектив, какие из перечисленных жанров или исполнительские формы соответствует Вашему характеру, какую музыку Вы больше любите, какие песни вы исполняете с удовольствием. Предположим, что это ансамбль или хор русской песни. Где и как подобрать для коллектива людей? Способов множество:

1. Написать афишу с указанием места и времени прослушивания в клубе или Доме офицеров;

2. Написать и разнести именные приглашения каждому потенциальному участнику;

3. Договориться с командирами подразделений о наборе военнослужащих в певческий коллектив.

Имя и фамилия каждого участника записывается в специальный журнал. Устанавливается регламент работы. Большинство музыкальных коллективов проводят репетиции от 2‑3 раз в неделю по 2-3 часа с пятиминутным перерывом между часами. Расписание занятий вписываем в общий режим работы учреждения культуры.

 К первому организационному занятию руководитель готовится особенно тщательно. С первых минут общения необходимо заинтересовать людей, наметить творческие планы, рассказать о предстоящих концертах, творческих встречах и в этот же день приступить к работе над такими песнями, которые бы понравились большинству. Эта ответственность полностью ложится на Ваши плечи. Занятие должно пройти в хорошем темпе, весело, интересно и результативно. Результатом первого занятия должен быть выучен 1 куплет песни, спетый хотя бы на 2 голоса. Несколько слов о партитурах. Когда у участника хора, не знающего нотной грамоты, перед глазами хоровая партия, где под нотной строчкой записаны слова песни, то глаза его следят за движением мелодической линии, из которой точно видно, в каком направлении движется мелодия вверх или вниз.

Одним из важных моментов в создании хорового коллектива становится заинтересованность командира воинской части. Необходимо убедительно доказать ему, что хороший музыкальный коллектив – это всегда показатель высокой дисциплины военнослужащих. Он является украшением и непременным участником всех мероприятий, проводимых в части и в гарнизоне.

Многие руководители клубов воинских частей сетуют на то, что им не достает музыкальной грамотности и репертуарного материала. Это не должно становиться непреодолимым препятствием для создания коллектива. Как гласит хормейстерская мудрость, работа хормейстера ‑ это 90 % организаторская и только 10 % ‑ творческая. На конкурс культурно-досуговой деятельности учреждений культуры Минобороны России и других силовых министерств и ведомств РФ «Золотой сокол», проводимый Культурным центром Вооруженных Сил РФ, часто представляет коллектив (ВИА) руководитель, который не имеет специального образования, но ведет своих участников к победам в городских, всеармейских и Всероссийских конкурсах.

А если Вы умеете читать ноты, владеете игрой на каком-либо инструменте и любите петь, то своей любовью вы сумеете зажечь сердца тех, кто пойдет за вами. Мастерство нарабатывается систематическими занятиями, строгой дисциплиной и требовательностью к себе и своим хористам не в одночасье. Дорогу осилит идущий, надо только знать в каком направлении двигаться

1. Билл Гейтс, основатель, бессменный руководитель и высшее должностное лицо Microsoft, а также президент и председатель правления корпорации, на страницах этой книги размышляет об удивительных возможностях и непростых проблемах наступающего информационного века. [↑](#footnote-ref-2)
2. Приказ Министра обороны РФ №250 от 01 марта 2011 г. «Об утверждении Перечня государственных услуг (работ), оказываемых (выполняемых) находящимися в ведении Министерства обороны РФ федеральными бюджетными учреждениями военно-социальной сферы в качестве основных видов деятельности». [↑](#footnote-ref-3)