

**ПРИДНЕСТРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМ.Т.Г. ШЕВЧЕНКО**  
Институт истории и государственного управления  
Кафедра всеобщей истории и культурологии

# **СОЦИАЛЬНО–КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**Программа  
Государственного междисциплинарного  
комплексного экзамена**

Тирасполь, 2013

УДК 379.84(07)  
ББК Ч421.37р30+4711р30  
М54

**Составители:** доц. Н.А. Голубь, ст.преп. С.В. Сороковская, ст.преп. О.Ю. Поликарпова, ст.преп. Т.П. Дорох, преп. Л.Н. Максимова, преп.Н.Ю. Черниенко.

**Рецензенты:**

В.Г. Долгодворов – Заслуженный деятель искусств ПМР,  
зам.министра Просвещения ПМР;  
Л.И.Бурдиян – доцент кафедры теории, истории музыки и  
музыкальных инструментов факультета  
педагогики и психологии ПГУ,  
канд.социол.наук.

Социально-культурная деятельность. Программа  
Государственного междисциплинарного комплексного экзамена/  
Под общей редакцией Н.А. Голубь. - Тирасполь, 2013г.- 95с.

Программа подготовлена в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования 2-го поколения, с учетом современной научной социокультурной мысли и профиля вуза.

Программа по Государственному междисциплинарному комплексному экзамену адресована студентам очной и заочной форм обучения по специальности 053100 «Социально-культурная деятельность» ИИГУ ПГУ им. Т.Г.Шевченко.

***Рекомендовано Научно-методическим советом  
ПГУ им. Т.Г. Шевченко***

@ Голубь Н.А.,  
Сороковская С.В.,  
Поликарпова О.Ю. и  
др., составление, 2013.

## ОГЛАВЛЕНИЕ:

Пояснительная записка .....	4
Задачи итогового Государственного междисциплинарного комплексного экзамена.....	6
Структура Государственного междисциплинарного комплексного экзамена.....	7
Общие требования к образованности специалиста.....	8
Критерии оценок ответов.....	10
Вопросы к Государственному экзамену для студентов, обучающихся по специальности «Социально-культурная деятельность».....	13
Расшифровки вопросов к Государственному экзамену.....	18
Словарь терминов и понятий.....	54

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Социально-культурные изменения современного общества свидетельствуют о необходимости подготовки инициативных, творчески активных молодых людей, обладающих высокой профессиональной и личностной культурой, ориентированных на социально-значимый успех и позитивную самореализацию во всех сферах жизнедеятельности общества, способных адаптироваться к окружающему миру и творчески его преобразовывать.

Социальный заказ общества, определенный Законом ПМР «Об образовании», законом «О культуре» в виде подготовки специалистов культурно-досуговой деятельности ориентирует на воспитание молодежи, способной к новаторству, творчеству, владеющей организаторскими навыками и лидерскими способностями. В данной связи возрастающее значение приобретает социально-культурная деятельность, которая представляет собой деятельность по распространению и освоению значимых культурных ценностей, в процессе которой удовлетворяются и развиваются духовные интересы молодежи, направленные на изменение себя и окружающей среды. К будущему специалисту сегодня предъявляются все новые требования личностного качества: разносторонняя эрудиция, способность соответствовать новым требованиям деятельности, перспективно мыслить. В обществе сегодня востребованы не только специалисты в области разработки и реализации социально-культурных проектов, но и профессиональные организаторы – продюсеры, промоутеры. Поэтому задачей педагогического коллектива по подготовке специалистов СКД заключается в формировании у них целостного и адекватного современным условиям представления о профессии, адаптированным к современным социальным,

экономическим и межкультурным формам профессиональной деятельности.

Настоящая программа поможет комплексно подготовиться студентам выпускных курсов к сдаче междисциплинарного экзамена по специальности 053100 «Социально-культурная деятельность».

Данная программа включает вопросы по следующим дисциплинам: «Социально-культурная деятельность», «Социокультурная анимация», «Социально-культурная деятельность за рубежом», «Сценарно-режиссерские основы», «Режиссерские технологии», «Основы продюсерского мастерства», «Экономика социально-культурной сферы», «Основы маркетинга», «Основы промоутерской деятельности», «Продюсирование ЭКД», «Основы коммуникативной культуры», «Основы культурной политики», «Культурно-досуговая деятельность», «Основы менеджмента», «Основные творческие методы».

Глубокое усвоение учебных дисциплин по специальности 053100 «Социально-культурная деятельность» обеспечит будущего специалиста умением изучать, анализировать новейшие достижения в области социокультурной деятельности, внедрение передового опыта, моделирование, апробировать инновационные технологии, отвечающие интересам современного общества, оказать практическую помощь учреждениям культуры любого типа.

Междисциплинарный комплексный экзамен является частью итоговой аттестации, позволяющей определить уровень подготовки выпускников по основным общепрофессиональным и специальным дисциплинам.

## **Задачи итогового Государственного**

### **междисциплинарного комплексного экзамена**

1. Выявить уровень полученных знаний, умений, навыков по комплексу специальных дисциплин, составляющих профессиональный базис подготовки выпускника.
2. Определить умение выпускника изучать и обобщать опыт социо-культурной деятельности и внедрять его в массовую практику.
3. Выявить способность выпускника реализовывать культуротворческие, социо-организационные, социопедагогические функции социально-культурной деятельности на основе знания фундаментальных наук по специальности.
4. Выявить готовность выпускника осуществлять деятельность по организации социальной и педагогической работы в сфере свободного времени; определить степень владения методикой постановки и продвижения культурно-досуговых программ.
5. Определить обладает ли выпускник культурой аналитического мышления, знает его общие законы, способен ли он в письменной и устной речи грамотно и логично оформить результаты своего интеллектуального труда.
6. Понимает ли выпускник сущность и социально-культурную значимость своей будущей профессии, имеет ли целостное представление об осваиваемой им образовательной системе, о роли и месте в ней каждой из учебных дисциплин, о методах работы с учебным материалом, в полной мере владеет ли содержанием образовательных программ, предусмотренных стандартами образования.

7. Знает ли современные педагогические концепции, методики и передовой опыт социокультурного образования, способен ли выпускник в дальнейшем осуществлять педагогическую деятельность.

### **Структура Государственного междисциплинарного комплексного экзамена**

Междисциплинарный комплексный экзамен проводится в устной форме по билетам, состоящим из трех вопросов. Для подготовки к ответу по вопросам билета предоставляется не менее 45 минут. Продолжительность экзамена для студента не должна превышать двух часов. Общая продолжительность экзамена в одной группе не должна превышать 8 часов с момента начала ответов студентов.

Перечень вопросов, входящих в междисциплинарный комплексный экзамен, составлен на основе следующих дисциплин: «Социально-культурная деятельность», «Социокультурная анимация», «Социально-культурная деятельность за рубежом», «Сценарно-режиссерские основы», «Режиссерские технологии», «Основы продюсерского мастерства», «Экономика социально-культурной сферы», «Основы маркетинга», «Основы промоутерской деятельности», «Основы коммуникативной культуры», «Основы культурной политики», «Культурно-досуговая деятельность», «Основы менеджмента», «Основные творческие методы».

Ответы на каждый вопрос билета суммируются, итоговая оценка выставляется путем общего голосования всех членов государственной комиссии по пятибалльной системе.

**Общие требования к образованности специалиста  
в соответствии с Государственным образовательным  
стандартом высшего профессионального образования в  
области культуры и искусства 3-го поколения**

При общей фундаментальной подготовленности специалист в социально-культурной деятельности отвечает следующим требованиям:

понимает сущность и социально-культурную значимость своей будущей профессии, имеет целостное представление об осваиваемой им образовательной системе, о роли и месте в ней каждой из учебных дисциплин, о методах работы с учебным материалом, в полной мере владеет содержанием образовательных программ, предусмотренных стандартами образования;

знает исторический опыт развития мировой и отечественной культуры, основные факты и закономерности историко-культурного процесса, понимает значение культурного наследия прошлых веков для современности и умеет опираться на него в современной социокультурной практике;

умеет вести прикладные социологические и социопедагогические исследования социально-культурной деятельности, знает основные тенденции социального, культурного и духовного развития общества, умеет на этой основе делать продуктивные прогнозы и принимать правильные управленческие решения;

способен к прогностической, к проектной и экспертной деятельности в профессиональной сфере, знает принципы системного анализа, умеет осуществлять теоретическое моделирование социально-культурных процессов и явлений, выявлять их качественные и количественные характеристики, определять тенденции развития;

умеет осуществлять социокультурную деятельность на основе изучения запросов, интересов и с учетом возраста, образования, национальных, региональных и других различий групп населения;

умеет квалифицированно проектировать различные виды социально-культурной деятельности, определять динамику и перспективы ее развития, исходя из потребностей общества, задач социальных институтов общества, наличия собственных и привлекаемых творческих и хозяйственных ресурсов, реальных интересов и запросов населения;

знает базовые социокультурные технологические системы (рекреационные, зрелищные, игровые, информационные, просветительские, коммуникативные, творческой и социальной деятельности);

знает основы менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности, уметь осуществлять финансовую и хозяйственную деятельность в соответствии с утвержденными сметами, программами и планами работы;

знает особенности реализации технологий социально-культурной деятельности в соответствии с социально-демографическими, возрастными и другими особенностями субъектов социально-культурной деятельности;

владеет технологиями проектирования и реализации социокультурных технологий в учреждениях различного типа.

## Критерии оценок ответов

Качество ответов студентов на комплексном экзамене определяется следующими оценками: "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". При определении оценки необходимо исходить из следующих **критериев**:

сумма знаний, которыми обладает студент по теоретическому материалу, изложенному в вопросе;

знание технологических основ постановки культурно-досуговых программ;

знание практических примеров из культурной жизни Приднестровья, умение разобрать и применить их в качестве иллюстрирования теоретических основ;

умение видеть основные проблемы развития сферы культуры, причины их возникновения, и пути их решения;

умение теоретически обосновывать возможные пути решения существующих проблем в сфере культуры;

При этом **единые критерии оценки знаний** студентов на экзамене заключаются в следующем:

1. Оценка **«отлично»** ставится, если в ответе точно раскрыта суть вопроса, заданная тема, есть знания первоисточников, системность, логичность изложения материала. Если студент ориентируется в профессиональных проблемах, владеет примерами, подтверждающими теоретический материал, обладает самостоятельностью мышления и творческим подходом к анализу рассматриваемой проблемы. Студент заслуживает высокой оценки также, если демонстрирует глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно подтверждать практическими примерами, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала. При этом студент не

затрудняется в ответе при видоизменении, уточнении вопроса, правильно обосновывает иллюстрированные примеры, владеет разносторонними знаниями в сфере культуры. Ответ студента на каждый вопрос билета должен быть развернутым, уверенным, ни в коем случае не зачитываться дословно, содержать достаточно четкие формулировки, подтверждаться фактическими примерами. Оценка «отлично» выставляется только при полных ответах на все основные и дополнительные вопросы.

2. Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос. Оценка «хорошо» ставится студенту за правильные ответы на вопросы билета, знание основных характеристик раскрываемых категорий в рамках рекомендованного учебника и положений, данных на лекциях, при этом студент показывает систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Оценка «хорошо» ставится, если в ответе правильно раскрыта тема, суть проблемы, используются первоисточники, фактологический материал, но в тоже время студент не может подтвердить теоретические постулаты практическими примерами, и не имеет достаточной самостоятельности мышления по заданной теме.
3. Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если студентом вопрос в основном раскрыт, но анализ заданной темы подменен догматическим пересказом общих положений, отсутствует глубина

изложения, опора на фактологические данные и нет самостоятельности мышления. Как правило, оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при отсутствии иллюстративных примеров из приднестровской сферы культуры. Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках правил, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в применении данных теоретических основ в практических примерах. Оценка «удовлетворительно» предполагает ответ только в рамках лекционного курса, который показывает знание сущности основных теоретических правил. Как правило, такой ответ краток, приводимые формулировки являются недостаточно четкими.

4. Оценка «**неудовлетворительно**» выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в изложении теоретического базового курса, он неуверенно, с большими затруднениями приводит практические примеры, и они не соответствуют теоретическому вопросу. Оценка «неудовлетворительно» предполагает, что студент не разобрался с основными вопросами курса, не понимает технологических основ постановки культурно-досуговых программ, не может ответить на простые, наводящие вопросы. Оценка «неудовлетворительно» ставится также студенту, списавшему ответы на вопросы и читающему эти ответы экзаменатору, не отрываясь от текста, а просьба

объяснить или уточнить прочитанный таким образом материал по существу остается без ответа. Как правило, такая оценка ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по данному профилю.

**Вопросы к государственному экзамену  
для студентов, обучающихся по специальности  
«Социально-культурная деятельность» (специализация  
«Постановщик культурно-досуговых программ»)**

1. Драматургия и режиссура театрализованных представлений
2. Сценарий - основная форма драматургической организации материала культурно-досуговых программ.
3. Специфика постановки представлений для детей.
4. Технология постановки карнавала и мероприятий карнавального типа.
5. Специфика жанра «мюзикл»
6. Документальный материал как выразительное средство сценария культурно-досуговой программы.
7. Технология постановки концертных программ.
8. Технология постановки театрализованных конкурсных программ.
9. Технология постановки игровых и театрализованных игровых программ.
10. Сценография и пластическое решение культурно-досуговых программ.
11. Драматургия и режиссура гражданского обряда.

12. Номер как основная структурная часть культурно-досуговых программ.
13. Монтаж как метод драматургической организации материала культурно-досуговых программ.
14. Роль идейно - тематического и действенного анализа в разработке замысла театрализованной культурно-досуговой программы.
15. Музыкальное оформление КДП
16. Основные творческие методы режиссуры культурно-досуговых программ.
17. Активизация участников как часть технологического процесса постановки культурно-досуговых программ.
18. Значение репетиционного процесса в постановке театрализованного концерта.
19. Драматургическое моделирование литературной композиции.
20. Специфика постановки спортивно - художественных представлений на стадионе.
21. Функции ведущего, конферансье и шоумена культурно-досуговых программ.
22. Специфика постановки театрализованного тематического шествия.
23. Тематический вечер как форма культурно-досуговых программ и его современные модификации.
24. Жанр в театрализованном представлении.
25. Агитационно - художественное представление и его современные формы.
26. Технологии постановки фестиваля
27. Особенности драматургии искусства эстрады.

28. Театрализованное действо и его особенности.
29. Технология постановки массового праздника.
30. Специфика драматургии корпоративных мероприятий и презентаций.
31. Технология постановки шоу- программ.
32. Флеш-моб как современная форма КДП.
33. Характеристика современных театрализованных представлений.
34. Основные сферы СКД.
35. Субъекты и объекты СКД.
36. Ресурсная база СКД.
37. Функции и принципы СКД.
38. Возникновение и деятельность клубных учреждений.
39. Содержание и организация культурно-просветительной работы в СССР.
40. СКД в условиях общественно-политических реформ в России (кон. XX - начала XXI вв.)
41. Музей как объект СКД: цели, задачи, инновационная деятельность
42. Досуговая деятельность библиотек
43. Основные направления деятельности клубных учреждений (Основные направления деятельности современных учреждений культуры клубного типа)
44. Особенности организации досуга молодежи за рубежом.
45. Особенности организация досуга детей и подростков за рубежом.

46. Особенности организации досуга пожилых людей за рубежом.
47. Понятие, принципы, задачи и функции социально – культурной анимации.
48. Анимационная работа с детьми и подростками.
49. Анимационная работа с пожилыми и инвалидами.
50. Реклама в СКС: определение, роль и значение.
51. Особенности ТВ и РВ рекламы в сфере культуры
52. DM и SP как рекламные технологии.
53. Особенности печатной рекламы в досуговой сфере
54. Пиар-кампании учреждений культуры.
55. Сувенирная и компьютерная реклама в социокультурной сфере
56. Применение наружной рекламы в культурно-досуговых учреждениях
57. Принципы продвижения творческих проектов.
58. Имидж-билдинг учреждений культуры.
59. Методика проведения фандрейзинговой кампании в сфере культуры.
60. Принципы классификации целевой аудитории КДП
61. Понятие и сущность продюсирования КДД.
62. Источники финансирования творческих проектов.
63. Возмещение постановочных затрат в творческой сфере.
64. Авторское право в творческой сфере.
65. Непосредственные авторы творческой постановки.
66. Основы предпринимательской деятельности в шоу-бизнесе.
67. Финансовый менеджмент в шоу-бизнесе.

