

1. Дроздова, М. Культурное гетто / М. Дроздова // Искусство кино. – 2006. – № 2. – С. 91–98.
2. Регламент ежегодного Международного фестиваля короткометражных фильмов Cinema Perpetuum Mobile // Cinema Perpetuum Mobile [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа : <http://filmfest.by/ru/press-kit>. – Дата доступа : 17.10.2015.
3. Хотиненко, В.И. Мастер-класс. Особенности короткометражного кино / В.И. Хотиненко // YouTube [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа : <https://www.youtube.com/watch?v=BWziecgXwhw>. – Дата доступа : 20.11.2015.
4. Rule Nineteen: Special Rules for the Short Film Awards // Academy of Motion Picture Arts and Sciences [Electronic resource]. – 2015. – Mode of access : http://www.oscars.org/sites/oscars/files/88aa_rule11_doc.pdf. – Date of access : 21.11.2015.

Калашникова Т.А., студ. 101 а гр.

Научный руководитель – Морозов А.В.

РОЛЬ КОММУНИКАЦИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Современное общество предъявляет особые требования к профессиональным качествам личности менеджера: быть конкурентоспособной, самостоятельной, инициативной. Профессионал XXI в. – это не только знаток своего дела, но и человек, который несет ответственность за результат своих действий, за принимаемые им решения. Важнейшим требованием, предъявляемым к профессиональной

компетенции менеджера, является владением искусством налаживания эффективных коммуникаций. Красноречие – важнейший признак профессиональной пригодности современного руководителя. Искусству говорить надо учиться, и, прежде всего, следует освоить основные принципы речевого воздействия.

Слово коммуникация происходит от лат. *communico* = делаю общим, связываю, общаюсь. Под коммуникацией в человеческом обществе подразумевают общение, обмен мыслями, знаниями, чувствами, схемами поведения и т.п. Сразу же следует отметить, что слово «обмен» в данном случае является явной метафорой. На самом деле, если мы обмениваемся идеями, обмениваемся словами и т.п., то я не лишаюсь своих слов, а мой собеседник – своих, то есть мы взаимно обогащаемся идеями другого, собеседника. Более правильно (по внутренней форме термина) говорить о том, что мы хотим поделиться мыслями, разделить с кем-то свои чувства и т.п. (англ. *exchange* и *share*).

Коммуникация – это обмен информацией, на основе которого руководитель получает информацию, необходимую для принятия эффективных решений, и доводит принятые решения до сотрудников организации.

Основные функции коммуникации:

- *информативная* – передача истинных или ложных сведений;
- *интерактивная* (побудительная) – организация взаимодействия между людьми, например, согласование действий, распределение функций, влияние на настроения, убеждения, поведение собеседника путем использования различных форм воздействия: внушение, приказ, просьба, убеждение;
- *перцептивная функция* – восприятие друг друга партнерами по общению и установление на этой основе взаимопонимания;

– *экспрессивная* – возбуждение или изменение характера эмоциональных переживаний [1].

Менеджер – это центр коммуникативного взаимодействия и информационных потоков, который выполняет ведущие информационные роли:

- пользователя информации – внешней и внутренней, поступающей в организацию;
- распространителя информации – не только через документооборот, но и вербальные контакты (обзоры, беседы и т.д.);
- поставщика информации внешним организациям, заинтересованным лицам (о планах, стратегии, действиях и результатах работы организации, проявляется как эксперт по вопросам своей сферы деятельности).

Выделяют шесть основных областей коммуникативного взаимодействия руководителя с сотрудниками:

1. Прием на работу. Задача – убедить потенциального сотрудника в достоинствах работы в данной организации, получить определенное представление о новом сотруднике.

2. Ориентация. Задача – ознакомить с базовыми целями организации, конкретными программами и условиями их выполнения.

3. Индивидуальная оценка сотрудников. Задача – сообщить подчиненному свое отношение к его работе, оценить вклад в деятельность организации.

4. Обеспечение безопасности (физической, экологической, психологической). Задача – представить сотрудникам информацию об условиях работы, степени их безопасности и мерах, принимаемых для ее обеспечения, создания творческого морально-психологического климата в коллективе.

5. Обеспечение дисциплины. Задача – ознакомить сотрудников с действующими в организации правилами, инструкциями, традициями, контролировать их выполнение.

6. Функционирование. Задача – обеспечить сотрудников необходимой служебной информацией, оказывать необходимую организационно-методическую поддержку.

Менеджер в сфере культуры, как и любой другой специалист, может считаться профессионально компетентным, если имеет достаточно высокий уровень образования, владеет необходимыми навыками, умениями, имеет профессионально-деловой опыт, обладает организаторскими способностями.

