

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ШОУ-ПРОГРАММЫ КАК
СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА**

Магистерская диссертация
направления подготовки 44.04.01 Педагогическое образование
магистерской программы «Менеджмент в культуре и музыкальном образовании»

Идентификационный код магистерской диссертации: 0263

Екатеринбург, 2016

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»
Институт гуманитарного и социально-экономического образования
Кафедра музыкально-компьютерных технологий, кино и телевидения

К ЗАЩИТЕ ДОПУСКАЮ:
Заведующая кафедрой МКТ
_____ Л. В. Кордюкова
« ___ » _____ 2016 г.

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ШОУ-ПРОГРАММЫ КАК
СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА**

Магистерская диссертация
направления подготовки 44.04.01 Педагогическое образование
магистерской программы «Менеджмент в культуре и музыкальном образовании»

Идентификационный код
магистерской диссертации: 0263

Исполнитель:
студент группы мММ-211

Д.А. Барышников

Руководитель:
доцент кафедры МКТ,
канд. пед. наук

Л.М. Кетова

Нормоконтроль:
Зав. кафедры МКТ, доцент,
кандидат искусствоведения

Л.В. Кордюкова

Екатеринбург, 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ШОУ-ПРОГРАММЫ КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА	9
1.1. Содержание понятия «воспитательная среда» и специфика ее формирования в вузе.....	9
1.2. Способы организации и проведения шоу-программы как вида культурной деятельности.	22
ГЛАВА 2. ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ШОУ-ПРОГРАММЫ КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА.....	35
2.1. Особенности организации и проведения шоу-программы для формирования воспитательной среды вуза.....	35
2.2. Опыт проведения конкурса «Мистер и Мисс РГППУ» и анализ его эффективности для формирования воспитательной среды вуза.....	44
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	65

ВВЕДЕНИЕ

В современном вузе образовательный процесс должен гармонично сочетаться с процессом воспитания студентов. В свою очередь процесс воспитания студентов зависит от сформированности воспитательной среды вуза. Воспитательная среда вуза - это сложное, многокомпонентное явление. Воспитательная среда вуза формируется не только под влиянием учебно-образовательного процесса, но и во время внеаудиторной работы со студентами. Во время посещения студентами театров, музеев, художественных выставок, филармоний воспитательная среда расширяется, выходит за рамки вуза, частично вмещая в себя окружающее культурное пространство. Но главное значение для формирования и развития воспитательной среды имеют мероприятия, которые организуются непосредственно на площадках того или иного вуза. Культурно-досуговая деятельность в формировании личности человека нельзя недооценивать.

Она во многом так же важна, как деятельность учебная и трудовая. Во время досуга студенты имеют возможность раскрыть те стороны своей личности, которые они не используют в учебной деятельности. Поэтому очень важно воспитывать у молодых людей серьезное отношение к формам проведения досуга, понимание того, что досуг – это не только развлечение и расслабление. Формы досуга, которые избирают современные молодые люди, во многом определяется уровнем их нравственного и культурного развития. К сожалению, этот уровень у многих из них недостаточно высокий. Организация культурно-досуговой деятельности в вузе, содержание проводимых мероприятий должны способствовать развитию духовных и культурных запросов студентов, а не опускаться до часто непритязательных запросов. Но при этом культурно-досуговая деятельность в вузе должна проводиться с максимальным учетом интересов студентов и при их активном участии. Мероприятия досуга ни в коем случае не должны быть скучными, обязательными, официальными. Досуговая деятельность призвана

удовлетворить потребность молодых людей в неформальном общении, эмоциональных контактах, в сопереживании и сопричастности к какому-то общему делу, в объединении усилий для совместных действий.

Все мероприятия культурного досуга в вузе должны быть привлекательными для студентов, а для этого они должны быть яркими и запоминающимися. Практика показала, что лучше всего воспринимается студентами игровые, дискуссионные, состязательные формы проведения мероприятий.

Одной из наиболее востребованных и любимых студентами форм культурно-досуговой деятельности является шоу-программа. Эффективность ее организации и проведения во многом зависит от активного участия самих студентов, их энтузиазма, творческого поиска. Несмотря на развлекательный характер шоу-программ, такие мероприятия обладают достаточно большим воспитательным потенциалом, что было продемонстрировано при проведении шоу-программы-конкурса «Мистер и Мисс РГПУ 2016».

Содержание качественно разработанной шоу-программы должно обладать необходимым педагогическим потенциалом и быть направленным на формирование личности студентов. Организация и проведение шоу-программы должны опираться на продуманную стратегию, включающую в себя четкую цель, единую концепцию, последовательность этапов, тематическое единство, качественный менеджмент.

Но на практике далеко не всегда содержание, организация и проведение шоу-программ в вузе соответствует необходимым требованиям. В некоторых случаях это объясняется такими причинами, как недостаток подходящих помещений и современного технического оборудования, нехватка денежных средств, но чаще всего это связано с низким содержательным и организационным уровнем шоу-программ и недостаточным профессионализмом организаторов и исполнителей.

Отсюда возникают противоречия между:

- необходимостью высокого содержательного и воспитательного уровня шоу-программ и недостаточным их уровнем на практике;
- необходимостью проведения шоу-программ в вузе как оригинальных, ярких, зрелищных по форме и проведением их на низком профессиональном уровне;
- необходимостью организации и проведении этих мероприятий с учетом требований современного менеджмента и слабым применением этих требований;

Проблема исследования: способы организации и проведения шоу-программы как средства формирования воспитательной среды вуза.

Тема исследования: «Организация и проведение шоу-программы как средства формирования воспитательной среды студентов».

Цель работы: теоретически обосновать необходимость организации шоу-программы как средства формирования воспитательной среды студентов, принять участие в разработке и проведении шоу-программы (конкурс «Мистер и Мисс РГППУ-2016»).

Объект исследования: процесс формирования воспитательной среды вуза.

Предмет исследования: особенности организации и проведения шоу-программы как средства формирования воспитательной среды вуза.

В основу работы была положена **гипотеза**, согласно которой организация и проведение шоу-программы (конкурс «Мистер и Мисс РГППУ-2016») как средства формирования воспитательной среды вуза будут успешными, если:

- 1) если при организации и проведении шоу-программы будет обеспечен достаточный содержательный и педагогический уровень;
- 2) если организация и проведение шоу-программы будут основаны на продуманной стратегии с учетом требований современного менеджмента;
- 3) если шоу-программа будет проведена как оригинальное, яркое, зрелищное мероприятие.

Достижение обозначенной цели потребовало решения следующих **задач**:

- 1) раскрыть содержание понятия «воспитательная среда» и специфику ее формирования в вузе;
- 2) описать способы организации и проведения шоу-программы как вида культурной деятельности;
- 3) показать особенности организации и проведения шоу-программы для формирования воспитательной среды вуза
- 4) описать опыт проведения конкурса «Мистер и Мисс РГППУ» и проанализировать его эффективность.

Методологической основой исследования являются научные труды в области педагогики и психологии (Выготский Л.С., Леонтьев А.Н., Рубинштейн С.Л.), исследования проблем формирования воспитательной среды (Шендрик И.Г., Чернова О.А., Селиванов А.И.), работы по вопросам менеджмента в культуре (Воротной М. В. Радугина, А.А., Тульчинский Г.Л.), статьи и методические рекомендации по организации и проведению шоу-программ (М.В. Воропаев, А.И. Мануйлов и т. д)

Методы исследования:

- теоретические – анализ научных, методических и справочных материалов по проблемам формирования воспитательной среды, по вопросам менеджмента в культуре, по организации культурно-досуговых мероприятий, в том числе – шоу-программ
- эмпирические – педагогические наблюдения, опрос, творческие задания, анализ опыта работы культурно-образовательного центра РГППУ.

Научная новизна исследования в обосновании необходимости использования организации и проведения шоу-программы как средства формирования воспитательной среды студентов.

Практическая значимость исследования состоит в возможности внедрения полученного результата в практику работы культурно-образовательного центра (КОЦ) по организации и проведению шоу-программ.

Апробация и внедрение результатов исследования проводились на базе культурно-образовательного центра РГПШУ.

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемых источников и приложений.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ШОУ-ПРОГРАММЫ КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА

1.1. Воспитательная среда и способы ее формирования в вузе

Спектр приложения терминов «среда», «окружающая среда», «среда обитания» и т.п. довольно широк. С момента своего рождения человек попадает в определенную окружающую среду, которая включает в себя две основных составляющих – предметную и человеческую. Находясь в постоянном взаимодействии с окружающей его средой, человек развивается, обучается и воспитывается. Под влиянием среды формируется неповторимая индивидуальность человека, о которой можно судить по результатам его деятельности, направленной на преобразование окружающей среды [28, с. 5].

«Среда – физическое, интеллектуальное, моральное и социальное окружение, в котором мы живем» [25, с. 47].

Опираясь на вышеизложенное, можно сказать, что под средой мы понимаем такое предметное и человеческое окружение человека, которое с ранних лет воздействует на формирование его личности.

