

Структура управления и проблемы организации и проведения культурно-массовых мероприятий городского масштаба в г. Москва

Для организации и проведения массовых городских праздников государственного значения и упорядочения системы организации и проведения массовых мероприятий в Москве было создано Государственное автономное учреждение культуры города Москвы «Московская дирекция массовых мероприятий» (ГАУК МДММ). Учредитель — Департамент культуры города Москвы. Дирекция занимается организацией всех важнейших городских праздников в столице. Московская дирекция массовых мероприятий работает во всех 12-ти административных округах Москвы.

Цели и задачи деятельности Дирекции:

- координация деятельности учреждений культуры и спорта, других организаций и учреждений, а также непосредственное участие в работе по подготовке и проведению культурно - массовых и спортивных программ;
- решение вопросов организационного, финансового, материально - технического, художественно - постановочного обеспечения подготовки и проведения культурно - массовых мероприятий, торжественных церемоний, театрализованных представлений, спортивных праздников, фестивалей, других зрелищных мероприятий;
- реализация социальных, творческих заказов государственных и общественных организаций и учреждений;
- организация и проведение культурно - спортивных, театрально - концертных и других зрелищных мероприятий;
- формирование временных творческих коллективов и режиссерско - постановочных групп;

- разработка проектно - сметной документации, монтаж и эксплуатация театрального, сценического, подъемного, светового, звукового и другого технического оборудования;

- редакционно-издательская и информационно - рекламная деятельность;

- оказание транспортных услуг;

- организация гостинично-сервисного обслуживания;

- создание и эксплуатация компьютерных баз данных;

- производство, тиражирование и распространение теле-, видео-, аудио- и кинопродукции;

- изготовление и реализация печатной и сувенирной продукции.

Дирекция с согласия Правительства Москвы и при осуществлении финансирования вправе вступать в договорные отношения с другими юридическими лицами в целях выполнения возложенных на нее задач.

При утверждении плана массового праздника Правительством Москвы в МДММ поступает государственное задание. Создаётся проектная группа. Разрабатывается концепция праздника. Определяется количество площадок. Весь праздник разбивается на проекты. За каждым проектом закрепляется менеджер проекта.

При организации праздника необходимо определить его цель и задачи, целевую аудиторию. Затем следует выбрать площадку проведения праздника, составить примерную смету расходов, выбрать спонсоров. Необходимо четко выяснить, кто именно отвечает за тот или иной этап организации праздника. Только при грамотной организации массовых праздников, они пройдут успешно.

МДММ работает по проектной схеме, где основные обеспечивающие функции выполняют технические отделы, а каждый праздник разбивается на несколько проектов, которые привязаны к конкретным городским округам. За каждый проект отвечает менеджер проекта, который занимается

организацией, техническим сопровождением и обеспечением проведения мероприятия в закреплённом за ним округе.

Отдел специальных, международных и межрегиональных проектов: реализация проектов культурно-массовых мероприятий в сфере культуры международного или межрегионального характера, программ основных и центральных мероприятий, посвященных знаменательным датам и событиям в истории жизни Москвы. Отдел осуществляет организацию мероприятий художественно-творческого характера, проведение массовых праздников, театрализованных представлений, народных гуляний, музыкальных, литературных и танцевальных салонов, направленных на популяризацию лучших достижений мировой и отечественной культуры, разработка сценариев и формирование режиссерско-постановочных групп, творческих составов и т.п.

Отдел подготовки и проведения мероприятий: реализация проектов культурно-массовых мероприятий в сфере культуры, программ основных и центральных мероприятий, посвященных знаменательным датам и событиям в истории жизни Москвы. Отдел осуществляет организацию мероприятий художественно-творческого характера, проведение массовых праздников, театрализованных представлений, народных гуляний, музыкальных, литературных и танцевальных салонов, направленных на популяризацию лучших достижений мировой и отечественной культуры, разработка сценариев и формирование режиссерско-постановочных групп, творческих составов и т.п.