68. Сущность и содержание маркетинга в СКС.
69. Факторы, влияющие на посещение КДП.
70. Коммерческая деятельность в сфере культуры.
71. Виды конкуренции в СКС
72. Спонсорство как модель поддержки культуры. Виды спонсоров.
73. Виды благотворительного финансирования учреждений культуры.
74. Социально – экономические факторы развития туризма.
75. Культурный туризм как фактор социально-культурного развития региона.
76. Технологии КДД: сущность, структура, классификация.
77. Общая характеристика средств, форм и методов КДД.
78. Основные направления КДД.
79. Власть и виды власти. Стили управления.
80. Управление конфликтом в трудовом коллективе.
81. Управление персоналом в учреждениях культуры.
82. Общение как социально-психологический феномен: функции, виды, формы.
83. Деловое общение: специфика, виды и формы.
84. Деловой этикет: деловая переписка, резюме, собеседование
85. Традиция как способ функционирования народной культуры
86. Современные формы традиционной народной культуры

87. Народная художественная культура в деятельности социально-культурных учреждений
88. Культурная политика: цели, задачи, структура
89. Современная культурная политика РФ (нач.1990-х гг. – нач. XXI в.)
90. Стратегические цели государственной культурной политики ПМР

## **Расшифровки вопросов к государственному экзамену**

### *Вопросы по режиссуре*

1. **Драматургия и режиссура театрализованных представлений:** понятие «театрализованное представление», специфика, виды театрализованных представлений, специфика этапы работы над драматургической основой театрализованного представления, сценарно-режиссерский ход, принципы и приемы режиссуры театрализованного представления.
2. **Сценарий - основная форма драматургической организации материала культурно-досуговой программы:** определение понятия «сценарий», художественно-выразительные средства сценария: документальные, средства искусства, сценографические, сценарно-режиссерские, структура сценария: номер, блок, эпизод; идейно-тематическая основа сценария, алгоритм работы над созданием сценария, композиция сценария.
3. **Специфика постановки представлений для детей:** структура детского праздника; формы детского

праздника; дифференциация детской аудитории; требования к сюжету представления, персонажи детского праздника, количество героев, ростовые куклы, количество участников, требования к игровой программе; музыка в представлении для детей.

**4. Технология постановки карнавала и мероприятий карнавального типа:** определение понятия «карнавал», история становления формы «карнавал», классификация современных карнавальных форм, образное решение карнавала, его форма и содержание, методика организации карнавала, режиссура карнавального действия.

**5. Специфика жанра «мюзикл»:** определение понятия « мюзикл»; истоки зарождения жанра «мюзикл»; исторические условия формирования жанра; влияние американского мюзикла на становление жанра в России; жанровая и эстетическая специфика «русского мюзикла».

**6. Документальный материал как выразительное средство сценария культурно-досуговой программы** определение понятия « документальный материал», классификация документального материала, монтаж «фактов жизни» и «фактов искусства», принципы монтажа «фактов жизни» и «фактов искусства» , принципы отбора материала для монтажа, драматургический анализ документального материала, драматургизация документального материала.

**7. Технология постановки концертных программ:** определение «концерт», определение понятия «концертная программа», виды концертов и их специфика, законы построения концертных программ, критерии отбора

номеров в концертную программу, ведущий концертных программ.

**8. Технология постановки театрализованных конкурсных программ:** определение понятия «конкурс», специфика конкурсных программ, особенности композиционного построения конкурсной программы, конкурс, как основной структурный элемент, классификация конкурсных заданий, театрализация в конкурсных программах, разработка положения о конкурсе, режиссерское прогнозирование и режиссура конкурса, работа профессионального и зрительского жюри.

**9. Технология постановки игровых и театрализованных игровых программ:** определение понятия «игра», признаки игры, функции игры, требования к организации игры, структура игры, определение понятия «игровая программа», технология моделирования сценария игровой программы, режиссура игровых программ, приемы активизации аудитории в игровых программах, функции ведущего игровой программы.

**10. Сценография и пластическое решение КДП:** понятие «сценография», роль сценографии в создании зрительного образа культурно-досуговой программы, принцип декоративно-оформительского искусства культурно-досуговой программы, выразительные средства сценографии, значение мизансценирования в создании пластической формы культурно-досуговой программы, разновидности мизансцен, сценография как составная часть режиссерского замысла, основная задача сценографии.

**11. Драматургия и режиссура гражданского обряда:** определение понятий «обряд» и «гражданский обряд», исторический аспект становления гражданских обрядов: семейно-бытовые праздники и обряды и их временная трансформация, драматургия гражданского обряда, композиция гражданского обряда, режиссура гражданского обряда, принципы режиссуры современного гражданского обряда, тенденции в развитии гражданского обряда.

**12. Номер как основная структурная часть КДП:** определение понятия «номер», жанровые разновидности номеров культурно-досуговых программ, группы номеров, требования к номеру, композиция номера, значение личности исполнителя в процессе создания номера, режиссура номера.

**13. Монтаж как метод драматургической организации материала КДП:** определение понятия «монтаж», монтаж как универсальный метод в различных видах искусства, монтаж как метод создания сценария культурно-досуговой программы, монтаж «фактов жизни» и «фактов искусства».

**14. Роль идейно-тематического и действенного анализа в разработке замысла театрализованной культурно-досуговой программе:** определение понятия «замысел»; определение понятия «тема», определение понятия «идея»; требование к идейно-тематическому анализу театрализованного представления; определение понятия «конфликт», виды конфликтов в драматургии театрализованного представления, сценарный ход и его значение; роль действенного анализа в разработке замысла театрализованного представления; основные события и их функции.

15. **Музыкальное оформление культурно-досуговых программ:** определение понятия «музыкальное оформление», функции музыки в культурно-досуговых программах, музыкально-постановочные компетенции режиссера КДП.

16. **Основные творческие методы режиссуры культурно-досуговых программ:** определение понятия «режиссура», «режиссерское мастерство», функции режиссера, основные творческие методы режиссуры культурно- досуговых программ и их характеристика.

17. **Активизация участников как часть технологического процесса постановки культурно-досуговых программ:** определение понятия «активизация участников», основные этапы активизации аудитории культурно- досуговых программ, задачи организаторов, участников и зрителей на каждом этапе; способы активизации, типы реального действия в культурно-досуговых программах.

18. **Значение репетиционного процесса в постановке театрализованного концерта:** определение понятия «театрализованный концерт», определение понятия «репетиция», последовательность репетиционной работы; задачи монтажной, сводной, специальной, прогонных, генеральной репетиций, план-график подготовки и выпуска концерта.

19. **Драматургическое моделирование литературной композиции:** определение понятия «литературная композиция»; специфика формы; действенная задача представления, форма взаимодействия участников, характер содержащейся информации, содержание главного

действия, выразительные художественные средства ;принципы создания литературной композиции, требования к созданию литературной композиции, значение музыки в литературной композиции, основные этапы работы над композицией.

**20. Специфика постановки спортивно-художественных представлений на стадионе:** определение понятия «спортивно-художественное представление на стадионе»; специфика формы; выразительные средства формы «спортивно-художественное представление на стадионе»; эпизод как основная структурная единица; композиция эпизода; «фонирующая группа» и ее функции; 2 вида монтажа в постановочной практике спортивно-художественный представлений на стадионе, задача художника постановщика; способы активизации аудитории; приемы создания «живого» художественного фона.

**21. Функции ведущего, конференсье и шоумена КДП:** определение понятий «ведущий», «шоумен», «конференсье» их специфика и функции; ведущий-интервьюер: требования, алгоритм подготовки и технология проведения интервью; ведущий-комментатор: основные обязанности комментатора, алгоритм работы над текстом комментария; ведущий ток-шоу: требования к ведущему, работа ведущего в процессе подготовки и проведения ток-шоу; мастерство конференсье: общение с залом.

**22. Специфика постановки театрализованного тематического шествия:** определение понятия «шествие»; исторический аспект становления формы «шествия»; активное развитие формы в советский период; зависимость

формы и выразительных средств от цели шествия; место шествия в структуре праздника; религиозные шествия и светские шествия; роль театрализации в организации шествия; сочетание реального и образного в организации шествия.

**23. Тематический вечер как форма КДП и его современные модификации:** тематический вечер как форма художественно-публицистической программы, в основе – событие общественной значимости, роль документального и художественного материала, режиссерские методы иллюстрирование и театрализация в постановке тематических вечеров, жанры тематических вечеров, приемы активизации аудитории в тематическом вечере, современные формы тематических вечеров.

**24. Жанр в театрализованном представлении:** определение понятия «жанр», основные жанры драматургии, специфика жанров театрализованного действия, основные виды жанров в драматургии театрализованного представления.

**25. Агитационно-художественное представление и его современные формы:** определение понятия «агитационно-художественное представление», историческое значение и творческие принципы движения «Синяя блуза», пропаганда и агитация в агитбригаде и их средства воздействия, художественно-образные средства в агитбригаде, модификация формы на современном этапе.

**26. Технологии постановки фестиваля:** определение понятия «фестиваль»; специфика формы, задачи фестиваля; исторический аспект становления фестивальных форм; классификация фестивалей по срокам

проведения; жанры фестивалей; технология подготовки и проведения фестивалей, разработка положения о фестивале.

**27. Особенности драматургии искусства эстрады:**

Особенности драматургии искусства эстрады: определение понятия «драматургия эстрады»; специфика драматургии эстрады; задачи драматурга эстрады; алгоритм создания эстрадной программы; предпролог, пролог и финал как важные компоненты эстрадной программы.

**28. Театрализованное действие и его особенности:**

определение понятия «театрализация», определение понятии «театрализованное действие», специфические особенности театрализованных действий, виды театрализованных действий и их характеристика с указанием доминантной цели действия, средств воздействия и их содержанием, доминантных методов воздействия, уровнем встречной активности, и формами ее выражения.

**29. Технология постановки массового праздника:**

определение понятия «праздник», понятие «праздник» в определениях ученых, специфические особенности праздника, классификация современных праздников, структура праздничного действия, организация и проведение современного праздника.

**30. Специфика драматургии корпоративных мероприятий и презентаций:**

определения понятия «корпоративное мероприятие»; формы корпоративных мероприятий; значение места в подготовке и проведении мероприятия; тема корпоративного мероприятий; учет пожеланий заказчика

как важное условие работы в работе над драматургической основой и постановкой корпоративного мероприятия.

### **Основная литература:**

1. Гальперина Т.И. "Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации, Москва, Советский спорт, 2008.
2. Богданов И.А., Виноградский И.А. Драматургия эстрадного представления, издательство Санкт-Петербургской академии театрального искусства, 2009.
3. Борисов С.К. Основы драматургии театрализованного действия, Челябинск, Челябинская государственная академия культуры и искусств, 2011.
4. Герасимова О.А. Мастерство шоумена, Ростов на Дону, изд. "Феникс", 2006.
5. Горюнова И. Режиссура массовых театрализованных зрелищ, Изд. "Композитор", Санкт-Петербург, 2009.
6. Лазарева Л.Н. История и теория праздников, Челябинская государственная академия культуры и искусств, 2010.
7. Марков О.И. Сценарно-режиссерские основы художественно-педагогической деятельности клуба, 2007.
8. Рубб А.А. "30 бесед об эстрадных концертах", Москва, Русская советская эстрада, 2004.
9. Футлик Л.И., Козлова Р.П. Режиссура массового театрализованного действия, Пермь, УПЦ ДИККС, 1999.
10. Шилов Н.П. Сценарное мастерство, Челябинск, ЧГИК, 2000.
11. Шубина И.Б. Организация досуга и шоу-программ, Ростов на Дону, Феникс, 2003.
12. Шубина И.Б. Драматургия и режиссура зрелища, Ростов на Дону, Феникс, 2006.

### **Дополнительная литература:**

1. Аль Д.Н. Основы драматургии, Ленинград, Гос.институт им. Крупской , 1988.
2. Жарков А.Д. Технология культурно-досуговой деятельности, М., Изд.МГУК, 2002.
3. Генкин Д.М. Организация и методика художественно-массовой работы, М., Просвещение, 1987.
4. Конович Театрализованные праздники и обряды в СССР, Москва, Высшая школа, 1990.
5. Поламишев А. Действенный анализ пьесы , М., Просвещение, 1982.
6. Чечетин А.И. Основы драматургии театрализованных представлений , М., 1981.
7. Шароев И.Г. Режиссура эстрады и массовых представлений, М., Просвещение, 1986.

### ***Современные виды и формы организации КДП***

1. **Технология постановки шоу- программ:** понятие, общая характеристика и виды шоу-программ, технология организации шоу-программы.
2. **Флеш-моб как современная форма КДП:** определение, общая характеристика, правила, виды и цель флеш-моба.
3. **Характеристика современных театрализованных представлений:** определение, общая характеристика, отличительные черты современных театрализованных

представлений, театрализованные представления на не традиционной площадке.

4.

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Вершковский Э. «Режиссура массовых клубных представлений» Л. 1981.
2. Гагин В.Н. «Клубные вечера» М. 1974.
3. Жарков А.Д. «Технология культурно-досуговой деятельности» М. 2002.
4. Конович А.А. «Театрализованные праздники и обряды СССР», 1985.
5. Рубб А.А. "30 бесед об эстрадных концертах , Москва, Русская советская эстрада, 2004.
6. Туманов И.М. «Режиссура массового праздника и театрализованного концерта», М., 2004.
7. Шароев И.Г. «Режиссура эстрады и массовых представлений» М., Просвещение. 1986.
8. Шубина И.Б. «Организация досуга и шоу-программ» Р-н-Д. 2004.

### ***Социально-культурная деятельность***

#### **1. Основные сферы СКД**

Сфера досуга и досуговой деятельности; сфера народной художественной культуры и любительского творчества, сфера образования; сфера социальной защиты и реабилитации. Организация самодеятельного художественного творчества в культурно-досуговых учреждениях.

## **2. Субъекты и объекты СКД**

Семья, социальные организации и объединения; социально-культурные институты; отраслевые учреждения и организации. Социально-культурные институты и профессиональные работники сферы СКД – как субъекты СКД. Общее и различия понятий «социальный институт» и «социально-культурный институт», их классификация.

Социально-культурная деятельность и процесс социализации личности. Особенности деятельности культурно-досуговых учреждений: типы, специфика работы, основные виды.

## **3. Ресурсная база СКД**

Нормативный, кадровый, финансовый, социально-демографический, морально-психологический ресурс, материально-техническая база организаций СКД.

## **4. Функции и принципы СКД**

Характеристика ведущих функций СКД: стимулирования общественной активности, развития творческих способностей, адаптация и реабилитация личности.

Характеристика принципов СКД: принцип приоритета общечеловеческих интересов над сословно-групповыми, принцип всеобщего массового культуротворчества, принцип гуманизации содержания и воспитательного потенциала, принцип преемственности социально-культурного опыта, принцип общегосударственного соуправления социально-культурными процессами.

## **5. Возникновение и деятельность клубных учреждений**

Историко-культурные предпосылки становления социально-культурной деятельности в России IX-XVIIвв. Духовная и светская культура. Календарные праздники. Досуг городского и сельского населения.

Особенности проведения досуга различными сословиями российского общества XVIII-XIXвв. Национально-исторические традиции Московской Руси, сформировавшиеся в лоне православной культуры. Петровские новшества. Публичные празднества, Русские салоны, Благородные собрания и Народные дома.

Самообразование как досуговая деятельность в XIXв. в дореволюционной России (до 1917г.). Взаимосвязь просвещения, воспитания и досуга.

## **6. Содержание и организация культурно-просветительной работы в СССР**

Культурно-просветительная работа в период 1930-1980-е годы: возрастание роли профсоюзов, комсомола, общественных советов, народных университетов, народных театров. Деятельность культурно-просветительских учреждений в военный период: создание агитпоездов, фронтовых, армейских клубов, деятельность фронтовых бригад самодеятельных артистов. Клубы как центры массовой агитационно-пропагандистской деятельности в советский период, развитие художественной самодеятельности. Народные праздники, гуляния и их значение в организации культурно-

просветительной работы. Всесоюзные фестивали и смотры самодеятельного искусства, народного творчества. Развитие интеграционных процессов в клубном и библиотечном деле.

## **7. СКД в условиях общественно-политических реформ в России (кон. XX-начала XXI вв.)**

Развитие коммерческих начал в социально-культурной и досуговых сферах в связи с распадом СССР. Социокультурная ситуация в 1990-х годах: приватизация и ее последствия для деятельности учреждений культуры и досуга, коммерческие начала в СКД. Деятельность международных, федеральных, местных фондов, программы социокультурной поддержки и развития. Многоуровневость образования. Система подготовки кадров для сферы культуры, искусства и социальной помощи.

## **8. Музей как объект СКД: цели, задачи, инновационная деятельность**

Цели и задачи музеев, типы и профили музеев и их характеристика. Законодательство в области музейного дела. Досуговая деятельность музеев, инновационная работа в музеях. Пути оптимизации работы музеев.

## **9. Досуговая деятельность библиотек**

История развития библиотечного дела. Цели и задачи библиотек. Характеристика направленности работы

библиотек. Осуществление методической помощи. Инновационные технологии в работе библиотек.

## **10. Основные направления деятельности современных учреждений культуры клубного типа.**

Цели и задачи клубных учреждений как социального института. Типология клубных учреждений. Организация досуга населения дифференцированного по возрасту. Материально-техническая база клубных учреждений. Профессиональные кадры. Финансирование клубных учреждений. Планирование, учет, отчетность. Современное состояние и перспективы развития.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Акимова Л.А. Социология досуга. М.МГУКИ, 2003.
2. Генкин Д.М. Социальная сущность, назначения и основные функции клуба. М.,1980 г.
3. Дуликов В.З. Критерии социально-культурной деятельности // Вестн. МГУКИ.– 2004 №1
4. Ерошенков И.Н. Культурно-воспитательная деятельность с детьми и подростками: Уч. пособие., М.,МГУКИ, 2000.
5. Жаркова А.Д. Культурно-досуговая деятельность. Учебник / М.: МГУК, 1998.
6. Кисилева Т.Г. Основы социально-культурной деятельности. Учебное пособие. М.,1995.
7. Новаторов В.Е. Культурно-досуговая деятельность. Словарь справочник.Омск,1992.
8. Соколов, А. В. Феномен социально-культурной деятельности / А. В. Соколов. – СПб.:СПбГУП, 2003.