Окружающая человека среда рассматривается с разных точек зрения. В ней выделяют социальную, культурную, психологическую, педагогическую и другие составляющие.

Развитие человека обеспечивается созданием в окружающей его среде условий для возникновения определенного функционального состояния, способствующего реализации деятельности, закрепляющей это состояние в форме личностного качества.

Человек рождается абсолютно беспомощным, не способным себя обеспечить, защитить, чему-то самостоятельно научиться. Сначала над ним «трудятся» мать и отец – учат говорить, ходить, самостоятельно есть, убирать

игрушки, защищаться от огня и холода. Потом на помощь родителям приходят специалисты – воспитатели детских садов и учителя школ. Они дают знания, учат читать и писать, решать задачи, наблюдать природу, облагораживают инстинкты, учат общаться. Эстафету принимают преподаватели учреждений профессионального образования – они обучают профессии, дают в руки те умения, с помощью которых человек становится способным самостоятельно зарабатывать себе на жизнь, принося при этом пользу людям и обществу. Так постепенно каждый из нас из человека телесного превращается в человека разумного. Деятельность, способствующая такому становлению, называется воспитанием [28, с. 4].

В педагогической науке большое значение уделяется воспитательной среде, дается много определений этому понятию. Так, авторы работы **«Педагогические системы: научные основы, управление, перспективы развития»** дают такое определение:

«Воспитательная среда – совокупность природных и социально-бытовых условий, в которых протекает жизнедеятельность ребенка и становление его как личности. Воспитательная среда (пространство) - среда обитания школьника, благоприятная для формирования у ребенка положительных качеств; это ближайшее окружение, т.е. люди, с которыми он ежедневно общается: члены семьи, школьный, классный коллектив, учителя, воспитатели и т.д.» [21, с.98].

В статье Т.В. Субботиной воспитательная среда определяется как «мощный фактор формирования, развития и самореализации личности, повышения эффективности воспитательной системы массовой школы, построение которой обусловлено конкретными социальными и психолого-педагогическими причинами» [50].

Таким образом, под воспитательной средой большинство исследователей понимают совокупность природных, социальных, бытовых условий, в которых живет ребенок и формируется как личность. Ближайшее

окружение ребенка оказывает огромное влияние на становление его духовно-нравственных позиций.

В зависимости от видов деятельности человека выделяют такие виды воспитательной среды как умственная, трудовая, **физическая**, нравственная, **духовно-нравственная**, эстетическая, правовая, патриотическая, экономическая [18, с. 66].

Воспитательная среда не создается сама по себе, ее необходимо организовывать, формировать и развивать с учетом актуальных тенденций в обществе, образовании и воспитании.

Развитие человека обеспечивается созданием в окружающей его среде условий для возникновения определенного функционального состояния, способствующего реализации деятельности, закрепляющей это состояние в форме личностного качества.

Воспитательная среда тесно перекликается с социальной средой. Все воспитание человека проходит в рамках социума, в котором он живет. Поэтому социальной среда выступает в качестве важного фактора в социуме с точки зрения педагогического образования.

В социально-педагогическом аспекте сущность, содержание понятий «воспитывающая среда», «образовательная среда», «социально-психологическая среда» рассматриваются в работах В. Г. Бочаровой, Л.П. Бугеи, В.Н. Гурова, И.С. Кона, А.В. Мудрика, А.В. Петровского, Л.Я. Рубиной.

С точки зрения социологии, под средой понимают «окружающие человека общественные, материальные и духовные условия его существования и деятельности. Среда в широком смысле (макросреда) охватывает общественную систему в целом. В узком смысле (микросреда) включает непосредственное окружение человека – семью, учебный коллектив, микрогруппа [5].

Социальная среда оказывает решающее воздействие на формирование и развитие личности. В то же время под влиянием деятельности человека она

изменяется. Социально-образовательная среда – это совокупность пространств, в которых протекает жизнедеятельность человека: образовательное, социальное, предметное, личностное, экологическое, экономическое, досуговое. В соответствии с данными пространствами можно говорить о средах как системном единстве.

Основными функциональными признаками социально-образовательной среды являются ее гуманитарный, развивающий характер. Однако, чтобы эти признаки смогли проявиться, социально-образовательная среда должна быть спроектирована, хорошо организована. Обобщая ряд исследований, можно выделить следующие признаки среды:

- реальность, объективность, наличие разнообразных факторов, воздействующих на личность;
- наличие устойчивой совокупности вещественных и личностных элементов, окружающих социальный субъект и непосредственно влияющих на процесс его социализации и индивидуализации;
- активность, открытость среды, комплексный характер;
- управляемость, динамизм, единство тенденции к стабильному функционированию и инновационному развитию [3].

Воспитательная среда существует в любом учреждении образования. В зависимости от типа учреждения, состава обучающихся, направления обучения определяется и формируется ее специфический характер, неповторимость и уникальность.

Важно понимать, что обучающийся является не объектом воспитательного воздействия, не опредмеченным элементом воспитательного влияния или среды, а субъектом воспитательного взаимодействия со средой, ее творцом. «Человек выступает субъектом воспитания, если он способен:

- выделять себя из окружающего мира, осознавать свои слова и действия и отвечать за их последствия;

- самостоятельно мыслить, рождая собственные мысли, суждения, оценки;
- рефлексировать, самопознавать себя и оценивать свои достоинства и недостатки;
- к самоорганизации своей деятельности – самоцелеполаганию, самопланированию и самоконтролю, в нашем случае, к моделированию, которое предполагает самоорганизацию деятельности;
- сознательно руководствоваться в своём поведении общественными нравственно-этическими нормами;
- творчески подходить к отбору способов своего самообучения, самообразования и самовоспитания.» [28, с. 4].

Воспитательная среда любого образовательного учреждения представляет собой сложное, многокомпонентное явление, которое требует постоянной, целенаправленной деятельности по своему формированию.

Ученый - социолог Л. Я. Рубина в число вещественных элементов среды включает образовательное учреждение, его подразделения, общественные организации, любительские объединения.

В образовательную среду входят также и личностные элементы: состояние культуры межличностных отношений, ценностные ориентации социальных субъектов, являющихся субъектами педагогического процесса, их социокультурная деятельность [7].

Воспитательная среда образовательного учреждения может рассматриваться как понятие многомерное, проявляющееся на различных уровнях: деятельностном; коммуникативном; социально-культурном; психологическом.

Деятельностный уровень позволяет формировать мышление путем обучения деятельности: самоопределение (умение адаптировать себя внутри определенной системы и принятых в ней норм); самореализация (осознанно выстраивать свою деятельность по достижению цели); рефлексия (адекватно оценивать свою деятельность и ее результаты), формировать

систему культурных ценностей в личностных качествах, формировать целостную картину мира, адекватную текущему уровню научного знания. Коммуникативный уровень рассматривается как умение и навыки общения с людьми, от которых зависит успешность людей разного возраста, образования, разного уровня культуры и психологического развития, а также имеющих разный жизненный опыт и отличающихся друг от друга коммуникативными способностями.

Социально-культурный уровень сущность которого состоит в попытке рассмотрения общества как единства культуры и социальности, образуемых и преобразуемых деятельностью человека. Это единство, согласно принципам системного подхода, образует целое, свойства которого не выводимы из характеристик частей. Сама **ЛИЧНОСТЬ** при социокультурном подходе рассматривается как связанная с обществом как системой отношений и культурой как совокупностью ценностей и норм.

Психологический рассматривает развитие личности как в обществе, так и в процессе деятельности [11, с.110].

Комфортность, гуманистический характер этой среды во многом зависит от уровня общей и педагогической культуры. Иногда между воспитательной средой и средой социальной могут возникнуть конфликты. Особенно часто это бывает в какие-то переломные моменты жизни общества, когда система образования воспитывает у обучающихся одни ценности (порядочность, нравственность, духовность), а в обществе вознаграждаются другие (алчность, беспринципность, цинизм). Тогда перед образовательным учреждением возникает необходимость преодоления этих противоречий путем усиления формирования воспитательной среды на основе принципов нравственности, культуросообразности, гармонизации внутреннего мира человека с окружающей его средой.

В сегодняшней практике образования наблюдается разобщенность образовательных учреждений, их обособление, ослабление их воспитательного потенциала (ориентация на знания, абсолютизация специальной подготовки).

Одним из способов преодоления последнего предлагается интеграция образовательной среды, социокультурного пространства: создание культурно-воспитательных комплексов.

Понятия «воспитательная среда» не исключают, а напротив, предполагают возможность превращения образовательных учреждений в социокультурные центры, культурно-воспитательные комплексы (в зависимости от профиля, территориального положения, наличия кадров, инфраструктуры). Например, экологического центра, центра творчества, центра гражданского воспитания, этнокультурного центра, концертно-развлекательного и т. д.

Оптимальная воспитательная среда должна включать в себя элементы, которые способствуют реализации целей образовательного процесса, содействуя продвижению человека к желаемому им образу себя посредством воспитания и самовоспитания.

Воспитательная среда образовательного учреждения выступает в качестве важного фактора, обеспечивающего успешность воспитания и развития детей. Игнорирование требований к организации среды приводит к обеднению развития детей, которое может вылиться в педагогическую запущенность детей.