Отдел маркетинга: поиск потенциальных спонсоров, продажа спонсорских пакетов, составление предложений о сотрудничестве (формирование спонсорских пакетов), а также реализация условий сотрудничества: организация рекламной поддержки компании-спонсора на мероприятиях, контроль выполнения условий сотрудничества.

Главный специалист-менеджер по работе со СМИ пресс-службы обязан поддерживать и устанавливать новые контакты с представителями СМИ, распространять в СМИ официальные сообщения, комментарии экспертов и другие информационные (журналистские) материалы, относящихся к деятельности Общества и Заказчика и организовывать публикации статей, размещение сюжетов о деятельности Общества в СМИ.

Менеджер проекта непосредственно разрабатывает графики монтажа/демонтажа, разрабатывает макеты (сцены, пригласительные, пропуска, бейджи, согласовывая все с директором организации. Менеджер осуществляет контроль за выполнением работ подрядчиков, за творческой частью (чтобы, например, артисты, указанные в техническом задании, соответствовали реальным выступающим). В случае невыполнения подрядчиком договора, менеджер вправе написать служебную записку на имя руководства, вследствие чего подрядная организация будет оштрафована и из выплат будут вычтены деньги по невыполненному пункту.

Технические отделы отвечают за все обеспечение праздника. А менеджер как связующее звено между учреждением и подрядчиком. Менеджер согласовывает схемы, пишет письма, присутствует на конкурсе и на вскрытии конвертов, кто победил, присутствует на монтаже, самом празднике и демонтаже, подписывает финансовый и творческий отчеты. Отдел тендеров оформляет требования и вывешивает на сайт, затем заключает договоры с подрядчиками. Юрист помогает с документами.

В настоящее время массовым городским праздникам вновь стало уделяться повышенное внимание. Выделяются значительные бюджетные средства на их организацию и проведение.

Но в современных экономических условиях, когда резко сокращаются расходные статьи, бюджет праздников также секвестрируется. Недостаток финансирования отражается на качестве проведения мероприятия и соответственно на его эмоциональной воздействующей составляющей.

Соотношение между количеством проведённых мероприятий и затратами на проведение можно проследить на рисунке 1.

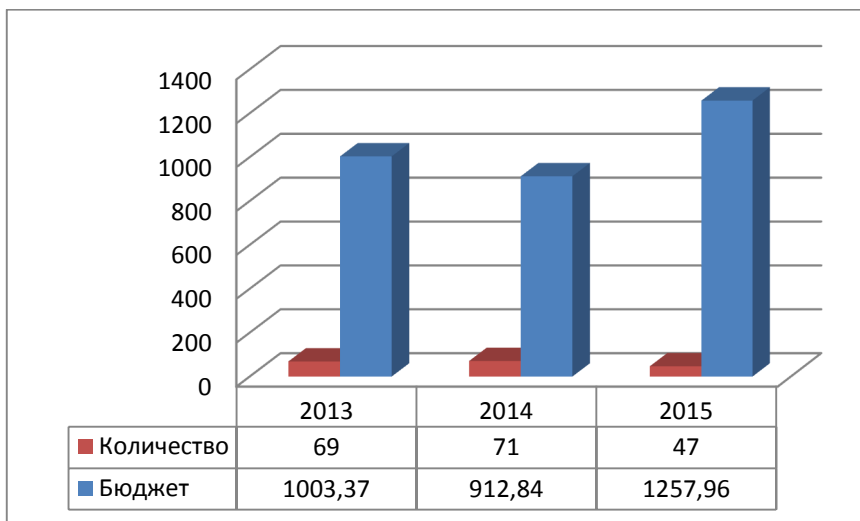


Рис. 1. Соотношение затрат бюджетных средств к количеству МП

Средства, выделенные из бюджета г. Москвы на проведение 70-летия празднования Дня победы, представлены в таблице 1.