9. Стрельцов Ю.А. Клуб организатор отдыха и развлечений. М., 1978г.
10. Триодин В.Е. Организация и методики работы клубных объединений. Л-д.,1982г.
11. Чечетин А.И. Основы драматургии, М,2004.
12. Ярошенко Н.Н. Социально-культурная деятельность: парадигмы, методология, теория. М., 2000.

### ***СКД за рубежом***

#### **1. Особенности организации досуга молодежи за рубежом**

Досуг – как уровень развития цивилизации. Рекреация направленная на социально-значимые цели. Отсутствие жесткой функциональной дифференциации досуговых учреждений, неформальные объединения молодежи.

#### **2. Особенности организации досуга детей и подростков за рубежом**

Рациональное распределение и активизация досуга тинейджеров. Центры досуговой деятельности для данной возрастной категории, направления в работе, досуговые предпочтения детей и подростков.

#### **3. Особенности организации досуга пожилых людей за рубежом**

Организация досуговой деятельности на государственном, региональном и муниципальном уровне. Центры поддержки и досуговой активности пожилых и людей 3-го возраста, досуговые предпочтения.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Акимова Л.С. Социология досуга. М., МГУКИ, 2003.
2. Бочаров В.Г. Педагогика социальной работы. М., 1995.
3. Верпер Д. Реабилитация детей-инвалидов, М., 1995.
4. Вовк Г.С. Франция: модель и культурный досуг вне дома. Культура в современном мире. Научно-информационный сборник. Выпуск 2. М., 1998, с.10-118.
5. Доронкина Е.Г. Проблемы подготовки профессиональных кадров сферы досуга: зарубежный опыт. Социально-культурная деятельность: проблемы, поиски, перспективы. Сборник статей. МГУКИ, м., 1999.
6. Дуликов В.З. Социальные аспекты культурно-досуговой работа за рубежом: тенденции развития. М., 2003.
7. Ерошенков И.Н. Культурно-воспитательная деятельность с детьми и подростками. Уч. пос. М., МГУКИ, 2000.
8. Зарубежный и отечественный опыт социальной работы. Уч.-мет. пос. М., 1999.
9. Моздокова Ю.С. Социально-культурная реабилитация инвалидов средствами досуговой терапии. Сборник проектов молодых ученых. М., МГУКИ, 1997.

### ***Социально – культурная анимация***

1. **Понятие, принципы, задачи и функции социально – культурной анимации:** понятие «СК анимации», общая характеристика СК анимации, принципы, задачи и функции анимации.

2. **Анимационная работа с детьми и подростками:** перечислить и дать характеристику 4-х основных направлений культурно-воспитательной деятельности с детьми и подростками, перечислить принципы культурно-воспитательной деятельности с детьми и подростками в учреждениях культуры.

3. **Анимационная работа с пожилыми и инвалидами:** общая характеристика СК анимации с пожилыми людьми, перечислить факторы, которые необходимо учитывать при работе с данной возрастной категорией. Характеристика анимационной работы с инвалидами.

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Ерошенков И.Н. Культурно-воспитательная деятельность с детьми и подростками. Уч. пос. М., МГУКИ, 2000.
2. Культурно-досуговая деятельность /Под науч. ред. акад. РАЕН А.Д. Жаркова и проф. В.М. Чижикова.- М., 2000.
3. Лангрет Г., Хоумер Л., Гловер Д., Свини Д. Игровая терапия как способ решения проблем ребенка. - М, 2001.
4. Панфилова М.А. Игротерапия общения. Тесты и коррекционные игры. - М, 2002.
5. Терехова О.В. Индустрия досуга в США.-М., 1983.
6. Эйдемимер Э.Г., Юстцкий В.В. Использование игровой психотерапии для коррекции нарушений поведения у подростков // Психогигиена и Психопрофилактика. - Л., 1983.
7. Ярошенко Н.Н. Социокультурная анимация: Учеб. Пособие.-М., 2000.

## ***Основы промоутерской деятельности***

### **1. Реклама в СКС: определение, роль и значение**

Определение «рекламы», ее коммуникативные цели. В чем заключается стратегия рекламы. Реклама как прямое и косвенное вторжение в сознание человека, зомбирование. В чем секрет рекламы, для чего она нужна. Роль рекламы в современном обществе: социальная, экономическая, политическая, идеологическая, психологическая, образовательная, культурная. Коммерческая и некоммерческая реклама. Рекламная спираль: вводящая, утверждающая, напоминающая.

### **2. Особенности использования ТВ и РВ рекламы**

Особенности создания и размещения рекламы на телевидении, радио. Целевая аудитория, регион распространения, прайм-тайм. Общее и особенное данных носителей рекламы.

### **3. DM и SP как рекламные технологии**

Сейлз-промоушн – стимулирование сбыта. Носит кратковременный характер. Виды и особенности SP. Директ - (прямой) маркетинг – интерактивное взаимоотношение между продавцом и покупателем. Формы и цели ДМ.

### **4. Особенности печатной рекламы в досуговой сфере**

Тираж, периодичность и рейтинг печатных изданий. Объем и характеристика рекламного сообщения в печатных СМИ. Технология создания и размещения рекламного сообщения. Полиграфическая реклама: виды, значение.

## **5. Пиар-кампании учреждений культуры**

Определение PR, на кого должны быть направлены пиар-акции, преимущество PR относительно прямой рекламы. Технология придумывания и продвижения пиар-акций. Средства и приемы PR. Формы подачи PR-сообщений для СМИ: пресс-справка, пресс-релиз, пресс-пакет, пресс-дайджест. Примеры.

## **6. Сувенирная и компьютерная реклама**

Сувенир как долгосрочная реклама проекта. Виды сувениров: промо-сувениры, бизнес-сувениры, сувениры для продажи. Требования к сувенирной продукции. Примеры линейки сувенирной продукции для конкретного мероприятия (юбилей республики). Носители интернет-рекламы: баннеры, веб-сайты, веб-страницы, эл.почта, списки рассылки, реклама в компьютерных играх. Преимущество и недостатки интернет-среды. Шаги при PR – раскрутке ресурсов. Рынок интернет-рекламы как самый динамично развивающийся в мире. Целевая аудитория.

## **7. Применение наружной рекламы в культурно-досуговых учреждениях**

Определение, виды наружной рекламы. Преимущества и недостатки. Использование наружной рекламы при рекламировании творческих проектов. Перспективы развития рынка наружной рекламы в республике.

## **8. Принципы продвижения творческих проектов**

Технология «4P», определение «промоутер» и «продвижение»,<sup>4</sup> принципа продвижения культурного продукта: узнавание и напоминание, адресность сообщения, интерактивность, масштабность коммуникаций. Расположение основных и синтетических

маркетинговых коммуникаций в зависимости от внедрения проекта на рынок творческих услуг: бренд и брендинг, реклама, пиар, ДМ, SP, спонсорство, участие в сторонних творческих мероприятиях, мерчандайзинг, Ивент и PR.

## **9. Имидж-билдинг учреждений культуры**

Определение «имиджа-билдинга». Имидж УК как рекламная технология. Технология разработки и внедрения имиджа УК на рынок культурных услуг. Внутренний и внешний имидж УК. Имиджелогия УК. Показатели, характеризующие имидж УК, позволяющие его формировать и продвигать на рынок услуг.

## **10. Методика проведения фандрейзинговой кампании в сфере культуры**

Определение «фандрейзинга», технологии поиска и определение доноров, классификация доноров. Этапы проведения фандрейзинговой кампании. Мотивы доноров. Определение стратегий действий, составление списка доноров, составление ходатайства о взносах. Технологические особенности составления пакета предложений для донора. Особенности поведения на встрече с предполагаемым донором. Текущая работа с донорами. Создание эффективной системы учета.

## **11. Принципы классификации целевой аудитории КДП**

Классификация по возрасту, полу, социальному положению. Классификация аудитории как потребителей культурных услуг, на которые необходимо направить маркетинговые усилия: «премьерщики», «постоянные зрители», «любители», «интересующиеся», «случайные зрители».

### **Рекомендуемая литература:**

1. Все о рекламе. Успешный маркетинг М.И. Тимофеев, М., Новое знание, 1995.
2. Голубь Н.А. Рекламные технологии в сфере культуры, Тирасполь, 2012.
3. «Имидж», авторская имиджевая технология Горчаковой В. Г., 2000.
4. «Имиджелогия и PR» О.В. Лысикова, Н.П. Лысикова, М., 2006.
5. «Маркетинг личности» В.Е. Новаторов, М., 2007.
6. Реклама. Маркетинговые коммуникации. Е.В. Ромат, Питер, 2006.

### ***Основы продюсерского мастерства***

#### **1. Понятие и сущность продюсирования КДП**

Определение «продюсер» и «независимый» продюсер. Качества, которыми должен обладать современный продюсер. Направления в деятельности продюсера: организационное, финансовое, творческое. Главная задача, стоящая перед продюсером. Особенности работы с авторами. Использование технологий фандрейзинга на проектах. Рекламирование проектов, используя принципы продвижения. Решение трех задач, стоящих перед продюсером: стратегическая, административная, инновационная.

#### **2. Источники финансирования творческих проектов**

Собственные (средства госбюджета, заработанные средства, средства вторичных рынков, собственные личные средства) и привлеченные (банковские кредиты, инвестирование, лизинг, гранты, средства от благотворителей, средства со-продюсеров). Определение,

отличительные черты, технология привлечения финансовых ресурсов на проект. Коммерческие и социальные проекты и виды их финансирования. Ответственность продюсера за возвратные источники финансирования

### **3. Возмещение постановочных затрат в творческой сфере**

Первичные и вторичные рынки для творческого проекта. Необходимость задействования вторичного продукта на вторичном рынке. Финансовый и рекламный эффект от вторичных рынков. Виды: ТВ и видеoverсии и прокат, рекламно-сувенирная продукция, издание литературной версии, использование саунд-треков, компьютерные игры. Возможности разработки и внедрения приднестровских проектов на вторичных рынках.

### **4. Авторское право в творческой сфере**

Определение АП и СП. Конвенции по охране АП. Когда вступает АП в силу. Оознавательные знаки АП. Роль агентств по защите объектов интеллектуальной собственности. Объекты и субъекты АП и СП. Характеристика АП. Разделение АП на личные и имущественные права. Срок их действия. АП на служебные произведения.

### **5. Непосредственные авторы творческой постановки**

Непосредственные авторы на постановках КДП, шоу-бизнеса, танцевальной композиции. Личные и имущественные права непосредственных авторов. Срок их действия. Взаимоотношения продюсера с непосредственными авторами. Особенности договорного регулирования в творческой сфере. Композитор –

«любимчик» АП. Структура договора с режиссером.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Мастерство продюсера кино и ТВ под редакцией Огурчикова П.К., Падейского В.В., Сидоренко В.И., М., 2008.
2. Морозова Е.Я., Тихонова Э.Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова, 2002.
3. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. Учебник для вузов под редакцией Огурчикова П.К., Сидоренко В.И., М., 2005.
4. Основы финансовой деятельности учреждений культуры, Голубь Н.А., ПГУ, 2008.

## ***Продюсирование эстрадно-концертной деятельности***

### **1. Основы предпринимательской деятельности в шоу-бизнесе**

Определение «Шоу-бизнес» и «предпринимательской деятельности в ШБ». Главные составляющие шоу-бизнеса. Требования к продукции ШБ. Влияние политических и экономических аспектов на эффективное функционирование шоу-бизнеса. Социально-культурные факторы, влияющие на деятельность организаций ШБ. Что влияет на повышение конкурентоспособности продукта ШБ.

## **2. Финансовый менеджмент в шоу-бизнесе**

Рисковый портрет шоу-бизнеса: финансовый, психологический, социальный. Формы финансирования проектов ШБ (средства инвесторов, благотворителей, собственные средства фирмы или компании, бюджетные средства.) Взаимоотношения спонсоров и организационных структур в шоу-бизнесе. Экспертная оценка проектов.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Морозова Е.Я., Тихонова Э.Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова, 2002.

## ***Основы маркетинга***

### **1. Сущность и содержание маркетинга в социально-культурной сфере**

Определение «маркетинга», особенности маркетинга в СКД. Задачи, стоящие перед маркетингом в СКД. Виды маркетинга в СКД: маркетинг мест, изделий, услуг, организаций, личности, идей.

Способы активизации деятельности УК: традиционный, инновационный. Мониторинг культурных услуг: условия и тенденции посещаемости театров, музеев, библиотек, Домов культуры. Маркетинговые службы современных социально-культурных центров и организация их работы. На примере американской и французской моделей организации маркетинговой деятельности в сфере культуры.

## **2. Факторы, влияющие на посещение УК**

Факторы культурного уровня, социального порядка, личного и психологического порядка. Спрос и предложение на услуги культуры. Факторы, влияющие на посещение культурно-досуговых мероприятий. Анализ досуговых предпочтений разновозрастной аудитории.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Маркетинг в сфере культуры Т.Л. Тульчинский, Е.Л. Щекова М., 2000
2. Реклама. Маркетинговые коммуникации. Е.В. Ромат, Питер, 2006.
3. «Маркетинг личности» В.Е. Новаторов, М., 2007.
4. «Маркетинг в СКД» курс лекций Голубь Н.А., ПГУ, 2010.

## ***Экономика СКС***

### **1. Коммерческая деятельность в сфере культуры**

Понятие «коммерческая деятельность» УК. Типы УК функционирующие в современных условиях. Примеры. Особенности функционирования УК в рыночных условиях. Основные и дополнительные услуги, предоставляемые населению УК.

### **2. Виды конкуренции в социально-культурной сфере**

Внутриотраслевая и межотраслевая конкуренция в сфере культуры. Конкуренция потребностей. Какие факторы воздействуют на динамику спроса и объем предложения культурных услуг. Конкуренция качества.

### **3. Спонсорство как модель поддержки культуры.** **Виды спонсоров**

Определение «спонсора», его вклад в развитие сферы культуры. Виды поддержки от спонсоров. Формы рекламирования спонсоров. Разновидности спонсоров в зависимости от вклада в творческий проект: информационный, генеральный, титульный, официальный, технический. Общее и отличия. «Пакет рекламных услуг»

### **4. Виды благотворительного финансирования учреждений культуры.**

Понятие «благотворительность», сфера и условия ее развития. Мотивация благотворительности. Определение меценатства, патронажа, спонсорства. Гранты как форма поддержки культурных проектов. Общее и различия в понятиях. Проблемы сотрудничества со сферой культуры.

### **5. Социально-экономические факторы развития туризма**

Понятие, виды туризма. Социально-экономические факторы, влияющие на развитие туризма. Въездной и выездной, международный туризм. Факторы спроса и факторы предложения, влияющие на развитие туризма в регионе. Проблемы и перспективы развития туризма в Приднестровском регионе.

### **6. Культурный туризм как фактор социально-культурного развития региона**

Понятия «культурного туризма» и «культурного наследия». База и предпосылки развития культурного туризма. Культурный туризм как часть культурной политики. Объекты культурного наследия как фактор

развития культурного наследия. Взаимосвязь турдеятельности и сувенирной продукции.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Морозова Е.Я., Тихонова Э.Д. Экономика и организация предприятий социально-культурной сферы: Учебное пособие. СПб.: Изд-во Михайлова, 2002.

2. Жданова Е.И., Иванов С.В., Кротова Н.В. Управление и экономика в шоу-бизнесе: Учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2003.

3. Помпеев Ю.А. Экономика социально-культурной сферы: Учебное пособие. СПб., 2003.

4. «Экономика культуры» Иванов Г.П., Шустров М.А., М., 2001.

5. Основы финансовой деятельности учреждений культуры Голубь Н.А., ПГУ, 2008.

### ***Технологические основы КДД***

#### **1. Технологии КДД: сущность, структура, классификация:**

Понятие «технологии». Классификация технологий КДД (общие, функциональные, дифференцированные). Задача, составные элементы структуры технологий КДД.

#### **2. Общая характеристика средств, форм и методов КДД:**

Средства КДД (устные, печатные, технические, искусства и др.). Формы КДД (классификация по А.Д. Жаркову). Родовые методы КДД (театрализация, иллюстрирование, игра). Монтаж, (понятие, виды).

### **3. Основные направления КДД:**

Информационно-просветительская деятельность (понятие «информация», задача, направления, творческий метод).

Художественно-публицистическая деятельность (понятие «публицистика», задача, виды, специфика, творческий метод). Культурно-развлекательная деятельность (понятие «игра», задача, специфика, творческий метод).

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность. М., 2006.
2. Балакина Т.И. Мировая художественная культура. Россия IX – начала XX века. М., 2000.
3. Жарков А.Д. Культурно-досуговая деятельность: Учебник. М.: МГУК, 1998.
4. Жарков А.Д. Организация культурно-просветительной работы. М., 1989.
5. Жарков А.Д. Технология культурно-досуговой деятельности: Учебно-методическое пособие. М., 2002.
6. Жаркова Л.С., Жарков А.Д., Чижиков В.М. Культурно-досуговая деятельность: теория, практика и методика научных исследований: Учебное пособие. М., 1994.
7. Чижиков В.М. Методическое обеспечение культурно-досуговой деятельности. М., МГИК, 1991.