Качество воспитательной среды определяется:

- качеством социальных отношений в данной среде является доброжелательное отношение к детям; здоровый конструктивный стиль взаимоотношений в коллективе; дружный детский коллектив;
- качеством пространственно-предметного содержания данной среды.

Пространственно-предметный компонент среды – это экологически и криминально благополучный район; близость к дому ребенка; современная мебель и т. д.;

- качеством связей между пространственно-предметным и социальным компонентами – уровнем методического обеспечения; эффективностью использования имеющихся воспитательных ресурсов; направленностью воспитательного процесса на раскрытие и развитие личностного потенциала каждого ребенка; способностью среды удовлетворить весь комплекс потребностей ребенка и сформировать у него систему социальных ценностей, обеспечивающих успешную адаптацию к современной изменяющейся среде обитания. [28, с. 4]

Интегративным критерием качества воспитательной среды является ее способность обеспечить всем субъектам воспитательного процесса систему возможностей для эффективного личностного развития.

Стратегию организации воспитания в образовательном учреждении необходимо базировать на единстве, прежде всего, двух подходов: личностно-ориентированного и средового.

Таким образом, воспитательная среда должна быть хорошо организована. Основным требованием к воспитательной среде является создание атмосферы, в которой будут господствовать гуманные отношения, доверие, безопасность, возможность личностного роста.

Огромное значение для обучения студентов в вузе имеет его воспитательная среда. Воспитательная среда вуза должна формироваться на основе всего учебного, научного, информационного, образовательного, культурного, психолого-педагогического потенциала. Структура воспитательной среды состоит из системы, элементами которой являются цели, принципы, формы, методы, средства и, безусловно, результат.

Потенциал воспитательной среды включает вещественные элементы (само образовательное учреждение, его подразделения, общественные организации, любительские объединения) и личностные элементы (состояние

культуры межличностных отношений, ценностные ориентации социальных объектов, являющихся субъектами педагогического процесса, их социокультурную деятельность: направленность, объем, результативность.

Многие педагоги уделяют сегодня большое внимание определению путей формирования воспитательной среды в вузе. Так, по мнению Р.У. Богданова,

в создании воспитательной среды в вузе должны принять участие все подразделения университета и весь его коллектив: и преподаватели, и студенты.

Для этого необходимо создать творческую группу из представителей разных образовательных программ для определения концепции и формата этого раздела, разработки преемственных программ созидательной активности студентов, проектов, методических рекомендаций.

В проектировании и реализации образовательных программ участвуют все кафедры. Следует организовать экспертизу этого раздела. [26, с.28]

О необходимости развития воспитательной среды и важной роли в этом студенческого самоуправления пишет Б.И. Лившиц. Он говорит о том, что студенческая общественность должна занимать более высокие позиции в управлении вузов. Ей должно быть дано право заключать договора с профсоюзами, другими общественными организациями. Студенты должны активнее участвовать во всех подразделениях университета и выходить за рамки вузовского пространства: приглашать к себе интересных людей, искать спонсоров для своих мероприятий и др. Вся эта работа может помочь реализации мер по развитию студенческого самоуправления в формах, предусмотренных государственной молодежной политикой в соответствии с программами (федеральными, региональными) по работе с молодежью, стимулированию созидательной активности студентов во внутренней и внешней воспитательной среде.

Новые задачи в воспитательной деятельности, в создании среды для этого требуют новых технологий работы с молодежью, их поиска. «Воспитывающая среда» - сложное, многогранное понятие.

В качестве его составляющих можно указать на следующие моменты:

- приведение интерьера вуза, внешнего вида, наглядной агитации в соответствии с требованиями дизайна;
- создание в вузе атмосферы творческого поиска, увлеченности профессией.

Предлагается создание в университете дискуссионного педагогического клуба, регулярное проведение встреч с мастерами педагогического труда, ведущими учеными – педагогами, педагогических олимпиад, конкурсов, КВН, всемерная поддержка деятельности педагогических отрядов.

В этом плане рекомендуется ежегодно проводить «День университета», торжественное собрание преподавателей, сотрудников, студентов для развития духа корпорации, чувства «Мы». Можно объявить конкурс на создание Гимна Университета, разработку модели ректорской мантии, одежды членов Ученого Совета, комплекса торжественных ритуалов: посвящение в студенты, День Учителя, День защиты Родины и т.д. Заслуживает внимание предложение о создании общества Альма-Матер, объединяющего выпускников вуза.

Очень важно формирование психологического комфорта в вузе, выявление и предотвращение психотравмирующих факторов, психологических перегрузок и невротических срывов, связанных с условиями жизни и учебы студентов.

При составлении учебного плана руководство университета должно обязательно учитывать интересы, индивидуальные запросы студентов.

Созданию атмосферы доверия и уважения способствует установление неформальных связей «педагог - студент».

Большое внимание должно быть уделено разработке комплекса мер по адаптации первокурсников к студенческой жизни.

Мероприятия по ознакомлению начинающих студентов с историей, традициями, перспективами развития вуза и факультета, с правовым и социальным статусом студентов, с элементарными сведениями о культуре умственного труда, этикете, основах здорового образа жизни. С первого курса студенты должны быть вовлечены в усвоение и создание системы традиций, ритуалов (посвящение в студенты, День учителя, День земли. День рождения университета, день защиты Родины).

Даже этот далеко не полный перечень компонентов, составляющих понятие «воспитывающая среда», показывает, что ее создание требует длительного времени и больших финансовых затрат.

Но если мы не хотим получить потерянное, бездуховное поколение, поклоняющееся только золотому тельцу, руководство и педагогический коллектив должны заняться решением этой проблемы.

Кроме этого, для формирования полноценной воспитательной среды вуза необходимо вести работу и по другим направлениям:

- проводить постоянный мониторинг интересов, запросов, ценностных ориентаций студентов как основы планирования воспитательной работы.
- создать систему внеаудиторной воспитательной работы, объединяющую такие подразделения как психологическая служба, служба дизайна, центр психического и физического здоровья, центр досуга и творчества студентов, штаб труда, дискуссионный педагогический клуб, возрождение института кураторов младших курсов и т.д.
- использовать потенциал учебных предметов для расширения культурного кругозора студентов, развития коммуникативных
- и организаторских способностей (организация диспутов, концертов, экскурсий, привлечение студентов к работе со школьниками в соответствии с профилем факультета)
- создать систему морального и материального стимулирования преподавателей и студентов, активно участвующих в воспитательной работе со студентами.

- развитие студенческого самоуправления: заключение договоров
- с профсоюзами, комитетом РСМ об ответственности студентов за отдельные сферы жизни вуза (общеежитие, биржа труда и т.д.).

Большинство педагогов, которые занимались изучением этих вопросов, считают необходимым создание целостной концепции воспитательной работы в вузе. Для разработки такой концепции должен быть создан творческий коллектив.

Очевидно назрела необходимость создания творческого коллектива научных работников для разработки концепции воспитательной работы в вузе. [19, с.17-19]

Значимой частью в формировании воспитательной среды в вузе является внеаудиторная, культурно-досуговая деятельность. Поэтому в вузе необходимо проведение самых разных досуговых мероприятий: творческих встреч, конкурсов, театральных спектаклей, эстрадных и музыкальных концертов.

Культурно-досуговая деятельность в формировании личности человека нельзя недооценивать.

Она во многом так же важна, как деятельность учебная и трудовая. Во время досуга студенты имеют возможность раскрыть те стороны своей личности, которые они не используют в учебной деятельности. Поэтому очень важно воспитывать у молодых людей серьезное отношение к формам проведения досуга, понимание того, что досуг – это не только развлечение и расслабление. Формы досуга, которые избирают современные молодые люди, во многом определяется уровнем их нравственного и культурного развития.

К сожалению, этот уровень у многих из них недостаточно высокий.

Организация культурно-досуговой деятельности в вузе, содержание проводимых мероприятий должны способствовать развитию духовных и культурных запросов студентов, а не опускаться до часто непритязательных запросов. Но при этом культурно-досуговая деятельность в вузе должна

проводиться с максимальным учетом интересов студентов и при их активном участии. Мероприятия досуга ни в коем случае не должны быть скучными, обязательными, официальными. Досуговая деятельность призвана удовлетворить потребность молодых людей в неформальном общении, эмоциональных контактах, в сопереживании и сопричастности к какому-то общему делу, в объединении усилий для совместных действий.

Одной из наиболее востребованных и любимых студентами форм концертной деятельности является проведение шоу-программ. Причина ее популярности в том, что шоу-программа сочетает в себе литературные, музыкальные, театральные, хореографические виды деятельности.

Таким образом, под воспитательной средой понимается все окружающее нас пространство: физическое, социальное, духовно-нравственное, интеллектуальное, образовательное и др. В широком смысле слова весь окружающий нас мир является воспитательной средой.

Воспитательная среда – совокупность всех факторов (природных, социальных, культурных и др., которые влияют на человека и формируют его личность).