Кроме общих требований менеджеры в сфере культуры должны отвечать и целому ряду специфических требований, обусловленных особенностями самой социокультурной деятельности:

1. Необходимость становления и развития особого типа управления – сопряченного менеджмента (в идеале сотрудники учреждения культуры участвуют в той или иной мере в принятии решений). Профессиональная компетентность сопряченного менеджера определяется его ориентацией на культуровоспроизводящую и культуротворческую деятельность с креативными людьми.

2. Менеджмент и «производственный» процесс в сфере культуры – это не манипулирование индифферентной массой людей, а гармоничная деятельность, в основе которой находятся духовные начала, творческая личность, человеческий ресурс.

3. Исходя из того, что социокультурная сфера приобрела сегодня характер как некоммерческой, так и коммерческой деятельности, менеджер социально-культурной сферы обязан быть экономически и

юридически грамотным специалистом, владеющим навыками эффективной коммуникации.

Сопричастный тип менеджмента предусматривает максимально возможное делегирование полномочий, развитие горизонтальных коммуникаций без посредничества администрации, свободу циркуляции любого вида информации. Расширение информационного поля деятельности социокультурной организации усиливает ее сопричастность к общему делу, повышая уровень мотиваций, способствует становлению творческой атмосферы в коллективах учреждений культуры [2].

Для того, чтобы удержать лучшие идеи и их носителей в учреждении культуры, необходимо создать в нем необходимые условия для развития предпринимательского духа, климата инноваций. Творческие идеи, даже самые лучшие, должны пройти период «вынашивания», нуждаются в поддержке, финансировании и последовательном соблюдении определенных правил:

Всегда поощряйте деятельных сотрудников.

При первой возможности проводите неформальные встречи.

Допускайте возможность ошибок и используйте их как уроки.

Будьте настойчивы в доведении идеи до реализации.

Вознаграждайте творческие находки ради будущих инноваций.

Планировка рабочих мест должна стимулировать неформальное общение сотрудников

Организируйте людей в небольшие команды по будущим творческим проектам [3].

Управленческая деятельность имеет коммуникативный межличностный характер. В коммуникационных потоках важна синхронность, достоверность, адекватность на всех этапах коммуникативного процесса – при приеме, передаче и переработке

информации. Регулирование и координация индивидуальных усилий с последующим созданием с помощью коммуникативного взаимодействия единого упорядоченного организационного процесса являются центральной функцией руководителя.

Выделяют следующие основные причины неэффективной коммуникации:

– Недостаточное понимание руководителями важности коммуникаций.

– Отсутствие у организации обратных связей.

– Неблагоприятный психологический климат в коллективе. К неверному восприятию информации и ее умышленному искажению приводят недоброжелательные отношения между сотрудниками.

– Личностные моменты: предвзятость отдельных работников по отношению к мнению окружающих, всевозможные стереотипы в сознании и поведении, отсутствие интереса к информации и др.

– Отсутствие единого понимания используемых понятий и терминов, символов.

– Большое количество промежуточных звеньев в коммуникативной цепи.

Таким образом, специфика коммуникативной деятельности менеджера социокультурной сферы определяется его ориентацией на культуровоспроизводящую и культуротворческую деятельность с креативными людьми, его способностями к публичной деятельности, импровизации и творческому самовыражению.

1. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : livelib.ru/. – Дата доступа : – 04.03.2016.

2. Социальный дискурс исследований [Электронный ресурс]. – Режим доступа : dspace.bsu.edu.ru/. – Дата доступа : 04.03.2016.

3. Язык и межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]. – Режим доступа : gumer.info.com/. – Дата доступа : – 12.03.2016.

Камынин Г.А., студ. 514 гр.

Научный руководитель – Алехнович О.М.

К ВОПРОСУ РАСКРЫТИЯ МИФОЛОГИЧЕСКОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ В НАРОДНОМ ПРАЗДНИКЕ

На протяжении исторического развития мифологические взгляды и представления претерпели трансформацию. В народном празднике эти изменения получили игровое воплощение. В наше время приобретает большое значение, в работе режиссеров обрядово – праздничной культуры, разработка теории и практики раскрытия мифологического мировоззрения, в том числе белорусов. Актуальность избранной темы работы объясняется тем, что неотъемлемым элементом народных праздников и обрядов является мифология, в которой отразились взгляды древнего человека на природу и мир.

К сожалению, в литературе это область научного исследования разработана недостаточно, особенно с точки зрения режиссуры воспроизведения мифологии в празднике. Многие режиссеры не задумываются над тем, что в народном празднике, который пришел к нам с глубокой древности, заключается мировоззрение людей прошлого, для которых миф не являлся выдумкой, а был системой их взглядов на окружающую действительность. Последние пронизывают всю сферу