Таблица 1

Мероприятия, посвященные празднованию 70-й годовщины Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 годов	08.05.2015 - 09.05.2015	ЦАО	Центральные площадки города, округа	3 562 680 (в тыс. руб.)
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------	------------	--------------------------------------------	------------------------------------

Можно обратить внимание, что финансовые средства из целевой строки бюджета выделяются только на центральные мероприятия. Остальные площадки финансируются из спонсорских средств и местных бюджетных статей.

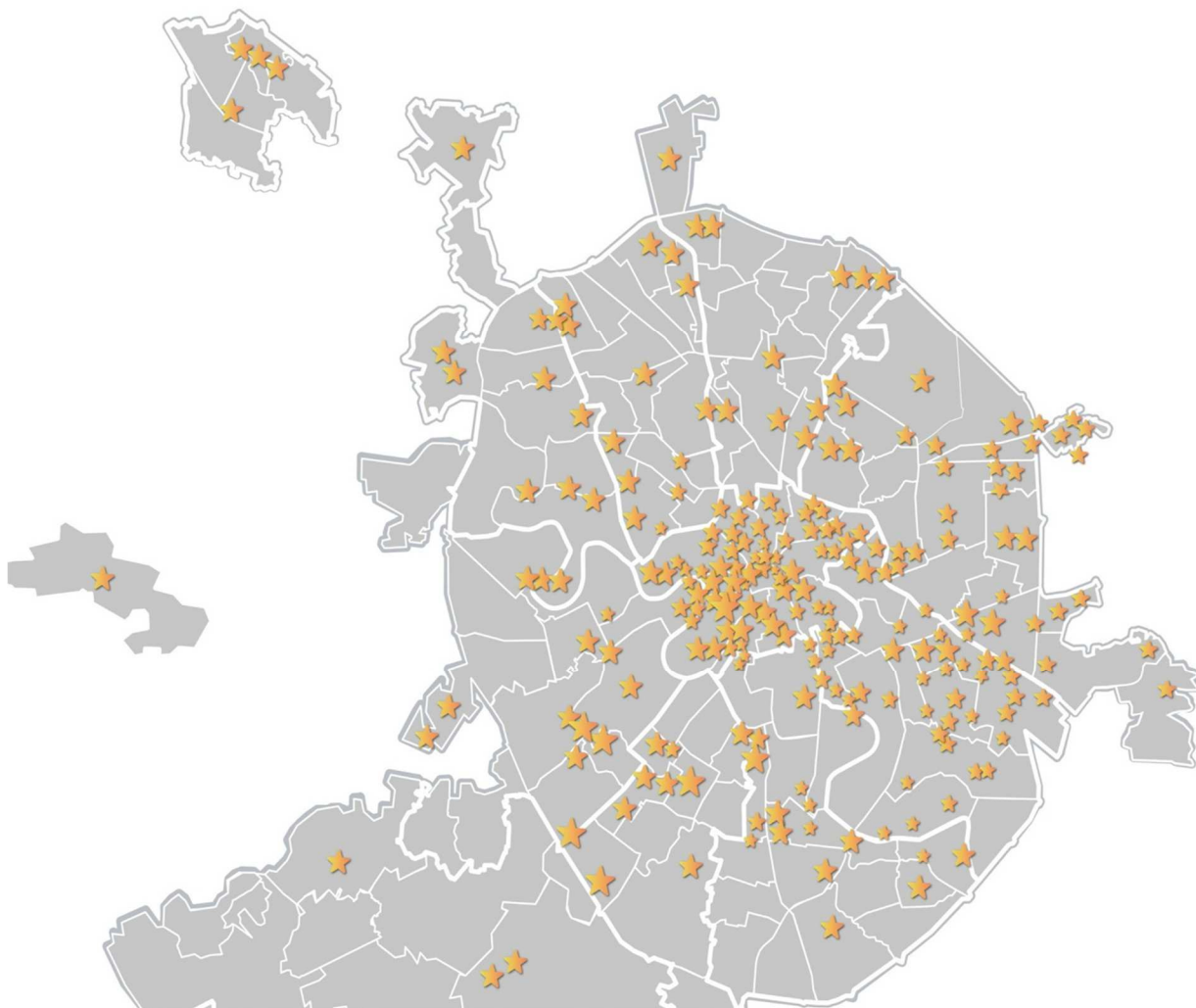


Рис. 2. Основные рабочие площадки МДММ праздника, посвященного 70-летию победы в ВОВ

В год МДММ обеспечивает организацию порядка 1000 праздничных проектов мероприятий.