Воспитательная среда – сложное многомерное понятие, представленное на различных уровнях: деятельностном, коммуникативном, психологическом и других. Воспитательная среда любого учебного заведения должна быть организована в соответствии с гуманистическими принципами так, чтобы в учебном заведении была создана атмосфера уважения, доверия, эмпатии, психологического комфорта.

Воспитательная среда в вузе имеет свои особенности. Формированию этой среды способствует богатый воспитательный потенциал самих дисциплин, изучаемых в вузе. Воспитательная среда в вузе во многом зависит от активного участия в ее формировании студентов. Студенты вуза как активные субъекты образовательного процесса с помощью творческого поиска, самоуправления, выдвижения новых креативных идей оказывают большое влияние

на формирование воспитательной среды. Для полноценного, многостороннего и эффективного формирования воспитательной среды в вузе сегодня необходим переход от разрозненных мероприятий к целостной системе ее формирования. Такая система должна включать в себя весь спектр необходимых факторов для развития воспитательной среды от самого простого – чистоты, интерьера, дизайна – до формирования системы ценностей личности студента.

Все эти направления работы по формированию воспитательной среды вуза помогут созданию атмосферы причастности к жизни вуза, воспитанию чувства гордости за свой вуз.

Значимой частью в формировании воспитательной среды в вузе является внеаудиторная, культурно-досуговая деятельность. Поэтому в вузе необходимо проведение самых разных досуговых мероприятий: творческих встреч, конкурсов, театральных спектаклей, эстрадных и музыкальных концертов.

Все мероприятия культурного досуга в вузе должны быть привлекательными для студента, а для этого они должны быть яркими, неформальными, неповторимыми и запоминающимися. Практика показала, что лучше всего воспринимается студентами игровые, дискуссионные, состязательные формы проведения мероприятий.

Одной из наиболее востребованных и любимых студентами форм концертно-эстрадной деятельности является шоу-программа. Причина ее популярности в том, что шоу-программа сочетает в себе литературные, музыкальные, театральные, хореографические виды деятельности.

1.2 Способы организации и проведения шоу-программы как вида культурной деятельности

Шоу-программа является одним из видов культурно-досуговой деятельности. На сегодняшний день это один из самых популярных жанров эстрады. В переводе с английского show - это показ, демонстрация; зрелище, спектакль; показная пышность, парадность [20].

Считается, что шоу-программы должны носить только развлекательный характер. Но для того, чтобы шоу-программа не стала действительно убогой «развлекаловкой», она должна обладать достаточно серьезным содержательным уровнем, опираться на какую-то ведущую идею, иметь единый замысел. Кроме того, чтобы шоу-программа нашла отклик у своих зрителей, она должна быть яркой и зрелищной по форме. Исполнителям шоу-программы, даже если они не профессиональные артисты, необходимо провести свое выступление на достаточном уровне мастерства.

Организаторы и исполнители шоу-программы должны учитывать специфику аудитории, ее интересы и предпочтения.

Шоу-программа может быть успешной, если процесс ее организации и проведения будет опираться на продуманную стратегию и учитывать требования современного менеджмента. Рассмотрим соотношение понятий «организация» и «менеджмент».

Организация как понятие и как явление многозначно и имеет разные трактовки. Понятие «организация» рассматривается в различных источниках (словари, энциклопедии) следующим образом. Так, «Словарь практических терминов по менеджменту» дает такое определение: «Организация – 1) группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей; 2) составная часть управленческой деятельности, представляющая собой процесс, таким образом комбинирующий труд, выполняемый индивидами или группами людей, наделенных качествами, необходимыми для его выполнения, что обеспечиваются наилучшие каналы эффективного, систематического, позитивного и скоординированного приложения знаний работников.

Организация – процесс распределения работы среди сотрудников или групп сотрудников и координация их деятельности. Одной из функций управления» [33, с. 54].

В «Большой советской энциклопедии» представлено следующее толкование: «Организация – (франц. organisation – от ср.-век. лат. organizo – сообщаю стройный вид, устраиваю). 1) внутренняя упорядоченность, согласованность, взаимодействие более или менее дифференцированных и автономных частей целого, обусловленные его строением. 2) Совокупность процессов или действий, ведущих к образованию и совершенствованию взаимосвязей между частями целого. 3) Объединение людей, совместно реализующих программу или цель и действующих на основе определенных правил, и процедур. Применяют к биологическим, социальным и некоторым техническим объектам, фиксируя динамические закономерности, т.е. относящиеся к функционированию, поведению и взаимодействию частей; обычно соотносится с понятиями структуры, системы, управления» [33, с.47].

«Энциклопедия права» определяет ее так: «Организация (от лат. Organizo – устраиваю; англ. organization; фр.organisation) 1) в широком смысле совокупность людей, групп, объединенных для достижения какой-либо задачи на основе разделения труда, обязанностей и наличия иерархической (управленческой) структуры; 2) по гражданскому праву РФ организация. – юридические лица. Законодательство различает коммерческие организации (хозяйственные товарищества и общества, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия) и некоммерческие организации (потребительские кооперативы, общественные организации, религиозные организации, финансируемые собственником учреждения, благотворительные и др. фонды и т.д.); 3) деятельность, направленная на обеспечение скоординированного, основанного на внутренней дисциплине функционирования управляемого объекта».

Таким образом, мы видим, что организация представляет собой некий процесс или совокупность действий, направленных на реализацию того или иного общественного продукта в сфере производства товаров, услуг, информации, знаний, социальных и культурных проектов и т.д.

Для нас более существенным в приведенных выше определениях являются истолкования этого термина как деятельность или совокупность процессов, направленная на создание определенной программы, действующая на основе определенных правил.

Организация какой-либо деятельности в любой сфере, в том числе и в сфере шоу-бизнеса, рассматривается в связи с требованиями современного менеджмента. Опора на основные принципы менеджмента помогает обеспечению успешного проведения различных мероприятий.

Менеджмент имеет место практически во всех сферах жизнедеятельности общества (коммерческом и некоммерческом бизнесе, политике, науке, образовании, профессиональной активности и т.д.). Технологии, т.е. конкретные способы осуществления менеджмента, зависят от социально-экономического развития общества и конкретной сферы применения, информационного обеспечения, действующего законодательства и целого ряда других факторов. Можно привести определения менеджмента наиболее авторитетных специалистов в этой области.

«Словарь практических терминов по менеджменту» дает такое определение:

- 1) междисциплинарная отрасль научного знания с четко выраженным приоритетом прагматических установок;
- 2) составная часть управленческой деятельности организации, связанная с выполнением политики в пределах, определенных администратором, а также с использованием организации для решения задач, поставленных перед нею.

В изложении Л.А. Дробышевой, «менеджмент – это отрасль знаний, которая с помощью управленческого искусства достигает успеха в области экономики, социологии, психологии и т.д.». Также автор предлагает еще один вариант определения: «Менеджмент – процесс установления целей, формирование ресурсов для достижения поставленных целей, последующая оценка результативности и определение дальнейших стратегических действий».

Своеобразное определение дает Р.А. Исаев, где он рассматривает менеджмент с лингвистической точки зрения: «Менеджмент (англ. management – руководство, управление) в своей основе содержит два понятия: лат. manus – рука и англ. To manage – направлять, манипулировать» [32, с. 198].

Начало истории развития менеджмента базируется на опыте, собранном еще нашими далекими предками. Было подмечено, что, пользуясь определенными правилами разделения труда и правильной мотивацией, любая деятельность начинала приносить гораздо лучшие результаты. С годами основные принципы не изменились, а лишь с каждым витком развития цивилизации стали обрастать дополнениями и новыми подходами к подчиненным [50 с].

К концу XIX – началу XX в. появились первые работы, в которых была сделана попытка научного обобщения накопленного опыта и формирования основ науки менеджмента. Это было ответом на потребности промышленного развития, массовое производство и массовый сбыт, ориентация на рынки большой емкости и крупномасштабную организацию в форме мощных корпораций и акционерных обществ [28, 64 с].

Общие функции менеджмента, отражающие его содержание, были сформулированы в 1916 г. А. Файолем. В качестве таковых он выделил организацию, планирование, координацию, контроль и распорядительство. Сегодня к ним можно добавить еще мотивацию, информирование и развитие.

Главной функцией менеджмента считается планирование в широком смысле слова. А. Файоль рассматривал планирование как условие успешного управления, подчеркивая, что сложная и крайне динамичная рыночная ситуация вызывает необходимость в детальном предвидении, в частности для того, чтобы предотвратить или смягчить колебания.

Как и любая другая деятельность, управление осуществляется в соответствии с определенными принципами, т.е. правилами. Они могут быть общими для всех его видов или могут относиться к некоторой их части. Соблюдение принципов обеспечивает успех, несоблюдение может привести к неудачам и убыткам.

Задачи, которые решаются менеджментом зависят от определения конкретных целей развития организации, выявления определенной последовательности целей и очередность решения задач, разработки стратегии её развития, запланированного временного отрезка для решения проблем, определения необходимых ресурсов и источников их обеспечения, установления контроля за выполнением поставленных задач.