### ***Основы менеджмента***

#### **1. Власть и виды власти. Стили управления:**

Понятие власти: виды власти используемой в управлении организацией. Стиль руководства (теория X и Y

Макгрегора). Факторы, влияющие на формирование стиля. Управленческая решетка Блейка и Моутона.

## **2. Управление конфликтом в трудовом коллективе:**

Понятие конфликта. Виды конфликта (дисфункциональные, функциональные). Типы конфликтов. Функции конфликта. Стратегия преодоления конфликта.

## **3. Управление персоналом в учреждениях культуры:**

Персонал УК и кадровая политика. Подготовка, подбор и расстановка кадров. Оценка и аттестация персонала. Стимулирования и мотивация. Переподготовка и аттестация кадров.

### **Рекомендуемая литература:**

1. Менеджмент организации./Под редак. проф. Румянцевой З.П.и проф. Соломатина Н.А. М., 1996.
2. Менеджмент. Учебное пособие /Под редак. Прокофьевой Ж.В. М., 2000.
3. Мескон М. и др. Основы менеджмента. М., 1994.
4. Гвишнани Д.М. Организация и управление. М., 1994.
5. Менеджмент. Учебное пособие. /Под общ.редак. канд. эк. наук, доцента Прокофьевой Ж.В. М., 2000.
6. Основы менеджмента и маркетинга. /Под общ.редак. док. эк. наук, проф. Седегова Р.С. Минск, 1995.
7. Психология управления. Курс лекций. М., 1997.
8. Практическая психология для менеджеров. М., 1996.
9. Психология управления. Курс лекций. М., 1997.
10. Имидж лидера. Психологическое пособие для политиков. М., 1994.

11. Психология управления. Курс лекций. М., 1996.
12. Практическая психология для менеджеров. М., 1996.

## ***Основы коммуникативной культуры***

### **1. Общение как социально-психологический феномен: функции, виды, формы:**

Определение общения. Коммуникативная, интерактивная, перцептивная стороны общения, содержание, цели и средства общения. Виды общения: прямое и косвенное, вербальное и невербальное, деловое и межличностное, устное и письменное.

### **2. Деловое общение: специфика, виды и формы:**

Деловое общение, его отличие от общения в широком смысле. Служебное общение. Виды делового общения: прямое, косвенное, устное письменное. Формы делового общения: деловая беседа, деловая переписка, дискуссия, полемика, деловое совещание, публичное выступление.

### **3. Деловой этикет: деловая переписка, резюме, собеседование**

Этикет деловой переписки и телефонной коммуникации. Составление резюме и собеседование при приеме на работу.

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение. - Л., 1985.
2. Лабунская В.А. Невербальное общение. Ростов н/Д, 1986.

3. Леонтьев А.А. Общение как объект психологического исследования// Методологические проблемы социальной психологии. М., 1975.
4. Леонтьев А.А. Психология общения. М., 1997.
5. Обозов Н.Н. Межличностные отношения. - Л., 1979.
6. Обозов Н.Н. Психологическая культура взаимных отношений. М., 1986.
7. Обозов Н.Н. Психология межличностных отношений. Киев, 1990.
8. Парыгин Б.Д. Анатомия общения. СПб, 1999.
9. Психогимнастика в тренинге / Под ред. Н.Ю. Хрящевой. - СПб., 2000.
10. Психолого- педагогические проблемы общения. М., 1979.

### ***Народная художественная культура***

#### **1. Традиция как способ функционирования народной культуры:**

Определение понятий «Традиция», «Народная культура». Традиция и формы ее передачи. Типовые элементы в народной художественной культуре (лейтмотивы, образные «клише» (красно солнышко, добрый молодец и пр.), устойчивые и повторяющиеся схемы типа «столько - сколько», «как»). Вариативность традиций в народной художественной культуре.

#### **2. Современные формы традиционной народной культуры:**

Формы существования традиционного народного искусства в условиях современности: подлинное народное

прикладное творчество; коллективное творчество; творчество отдельных мастеров; организованные мастерские.

Функции современного народного творчества: утилитарно-бытовая функция; декоративно-художественная функция; религиозно-магическая функция; памятно-культурная функция; сувенирная функция; коммерческая функция.

### **3. Народная художественная культура в деятельности социально-культурных учреждений**

Народное художественное творчество и профессиональное искусство. Любительское направление в системе народной художественной культуры. Основные виды искусства в современной народной художественной культуре. Организация и научно-методическое руководство народным творчеством. Технологические основы работы с самодеятельным художественным коллективом. Празднично-обрядовая культура как составная часть народного творчества. Народная художественная культура в современном образовательном пространстве.

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Бакланова Т.И. Народная художественная культура. М., 2000.
2. Богатырев П.Г. Вопросы теории народного искусства. - М., 1971.
3. Василенко В.М. Народное искусство: Избранные труды о народном творчестве X-XX вв. - М., 1974.
4. Жигульский К. Праздник и культура. М., 1985.

5. Жиров М.С. Региональная система сохранения и развития традиций народной художественной культуры: Учебное пособие. Белгород, 2003.
6. Каргин А.С. Народная художественная культура. М., 1997.
7. Мазаев А. Праздник как социально-художественное явление. М., 1978.
8. Некрасова М.А. Народное искусство как часть культуры. -М., 1983.
9. Праздники, обряды, традиции. М., 1989.
10. Путилов Б.Н. Фольклор и народная культура. - СПб., 1994.
11. Цукерман В.С. Народная культура. - Свердловск, 1982.
12. Чистов К.В. Народные традиции и фольклор : Очерки теории. - П., 1986.
13. Шкаровская Н.С. Народное самодеятельное творчество. -Л., 1975.

## ***Основы культурной политики***

### **1. Культурная политика: цели, задачи, структура**

Культурная политика, основные понятия. Цели и задачи культурной политики. Структура культурной политики. Культурные институты и управление культурой.

### **2. Современная культурная политика РФ (нач.1990-х гг. – XXI в.)**

Основные этапы становления и развития культурной политики в современной России. Особенности исторического пути России и формирование государственной стратегии социокультурного управления.

Функции субъектов Российской Федерации в стратегии социокультурного управления. Функции органов местного самоуправления в стратегии социокультурного управления. Стратегия социокультурного управления региона как предмет политики и практики.

### **3. Стратегические цели государственной культурной политики ПМР**

Становление структуры органов управления в сфере культуры в республике. Поддержка классических видов искусства. Развитие самостоятельного художественного творчества. Законодательство, нормативная база в сфере культуры. Сохранение и использование историко-культурного наследия.

#### **Рекомендуемая литература:**

1. Дорох Т.П., Организация работы по охране и использованию памятников истории и культуры в ПМР// Вопросы истории и культуры, 2007, № 7-8, с.9-14
2. Дымченко Н.В., Культура Приднестровья. Методические материалы к спецкурсу для студентов исторических факультетов, Тирасполь, 1999.
3. Дымченко Н.В. Культурно-просветительская деятельность в поликультурном пространстве ПМР: организация, динамика, тенденции (1990-2005), Тирасполь, 2011, Т.1, Т.2 ч.1 и 2
4. История ПМР, Тирасполь, 2000, Т.1, Т.2, ч.1 и 2
5. История русской культуры IX-XXв.в.// Под редакцией Кошман Л.В. М., 2003.

6. Культура и культурная политика в России. Научные доклады. Отв. Редактор И.А. Бутенко, К.Э. Разлогов, М., 2000, Московский общественный фонд.
7. Культура и закон. Библиотечное дело. 1998-2004. Тирасполь, 2005.
8. Культура и закон. Музейное дело и охрана памятников, 1997-2006., Тирасполь, 2006.
9. Дорох Т.П. Правовая система охраны и использования памятников истории и культуры в ПМР// Полная фальсификация истории как барьер на пути демократического реформирования международных отношений на постсоветском пространстве, Тирасполь, 2009.
10. Благодатских И.М., Дорох Т.П. Сохранение историко-культурного наследия Приднестровья:// Суворовские чтения. Вып.7. Измаил, 2012. С. 83-87

## ***Словарь терминов и понятий***

**Авансцена** - передний открытый участок сцены-коробки, расположенный в зрительном зале перед порталом (между антрактным занавесом и рампой).

**Авторская концепция** (лат.conceptio)- 1) система взглядов, то или иное понимание явлений, процессов. 2) единый, определенный замысел, ведущая мысль какого-л. произведения, научного труда и т. д. 3) (В театрализованном действе) позиция автора сценария или режиссера, развернутая в систему художественных образов.

**Агитбригада** - 1) постоянно действующий агитационно-художественный коллектив, театр малых форм, строящий свои программы на документальном (большей частью местном) материале; 2) вид театрализованного представления, включающий в себя и программу А.(агитконцерт - дивертисмент из различных номеров на местную тему), и агитобзорение (те же номера на местную тему, но связанные сюжетным ходом), и агитспектакль (от начала до конца драматургически разработанное представление), и литературно-муз. композицию.

**Административная группа** - одна из организационных структур, создаваемая для решения материально-технических вопросов при подготовке и проведении праздника, театрализованного представления. Возглавляется директором постановочной группы. А. г. размещает заказы на изготовление оформления, костюмов, бутафории, реквизита, рекламы, пригласительных билетов; обеспечивает доставку транспортом коллективов на репетиции и на проводимую акцию; организует питание, обеспечивает условия для отдыха, дежурство врача, санитарные условия; она же с помощью соответствующих организаций, обеспечивает общественный порядок, меры противопожарной безопасности и т. д.

**Актер** (фр. acteur) - непосредственный носитель действенно-игрового начала сценического искусства. Своеобразие искусства А. в том, что, создавая образы персонажей спектакля, он пользуется своими физическими и духовными данными как материалом для творчества. А. должен обладать пониманием др. людей, отличных от его характеров, способностью действовать на сцене от имени

изображаемого персонажа. Для этого ему необходимы наблюдательность, творческая фантазия, эмоциональность, тонкая нервная организация, культура, артистичность – умение исполнителя по-разному действовать и вести себя в различных предлагаемых обстоятельствах, а также тренированное тело, голос, пластика, музыкальность и многие др. качества.

**Активизация аудитории** - стремление организаторов праздника к вовлечению людей в активное личностное участие в праздничном действии. А. а. охватывает три основных этапа: период праздничного преддействия, т. е. процесс подготовки праздника, создание предпраздничного настроения, который включает в себя информирование о празднике и определенные предпраздничные игровые массовые действия: тематические конкурсы, участие в репетициях массовых сцен и т. д. Второй этап охватывает непосредственное проведение праздника, т. е. воплощение сценария, включающее в себя такие основные композиционные части как пролог (экспозицию), концентрирующий внимание» людей на образном смысле праздничного действия, развитие игровых эпизодов, побуждающее личную готовность к театрализованному действию, эмоциональное соучастие в нем, кульминацию - непосредственное участие в театрализованном действии как результат эмоционального потрясения. Третий период жизненного последствия, когда эмоциональное впечатление, вызванное праздником, проявляется в жизненной деятельности личности.

**Акция** (< лат. aktio) - действие, выступление, направленное на достижение какой либо цели (напр., общественно-политическая А., художественная А.)

**Ассистент режиссера** - член постановочной группы, первый помощник режиссера-постановщика праздника, театрализованного представления по всем организационно-творческим вопросам. Руководит группой помощников режиссера.

**Аудитория** (целевая) – множество потребителей, наиболее возможных как покупатели товара или услуги; конкретная часть общественности, которая является объектом деятельности специалиста по связям с общественностью.

**Баннер** – 1) в наружной рекламе: транспарант (растяжка) или планшет треугольной либо прямоугольной формы, который вывешивают в местах продажи; 2) заголовок, который размещают на всю полосу (в печатной и компьютерной рекламе).

**Бренд** – название, термин, дизайн, символ, графическое решение или их комбинация, используемые в целях обозначения товаров и услуг конкретного продавца или группы продавцов и отличия их от конкурентов, имеющих общественное признание и высокую денежную стоимость.

**Брендинг**– деятельность по созданию бренд-имиджа, образа и репутации фирменности товаров и услуг.

**Буклет** - напечатанное на одном листке издание, сложенное в несколько параллельных сгибов без шитья (чаще всего - проспекты, рекламы, путеводители).

**Ведущий** (< санскр. veda - знание) - 1) возглавляющий, главный 2) Исполнитель, в прямом общении со зрителями связывающий эл-ты театрализованного действия в единое целое. (Конферансье).

**Видение** - способность воспринимать окружающее зрением (художественное В., детское В. мира. Внутреннее В.), это закон образного мышления актера, режиссера

**Виды искусства** - реальные формы художественно-творческой деятельности, различающиеся прежде всего способом материального воплощения художественного содержания (словесным - для литературы, звуковым – для музыки, объемно- пластическим - для скульптуры и т. д.). Художественная информация, заключенная в каждом из В. и., обладает специфическим характером, поэтому содержание произведения одного В. и. не может быть адекватно передано на языке др. В. и.

**Временное пространство** - отрезок времени, которое осмысливается праздничным событием.

**Выразительные средства** - художественные действия различных видов искусств, которые используются режиссером в постановке массового театрализованного представления и организации

праздничного игрового общения. В. с. условно можно поделить на традиционные (живое слово, музыка, свет, хореография, пантомима, театр, киноиск-во, динамическая и статическая проекция, скульптура, спорт, цирк, эстрада), нетрадиционные В. с. (транспорт, животные, вода, огонь, дым, естественное освещение местности) и иносказательные (аллегория, метафора, олицетворение, символ).

**Главный режиссер** - постановщик, который определяет режиссерский замысел праздника, театрализованного представления и отвечает за организацию всей его художественной (творческой) стороны. Г. р. определяет состав постановочной группы и исполнителей; согласовывает с ними концепцию массового действия, разрабатывает режиссерскую документацию, руководит работой группы режиссеров, ответственных за отдельные эпизоды крупномасштабной художественной акции.

**График репетиций** - план репетиционного процесса, составная часть режиссерской документации. Г. р. составляется в виде сетки, в верхней горизонтальной строке которой обозначаются названия колонок (вертикальных столбцов): Число; Время («от... и до...»); Вид работы (репетиции по номерам, блокам, эпизодам и т. п., виды и характер перерывов); Место проведения: Участники (указание коллективов, ансамблей, солистов, реальных героев); Ведут репетицию (фамилии членов постановочной группы, отвечающих за данный номер, блок или эпизод). Техническое обеспечение (полный перечень технических средств, реквизита, бутафории, и т. п.).

**Декорация** (<позднелат. decoratio, букв.- украшение) - оформление сцены, павильона, съемочной площадки, средствами живописи, архитектуры, графики, освещения, постановочной техники, кино и др. создающие зрительный образ спектакля, кинофильма, театрализованного представления, праздника, помогающее раскрытию его идейно-художественного замысла.

**Дивертисмент** (фр. divertissement букв, развлечение) - 1) Увеселительное представление, состоящее из танцевальных номеров, песен; включается в программу спектакля обычно как заключительное отделение. 2) Танцевальная сюита или вставные номера в балете или опере, непосредственно не связанные с сюжетом. 3) Муз.сюита

развлекательного характера (типа серенады) для инструментального ансамбля или оркестра. 4) Легкая, иногда виртуозная пьеса типа попури, вариации. 5) Театральное представление из различных эстрадных номеров в дополнение к главному представлению или вид концерта, построенного на номерах, не связанных сюжетом.

**Директ - маркетинг** - представляет собой непосредственное интерактивное взаимодействие продавца и покупателя в процессе реализации товара или услуги, при этом покупатель активный и полноправный участник делового диалога. Это система сбыта услуг (вечеринок в клубе), которая предполагает непосредственный контакт с потребителем (например, телекоммуникационный) и направлена обычно на получение от него немедленной прямой реакции.

**Документальное действие** - действие, основанное на документальном материале и организованное по законам драматургии, образно раскрывающее определенный авторский и режиссерский замысел.

**Драма** (гр. drama,- букв, действие)- род литературный, принадлежащий одновременно двум искусствам: театру и литературе; его специфику составляют сюжет, конфликт и деление действия на сценические эпизоды, сплошная цепь высказываний персонажей, отсутствие повествовательного начала. Драматические конфликты воплощаются в поведении и поступках героев, и прежде всего в диалогах и монологах. Текст Д. рассчитан на зрелищную выразительность (мимика, жест, движение) и на звучание; он согласуется также с возможностями сценического времени, пространства и театральной техники (с построением мизансцен). Ведущие жанры Д.: трагедия, комедия, драма (как жанр в узком смысле слова), трагикомедия, мелодрама, фарс. Основные признаки Д. х. единство действия, наличие двух противоположных начал.

**Драматургический метод** - способ обработки жизненного (впечатлений, наблюдений) или документального материала автором в различные формы и жанры театрального искусства

**Драматургический прием** - способ реализации драматургического хода. В основу Д. п. могут быть положены формы производственной, общественной, досуговой, учебной, творческой деятельности.