В организационной работе МДММ также имеются сложности. В первую очередь, описанные выше согласовательные моменты.

Во-вторых, при подготовке и проведении городских массовых мероприятий отсутствует общественно-творческая экспертиза проекта, которая бы оценивала качество предлагаемого сценария с художественной точки зрения и с точки зрения воспитательных функций.

В-третьих, тендеры, проводимые организацией, носят формальный характер. Сроки проведения тендеров не соответствуют реальным срокам подготовки праздничных мероприятий такого масштаба. Так при праздновании 70-летия Победы в ВОВ, тендеры на подготовку и проведения праздничных программ в округах были и объявлены только 22 апреля, и в этот же день закрыты. Совершенно очевидно, что за 2 недели качественно подготовить мероприятие такого масштаба невозможно. Что подтвердилось при анализе праздничных программ на сайте МДММ: 6 мая (то есть за 3 дня до празднования) на сайте отсутствовало более половины составов исполнителей заявленных программ, в том числе, для ветеранов на площади возле Большого театра.

Стоит отметить, что даже с учётом приглашения профессиональных исполнителей, качественно провести мероприятия по всем требованиям жанра в такие сроки невозможно. Репетиционный процесс отсутствует. Образность постановок даже не предусматривается! Что естественно снижает воздействие на массы и влечёт снижение самой воспитательной функции массового праздника.

Анализ проведённого праздника, посвящённого 70-летию Победы показал, что на большинстве площадок города (кроме центральных), почти не происходило никаких театрализованных действий, не было интересных образных решений. Большая часть праздничных мероприятий по форме являлась обычным концертом, приуроченным к памятной дате.

Тоже самое можно сказать о концерте на Поклонной горе, который проводился за счёт привлечения спонсорских средств. Он отличался лишь тем, что в его программе были задействованы популярные артисты. Такая же ситуация была в округах: там, где привлекались спонсорские деньги, выступали известные исполнители; где спонсорских денег привлечь не удалось, исполнители набирались из числа студентов творческих вузов и самодеятельности. Безусловно, всё это не может не отражаться на общем

качестве проведения массового городского праздника и снижении его социальной значимости.

В связи с чем, можно сделать вывод, что возможности использования массового городского праздника как воздействующего механизма на формирование гражданской личности используются не полностью. Следовательно, бюджетные средства расходуются недостаточно эффективно.

Интересные образные решения применялись лишь на площади Белорусского вокзала, театра Советской армии, а также в программе концерта на Красной площади (федеральный компонент, традиционно проводился творческими силами Московского института культуры – известного профессионального учреждения, имеющего давние традиции и опыт проведения мероприятий государственного значения).

Основные проблемы при подготовке и проведении культурно-массовых мероприятий в масштабах города в г. Москва.

1. Согласовательные моменты со структурами/ Взаимодействие между Департаментами (необходимо все договоренности фиксировать на бумаге).
2. Недостаточная нормативная база (Положение мэра Москвы о порядке организации и проведения массовых культурно-просветительных, театрально-зрелищных, спортивных и рекламных мероприятий в г. Москве № 1054 – РМ от 5 октября 2007 г. устарело, сейчас готовится проект Распоряжения "Об утверждении Положения о порядке организации и проведения массовых мероприятий в городе Москве», который вступит в силу 1.01.16).
3. Невозможность точного определения целевой аудитории.
4. Бюджетные трудности (Маленький бюджет на объемное мероприятие).
5. Контентное наполнение.
6. Ограниченное число подрядчиков.
7. Профессиональные кадры не привлекаются.
8. Коррупционные составляющие.