Таким образом, под менеджментом понимается система управленческой деятельности, обеспечивающей успешное функционирование самых различных социальных институтов – организаций, призванных осуществлять некоторую социально значимую деятельность. Менеджмент – совокупность таких видов деятельности как планирование, организация и координация, контроль и регулирование, мотивация, осуществление которых обеспечивает эффективное функционирование организации. Иными словами, можно сказать, что если организация – **процесс или совокупность действий**, направленных на реализацию того или иного продукта, то менеджмент – это система управления этим процессом на основе определенных принципов.

Менеджмент прошел через несколько этапов, прежде чем стать полноценной наукой. Среди этих этапов выделяют:

- классическая школа (основатели: Ф.У. Тейлор, Г. Гант, Ф.Гилберт, период: начало XIX - конец XX века);
- школа научного менеджмента (основатель: Ф. Тейлор, год: 1903);
- школа человеческих отношений (основатели: Г. Мюнстерберг, Э.Майо, А. Маслоу, год: 1940-1950);
- количественная школа науки управления (основатели: Р. Акофф, С.Бир, А. Голдберг и др., года: 1950 – настоящее время);

На сегодняшний день приоритетное значение приобрела количественная школа управления, основанная на понимании сложных управленческих проблем, благодаря разработке и применению моделей с использованием количественных методов.

В наше время культура имеет отношение к деятельности организаций в любой сфере, а значит и к процессу управления этой деятельностью, т.е. к менеджменту. Современный менеджмент не только проявляет все большую зависимость от своего социально-культурного контекста, от социально- культурной среды фирмы, но и сам приобретает черты технологии социального культурного нововведения. Более того, каждая фирма все более отчетливо предстает носителем определенной культуры. Современный менеджмент, в силу его отмеченных особенностей, очень тесно сотрудничает с учреждениями сферы культуры: широкое развитие спонсорства, благотворительности, других форм связей с общественностью неосуществимы без такого сотрудничества.

Государственные учреждения культуры, общественные некоммерческие организации, коммерческие структуры, частные фирмы, творческие коллективы и индивиды, действующие в сфере культуры и искусства, создают новые рабочие места и открывают возможность инвестиций в сферу культуры. Тем самым осуществляется непосредственный

вклад в развитие экономики конкретного региона. Речь идет не только об обеспечении занятости, но и о налоговых и прочих отчислениях в государственные бюджеты, социальном страховании.

Культура и искусство социально значимы и даже выгодны, так как являются социальными инвестициями. Культура хранит и передает отобранные временем ценности, образы и смыслы без которых невозможна любая деятельность человека, в том числе и коммерческая.

Культура и искусство обеспечивают социально значимые виды деятельности, организацию отдыха, позитивно влияющие на сознание людей, отношения между ними, способствующие духовному развитию личности и общества в целом, раскрытию их творческого потенциала.

Приведенный перечень показывает реальное значение сферы культуры, степень и масштабы ее реальной востребованности. Осознание этого является важным моментом самосознания профессионалов, работающих в этой сфере. Речь идет о глубоко укорененной в экономике и социальной жизни сфере деятельности, обеспечивающей многообразные формы социального партнерства, связей и отношений, развития общества в целом.

Обычно специфику менеджмента в сфере культуры связывают с особенностями «духовного производства». «Продукты» такой деятельности носят не столько вещественный характер, сколько связаны с феноменами сознания (восприятия, понимания, мышления, переживания и т.д.), не поддаются непосредственному прямому счету, складированию. Их производство зачастую совпадает с их потреблением (просмотр спектакля, кинофильма, прослушивание концерта, чтение книги и т.д. Книга, которую не читают, картина, которую не смотрят и т.п., не являются художественными ценностями). Более того, в отличие от продуктов материального производства, уничтожаемых в процессе потребления (сапоги снашиваются, яблоки съедаются), культурные ценности в процессе потребления

наращивают свою ценность (чем больше людей прочитало книгу, видело картину, слышало концерт и т.п., – тем выше их социальная значимость).

Сфера культуры – сфера преимущественно некоммерческой деятельности. Главная особенность менеджмента в сфере культуры заключается в том, что деньги в этой сфере появляются преимущественно не на основе коммерции, а на основе привлечения средств, вовлечения интересов самых различных сил и инстанций: органов власти, ведающих бюджетными средствами, спонсоров, благотворительных организаций и прочих доходов [18, с. 19].

Даже в шоу-бизнесе, на первый взгляд предельно коммерциализированном секторе сферы культуры, доходы от продажи билетов составляют обычно около 15% бюджета гастролей. Остальное – средства спонсоров. Да и сама гастроль чаще всего является лишь частью рекламной кампании нового диска или альбома.

Некоммерческая деятельность не означает что она непривлекательна для бизнеса. Во всем мире некоммерческий сектор – один из наиболее интенсивно развивающихся секторов экономики. Некоммерческая сфера обладает рядом законодательно закрепленных льгот и гарантий, привлекающих туда капитал. В силу своей публичности, социальной значимости она обладает явно выраженным рекламным потенциалом, возможностями формирования и продвижения привлекательного имиджа, репутации, социального статуса и т.д.

Особенности сказываются на технологии менеджмента в социально-культурной сфере. Однако при всей их важности они не отличают менеджмент в социально-культурной сфере от любого менеджмента услуг. Практически все указанные особенности суть особенности услуг.

Менеджмент в социально-культурной сфере может заключаться исключительно в создании организационных и экономических условий саморазвития социально-культурной жизни – не больше, но и не меньше.

И в этом заключается подлинное содержание характера менеджмента в социально-культурной сфере.

Бизнес все более интегрируется с другими сферами жизни общества: политикой, культурой, наукой, образованием, искусством, спортом. Все большее распространение получили спонсорство и благотворительность, патронаж. Все это не только резко изменило и обогатило своим содержанием технологию менеджмента, придало ему характер социально и культурологически ориентированной деятельности.

Важно, что все эти особенности проявляются на фоне бурного развития современных информационных технологий, информатизации и компьютеризации, мультимедиа, освоения возможностей Интернета, без которого немислимы уже современная реклама, PR, другие бизнес-технологии. Интенсивно проникают эти технологии и в социально-культурную сферу, открывая перед нею совершенно новые горизонты развития.

Современный рынок все более явно глобализируется. Начинается тотальная конкуренция всех со всеми. На первый план выходит способность занять свое уникальное место в сети глобальных рыночных связей. А это возможно только при условии привлечения внимания к своему бизнесу, достижения известности любыми средствами.

Все эти обстоятельства предъявляют новые требования к компетентности и профессионализму современного менеджера. К традиционным требованиям знания технологии, организации, финансового контроля и маркетинга в современных условиях добавляются требования культурологического и гуманитарного характера.

Современный менеджер, вне зависимости от профиля деятельности его фирмы, должен быть не только теоретически, но практически ориентированным в вопросах общей и прикладной культурологии, социальной психологии, быть знакомым с современными культурными процессами в тех

обществах, в среде которых ему приходится или придется иметь дело, практически ориентироваться в механизмах и процедурах принятия политических решений, в современной политической жизни, иметь развитое чувство вкуса, гармонии, стиля, владеть иностранными языками, быть развитым и продвинутым в плане нравственной и интеллектуальной культуры.

Сегодня организатор проведения шоу-программ должен овладеть умением организации своей деятельности на основе принципов менеджмента, т.е. он должен быть и специалистом в эстрадной или музыкальной деятельности, и менеджером особенно, если он проводит шоу-программу как значимое мероприятие для какой-нибудь культурной среды, например, для воспитательной среды вуза.

В соответствии с основными принципами менеджмента (планирование, организация и координация, контроль и регулирование, мотивация) начинать работу над подготовкой шоу-программы надо с планирования.

При планировании обычно определяются цель, задачи, этапы работы.

При организации деятельности по проведению шоу-программы можно выделить следующие этапы.

Первый этап – анализ обстановки и формулировка цели.

Цель программы обычно предполагает соединение в единый технологический процесс организаторской и методической деятельности. После определения цели начинается создание сценарной, режиссерской и организаторской групп, т.е. вовлечение все большего количества специалистов и участников, необходимых для подготовки и проведения программы, предполагается кооперирование направленных содержательных и эмоциональных воздействий. Перед организаторами встает задача добиться от участников программы понимания целесообразности общей деятельности, вызвать у каждого из них глубокую заинтересованность в осуществлении поставленной задачи, нацелить на самостоятельное решение возникших вопросов, наладить информацию о положении дел. Одновременно следует

начинать создание организационно-педагогических условий для творческого процесса.

На данном этапе основная задача организаторов шоу-программы заключается, прежде всего, в выработке у участников программы чувства ответственности за порученное дело, умения соизмерять свои силы и возможности других в предстоящей работе, планировать свою деятельность и обеспечивать ее материально.

На втором этапе идет сбор материалов для достижения поставленных целей. Собранные материалы поступают в распоряжение сценарной группы.

