

устойчивого развития. Задачами «Eco-Bus Club» является формирование экологической культуры студентов и сотрудников университета через просвещение и включение в активную деятельность по решению локальных проблем вуза в области экологии. Пропаганда экологичного поведения ведется с использованием медиаресурсов. Используя социальные медиплощадки ВКонтакте, Инстаграмм студенты создают и размещают медиаконтент, рассказывающий о проблемах экологии, опыте молодежных инициатив. Студентами факультета культурологии и социокультурной деятельности С. Василевичем и Д. Ильинчуком снят и смонтирован видеоролик «І дзе живеш ты?», в котором происходит обращение к молодежи через молодежь о бережном отношении друг к другу и окружающему миру.

Таким образом, распространяемое через медиа осознанное потребление, бережное отношение к окружающему пространству становится сильным трендом среди молодежи, за которым будущее, и посыл которого в том, что каждый может сделать планету чище, каждый может стать безопасным для планеты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Веб-портал>. – Дата доступа: 24.02.2020.
2. Информационный портал TUT BY MEDIA [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tut.by/resource/>. – Дата доступа: 01.02.2020.

Дудкина Н. В., БГУКИ, студент 416а(р) группы
заочной формы обучения
Научный руководитель – Байко А.П.,
старший преподаватель

СЦЕНАРНО-РЕЖИССЕРСКИЕ ТЕХНИКИ ОРГАНИЗАТОРА КОРПОРАТИВНЫХ ПРАЗДНИКОВ

Последние несколько лет в нашей республике растет спрос на услуги в отрасли организации корпоративных мероприятий, это связано с тем что все больше руководителей осознают, что корпоративные мероприятия способствуют формированию корпоративной культуры, росту имиджа компании как на рынке персонала, так и среди клиентов, повышают лояльность работников. Главная цель корпоративных мероприятий – повышение сплоченности коллектива, сами мероприятия внутри компании – это хороший повод познакомиться с людьми из смежных отделов, подразделений, узнать о коллегах что-то новое, не относящиеся к рабочим делам. Корпоративные праздники отличается от других мероприятий по ряду критериев: тип клиента – всегда юридическое лицо, цель мероприятия – формирование корпоративной культуры, источник финансирования – корпоративный бюджет. Также в отличии от других корпоративных мероприятий для сотрудников компании (конференции, форум, семинар, мастер-класс, съезд, симпозиум, выставка, круглый стол, внутрикорпоративный ивент и др.) в корпоративных праздниках очень часто принимают участие не только сотрудники, но и члены их семей, что дополнительно повышает требования к уровню организации такой деятельности.

Современные корпоративные праздники условно можно разделить на три группы: событийные (годовщина создания, получение наград); профессиональные (День строителя, День работников торговли); государственные или общенациональные (Новый год, 8 Марта).

Обслуживание корпоративных заказчиков по организации праздников осуществляется как частными лицами, так и агентствами. Корпоративные заказчики предъявляют среди прочих такие требования как стилистическое решение праздника (художественный образ с элементами корпоративной и праздничной культуры); уникальные (оригинальные) креативно-

постановочные решения; высокий уровень реализации праздника; оптимизация задействованных ресурсов с целью эффективного бюджетирования и д.

Профессиональная деятельность в сфере организации корпоративных праздников выдвигает особые требования к профессиональным знаниям, умениям и личностным качествам организатора. В рамках заявленной темы, опирались на диссертационное исследование Е.В. Долгиревой, которая рассматривала сценарно-режиссерскую технику бакалавра социально-культурной деятельности, как совокупность оперативных профессионально-педагогических методов и приемов эмоционально-экспрессивного социально-культурного взаимодействия [1]. В структура сценарно-режиссерской техники включает следующие компоненты:

- методы и приемы драматической визуализации информации, названные «техника экспрессивного воздействия»;
- способность комбинировать эмоционально-экспрессивные коммуникативные приемы, получившие название «искусство оперативного взаимодействия»;
- совокупность композиционных правил эмоционально воздействующей формы, – «стратегия эмоционального контакта»;
- эмоциональный ответ субъектов взаимодействия на информацию, так называемые «адресные задачи».

Владение организатора сценарно-режиссерской техникой проявляется в качестве созданного корпоративного праздника, как продукта целенаправленной креативно-творческой деятельности, обусловленного заявкой заказчика. Прежде чем приступать к разработке концепции организатор должен внимательно изучить ожидания целевой корпоративной аудитории – предполагаемых участников, чтобы избежать диссонанса происходящего праздничного действия и восприятия его аудиторией, и чтобы максимально адаптировать действие под привычки и интересы сотрудников. Продумывая концепцию праздника, важно параллельно искать места

проведения мероприятия, предполагать кто бы мог выступить техническим исполнителем и звездным гостем. Используя сценарно-режиссерской технику, организатор находит нестандартные подходы к решению поставленных заказчиком задач, чтобы в рамках формата и стилистики праздника создать грандиозную концепцию, которая подойдет именно этому корпоративному сообществу. Априори любой создаваемый корпоративный праздник – это всегда новое решение. Решение, в котором будут учитываться все аспекты: возраст и степень знакомства сотрудников между собой; требования к месту и масштабу праздника, время года и стиль одежды людей, событийность или другой вид и т.п. Далее должен быть составлен сценарий, после утверждения которого, – календарный план, согласованный с заказчиком и субподрядчиками.

Сценарий корпоративного праздника наряду с информационной частью, должен изобиловать развлекательным наполнением: играми, конкурсами, развлечениями, шутками, продуманным контентом музыкального оформления. Во время работы над праздником организатор как режиссер-постановщик применяет технику моделирования, чтобы предусмотреть все аспекты размещения гостей и отобрать необходимое или даже большее количество игр, чем действительно можно успеть провести за данное время. Таким образом, если что-то пойдет не так, как было запланировано, организатор сможет быстро сгладить этот момент, сохранив все положительные эмоции. При этом игры для программы корпоративного праздника подбираются так, чтобы люди часто меняли партнеров, играли по одному и в команде. Это усиливает чувство целостности и единения, благодаря совместному переживанию. Этим же объясняется включение в сценарий такого важного компонента, как соревнование. Дружная совместная работа приводит к тому, что соперничество становится содружеством. Непосредственно на самом празднике и в первые дни после корпоративного мероприятия на фазе рефлексии и анализа фиксируется: всем ли хватило внимание и все ли возрастные категории были удовлетворены;

насколько хорошо, успешно прошли игры, хотели ли люди в них участвовать.

Таким образом, владение и свободное оперирование сценарно-режиссерскими техниками обеспечивает организатору профессиональное взаимодействие с заказчиком корпоративных мероприятий, оригинальность концепции, прозрачность всех этапов подготовки и контроль за эмоциональной насыщенностью праздника.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Дольгирева, Е. В. Формирование сценарно-режиссерской техники студентов по направлению подготовки "Социально-культурная деятельность" / Е. В. Дольгирева // Среднее профессиональное образование. – 2012. – №7. – С. 23–27.

Дульская А. А., БГУКИ, студент 316 группы
очной формы обучения

Научный руководитель – Гудзенко Л. Г.,
старший преподаватель

МУЗЫКАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ РЕПЕРТУАР КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ОБЩИХ И СПЕЦИАЛЬНЫХ СПОСОБНОСТЕЙ УЧАЩИХСЯ

Главная задача любого педагога раскрыть потенциал ребенка, помочь развить уже имеющиеся и раскрыть новые способности. Уроки музыки являются одним из основных способов приобретения теоретических, практических, интеллектуальных знаний и умений, а также развития музыкальных способностей и творческого мышления.