**Драматургия** (гр. *dramaturgia*) - 1) совокупность драматических произведений какой-л. писателя, народа, эпохи. 2) Теория, искусство построения драматического произведения. 3) Принцип воплощения отдельного произведения: «Д спектакля», «Д. фильма», «Д. массового праздника». 4) (В широком смысле) продуманная, специально выстроенная и организованная структура, композиция какого-л. материала (напр., доклада, записей на магнитной ленте и т. п.) или мероприятия (вечера, собрания, праздника и т. п.). Отсюда сложившиеся понятия в самых различных сферах творческой жизни: «Д. урока» (в педагогике), «Д. события», «звуковая Д.» (на телевидении и радиовещании), «Д. клубного мероприятия» (в культурно-просветительной работе). 5) (В узком смысле) Д означает какое-л. литературно-драматическое произведение (пьесу, киносценарий, телевизионный сценарий, либретто и проч.), требующее своего воплощения средствами того или иного вида искусства. В этом смысле различают театральную Д, муз. Д, эстрадную Д, цирковую Д, телевизионную Д, а также кино- Д. и радио- Д.

**Драматургия массового праздника (действия)** -драматическое произведение, в котором заложены принципы и условия реального общения людей (организаторов и исполнителей со зрителями и активными участниками праздника), а также выразительные средства, раскрывающие смысл и призванные создать духовную атмосферу праздничного жизненного события. В Д. м. п. (в отличие от пьесы) нет подробно разработанных взаимоотношений, углубленного развития образов.

**Жанр** (фр. *genre* - род, вид)- 1) определенные нормы создания содержания и формы произведения искусства, которые будучи неоднократно повторенными, закрепляются в сознании художника и публики. 2) Исторически сложившееся внутреннее подразделение во всех видах искусства; тип художественного произведения в единстве специфических свойств его формы и содержания. Понятие «Ж.» обобщает черты, свойственные обширной группе произведений какой-л. эпохи, нации или мирового искусства вообще.

**Завязка** - 1) (в театре) момент обнаружения коллизии, возникновение конфликта, второе (основное) событие в пьесе, меняющее жизнь персонажей, к-рое впоследствии приводит неизменно к точке напряжения. 2) (В массовом представлении) момент включения

зрителя в игровой образный ход действия. Психологическое назначение 3.: не только дать некое событие - толчок к развитию действия, но и продолжать развивать у аудитории настроение соучастия, сопереживания, которое начинает формироваться уже экспозицией представления, вечера, праздника и т. д.

**Задача** - 1) (в широком смысле) данная в определенных условиях (напр., в проблемной ситуации) цель деятельности, к-рая должна быть достигнута преобразованием этих условий согласно определенной процедуре, 3. включает в себя требования (цель), условия (неизвестное) и искомое (неизвестное) формулирующееся в вопросе. 2) (В театре) 3. сценическая определяет действие актера в воображаемом мире роли, спектакля и складывается из трех элементов: действие (что делаю), цель (для чего делаю) и приспособление (как делаю).

**Задник** - составная часть одежды сцены, представляющее собой цельное полотнище, замыкающее последний план кулис. 3. может быть однотонным, расписным, приспособленным.

**Замысел** - 1) задуманный план действий, деятельности, намерение. 2) Заложенный в произведении смысл, идея. 3) (В иск-ве) исходное представление художника о своем будущем произведении, его более или менее осознанный прообраз, с которого начинается творческий процесс. Планы, заявки, наброски, этюды, эскизы, режиссерская экспликация - наиболее распространенные формы внешней фиксации 3. Различают 3. драматургический и режиссерский 3.

**Идея** - (гр. idea - понятие, представление, идея, образ), 1) форма отражения в мысли явлений объективной реальности. 2) Мысль, общее понятие о предмете или явлении; продукт человеческого мышления, отражающего материальный мир. 3) Определяющее понятие, лежащее в основе теоретической системы, логического построения, в частности мировоззрения. 4) Основная главная мысль, замысел, определенное содержание чего-л., напр., художественного, научного или политического произведения и т. д. 5) (В искусстве) воплощенная в произведении искусства эстетически обобщенная определенную концепцию мира и человека.

**Игра** – разновидность непродуктивной деятельности, смысл которой заключается не в результатах, а в самомпроцессе.

**Имидж** – 1) символический образ объекта; 2) эмоционально окрашенный, включающий реальные и идеальные черты, устойчивый образ, сложившийся в массовом сознании, обеспечивающий адекватную самоподачу субъекта в значимой социальной среде, способный оказывать влияние на поведение людей; 3) это образ, который формируется в восприятии потребителя, инвестора, партнера, сотрудника компании.

**Имидж-билдинг** (конструирование образа) – один из самых эффективных приемов современной рекламы, непосредственно связанный с продвижением на рынок товаров и услуг. Это система мер, направленных на создание позитивного образа учреждения культуры, конкретного коллектива или исполнителя.

**Имиджмейкер** – специалист по созданию имиджа.

**Интерпритация** (лат. *interpretatio* - посредничество, изменение, переделка) - 1) в широком смысле - истолкование, разъяснение смысла, значения чего-л., объяснение, перевод на более понятный язык. 2) В искусстве актера, режиссера, музыканта и т. п. - трактовка, творческое раскрытие какого-л. художественного произведения, определяющееся идейно – художественным замыслом и индивидуальными особенностями артиста. И. складывается из предварительной разработки художественного, материала во время репетиционной работы и импровизации, рождающейся непосредственно во время исполнения.

**Исходное событие** - документальный факт, историческое или современное событие, ставшее основой драматургии и смысловой задачи массового театрализованного представления. При определении И. с. важно учитывать конкретные жизненные обстоятельства, связанные с местом и временем данного театрализованного действия и кругом его участников, на которых оно рассчитано.

**Информационный повод** – событие, новость, служащие основанием для редакционной публикации в прессе, сюжетом для теле- и радиожурналистов.

**Карнавал** (фр. *carnaval*, ит. *carnevale*)- 1) праздничное зрелище, вид массового народного гулянья с шествиями, театрализованными играми(Театрализация), уличным маскарадом, кавалькадами. 2) В

более широком смысле под К. понимается вся совокупность явлений смеховой (карнавальной) культуры. (Хэппенинг).

**Клуб** (англ. club) - 1) общественная организация культурно-просветительного характера, объединяющая людей одной профессии (напр., К. предпринимателей), одних интересов (шахматный К., К. фанатов), одного социального круга (женский К., детский К.) для совместной действий, отдыха, занятий и т. п. 2) Здание (собственно К., Дом культуры. Дворец культуры, культурно-деловой центр и т. п.), помещение (в т. ч. подвальное).

**Клубное мероприятие** - драматургически и режиссерски выстроенное действие общественного или художественного характера, происходящее на сценах или в помещениях клуба. Таким событием может быть встреча с интересным чел-ком, очередной выпуск устного журнала, диалог-диспут и т. п.

**Коллектив** (лат. *collektivus* - собирательный)- относительно компактная социальная группа, объединяющая людей, занятых решением конкретной общественной задачи (К. трудовой, учебный, военный, спортивный, молодежный и т.п.) (Оркестр, Хор, Постановочная группа).

**Композиционно-постановочный план** - схематическое решение формы театрализованного представления на стадионе. Он включает в себя необходимое для данной постановки количество схем, выполненных в соответствующем масштабе, которые раскрывают структурное решение отдельных массовых номеров, эпизодов, представления в целом. На схемах К.-п. п. с точностью, до одного участника изображаются рисунки построений, в которых происходит действие, а также намечаются пути перехода участников из одного рисунка в другой, т. е. перестроения, которыми действие разворачивается и объединяется в целостное представление,

**Компиляция** ( лат. *compilatio*. букв.ограбление)- накопление выписок, собрание документов; составление сочинений на основе заимствования чужих исследований или чужих произведения (литературная К.) без самостоятельной обработки источников (собственных обобщений или интерпретаций), работа, составленное таким методом; несамостоятельное произведение

**Композиция** (лат. compositio - сочинение, составление, связывание, примирение)- 1) строение, соотношение, взаимное расположение частей (К. сценического пространства). 2) Муз., живописное, скульптурное или графическое произведение. 3) Сочинение музыки как вид художественного творчества; также научная и учебная дисциплина, посвященная этому виду творчества. 4) Произведение, включающее различные виды иск-ва (напр., Литературно-муз. К.) или составленное из различных произведений и отрывков. 5) В лит-ре и иск-ве - конкретное построение, внутр. структура произведения: подбор, группировка и последовательность изобразительных приемов, организующих идейно-художественное целое. Основные эл-ты К. сценического и массового театрализованного действия: экспозиция(пролог), завязка, развитие действия (перипетии), кульминация, развязка. Основные принципы: полярность, трехчленность, ритмические волны (повторы.) К. - это соотношение частей целого. Театрализованное представление состоит из многих композиционных частей - номеров, эпизодов, из компоновки декораций, мизансцен, муз.оформления, света и т. д. К. - есть взаимосвязь, взаимозависимость частей и целого.

**Композиция сценического пространства** - пространственное соотношение актера и сценической площадки. К. с. п. отличается от горизонтальной поверхности не только наличием глубины, но и фактором земного притяжения. Мизансценической осью К. с. п. признано считать середину первого плана сцены в высоту человеческой фигуры, делящую сцену на левую и правую геометрически равные, но неравные иллюзорно, половины. Обе половины в свою очередь также делятся еще на две половины. Поперечные доли составляют на сценической площадке авансцена, первый план, второй (сценический) план и дальний план (третий план, иногда на четвертый и пятый (в зависимости от размера сцены). Сценические планы обычно определяются по кулисам. Т. о., сценическая площадка как бы мысленно расчленена на шестнадцать квадратов: на три плана в глубину, плюс пространство авансцены и по ширине - по трем точкам (мизансценическим осям).

**Конкурс** (лат. concursus - стечение, столкновение)- соревнование, имеющее целью выделить наилучших из числа его участников, наилучшие работы. Режиссура современных К. становится все изобретательнее, превращая их в настоящее шоу.

**Конфликт** (лат. conflictus - столкновение)- 1) открытое столкновение сторон, мнений, сил; серьезное разногласие, острый спор. 2) (В психологии) столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельно взятого индивида, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с острыми отрицательными эмоциональными переживаниями. 3) В искусстве К. нередко называют коллизиями. К. воссозданию острых и напряженных К. в наибольшей мере тяготеют театр и драма с присущей им непрерывной линией слов и движений героев. К. разнокачественны по своей сути. К. могут выступать и как недоразумения, порой веселые и забавные, т е в качестве феноменов неповторимо единичных, связанных, как правило, с частной жизнью, иногда и вовсе случайных, сопряженных с чьей-то интригой (что характерно для авантюрных новелл и романов, фарсов, водевилей, многих комедий). К. может воплощаться не только в прямом противоборстве персонажей и развивающемся от завязки к развязке действия, но и в устойчивом, стабильном фоне изображаемых событий, в не зависящих от конкретной ситуации мыслях и чувствах героев, исполненных драматической напряженности (напр; пьесы А. П. Чехова, А. М. Горького, Б. ШОУ, Б. Брехта). Сценическая форма отражения противоположностей в жизни людей содержит три типа К.: герой - герой, герой - среда, герой - зрительный зал. 4) В массовом действии К. возникает между исполнителями и зрителями, между жизненными интересами реальных участников действия истремлением увлечь их театрализованной праздничной игрой. Конфликтное отражение противоречий действительности в театрализованном представлении создается таким монтажным приемом, как контраст.

**Концертная программа** - качественно новое, единое и целостное произведение искусства, составленное из отдельных концертных номеров. Кардинальное требование к составлению К. п. заключается в том, что концерт должен идти по нарастающей так, чтобы естественное трат энергии зрителей компенсировалась усиливающейся «ударностью» номеров, т. е. произведениями, восприятие к-рых вызывает наиболее бурную реакцию публики, исполнялись ближе к концу программы. Если К. п. представить графически, то она должна иметь несколько «пиков», последний из которых самый высокий. Законы построения К.п.: 1) разнообразие номеров - избегание соседства

похожих по жанру и стилю номеров, но не все жанры могут находиться в близком соседстве, напр., ансамбль скрипачей и жонглер, балет, 2) учет тематического сочетания номеров; 3) определение места номера в К. п., не каждый номер может стоять, напр., в финале отделения или всего концерта; 4) четкость перехода от номера к номеру, которая заключается в умении чередовать массовые и сольные номера, предусмотреть время для выхода хоровых и оркестровых коллективов, смены деталей оформления; 5) избегать затянутости каждого номера в отдельности и всей К. п. в целом; 6) подготовка восприятия зрителя. Она может быть осуществлена через афишу или объявление ведущего в начале концерта; 7) не «усиливать» и не «укреплять» К. п. после ее утверждения, ибо любые изменения в ней ведут к нарушению художественной целостности концерта.

**Концертное действие** - процесс художественного сотворчества артиста и зрителя, рождающий концертный образ,

**Костюм** ( фр. costume – отличительная одежда)- 1) одежда, платье (театральный К.). 2) Мужское (пиджак и брюки) или женское (жакет и юбка) верхнее платье Один из элементов эстетической культуры, характеризующий обычай, образ и стиль жизни, вкусы людей. К. отличаются друг от друга по форме, назначению, использованию

**Контактная аудитория**— любая группа, которая проявляет реальный или потенциальный интерес к организации или оказывает влияние на ее способность достигать поставленных целей.

**Критерии составления концертной программы** - признаки, на основании которых определяется порядок концертных выступлений и номеров. К ним относят: популярность жанра (от менее популярного – к более популярному), сложность номера (от более сложного для восприятия до более легкого), мастерство исполнителя (от слабого к более профессиональному) и его популярность (от непопулярного к популярному), количество исполнителей (сольный номер - групповой - массовый), зрелищность номера (от незрелищного - к зрелищному), разнообразие номеров (по количеству исполнителей и жанрам). Завершение концерта требует наиболее эффектной и впечатляющей точки.

**Культура** - (лат. cultura - возделывание, воспитание, образование, развитие, почитание), 1) совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеческим обществом и характеризующих определенный уровень развития общества, различают материальную и духовную К.; в более узком смысле слова термин К. относится к сфере духовной жизни людей. 2) Уровень, степень развития, достигнутая в какой-л. отрасли знания, деятельности (К. труда.Сценическая К., К. празднования и т. д.).

**Культурный продукт:**

ресурсы культурно-исторического наследия (исторические, культурные, архитектурные достопримечательности); основные средства его представления (музеи, галереи, концертные учреждения и др.); результаты культурной деятельности (выставки, экспозиции, массовые мероприятия, концерты и пр.).

**Культурный способ деятельности** – особый способ жизнедеятельности, характерный для человека. Выражается в отсутствии доминирования генетически заложенной программы развития. Действия человека определяются механизмом целеполагания, разворачивающимся посредством идеально-планирующей функции мышления. Особенностью К. сп. д. является вынесение вовне продуктов культурного взаимодействия, овеществление идеальных образов.

**Личность** – культура и система общественных отношений, отраженные в мышлении и поведении индивида.

**Лейтмотив** (нем. Leitmotiv, букв. ведущий мотив) - 1) основной мотив, муз. оборот, повторяющийся в муз. произведении в качестве характеристики или условного обозначения персонажа, предмета, явления, идеи, -эмоции; основная тема. Используется с 19 в. в опере, балете и программной инструментальной музыке. 2) (Перен.) основная тема художественного произведения (Л. романа, Л. спектакля, Л. театрализованного представления). 3) Один из основных монтажных приемов и одновременно одна из особенностей драматургии театрализованных представлений (тематических концертов, литературно-муз. композиций, агитационно-художественных представлений).

**Литературно-музыкальная композиция** - драматургическое произведение эстрадного искусства (эстрадное представление), создаваемое на основе сочетания и синтеза поэтического слова, музыки, танца, пластики. В современной Л.-м. к. широко используются все средства выразительности видов иск-в. Главнейшие отличительные, именно видовые особенности отражены в самом названии. Литературная - это значит, что в основе сценария лежит художественная, а также публицистическая и научная литература. Может быть использован местный документальный материал, но при этом непременно доминирует материал литературный и муз. Музыкальной называют композицию потому, что музыка наравне с литературным материалом (иногда в большей, иногда в меньшей степени) оказывается частью действенной структуры каждого звена, каждого цикла представления, а следовательно, и драматическим элементом последнего. В Л.-м. к. композиционное построение смыкается с творческим монтажом. Л.-м. к. могут быть двух типов: монокомпозиции, создаваемые по произведениям одного автора (писателя или композитора) и тематические композиции, в которых единая тема рассматривается путем использования в них муз.и литературных произведений нескольких авторов.

**Логотип** - специально разработанное оригинальное начертание полного или сокращенного названия учреждения; словесный фирменный знак, включающий фирменный шрифт, цвета, графические элементы.

**Маркетинг** — наука о регулировании рынка гибких ценах, планировании производства, стимулировании сбыта и рекламировании, на базе точных данных о состоянии рынка.

**Маркетинговые коммуникации** — это систематические отношения между бизнесом и рынком, в ходе которых воедино собираются разнобразные идеи, дизайнерские решения, сообщения, данные о коммуникационной среде, формы размеры в целях передачи идей, стимулирования конкретного восприятия товаров и услуг отдельными людьми, объединенными в целевой рынок.

**Массовое театрализованное действие** - зрелище, в котором участвуют большие массы людей. Оно проводится под открытым небом на площадях, стадионах, парках и обычно приурочены к знаменательным

датам. Драматургия М. т. д. строится по законам композиции. Оно должно быть динамичным, зрелищным, эмоциональным и образным. Ему категорически противопоказаны статично-декламационные, т. н. "разговорные" эпизоды и сцены. Диалоги и монологи заменяются здесь символическими и аллегорическими построениями, пластическими метафорами, образно-ассоциативными мизансценами. В основе зрелищной природы М. т. д. лежат большие танцевально-музыкально-пантомимические композиции, подкрепленные минимальным количеством текста. Причем текст этот должен быть сжатым, емким, образным. Действенность М. т. а. определяется конфликтами, столкновениями, борьбой идей внутри каждого эпизода.