Далее сценарная группа составляет программу пооперационных действий, находит рациональные способы объединения усилий исполнителей, четко определяет функциональные обязанности каждого исполнителя. Этому способствуют их регулярные сборы и активное участие в обсуждении всех вопросов, проигрывании исполнительских ролей. Дальнейшее движение к цели предполагает переключение актива на самостоятельную организаторскую работу. При этом условии роль субъекта сводится в основном к инструктажу, установлению взаимодействия между группами, выполняющими какое-либо действие в процессе организации, к общему руководству деятельностью участников и контролю за ходом осуществления программы.

На третьем этапе проводится самая сложная и ответственная работа для всех участников. Необходимо соединить усилия всех, преодолеть нервное напряжение и решить поставленные задачи. При этом следует иметь план наблюдения за эффективностью программы. Быстрота ориентировки дает специалистам возможность не растеряться в непредвиденной ситуации при неожиданной реакции зрительного зала.

При планировании работы по проведению шоу-программы в соответствии с принципами координации ее организаторы определяют круг партнеров, спонсоров и рекламных агентов. Большое значение в подготовке шоу-программы играет рекламная кампания. Ее задача представить шоу-

программу как привлекательное, ценное мероприятие, которое необходимо посетить. Формы рекламы в зависимости от места проведения, возможностей организаторов и спонсоров, состава предполагаемых зрителей, могут быть самыми различными: это и рекламные плакаты, и листовки, бумажные и электронные СМИ. Хорошо организованная реклама обязательно повысит мотивацию зрителей и побудит их посетить предлагаемое мероприятие.

Для успешного проведения конкретной шоу-программы и в дальнейшем подобных мероприятий ее организаторам необходимо контролировать свою работу на каждом этапе, а по завершению мероприятия провести всесторонний анализ.

Если в ходе анализа обнаруживаются недостатки, ошибки, то необходимо предусмотреть все возможные меры, которые устранили бы их повторение. Анализ программы завершается общими выводами и предложениями, рекомендациями по устранению недостатков в последующей деятельности.

Итак, процесс организации и проведения включает следующие основные этапы: анализ обстановки, формулировка цели, планирование программы, создание программы, корректировка цели, репетиции, проведение программы, анализ проведенной программы.

Оптимальный процесс организации и проведения, как научно обоснованная система, способствует глубокому осмыслению предстоящей деятельности.

Следовательно, можно сделать о том, что процесс организации и проведения шоу-программы трактуется как процесс, в ходе которого отдельные ее стороны – предметная, организационная и методическая – сливаются, органически обуславливая друг друга.

Таким образом, под менеджментом понимается система управленческой деятельности, обеспечивающей успешное функционирование самых различных социальных институтов и организаций. Менеджмент – совокупность таких видов деятельности как планирование,

организация и координация, контроль регулирование, мотивация, осуществление которых обеспечивает эффективное функционирование организации. Иными словами, можно сказать, что если организация – **процесс или совокупность действий**, направленных на реализацию того или иного продукта, то менеджмент – это система управления этим процессом на основе определенных принципов.

Организация мероприятий в сфере культуры имеет свои особенности, так как в сферу культуры входит преимущественно некоммерческая деятельность. Деятельность в сфере культуры направлена не на получение прибыли, даже если она возможна, а на формирование человеческой личности, а значит на такие виды деятельности, которые способствуют социализации и духовному развитию человека: сфера образования, просвещения, организация досуга. Несмотря на то, что деятельность в сфере культуры носит в основном некоммерческий характер, организация этой деятельности должна опираться на основные принципы менеджмента.

Шоу-программа – это один из видов культурно-досуговой деятельности.

Обычно ее рассматривают в рамках эстрадного жанра. В шоу-программе органично сочетаются разные виды деятельности: литературная, музыкальная, хореографическая, театральная. Но, несмотря на необходимость быть зрелищной, яркой, увлекательной шоу-программа должна опираться на достаточно серьезное содержание, иметь основную идею, единый замысел, ценностные смыслы. Организация и проведение шоу-программы, как и других видов культурной деятельности должна опираться на основные принципы менеджмента: планирование, организация и координация, контроль и регулирование, мотивация. Процесс организации и проведения включает следующие основные этапы: анализ обстановки, формулировка цели,

планирование программы, создание программы, корректировка цели, репетиции, проведение программы, анализ проведенной программы.

Шоу-программа как синтетический жанр, соединяющий в себе возможности разных искусств, обладает высоким ценностным и педагогическим потенциалом для воздействия на свою аудиторию. Шоу-программа, подготовленная и проведенная на достаточно высоком уровне, может оказать положительное влияние на окружающую среду, в том числе и воспитательную среду в вузе, и способствовать духовно-нравственному, эмоциональному и эстетическому воспитанию студентов.

Глава 2. ПРАКТИКА ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ШОУ-ПРОГРАММЫ КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ ВУЗА

2.1 Особенности организации и проведения шоу-программы для формирования воспитательной среды вуза

Шоу-программа, как уже было отмечено выше, относится к эстраднему жанру. Мероприятия эстрадного жанра, как правило, предполагают разнообразие составляющих его номеров. Неслучайно, искусство эстрады называют словом «варьете» (от франц. – разнообразие). Это разнообразие определяется различием индивидуальности артистов, эстрадных номеров и видов творчества: тут и словесные жанры, и инструментальная музыка, и вокальное искусство, и хореография.

Т.П. Ванченко в работе «Технология моделирования шоу-программ: современное состояние и перспективы» определяет шоу-программу как «систему специфических выразительных средств, характеризующихся особым типом зрелищности, переводящим психологическое состояние зрителей

на другой эмоциональный уровень через аттракционность воздействия и программность построения (в противовес сюжетности)» [50].

Шоу-программа – это некоторое организованное действие, направленное на восприятие кем-либо; имеет следующие характеристики: массовость участников и зрителей, товарность представляемого продукта и особый тип зрелищности.

Зритель, придя на шоу-программу, где доминирует развлекательная направленность, намеревается получить разрядку, отдохнуть, обрести хорошее настроение, причем, не затрачивая чрезмерных усилий на

восприятие, ведь эстрада – искусство «легких жанров», для нее характерна облегченность процесса восприятия. Этому должны способствовать все компоненты шоу. Одним из таких компонентов является особая структура программы, система построения которой полностью отвечает потребности зрителя в ярком, праздничном, разнообразном зрелище.

Ванченко Т.П. выделяет пять основных видов шоу: ток-шоу (разговорное шоу), документальное шоу, шоу-театр, музыкально-развлекательное шоу, шоу-игру [5].

Шоу - программам свойственна масштабность, как правило, они проходят в крупных концертных залах. Это значит, что основная часть шоу должна строиться на выступлениях первоклассных исполнителей, так называемых «звезд», чей творческий уровень высок и чьи выступления собирают большое число зрителей. В этом одна из главных особенностей шоу.

Шоу, как правило, не может обойтись без шоумена. В переводе с английского это – «хозяин цирка, аттракциона и т. п.; балаганщик; специалист по организации публичных зрелищ» Шоумен - это не просто ведущий - диктор или же ведущий – комментатор. Варганов А. С. отмечает, что шоумен, как и «звезда», должен обладать немалой артистичностью, обаянием, умением весело и непринужденно общаться. Шоумен должен быть личностью, обладать достаточным уровнем интеллекта, находчивости, остроумия, инициативы.

Менеджмент шоу-бизнеса использует множество разнообразных способов, подходов и приемов, позволяющих упорядочить выполнение операций и процедур, необходимых для создания и реализации качественного зрелища, особой услуги, для которой больше других характерны неосвязаемость, неотделимость от источника, несохранность и непостоянство качества.

Важной особенностью управленческих нововведений в шоу-бизнесе стал научно-технический прогресс, превратившийся в важнейшее направление, обеспечивающее необходимые условия для эффективной работы всего механизма шоу-бизнеса. Сегодня система менеджмента шоу-бизнеса – это четко спланированная деятельность определенных лиц, организаций, работающих над созданием особого, можно сказать, «живого» товара. В этом виде предпринимательства сложилось свое разделение труда. Так, например, важная роль в нем отводится авторам или исполнителям. Это придает шоу-бизнесу достаточно высокую степень персонализации. Велика роль продюсера, импресарио, менеджера, промоутера и других участников, без которых шоу-программы не могут состояться.

Ключевой фигурой при постановке и реализации шоу-программы является продюсер – лицо, осуществляющее идейно-художественный и организационно-финансовый контроль над постановкой шоу. При организации крупных шоу-проектов, как правило, помимо главного продюсера, отдельные направления деятельности ведут: исполнительный продюсер – доверенное лицо, осуществляющее художественный и финансовый контроль за постановкой шоу; функциональный продюсер – лицо, отвечающее за конкретные творческо-организационные компоненты; ассоциированный продюсер - партнер, частично финансирующий шоу и принимающий участие в подготовке творческих планов главного продюсера; линейный продюсер – лицо, отвечающее за технологический процесс и наиболее сложные этапы процесса постановки шоу.

В постановке шоу-программы иногда участвуют «независимый продюсер» – лицо, создающее продукт самостоятельно, без участия крупных компаний, а также «формирующий продюсер», выступающий в качестве режиссера-сопостановщика шоу-программы, формирующий идею или сценарий шоу.