**Менталитет** – относительно целостная совокупность мыслей, верований, установок, созидающая картину мира и лежащая в основе определенной социальной общности и культурной традиции.

**Мерчандайзинг** (от англ. merchandise— товары, торговать) — это комплексная система воздействия на покупателя в местах розничных продаж. С точки зрения сферы культуры – это внутренняя и внешняя реклама учреждений культуры.

**Метод действенного анализа** - исследование драматургического произведения с помощью сценического действия. Спектакль считается построенным по М. д. а., если создана партитура жизни каждого образа через сплошную цепь внутр. конфликтов, партитуру, которая вскрывает столкновение групп, действие и контрдействие. Существо М. да. В том, чтобы найти в пьесе событийный ряд от крупных до самых малых, найти что называется, молекулу сценического действия, дальше к-рой действие не дробится. В современной театральной практике М. д. а. сближается с методом физических действий. Если М. д. а. идет от целого к частностям, от крупных, больших событий - к мелким, огромное внимание уделяет этюдным, импровизационным пробам, то метод физических действий - путь от частных к целому, от фактов к событиям - ставит в центр репетиционных поисков обнаружение борьбы в каждом мельчайшем "атоме" сценического действия, доведение этой борьбы до конкретно осязаемой, материальной, физической схватки. Оба метода дополняют, обогащают друг друга, взаимодействуют один с другим.

**Мизансцена** (фр. miseenscene - размещение на сцене)- расположение актеров на игровом пространстве в определенных сочетаниях друг с другом и с окружающей вещественной средой в тот или иной момент сценического действия. Назначение М. - через внешние, физические взаимоотношения между действующими лицами выражать их внутр. (психологические) отношения и действия. М - язык режиссера, это самое "материальное" осязаемое средство образного выражения режиссерской мысли.

**Миниатюра** (фр. miniature, < лат. minium- киноварь, сурик)- 1) художественное произведение (обычно живописное) малых размеров, отличающихся особо тонкой манерой наложения красок Первоначально М. назывались выполненные гуашью, акварелью и др. красками иллюстрации, инициалы, заставки и т. п. в рукописных книгах. Название "М." перешло на живопись (главным образом, портретную) малого формата, исполняемую на кости, пергаменте, картоне, бумаге, металле, фарфоре, нередко на бытовых предметах - табакерках, часах, перстнях, на лаковых изделиях. 2) В лит-ре, театре, музыке, цирке, на эстраде - жанр "малых форм", небольшое по размеру произведение (рассказ, пьеса, водевиль, интермедия, скетч, разговорная, хореографическая, вокальная или муз.сценка, эстрадная или клоунская реприза и т. д.). На М. строится репертуар театров миниатюр. В М.режиссер и исполнители заботятся о точности взаимоотношений действующих лиц, уделяют особое внимание нахождению выразительного, броского обыгрывания ее неожиданного конца.

**Монтаж** (фр. montage - сборка, соединение) - 1) (в кино) - творческий и технический процесс в создании кинофильма, следующий, как правило, после проведения киносъемок. Включает отбор отснятых фрагментов в соответствии со сценарием и режиссерским замыслом, склейку, соединение всех монтажных компонентов (зрительного, звукового ряда и т. п.) в цельную художественную композицию. 2) Подбор и соединение отдельных частей чего-л. (на основе их сравнения, сопоставления) с помощью различных приемов для создания единства, законченного произведения (напр., литературный М., Литературно-муз. композиция). 3) (В драматургии) метод конфликтной организации сценарного материала. 4) Метод "собирания образа" (Д Вергов). 5) (В театрализованном представлении, массовом действе) сборка выразительных средств и документального материала

в номер или игровой эпизод (внутриномерной М.), подборка и сборка номеров и тематических игровых эпизодов в смысловое целое.

**Монтажный лист** - составная часть режиссерской документации, режиссерская запись монтажного развития театрализованного действия во времени и пространстве. Это своеобразное графическое изображение театрализованного представления, в котором по вертикали расшифровывается порядок действия (слагаемые представления), а по горизонтали - каждая позиция представления, действия всех его участников (как исполнителей, так и служб). В горизонтальной строчке М. л. Указываются следующие позиции: Номер по порядку; Время (хронометраж). Эпизод; Действие на сцене (название номера, реплики диктора или ведущих "от..." и "до ..."), Участники (перечень исполнительских сил: коллективы, ансамбли, солисты, ведущие, реальные герои).Выходы и уходы (момент и направления выходов и уходов исполнителей); Аккомпанемент (музыка, шумы и звуковые эффекты: характер сопровождения - "живое" или фонограмма); Оформление (занавес, задник, станки, реквизит и т. п.); Свет; Проекция (кино, слайды и т. п.); Костюмы; Примечания. На основе М. л. Создаются муз.партитура, динамика-статическая проекция, световая партитура, монтировочный лист.

**Монтажный план** - режиссерская запись монтажного развития театрализованного действия во времени, точно фиксирующая порядок действий основных исполнителей и служб.На основе М. п. составляются монтажные листы с выпиской действий данного исполнителя, коллектива и службы в общей монтажной композиции.

**Музыкальное оформление** - музыка, сопровождающая драматический спектакль, фильм, радиопостановку, театрализованное представление, праздник и т. п.

**Народное творчество** (народное искусство, фольклор) - синтетическое по характеру иск-во, художественная коллективная творческая деятельность трудового народа, отражающая его жизнь, воззрения, идеалы; создаваемые народом и бытующие в народных массах поэзия (предания, песни, сказки, эпос), музыка (песни, инструментальные наигрыши и пьесы), театр (драмы, сатирические пьесы, театр кукол), танец, архитектура, изобразительное иск-во и декоративно-прикладное иск-во. Н. т., зародившееся в глубокой

древности, - историческая основа всей мировой художественной культуры, источник национальных художественных традиций, выразитель народного самосознания. В широком смысле к Н. т. относят все виды непрофессионального искусства (самодельное иск-во, в т. ч. народные театры).

**Наружная реклама** – (анг. outdooradvertising) – рекламный канал, доносящий рекламные обращения получателям посредством отпечатанных типографическим способом плакатов, щитов, световых табло, которые устанавливаются в местах наиболее оживленного уличного движения, а также вдоль шоссе и железных дорог. Это рекламные конструкции и изображения, которые размещают в виде: баннеров, билбордов, сити-лайтов, брендмауэров, рекламных труб, и т.д.

**Неформальные вербальные маркетинговые коммуникации,**— так называемые слухи, молва, занимающие особую позицию в системе маркетинговых коммуникаций.

**Новация** – изменчивая часть культуры; элементы культуры, возникающие в связи с изменением условий ее существования, специфики ее развития; способ обновления культуры.

**Первый план** - пространство от красной линии до первой пары кулис. П. п. допускает большую свободу движения и больший объем композиции, чем на авансцене. Если в постановке работает основной занавес или супер и по пожарным условиям декорация не может заходить за красную линию, режиссер, чтобы не слишком «вырывать» актера из декорации, ограничивает пользование просцениумом, П. п. становится основной плоскостью движения персонажей.

**Перспектива** (фр. -perspective, лат.perspicio - ясно вижу) - 1) иск-во изображать на плоскости трехмерное пространство в соответствии с тем кажущимся изменением величины, очертаний, четкости предметов, к-рое обусловлено степенью удаленности их от точки наблюдения. 2) Вид, картина природы с какого-н отдаленного пункт, наблюдения, видимая даль. 3) (В театре) расчетливое, гармоничное соотношение и распределение частей при охвате всего целого пьесы и роли. Зная П. роли, актер может расставить нужные акценты, сознательно построить «архитектуру» своего смысла, расчетливо распределить свои

собственные силы, разумно организуя себя в спектакле. «Большое физическое действие, передача большой мысли, переживание больших чувств и страстей, создающихся из множества составных частей, наконец, целый акт, целая пьеса - говорил К. С. Станиславский. - не могут обходиться без П. и без конечной цели (сверхзадачи).

**План-сценарий** - составная часть режиссерской документации, схематичное изложение драматургического замысла театрализованного представления, праздника. Первый официальный документ в подготовке массового мероприятия. Его разрабатывают главный режиссер и сценарист, а утверждает заказчик (Социальный заказ). П -с. включает в себя названия эпизодов, их краткое содержание или описание документального и художественного материала, использованного в каждом из эпизодов. В своем содержании он несет две функции: творческую и организационную. П -с. дает ответы на три главных вопроса: «Где будет?», «Что и как будет?» и «Что для этого надо?»). Важность этого документа в том, что он открывает фронт работ по непосредственной подготовке представления.

**Постановочный план** - форма фиксации основных элементов режиссерского замысла. П. п. называют также режиссерской разработкой, режиссерской экспликацией. В П. п. указывается прогнозируемая аудитория, мотивы выбора и социально-педагогическое значение отмечаемого события, определение темы представления, праздника. Жизненная идея, конфликт-2, действенное содержание постановки (сверхзадача, сквозное действие, режиссерский ход, общее композиционное построение, событийный ряд, эпизодное построение), приемы театрализации документального действия и реальных героев, жанр, смена атмосфер, пространственное и сценографическое решение постановки, опорные и главные мизансцены, монтажный лист постановки, состав постановочной группы, план под-готовки постановки и график репетиций. В зависимости от формы представления или праздника, его масштабов какие-то эл-ты П. п. могут опускаться или иметь специфический характер.

**Принцип** ( лат. principium - начало, основа) - 1) основное исходное положение какой-л. теории, учения, науки, мировоззрения, политической или общественной организации. 2) Руководящая идея, основное правило деятельности (Принципы композиции). 3)

Внутреннее убеждение человека, определенное его отношение к действительности, нормы поведения (напр., П. отношений режиссера и исполнителя).

**Принципы композиции** - основные правила построения формы сценического произведения. К ним относятся: ритмические волны, ритмические повторы, полнота, трехэлементность (М. Чехов).

**Проекция** (лат. projectio, букв. - выбрасывание вперед), изображение пространственных фигур на плоскости (или на какой-л. другой поверхности экране). Различают динамическую П. (кино- и видеофильмы) и статическую (диафильмы, слайды, диапозитивы, фотографии). П. используется в постановочной практике двумя методами: 1) репродуктивно-объяснительный, суть которого заключается в изложении, разъяснении, подчеркивании, внушении. Зрителю концентрированно излагают какую-л. полезную информацию, дополненную, усиленную демонстрацией каких-л. кадров, вызывающих у зрителя ощущение их подлинности и достоверности; 2) проблемно- ситуационный метод призван максимально активизировать зрителя, формировать у него стремление к соучастию в предлагаемых обстоятельствах.

**Пролог** (гр. prologos - вступление) - 1) Начало чего-л., вступление к чему-л.: к основному изложению литературного произведения, к театральному или муз.спектаклю, к концерту, празднику и т. п. (противоположное - эпилог). В П. может быть рассказ о событиях, предвещающих и мотивирующих основное действие, или разъяснение художественного замысла, эстетического кредо автора. 2) (В театре, театрализованном представлении) обращение к зрителям, эпиграф, завязка, начальный эпизод, в к-ром сообщается о задачах представления. Цель П. - подготовить зрителей к восприятию спектакля, театрализованного действия.

**Образ** - 1) (филос.) результат и идеальная форма отражения предметов и явлений материального мира в сознании человека. О. на чувственной ступени познания - ощущения, восприятия, представления; на уровне мышления - понятия, суждения, умозаключения. Материальной формой воплощения О. выступают практические действия, язык, различные знаковые модели. 2) Вид, облик (создать что-л. по своему образу и подобию). 2) Живое, наглядное представление о ком- о чем-н.

(светлые образы будущего). 4) В художественном произведении: тип, характер. (О. скупца - Плюшкин в "Мертвых душах" Гоголя). 5) Порядок, направление чего-н., способ (О. мыслей, О. действий).

**Одежда сцены** - мягкие (бескаркасные) декорации. К О.С. относятся арлекин (З), кулисы, падуго, занавесы, раздержки, задники, панорамы, горизонты, половики, витражи, экраны и т.д. О. с.: рассчитывается так, чтобы ни при каких условиях ни с одного места зрительного зала не было видно ничего лишнего. Кроме этого - О.с. должна служить декоративным фоном, на к-ром с добавлением некоторых деталей, можно играть целые пьесы, представления. О. с. подразделяют на дежурную, концертную и светопоглощающую.

**Обряд** – сложная формаритуального поведения; культ; совокупность определенных действий, которые направлены на сохранение и утверждение особо значимых для членов данного общества ценностей и смыслов.

**Обычай** – наиболее простая форма ритуального поведения; традиционный тип социокультурной регуляции деятельности, которая воспроизводится в определенном обществе или социальной группе и является привычной для членов данного коллектива. **О.** подразумевает неуклонное следование воспринятым из прошлого образцам поведения.

**Общественное мнение** - особое состояние массового сознания, заключающее в себе скрытое или явное отношение людей к событиям и фактам социальной действительности. Возникает как продукт осознания назревших и требующих решения социальных проблем и появляется в сопоставлении различных взглядов и позиций по обсуждаемому вопросу, в одобрении, поддержке или отрицании тех или иных действий, поступков и линий поведения людей.

**Паблик рилейшнз** (пиар) – связи с общественностью, управление общественным мнением; (от англ public relations – PR) — планируемые, продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между учреждениями культуры и общественностью посредством СМИ. Управленческая деятельность, связанная с установлением

гармоничных отношений между организацией и ее социальной средой (или общественностью) посредством коммуникаций.

**Прайм-тайм** – время вещания радио- или телеканала, при котором собирается максимально большое число аудиторий.

**Развлечение** - занятие, времяпрепровождение, доставляющее удовольствие (напр., массовые Р.). 2) То, к чему относятся несерьезно: шутка, пера, игрушка, смех, забава, потеха.

**Режиссерская ситуация** - игровая, жизненная ситуация, которая создается сценарным и режиссерским ходом и включает в театрализованное действие зрителей и реальных героев. В сценарии и режиссерском замысле программируются игровые ситуации будущего действия. Само праздничное театрализованное игровое общение исполнителей и зрителей происходит в самый момент праздника и вызывается теми игровыми ситуациями, которые созданы режиссером и организаторами праздника.

**Режиссерский прием** - способ взаимосвязи выразительных средств в воплощении режиссерской художественной мысли, образный перевод режиссерского замысла в решение.

**Режиссерский сценарий** - описание режиссерского воплощения литературного сценария в живом образном действии. Жизненная основа режиссуры массового театрализованного действия предполагает изначальную родственность функций и совместную работу сценариста и режиссера. Но в отличие от литературного сценария, описывающего предполагаемое праздничное действие как будущий результат, режиссерский сценарий содержит режиссерское решение, конкретные художественные приемы постановки самого процесса действия и использования выразительных средств, в реализации сценарного и режиссерского замысла.

**Режиссерский ход** - зримое, условное игровое действие, выражающее режиссерское решение и связывающее все части, эпизоды, номера, выразительные средства в непрерывно развивающуюся композицию целого, включающее зрителей и участников в сквозное действие праздника, представления, концерта.

**Режиссерское решение** - режиссерская концепция пьесы или сценария, выраженная художественными выразительными средствами. Включает в себя определение образного зерна, сквозного действия, и сверхзадачи, событийного ряда и режиссерских акцентов и т. д. Замысел- это неосуществленное решение. Решение – это осуществленный замысел (Г. Товстоногов). Р. р. работает на сквозное действие, определяет ритми стиль, жанр спектакля, театрализованного представления. Р. р. выражает индивидуальность художника, режиссера. «Решение, пришедшее на ум многим, при всей кажущейся оригинальности ничего не стоит. Это не решение, а штамп». (Рехельс).

**Режиссура** - своеобразный вид художественного творчества, позволяющий создавать образное решение идейно- тематического замысла произведения одного из "зрелищных искусств" с помощью только ему присущих выразительных средств. Различают Р. драмы, муз.театра (оперы, оперетты, балета), кино, эстрады, цирка, театрализованных представлениях и массовых праздников. Понятие «Р.» сегодня распространяется на художественную организацию не только самых различных произведений коллективного творчества, но и жизненных общественных акции: Р. общественных и политических компаний, презентации, режиссура художественных вернисажей и парада мод, Р. книги и муз.альбома, Р. школьного урока и т. д. Т. о., понятие «Р.» можно определить как художественный процесс создания композиции гармонического целого из различных компонентов произведений искусства и явлений реальной жизни. Все эти виды Р. отличаются своими специфическими особенностями и в то же время имеют свои общие принципы, основанные на естественных законах композиции целого в природе и в искусстве. Предметом режиссуры массового театрализованного Действия является человеческое общение художественными средствами, это двуединый творческий процесс Р. художественных выразительных средств и Р. самой жизни. Результатом режиссерского процесса здесь становится образ праздничного события, образ праздничного театрализованного общения.

**Реквизит** ( лат. requisition - необходимое)- совокупность предметов, вещей (подлинных и бутафорских), используемых в театральном и театрализованном представлениях, на киносъёмках. К Р. относятся все предметы, которые находятся во время представления на сценической площадке (картины, часы, вазы, обручи, мячи, и т. д.) или с которыми

выходят исполнители (ручка, блокнот, бинокль, ружье, шпага и т. п.). В Р. всегда много подлинных предметов. В зависимости от жанра, от стилистики постановки Р. имеет разный характер. В одних спектаклях используются в основном натуральные предметы, в др. - предметы могут быть упрощенными или преувеличенными в размерах (фарс, комедия) или фантастически видоизмененными, приукрашенными (сказка).

**Репетиция** (лат. *repetitio* - повторение) - 1) быстрое повторение одного и того же звука на клавишных и некоторых др. инструментах. 2) Основная форма подготовки (под руководством режиссера) театральных, эстрадных, цирковых представлений, концертных программ, отдельного номера, сцены путем многократных повторений (целиком или частями).

**Позиционирование** – установление, определение положения, «ниши» товара или услуги в коммуникативном пространстве. Это создание определенной позиции товара или услуги в сознании потребителей.

**Презентация** – мероприятие PR, решающее задачи демонстрации для определенной общественной аудитории нового товара или услуги, новых идей и проектов, иных результатов какой-либо деятельности.

**Пресс-конференция** - мероприятие для журналистов, на котором представляют новые проекты, сообщают об общественно значимых событиях, заявляют точку зрения на актуальную тему; разновидность интервью с большим числом журналистов, задающих вопросы одному или нескольким хорошо осведомленным в определенной области лицам.

**Пресс-релиз** - это краткое сообщение для СМИ, содержащее важную новость для широкой аудитории, которое может служить основой для публикации или съемки телесюжета, записи радиоматериала. Готовится к пресс-конференциям и связан с предстоящей премьерой, вернисажем.

**Пресс-справка**— информация о текущих мероприятиях для СМИ

**Пресс-пакет**— подборка материалов с приложениями и фото, готовится к крупным событиям.

**Пресс-дайджест** — сокращенная перепечатка главнейших публикаций за определённый период времени.

**Промоутер** — соединяющее звено между учреждениями культуры и их проектами с одной стороны, и потенциальными зрителями, потребителями этой услуги — с другой.

**Промоушн** — от английского «promotion» — продвижение, «раскрутка». Продвижение — это любая форма сообщений, используемых организацией для информирования или напоминания потребителям о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности.

**Промо - сувениры** — это подарки для массового потребителя, поэтому их принято вручать на рекламных акциях по раскрутке новых торговых марок и по поддержанию спроса на уже известные товары.

**Продвижение товара** — совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах товара/услуги до потенциальных потребителей и стимулирование желания приобретать их.

**Прямой маркетинг** — личные контакты представителей УК с представителями потенциальных аудиторий, устное представление мероприятия в ходе беседы.

**Реклама** (с лат. reklamare - кричать) - любая платная форма неличного представления и продвижения идей, услуг, которую заказывает и финансирует известный спонсор с целью создать широкую известность-паблисити чему либо; либо, оплаченное информирование отдельных целевых аудиторий и всего общества в целом о товарах и услугах, их производителях

**Реклама в кинотеатрах** — это способ донесения рекламной информации целевой аудитории в кинотеатрах.

**РР** (Продакт Плейсмент) - товарное размещение - благожелательное представления фирмы или ее товара в художественных произведениях (фильмах, сериалах, ТВ шоу, спектаклях, компьютерных играх, в тексте ведущих КДП).

**Сверхзадача** - идея, ставшая внутренней потребностью, стремлением, пафосом художника; жизненная цель, притягивающая к себе все без исключения жизненные и творческие задачи, то, ради чего режиссер творит массовое театрализованное действие и объединяет в общий творческий процесс всех его участков. Отход от С. и сквозного действия в режиссуре - это не только потеря идейной целеустремленности, но это одновременно и распад формы, когда постановка у режиссера и образ у актера размельчается на отдельные куски, не создающие целого.

**Связка** - 1) несколько однородных предметов, связанных вместе. 2) Переходный, логически обоснованный, момент, соединяющий два соседних эпизода в театрализованном представлении: «мостик».

**Сквозное действие** - основное направление выразительных средств и стремление всех действующих сил к осуществлению сверхзадачи спектакля, праздничного действия. Это вызванное режиссерскими выразительными средствами внутреннее личное стремление каждого участника праздника к общей духовной жизненной цели. Это процесс превращения театрализованного игрового общения, в жизненное событие.

**Событие** - 1) То, что произошло, то или иное значительное явление, факт общественной или личной жизни. 2) (В театре) происшествие (процесс), разворачивающийся на глазах у зрителя. Состоит из совокупности фактов (предлагаемых обстоятельств), не изменяющих и изменяющих привычное течение жизни героев. Одно из предлагаемых обстоятельств, изменяющих (вотличие от др. фактов) прежние действия героев, привычное течение жизни персонажей называют событийный фактом. Через оценку факта осуществляется переход от события к событию. С. - часть сценической жизни или зрелища, которую можно назвать «экстремальной ситуацией» с тремя условиями его осуществления: персонажи должны жить в условиях «крайнего внутри. напряжения», вызывать обязательное зрительское сопереживание и третье - выход из создавшейся ситуации должен быть непредсказуемым (М. А. Захаров). 3) (В массовом действии) С., как значительное явление общественной или личной жизни, порождает праздничную ситуацию, а задачей организаторов массового действия становится превращение праздника (представления) в жизненное С. для его участников. В сюжетных театрализованных представлениях,

как в театральной пьесе, ищется событийный ряд. Бессюжетное представление строится по принципу аттракциона.

**Событийный ряд** - последовательно совершаемые события, цепь событий, каждое из которых перетекает в следующее, режиссеру необходимо определить в постановке обязательных пять событий: исходное (экспозиция номера, спектакля, массового действия), в к-ром зрителю еще не понятно, в каком направлении будет разворачиваться действие, основное, в к-ром начинает зарождаться конфликт между героями (завязка), центральное (кульминация действия), финальное (развязка), в к-ром конфликт разрешается и главное - оно происходит в душе зрителя как вывод (прочитанная и воспринятая идея), к к-рому хотел привести режиссер спектакля, массового действия. С. р. органически связан с его темой, выступает способом ее конкретного развертывания. Каждое предыдущее событие по отношению к следующему за ним становится предлагаемым обстоятельством.

**Содержание и форма** - философские категории; С. - определяющая сторона целого, совокупность его частей; Ф. - способ существования и выражения С. Отношение С. и Ф. характеризуется относительным единством; в ходе развития образуется несоответствие С. и Ф., которое, в конечном счете, разрешается «сбрасыванием» старой и возникновением новой Ф., соответственно развившемуся С. Существует и обратная закономерность: С. проявляется только в определенной Ф. Степень соответствия Ф. и С. в иск-ве зависит от верности идеи произведения, мировоззрения, одаренности и мастерства художника. В творческой практике несоответствие, разрыв Ф. и С. произведения выступает в двух планах. Во-первых, когда общественно значимое С., актуальная тема и идея не получают в произведении яркого художественного воплощения. Это ведет к иллюстративности и схематизму, снижению Бездейственной силы искусства, а иногда к дискредитации темы и идеи произведения. Во-вторых, когда неполноценное С. выражается в интересной Ф.

**Социальный заказ** - заявка на проведение общественно значимой акции в художественно-праздничной форме, режиссер может получить С. з. как от администрации области, города, села, района, так и от общественных организаций, учреждений, предприятий, учебных заведений и т.п. В С. з. обозначается событие, основные моменты, к-рые должны быть отражены в акции, пожелания по форме воплощения,

устанавливаются сроки подготовки и проведения, место проведения акции, размер и способ финансирования.

**Спектакль** (фр. spectacle) - театральное представление.

**Сцена** (гр. skene' - палатка, шатер; лат. Scena - сцена театра, подмости) - 1) в древнегреческом театре временное деревянное помещение для переодевания и выхода актёров. 2) Часть театрального здания, площадка, на которой происходит представление (театральное, эстрадное, концертное и др.). (Театральное пространство. Сценическая площадка. Техника сцены). 3) В пьесе, спектакле часть действия, акта. 4) Отдельный эпизод, изображенный в романе, пьесе, кинофильме, картине и т. п. (С. из пьесы, С. из спектакля, С. массовая). 5) Наблюдаемое происшествие, эпизод, событие. 6) В широком смысле то же, что театр.

**Сценарий** - литературное произведение, описывающее содержание и форму действия, предназначенного для воплощения средствами кино или телеискусства, представления, массового праздника, определенных жизненных и политических акций. С. это драматургическая основа массового театрализованного действия, описание будущей постановки, определяющее ее тему, масштабы и границы проведения, пути реализации сверхзадачи сценарного проекта и его образного решения. Литературный сценарий содержит также текст или изложение содержания реплик персонажей, ведущих, тексты стихотворений, песен, театральных отрывков, описание спортивных и хореографических эпизодов, тезисы выступлений реальных героев, точно указанные моменты появления динамической и статической проекции, а также их содержание. В С. включаются также режиссерские указания (ремарки, команды на построение и смену мизансцен, изменения в освещении и т. д.). С. праздника обычно создается в совместной работе режиссера и драматурга, которые на основе знания законов массовых праздников предлагают в сценарии определенные праздничные игровые ситуации, зрелища, предугадывая реакцию и игровое поведение зрителей и участников. С. рассматривается не только как форма драматургического построения художественной акции, но и как официальный документ его организации, который позволяет составить смету расходов по его проведению, перечень необходимых материалов, костюмов, бутафории

и т. п. Методы работы над сценарием: компиляция, инсценирование, собственно драматургический метод, монтаж;

**Сценарист** (< ит. scenario) - член постановочной группы, автор литературной обработки театрализованного представления, праздника. Совместно с главным режиссером разрабатывает концепцию праздника, собирает необходимые материалы для сценария, утверждает вместе с режиссером на оргкомитете план-сценарий, оформляет сценарий литературно и утверждает на оргкомитете его окончательный вариант, вносит поправки в текст сценария во время репетиций.

**Сценарный ход** - (Ср., с сюжетным ходом) предлагаемые сценаристом драматический сюжет или условия игрового общения, определяющие развитие и композицию массового действия и выражающие его образный смысл. Часто в качестве С. х. выступает условность. Он может быть более сложным или менее заметным. С. х. органически вытекает из тематического замысла представления, подсказывается его материалом. С. х. должен отвечать нескольким требованиям: помогать раскрытию основной темы, заинтересовывать зрителя и обязательно проходить от начала до конца, связывая весь материал. С. х. может быть интересная загадка с разгадкой в конце представления, песня или песни определенной темы. С. х. может найти отражение в сценографии и т. д. В любом случае С. х. требует особого поворота всего материала, особого видения, особой веры в условность, в условия игры.

**Сценическая задача** - осуществление какого-л. действия, в котором актер сталкивается с воображаемой внешней средой, преодолевает сопротивление этой среды или приспосабливается к ней, используя пристройки (2). С. з. складывается из трех элементов: цель (зачем, для чего делаю), действие (что делаю), приспособление (как делаю).

**Сценическая культура** - духовный и профессиональный уровень режиссуры, исполнителя, сценографии, сценического произведения.

**Сценическая площадка** - часть театрального пространства, на которой проходит представление. Различают закрытые и открытые С.п. Закрытые С. п., как правило, отделены от зрительного зала порталной стеной. Боковые пространства сцены, считая от границ портала делаются в профессиональных театрах равными 6,5 метров с каждой

стороны. Т.о., ширина сцены в два раза превышает ширину портала. К закрытым С. п. относится сцена-коробка (др. названия: глубинная, колосниковая, порталная, закрытая сцена). К открытым (т. е. полностью открытым зрительному залу) С. п. относятся: пространственная (с трехсторонним обзором) - сцена, окруженная с трех сторон местами для зрителей, а с четвертой - закрытой стеной; сцена-арена - с трех или со всех сторон окруженная местами для зрителей; кольцевая - сцена, выполненная в виде подвижного или неподвижного кольца, внутри которого находятся места для зрителей. Передвижные С.п. педженты (англ. pageant - передвижная сцена в виде небольшой повозки в средневековом театре, применявшаяся при постановке мистерий, мираклей, театрализованных процессий), кароссы (площадки, используемые в карнавальных шествиях), фурки. Разновидностью открытых площадок являются такие нетрадиционные площадки, как акватории, стадион, площадь, улица, поляна, грузовой автомобиль и т. п.

**Сценическое действие** - вид художественного игрового действия. Волевой процесс сценического творчества, направленный к определенной художественной духовной цели. С. д. осуществляется в момент живого общения со зрителем в вымышленных, воображаемых предлагаемых обстоятельствах на основе определенных способов, соотносимых со сценической задачей, условиями и мерой условности театральной игры.

**Сценография** - искусство создания зрительного образа сценического зрелища посредством декораций, костюмов, света, постановочной техники (Техника сцены). Все эти изобразительные средства являются компонентами театрального представления, способствуют раскрытию его содержания, сообщают ему определенное эмоциональное звучание. Развитие С. тесно связано с развитием изобразительно искусства, архитектуры, драматургии, кино. С. помимо художественных задач должна решать и задачи технические. Во-первых, давать возможность удобно работать коллективам и исполнителям различных жанров (хору, танцевальному коллективу, оркестру и т. д., требующих порой взаимоисключающих сценических условий; во-вторых, проводить быструю смену номеров, особенно при открытом занавесе; в-третьих, наиболее выразительно и эффектно разместить в прологе и в финале всех участников; в-четвертых, хорошо видеть происходящее на сцене

всем зрителям, а не только сидящим в партере; в-пятых позволять строить мизансцены не только по горизонтали, но и по вертикали.

**Сюжет** (фр. *sujet*, букв. предмет) - 1) в изобразительном искусстве - предмет изображения. 2) (в лит-ре)- ход повествования о событиях, способ развертывания темы или изложения фабулы. 3) (театре, кино) совокупность действий, событий, в которых раскрывается основное содержание художественного произведения.

**Сюжетный ход** (Ср., со сценарным ходом) - драматургический ход, отображающий порядок построения эпизодов, логику развития действия массового представления. Задача С. х. точно и ярко выразить тему и идею представления и стать стержнем, на который нанизываются номера и эпизоды представления. (Не сюжет, а сюжетный ход!) порою не столько внешний, сколько внутр., ассоциативный, дающий возможность не только объединить сквозным действием отдельные номера представления, но, и это главное, - раскрыть его через сценическое действие - основное выразительное средство театра. Напр., введя актерские задачи и мизансценирование даже в те номера, которые в силу жанра и традиций их не предполагают. С. х. и сквозное действие представления находят свое зримое выражение в образном приеме, который дает возможность взаимосвязан все его эпизоды и создать из них неразрывную цепь последовательно развивающихся событий, действий.

**Сейлз-промоушн** – единовременные побудительные меры, поощряющие приобретение тех или иных товаров и услуг; это прямое побуждение к действиям путём информирования об экономической выгоде, покупке или посещения: выпуск и раздача сувениров с логотипами, которые вручаются постоянным посетителям или обладателям счастливых мест, раздача флайерсов, конкурсы, лотереи, игры, т.е. специально проводимые мероприятия, которые дают возможность что-то выиграть (например: постер с автографом).

**Смета** - финансовый документ, регламентирующий проведение мероприятия: расходы материальных и денежных средств.

**Ритуал** – церемонии, действия, способ и порядок исполнения которых строго канонизированы и не поддаются рациональному объяснению в терминах средств и целей. Р. носит символический характер; он играет важнейшую роль в обеспечении сплоченности членов общества.

**Символ** – условное (предметное или словесное) замещение какого-либо явления или события, обычно обладающего сложным и многообразным смысловым содержанием. С. не подразумевает прямого указания на замещаемый объект; употребление С. предполагает общезначимую реакцию не на сам символизируемый объект, а на отвлеченное значение или целый спектр значений, условно связываемых с этим объектом.

**Слоган** – фраза, выпукло выражающая рекламную идею; девиз, лозунг.

**Событийный маркетинг** (*Event-marketing*) — систематическая организация мероприятий как платформы презентации товара (услуги) для того, чтобы с помощью эмоционального воздействия активизировать внимание целевой группы к товару (услуге).

**Социокультурные институты** – социальные институты, регулирующие развитие культуры в конкретном обществе.

**Социализация** – овладение особым способом действия, специфическим для человека, общечеловеческим опытом.

**Специальные события** – тщательно спланированные и специально организованные акции в организации для инициирования новости, формирования позитивного имиджа организации и привлечения внимания общественности к деятельности кампании и ее продукции.

**Спонсорство**— отнюдь не безвозмездная благотворительность, это целевые субсидии для достижения взаимных целей; это взаимовыгодное сотрудничество, фактически реализация совместных проектов. Данная поддержка подразумевает предоставление спонсируемой стороне взамен пакета рекламных услуг.

**Спонсоринг** — это технология организации спонсорской деятельности, от выбора мероприятия/события для спонсорства, до ведения и контроля PR, рекламной компании, составления отчетности. Спонсоринг позволяет осуществлять спонсорскую деятельность с учетом интересов спонсора.

**Сувениры** — в прямом значении слова – *подарки на память* (с французского). В качестве сувениров могут использоваться любые предметы, с символикой территории, конкретного мероприятия или объекта культурного наследия. Сувениры напоминают о местах пребывания (странах, городах, исторических центрах, выставках, премьерах); о праздничных датах (красных днях календаря, днях рождения, открытии объектов, юбилеев людей, компаний, исторических событий).