Деятельность продюсера представляет собой симбиоз искусства и бизнеса. Продюсер должен обладать повышенной чувствительностью к конъюнктуре этого особого рынка и иметь, как говорится, деловую хватку для реализации задуманного. Профессиональный продюсер должен уметь выбрать идею, тему шоу; обеспечить финансирование шоу-программы; преобразовать идею в сценарий; знать нюансы авторского права; отвечать за историческую

и фактическую достоверность сценария (для шоу на историческую тему); составлять бизнес-план и рассчитывать творческо-производственные показатели; определять стратегию маркетинга; создать творческую группу; организовать постановочный проект; контролировать текущий материал; разбираться в технологии постановок; организовать продвижение своего продукта; анализировать итоги постановки, оценивать вторичные рынки сбыта.

Конечно, в зависимости от сложности постановочного процесса организационная структура по реализации шоу-программ может быть весьма разнообразной.

Все сотрудники, задействованные в подобной структуре, делятся на творческий и менеджерский состав. К творческому составу относятся главный режиссер, режиссер-постановщик; редактор; балетмейстер-постановщик; композитор; художник-постановщик; художник по костюмам, художник по свету; звукорежиссер, стилист и некоторые другие сотрудники. Собственно, менеджерский состав, как правило, включает директора шоу-программы, главного администратора, PR-менеджера и коммерческого директора.

Технология постановки шоу-программы состоит из ряда этапов.

Первый – подготовительный этап – начинается с разработки идеи шоу-программы и формирования ее бюджета. На этом этапе принятая идея воплощается в сценарий; осуществляется подбор исполнителей; разрабатываются и утверждаются эскизы декораций и костюмов; подбирается

музыкальное сопровождение; осуществляются некоторые другие виды деятельности творческого и финансового характер.

После утверждения, всего предложенного творческим составом начинается второй этап – технологии постановки шоу-программы. Для него характерно производство декораций, реквизитов, костюмов, музыкального и пиротехнического сопровождения, технического оборудования, рекламных буклетов и других средств для PR-компаний.

Третий этап постановки шоу-программы связан с монтажом декораций, технического оборудования. После монтажа оборудования осуществляется генеральная репетиция, или, как говорят специалисты, генеральный прогон.

Четвертый этап – это сама премьера шоу-программы. Однако следует иметь в виду, что это лишь общая схема формирования такого специфического продукта, как шоу-программа, каждая область зрелищного ряда имеет свои особенности и индивидуальную технологию постановки.

Сценарий концерта (театрализованного, эстрадного представления, хореографического зрелища и т.д.) в принципе выстраивается на выразительных средствах, общих для всех разновидностей жанра. Меняются детали – с учетом исполнительских сил и сценической площадки. Но основа остается неизменной. Это – эпизоды и номера, техническое оснащение концертного зала, звучание музыки, внешний вид, являющиеся «слагаемыми» организации и проведения концерта.

На сегодняшнем этапе в основе организации и проведения концертного действия – стиль/жанр и композиционное решение шоу; подчиненные монтажу, они являются составной частью, звеньями, из которых складывается целостное художественное произведение.

Организация и проведение шоу-программы по своим выразительным средствам близки к изображению на холсте, ибо заключают в себе образы крупномасштабные, полные символики и обобщения, графически точно выражая основную идею и наглядно проводя ее в жизнь.

Форма

и выразительные средства шоу-программы определяются ее жанром.

Синтетический характер шоу-программы, вобравший в себя смежные искусства – музыку, свет, изобразительное искусство, театр (драматический и музыкальный), эстраду и хореографию, требует от создателя знаний и композиционного умения в создании из разнородных элементов единого «архитектурного проекта».

Конечный результат, на который направлены все творческие усилия организаторов, зависит от реакции зала. Вопрос о мере контакта со зрителем, приобщении его к сценическому действию, о способах влияния на зрителя остается основным оценочным мерилom мастерства организации и проведения шоу-программы. Искусство организации и проведения – это искусство художественного общения со зрителем. В нем есть свои, еще мало изученные закономерности. Формула: кто-что-как-кому отражает процессы, происходящие между сценой и залом.

Итак, сложившись под влиянием смежных искусств – кино, театра, эстрады и цирка, современная шоу-программа превратилась в современный оригинальный жанр, востребованный современным зрителем, особенно молодежью. Несмотря на кажущуюся легковесность этого жанра, шоу-программа может обращаться к самым серьезным и глобальным темам, говорить языком концертного действия о величайших событиях в истории народа: революции, войнах, о мужестве народа, его патриотизме и могуществе.

Одним из важных элементов шоу-программы является музыка. Ее роль в художественно-образном решении того или иного мероприятия поистине велика. Музыка как ни один другой вид искусства способна с большой силой и всеобъемлющей полнотой передать чувства и мысли, различные эмоциональные состояния человека. Диапазон этих состояний и переживаний, выражаемых музыкой, безграничен. От образов интимных и нежных

до преисполненных общечеловеческой значимости и силы, от печальных и скорбных звучаний до ликующих и торжественных. Вот почему знание особенностей музыки как выразительного средства, ее функций в шоу-программе, органического сочетания фонограмм и живого звучания необходимы режиссерам шоу-программы для организации более эффективного художественно-эмоционального воздействия на зрителей средствами музыкального искусства.

Музыкальное оформление шоу-программы представляет определенную трудность. Это связано, прежде всего с тем, что вопросы теории и практики музыкального оформления зрелищных программ почти не разработаны в научно-практической литературе, кроме некоторых, встречающихся в методических работах.

В настоящее время все чаще студенты в процессе моделирования шоу-программы, для облегчения своего труда, используют универсальные таблицы и программы, содержащие все необходимые пункты постановочной работы. Такими таблицами являются рабочий сценарий и монтажный лист.

В этих программах находится полное описание всей структуры действия, поэтому она и называется рабочим сценарием.

Конечно же, при постановке ни в коем случае нельзя забывать о том, что зрелище, по своей сути, должно пропагандировать какие-либо идеи. Задачей организатора и его помощников становится четкое отслеживание определённой линии событий и их направленность.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что характер организации и проведения студентами шоу программы зависит от формы и идеи зрелищного действия.

Ещё один немаловажный момент в подготовке зрелищной программы – рекламная компания. В тот момент, пока проводятся репетиции, изготавливаются декорации и костюмы, выстраивается концертная площадка и проводится разнообразная техническая подготовка, в средствах массовой информации начинается усиленная рекламная компания того или иного

зрелища, ведь от количества зрителей напрямую зависит как творческий, так и коммерческий успех программы. Реклама может так же принимать различную форму: плакаты, афиши, буклеты, «растяжки» на улицах города, видео клипы на телевизионных каналах, радио эфиры, реклама в городском транспорте, в подземных переходах, на электронных уличных экранах и т. д.

Шоу-программы довольно часто проводятся в рамках РГППУ на базе его культурно-образовательного центра. Для проведения этих программ администрация КОЦа плодотворно сотрудничает с известными людьми творческих профессий – это поэты и композиторы, певцы и танцоры, хореографы и модельеры, режиссеры-постановщики и творческие коллективы, которые насыщают культурную среду университета и помогают сделать жизнь ярче и интереснее. Но часто такие шоу-программы проводятся с опорой на собственные силы: талантливых и инициативных студентов и творческие коллективы университета.

Шоу-программа как вид культурно-досуговой деятельности оказывает заметную роль в формировании воспитательной среды вуза и развитии личности студентов.

Что же должно быть отправной точкой для вуза в организации шоу-программы как средства формирования воспитательной среды вуза?

Студенты в процессе моделирования шоу-программы всегда обращаются к людям, и от их авторских позиций зависит, какие идеи будут заключены в сценарии, за что они станут агитировать.

Только в этом случае шоу-программа, осуществленная по сценарию, будет действительно нести в себе заряд силы и явится средством эмоционального воздействия на аудиторию, которой и адресуется программа.

Поэтому так высоки должны быть требования, предъявляемые к организации и проведению шоу-программы. Эти требования касаются

вопросов как идейно-художественного плана, так и сценарной техники. Причем вопросы идейно-художественного содержания являются факторами и механизмами формирования воспитательной среды.

Каждый студент по-своему увидит ту или иную тему, найдет своеобразное ее решение. Необходимо только, чтобы избранная тема волновала студентов, чтобы они горели ею, чтобы она стала радостью в процессе организации.

Очень важно, чтобы студенты, работающие над созданием шоу-программы, знали технологию своего ремесла, были знакомы с теми основными закономерностями, которые являются определяющими в этом стиле/жанре. В процессе организации и проведения сценария авторы должны мыслить пластическими образами, т. е. теми категориями, которые В.С. Пудовкин называл «пластическим материалом (пространственной формой и ее движением)», являющимся своеобразным языком, присущим данному жанру. Композиция пластического материала должна воплощаться в конкретном зрелищном образном строе, а все остальные компоненты – сопутствовать пластическому материалу, из которого создается шоу-программа.