**Сувенирная продукция** объединяет всевозможные товары, содержащие любую информацию о деятельности объекта исторического и культурного наследия, призванные сочетать в себе привычность и новизну одновременно, производить исключительно приятное впечатление и ассоциироваться только с положительными эмоциями.

**Тáргетинг** (англ. target — цель) — рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и адресовать рекламу именно ей.

**Творчество** - деятельность, порождающая нечто качественно новое и отличающаяся неповторимостью, оригинальностью и общественно-исторической уникальностью. Т. специфично для человека. т. к. всегда предполагает творца - субъекта творческой деятельности; в природе происходит процесс развития, но не творчества. Т. предполагает наличие у личности способностей, мотивов, знаний и умений, воображения, интуиции, вдохновения, "озарения" (интуитивного схватывания искомого результата) и т. п. Выделяют четыре стадии процесса Т.: подготовка, созревание, озарение, проверка.

**Театрализованное действие** - творческая активность людей, выражающих свои жизненные стремления художественными, театральными средствами направленная к достижению жизненной духовной цели.

**Тема** - 1) предмет описания, изображения, исследования, обсуждения, разговора и т. д 2) (В искусстве) объект изображения, круг жизненных явлений, отражаемых писателем, художником или композитором и скрепленных воедино авторским замыслом. 3) (В музыке) построение, составляющее основу муз.произведения или его разделов. В крупных муз.произведениях могут быть 2 - 3 и более тем. 3) (В музыке) муз. фраза, главный мотив, который является в муз. произведении основой для дальнейшего развития. 4) (В театре) те явления, события, которые отображаются драматургом в произведении. Т. является выражением национальных особенностей, жизни той или иной эпохи, отрезка времени. Чаще всего драматурги описывают то, что они видели сами. 5) (В театрализованном представлении, празднике) постановка проблемы, предопределяющая отбор жизненного материала и характер художественного повествования. Она порождает обращение к тому(или другому) сюжету. Т. характеризует содержательный слой представления (праздника), сюжет, являясь образной конкретизацией темы. - характеризует его форму. Т. является одной из составных частей замысла, отвечает на жизненно важный вопрос «О чем?», требующий своего размышления и разрешения.

**Темпо-ритм** - сочетание ритма (напряженности пульса, внутренней интенсивности постановки) и темпа (внеш. проявления хода сквозного действия), которые могут либо совпадать, либо резко контрастировать друг с другом. Т.-р. театрализованного представления - сочетание взаимодействия внутренней и внешней динамики исполнения и сочетание номеров и эпизодов. В верном Т.-р. представления заложен успех его восприятия как единого непрерывно и стремительно развивающегося действия, идущего как бы на одном дыхании. Современные режиссеры чаще всего используют синкопированное построение Т.-р. (при непременном соблюдении закона его нарастания). Т. е. такое чередование и сочетание номеров, к-рое приводит к резкой, контрастной смене (переакцентировке) ритмов. Сочетание темпо-ритмов - одно из действенных выразительных средств, позволяющих режиссеру наиболее точно и ярко выявить через динамику развития эпизода его главную мысль.

**Традиция** (лат. traditio - передача) - элементы социального и культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению и сохраняющиеся в определенных обществах, классах и социальных

группах в течение длительного времени. В качестве Т. выступают определенные общественные установления, нормы поведения, ценности, обычаи, обряды и т. д. Те или иные Т. действуют в любом обществе и во всех областях общественной жизни. Наиболее распространены Т. в религии. Реакционные Т. служат сохранению отживших общественных и культурных форм, прогрессивные - способствуют развитию творческих начал в общественных отношениях и культуре.

**Техника сцены** (гр. *technike* – искусная, *idchne* - искусство, мастерство) - совокупность средств, устройств, приспособлений для обслуживания сценического зрелища. К Т.е. относится архитектурное устройство сцены-коробки, ее оборудование, а также технические приспособления, которые иногда изготавливаются специально для конкретной постановки. У театральной техники есть и другая функция - создание сценических эффектов, необходимых по ходу действия.

**Телемаркетинг** («магазин на диване») – иллюстрированный рекламный каталог, обладающий уникальной возможностью демонстрации товара.

**ТВ -реклама.** Данный вид подразумевает размещение видеоролика в предусмотренном в сетке телепередач рекламном блоке.

**Традиция** – устойчивая часть культуры; элементы социального и культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению в относительно неизменном виде; способ сохранения культуры.

**Фирменный стиль** – комплекс единых художественных и текстовых средств, устойчиво воспроизводимых отличительных характеристик общения, манер поведения, традиций, свойственных фирме, позиционирующих ее в коммуникационном пространстве и у сотрудников самой организации (от англ. *corporateidentityadvertising* — «реклама корпоративной идентичности»). Включает фирменную символику, цвет, шрифт и т.д.

**Фабула** (от лат. *fabula* – повествование, история, басня, рассказ) - в художественном произведении цепь основных событий, о которых повествуется в сюжете, в их логической причинно- временной последовательности. В изложении Ф. различают экспозицию, завязку,

развитие действия, кульминацию, развязку. Часто Ф. называют сюжетом. Единица Ф. - с о б ы т и е. К одному и тому же событийному ряду могут обращаться художники разных времен, народов, поколений и разного места жительства (напр., библейские легенды или события Великой отечественной войны). Однако на одной и той же событийной основе создается принципиально новый художественный мир, в к-ром известная фабульная канва обретает новый смысл и значение. Ф. выполняет организующую функцию, объединяя все детали сюжета и давая тем самым ключ к эстетическому восприятию художественного произведения. В бестекстовой музыке, лирике, натюрморте, пейзаже и т. п. Ф. отступает на второй план, утрачивает организующую функцию; развитие сюжета осуществляется на основе движения эмоций, переживаний, настроений. Возможны бесфабульные произведения искусства (арабеска, некоторые лирические произведения).

**Феерия** (фр. *feerie*. <fee - фея, волшебница) - 1) жанр театральных спектаклей, в которых для фантастических сцен применяются фантастические костюмы, декорации, с широким использованием постановочных эффектов. Возник в Италии в 17 в. 2) Цирковое представление с использованием различных эффектов. 3) Волшебное сказочное зрелище.

**Фольклор** (англ. *folklore* - народная мудрость) - принятое в международной научной (в т.ч. эстетической) терминологии название народного творчества. Существует три основных концепции, определяющие Ф. как: 1) устно- поэтическое творчество; 2) комплекс словесных, муз., игровых, драматических и хореографических видов народного творчества', 3) народную художественную культуру в целом (включая изобразительное и декоративно-прикладное иск-во). Преобладает вторая концепция. Ф. обладает совокупностью взаимосвязанных специфических признаков: коллективность творческого процесса, традиционность, нефиксированные формы передачи произведения от поколений к поколению, полиэлементность, вариативность, тесная связь с трудовой деятельностью, бытом, обычаями народа. Ф. каждого народа отличается самобытностью и ярко выраженным этническим своеобразием, богатством региональных и локальных стилевых форм в пределах каждого национального искусства. Ф.представляет собой систему видов, не вполне соотносимую с родами и жанрами профессионального искусства,

являясь подчас источником художественных идей для профессионального творчества.

**Форма** (лат. forma) - 1) внешнее очертание, наружный вид, контуры предмета. 2) Внешнее выражение какого-л. содержания, относительноустойчивая определенность связи эл-тов содержания и взаимодействия, тип и структура содержания (Содержание, Форма). 3) Одинаковая по цвету и покрою одежда (напр, Ф. военнослужащих, спортсменов, агитбригадчиков). 4) Совокупность приемов и изобразительных средств художественного произведения (напр., стихотворная Ф.). 5) (В театрализованном представлении, празднике) способ целенаправленной организации аудитории, содействующей наиболее глубокому и полному выявлению содержания, и. одновременно с этим, как взаимосвязанную совокупность разнообразных элементов (слово, музыка, кинокадр и т.п.), организованных при помощи монтажа в стройную драматургическую структуру. 6) Гармоническое сочетание звуковой (интонация, тембр, ритм, шумы, музыка) и зрительной (линии, цвет, свет, движение, ритм, мизансцена) сторон представления.

**Функции режиссера** (от лат. functio - исполнение, осуществление) - деятельность, обязанность, работа. Ф. р. определены В. И. Немировичем-Данченко в его книге "Из прошлого" (М., "Academia", 1936). Реж-р - существо трехликое: 1) режиссер-толкователь, он же - показывающий, как играть; так что его можно назвать режиссером-актером, режиссером-педагогом; 2) режиссер-зеркало, отражающее индивидуальные качества актера, и 3) режиссер-организатор всего спектакля. Эти качества режиссерской профессии относятся не только к режиссуре театра, они определяют сущность профессиональных качеств режиссера массовых театрализованных действий. Функция режиссера-организатора заключается в том, чтобы объединить процессом осуществления единого художественного замысла всех участников постановочной группы, технических исполнителей, общественных организаторов. Три основные функции режиссерской профессии существуют в неразрывной связи и взаимозависимости.

**Флаер** - информационно-рекламная программа предстоящего мероприятия (party). Бывают скидочные, просто рекламные и обеспечивающие бесплатный вход (аналог пригласительного билета).

**Формирование спроса** – целенаправленное рекламное информирование потенциальных покупателей о товарах и услугах, мероприятия директ-маркетинга и продвижение продаж.

**Художник – сценограф** - художник, создающий образное пространственное решение спектакля, представления.

**Хэппинег** (англ. happening - происшествие, событие, случай) - "театр действия" или "коллаж ситуаций и происшествий, происходящих в пространстве в определенный период времени" - форма совместного театрализованного действия игры, которую активно использовали в своих целях деятели западного поп-арта в конце 50 - начале 60-х гг. Суть заключалась в том, что все зрители (они же участники) вовлекались в серию спонтанных, импровизированных поступков, копирующих повседневный быт (еда, одевание, бритье и т. д.) или нарочито абсурдных (совместное уничтожение нового рояля или автомобиля, манипулирование с большим количеством пены или какими-л. предметами, продуктами питания), лишь в самых общих чертах запрограммированных в примитивном сценарии. Основные приемы вовлечения зрителей в подобные действия - заманивание и провоцирование в условиях специально созданной окружающей среды. Психологическое зерно Х. - отступление от нормы, в нарушении общепринятого, в полной и разнузданной раскованности, в стихийном само- выявлении, в дозволении инстинкту возобладать над рассудком. Х. стал одним из одной из форм скандализирования и эпатирования окружающих: людей обливали вареньем, кидали в них зажженные сигареты резали на них платье и т. д. В середине 60-х гг. возникло течение "политического Х.", в к ром участники скандировали лозунги против войны во Вьетнаме, протестовали против политики реакционных правительств, исписывали мостовые и стены домов всевозможными политическими призывами и т. д. Такие Х. широко разыгрывались на улицах, в аудиториях, на стадионах.

**Шоу-бизнес** (от англ. «showbusiness») — это коммерческая деятельность в сфере развлекательных мероприятий, связанная с организацией и проведением зрелищных представлений, выступлений актеров, певцов и т.п.

**Частушка** - произведение устной народной поэзии, лирическая или лирико-комедийная миниатюра - четверостишие или двустишие

(лирическое или злободневное, шутивное), исполняемое на определенный напев. На эстраде Ч. - составная часть куплетного жанра. Они еще более лаконичны и просты по своей структуре, чем куплеты. Ч. за редким исключением всегда четырехстрочны. Для Ч. характерна простая словесная и муз.форма, точность в выборе темы, любовь к острому слову, ясность мысли, энергичность и краткость. Один из часто встречающихся в частушках приемов - повтор, своеобразный «крупный план», цель которого – выделение наиболее важной мысли. Виды Ч.: сольные (мужские и женские), Ч.- диалоги, групповые, плясовые (двух- и четырех- строчные), Ч с припевом, двухстрочные "страдания", "семеновна". "матаня" и т. д. Ч. Может включать в себя и трагическое, и публицистическое содержание. Они могут исполняться под балалайку, гармошку, баян, группу народных инструментов.

**Целевая аудитория** (целевая группа) – общественность, для которой в первую очередь предназначается информация о культурном продукте и реакция которой планируется в целях получения необходимого резонанса.

**Эффект коммуникации** – изменения в сознании и поведении адресной группы, которые происходят в результате приема сообщения.

**Экспликация** (от лат. explicatio - истолкование, объяснение, разъяснение) - 1) то же, что легенда. 2) Краткое письменное сопровождение экспозиции музея или выставки; содержит объяснение и оценку данного исторически- художественного явления. 3) Объяснение условных обозначений, употребляемых на планах, картах и проч. (Графический метод) 4) (В театре, театрализованных представлениях) письменное сопровождение и объяснение в условных обозначениях режиссерского замысла.

**Экспозиция** ( от лат. ekspositio - выставление на показ, изложение, описание) - 1) в музеях и на выставках - размещение экспонатов в определенной системе (хронологической, типологической и пр.). 2) (Муз.) начальный раздел сонатной формы, в котором излагаются основной темы произведения, а также 1 -я часть фуги, включающая проведение темы во всех голосах. 3) (Лит.) часть литературного произведения, в которой характеризуется обстановка, расстановка

персонажей и обстоятельств, непосредственно предшествующих началу действия; предваряющей начало разворачивания фабулы. Располагается в начале (прямая Э. дается как вступительная часть), реже в середине (задержанная Э. – внутри текста) или в конце (обратная Э.) повествования. 4) (В театрализованном представлении) введение в тему (ср. с прологом). Э. в широком плане - оформление фойе, встреча гостей, какие-л. действия до начала представления, музыка. В узком смысле - завязка - оформление сцены, первые слова ведущих, посвящающих в курс дела. Задача Э. - психологически и эмоционально подготовить зрителя к восприятию зрелищной части мероприятия.

**Эпизод** (гр. epeisodion, букв. - вставка) - 1) случай, происшествие (Ср., Событие) 2) Часть художественного произведения имеющая относительную законченность и представляющая отдельный момент развития темы. 3) (В драматургии, массовом действии) относительно самостоятельная единица действия, имеющая законченное образное решение и строится по законам композиции.

**Эскиз** (фр. esquisse) - предварительный набросок, фиксирующий замысел художественного произведения, сооружения, механизма или отдельной его части. (Э. костюма, Э. декорации, и отдельных ее деталей, Э., отдельных предметов, аксессуаров и т. д.). Э. - не схематичный чертеж, а полная картина, на которой предметы указываются в перспективе. Э. выполняется в цвете (красками).

**Эстрада** (фр. estrade - помост, возвышение) - 1) Специальная (постоянная или временная), приподнятая над землей (или с рядами кресел на земле) сценическая площадка (настил, пол, помост) для концертных выступлений артистов. 2) Синтетический вид сценического искусства. Включает т. н. малые формы драмы, комедии и вокального искусства, музыки, хореографии, цирка и др. В концертах отдельные законченные номера полифонической пестроты дивертисмента объединены конферансом или несложным сюжетом (обозрение). Кратковременность эстрадного действия требует предельной концентрированности выразительности средств. Отсюда яркость, преувеличенность деталей, мгновенность актерского перевоплощения. Развернутая психологическая характеристика противопоказана эстраде. Это отнюдь не исключает актерского перевоплощения, однако достигается оно своими эстрадными

средствами: заостренной гиперболой, гротеском, буффонадой, эксцентрикой. Э. обращается к метафорическим чертам и деталям, к причудливому переплетению правдоподобия и карикатуры, реального и фантастического, способствуя тем самым созданию атмосферы неприятия их жизненных прототипов, противостояния их процветанию в действительности. Современная эстрада оперирует такими элементами комедии Дель арте, как маска, жест, выразительная пластика, стремительность развития действия, интрига. Для Э. типичны злободневность, сочетание в лучших образцах развлекательности с серьезным содержанием, воспитательным функциями, когда веселье дополняется разнообразием эмоциональной палитры, а подчас и социально-политической, гражданской патетикой. На развитие современной Э. сильное влияние оказывают такие «технические» искусства, как кит и особенно телеиск-во, часто включающее в свои программы эстрадные представления, концерты. Благодаря этому традиционные формы и приемы Э. обретают не только большую масштабность и распространенность, но и психологическую глубину (использование крупного плана, др. выразительных средств экранных иск-в), яркую зрелищность. (Мюзик-холл. Варьете, Кабаре, Шоу, Театр миниатюр).

**Язык искусства** - совокупность исторически сложившихся, особых в каждом виде искусства материальных средств и приемов создания художественного образа, т. е. выразительных средств. Напр. языком кино является кадр, план, ракурс, композиция, свет, цвет, движение, монтаж. В зависимости от основного органа восприятия идет разделение на виды искусства и их синтез.

**Язык режиссера** - совокупность приемов режиссерского искусства, заключающихся в умении композиционно построить целое сценическое действие, выразив его в мизансценах через исполнителя и монтаж выразительных средств.

**Ярус** - 1) ряд горизонтально расположенных предметов (напр. расположить осветительные фонари в несколько Я.). 2) Один из средних или верхних этажей в зрительном зале.

# **СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Программа  
Государственного междисциплинарного  
комплексного экзамена  
по специальности 053100  
«Социально-культурная деятельность»

Тираж 50 экз.