В организации и проведении формирования воспитательной среды вуза требует оригинального, неожиданного приема, дающего энергетический толчок всему созданию шоу-программы. Это играет одну из главных ролей в создании студентами университета действительно оригинальное и инновационное шоу.

Каждая программа имеет свои специфические особенности, требующие определенного музыкального решения для формирования воспитательной среды в университете.

Таким образом, для организации и проведения шоу-программы, в том числе и в рамках вуза характерны некоторые особенности. Шоу-программа как правило обращена к массовой зрительской аудитории, а значит предполагает определенный масштаб, который должны учитывать

организаторы мероприятия. Ключевой фигурой в процессе подготовки и проведения шоу-программы является продюсер. Он должен уметь выбрать идею, тему шоу; составить бизнес-план, обеспечить финансирование шоу-программы; преобразовать идею в сценарий.

Этапы подготовки шоу-программы последовательно осуществляют разработку идеи шоу-программы, формирование бюджета, технологии постановки, монтаж декораций и технического оборудования.

Синтетический характер шоу-программы (музыка, свет, изобразительное искусство, театр, эстрада и хореография) требует от организаторов особых знаний и умений в разработке сценария, композиции, музыкального сопровождения и дизайна. Из разнородных элементов как из отдельных кирпичиков должен быть выстроен единый «архитектурный проект» шоу-программы. Основным показателем успешности проведения шоу-программы является оценка ее зрителем. Искусство организации и проведения шоу-программы – это искусство художественного общения со зрителем.

Все эти особенности шоу-программы как жанра, ее технические и содержательные должны быть учтены при организации и проведении конкурса «Мистер и Мисс РГППУ 2016».

2.2. Опыт проведения конкурса «Мистер и Мисс РГППУ 2016» и анализ его эффективности для формирования воспитательной среды вуза

Конкурс «Мистер и Мисс РГППУ 2016» проводился на базе культурно – образовательного центра в Российском государственном профессионально-педагогическом университете.

Культурно-образовательный центр является одной из ведущих площадок для организации и проведения различных культурно – массовых

мероприятий

в вузе.

Деятельность культурно-образовательного центра в вузе занимает значительное место в жизни вуза и оказывает большое влияние на формирование воспитательной среды. Воспитательная среда в нашем вузе формируется с помощью различных мероприятий образовательного, воспитательного, просветительского и развлекательного характера. К ним можно отнести различные тематические вечера, встречи с интересными людьми, презентации важных культурных событий и др. Значительная роль в формировании воспитательной среды вуза отводится шоу-программам с участием вокальных, инструментальных, хореографических и других художественных коллективов вуза. Неизменный интерес у студентов вуза вызывают различные конкурсы, смотры, литературно-музыкальные вечера и другие соревнования. Все эти мероприятия проводятся в основном на базе Культурно-образовательного центра университета (далее КОЦ).

Основной целью культурно-образовательного центра является обеспечение необходимых условий для реализации потребностей в самовыражении студентов, развитие их инициативы, поддержка и развитие творческого потенциала. С момента своего открытия Культурно-образовательный центр РГППУ является центром притяжения для активной и творческой молодежи университета. Это место неформального общения студентов со всего университета; своеобразная творческая мастерская, в которой развиваются способности и таланты. Здесь приобретаются новые друзья и познаются радости побед.

Директором Культурно-образовательного центра РГППУ в настоящее время является Лазарев Александр Валерьевич.

Ежегодно культурно-образовательный центр проводит музыкальные фестивали, конкурсы, танцевальные марафоны, театральные постановки, праздничные концерты. Здесь работают талантливые, увлеченные своим

делом музыканты, хореографы, вокалисты, режиссеры, техники и администраторы.

Культурно-образовательный центр – это возможность воспитать в себе чувство прекрасного, реализовать свой творческий потенциал, раскрыть и развить свои способности, удивить мир своими талантами [54].

Основными мероприятиями, проводимыми на базе культурно-образовательного центра, являются музыкальные фестивали, конкурсы, танцевальные марафоны, театральные постановки, праздничные концерты и др.

Каждый год КОЦ работает по заранее составленному плану. В разработке плана участвуют руководители всех направлений (отделений КОЦ): хореографическая, музыкальная студия, театральная и т.д. Календарный план составляется на год. Кроме годового плана, составляются планы по месяцам, что необходимо для уточнения и корректировки планов мероприятий. Так, например, план работы на май месяц 2016 года включает в себя такие основные мероприятия как праздничные концерты, посвященные 71-летию Победы в Великой Отечественной Войне, кубок КВН, День молодежи России, Наш Первомай, Студенческая Весна и т.д.

В последние годы большую популярность приобрела такая разновидность шоу-программы как конкурс «Мистер и Мисс РГППУ». Этот конкурс проводится с 2007 года. В этом году также был организован этот конкурс.

Он состоялся 26 мая 2016 года.

Для организации и проведения конкурса был создан оргкомитет, в который вошли работники культурно-образовательного центра РГППУ, представили профсоюзного комитета студентов, объединенного студенческого совета и студенты-энтузиасты. Возглавлял оргкомитет директор культурно-образовательного центра Лазарев Александр Валерьевич. Каждый член оргкомитета отвечал за определенное направление работы.

Наше участие заключалось в организации рекламной кампании, в привлечении спонсоров конкурса и создании демонстрационного видеоролика, посвященного конкурсу.

В соответствии с требованиями современного менеджмента, которые были изложены выше, организаторы конкурса начали свою работу с планирования. Была определена стратегия, поставлена цель и определены основные задачи. Оргкомитет составил смету доходов и расходов мероприятия.

Главная цель конкурса – выявить наиболее ярких, талантливых, разносторонне развитых студентов нашего университета, способных показать себя гармонически развитыми личностями.

Задачи конкурса:

- провести конкурс как яркую, зрелищную шоу-программу с использованием всех организационных, технических и культурных возможностей;
- пригласить к участию как можно более широкий круг студентов РГППУ;
- предоставить возможность участникам конкурса проявить свои актерские, хореографические, музыкальные, вокальные и др. способности в разных сферах творческой деятельности;
- определить победителей конкурса (девушку и юношу).

Спонсорами конкурса выступили крупные торговые фирмы, такие как магазин женской одежды «Amado», студия платья «Оранжевый жакет», сеть танцевальных студий «Академия танца 2dance» и др. Кроме этого, представители этих фирм были приглашены в члены жюри.

В процессе подготовки к конкурсу его участники будут постигать секреты актерского мастерства, учиться танцевать и выработать модельную походку, овладевать навыками участия в профессиональной фотосессии, которую проводил партнер конкурса и выпускник РГППУ Владимира Лузина (для 2.3). Кроме этого, участников конкурса пригласили

сняться в видеоролике для одного из спонсоров конкурса – парка развлечений «Герои Парк». Участницы предстанут перед зрителями на дефиле в коллекциях наших спонсоров — магазина женской одежды «Amado» и студии платья «Оранжевый жакет».

Сотрудники КОЦа разработали сценарий, который определял порядок ведения концерта, заполнение пауз между номерами, содержание самих номинаций и концертных номеров, формы активного участия зрителей в шоу-программе.

По сценарию конкурс предполагалось проводить как яркое, зрелищное мероприятие, в течение которого могли выступить и раскрыть свои таланты не только участники конкурса, но и другие студенты-исполнители концертных номеров во время пауз между конкурсными заданиями, активное участие должны были принять зрители конкурса, для чего были продуманы формы вовлечения зрителей в конкурсное действие (конкурсы, викторины). Зрители должны были принять участие в оценке конкурсантов на приз зрительских симпатий.

Для участников конкурса были определены следующие номинации: визитная карточка, вокальное, хореографическое, литературное исполнение.

Визитная карточка предполагает своеобразную самопрезентацию участников конкурса (характер, увлечения, творческие планы и т.д.), сопровождаемую видеорядом о их студенческой жизни. В следующих номинациях конкурсанты должны раскрыть свои способности, навыки и умения в вокальной, музыкальной, хореографической, театральной, литературной и др. сферах деятельности.

Кроме победных номинаций Мистер и Мисс РГППУ участники соревнуются за титулы «Мисс зрительских симпатий РГППУ-2016» и «Мистер зрительских симпатий РГППУ-2016» и за титулы конкурса «Мисс и Мистер интернет-симпатия РГППУ-2016». Победители последних двух конкурсов должны определять зрители.

Реклама конкурса Мистер и Мисс РГППУ 2016 проводилась на сайте профессионально-педагогического университета. На главной странице в разделе «Новости» было дано объявление о конкурсе, его условиях и сроках проведения. Объявление было дано оргкомитетом конкурса в виде информационного письма.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

(приглашение на кастинг)

Прими участие в конкурсе «Мисс и Мистер РГППУ»!

Студенты, внимание!

2 марта в нашем вузе пройдет кастинг для всех желающих принять участие в конкурсе «Мисс и Мистер РГППУ».

Будущих конкурсантов ждут различные фотосессии и съёмки видеороликов, активная подготовка индивидуальных и коллективных творческих номеров к финальному шоу (которое пройдет на сцене КОЦ в конце мая) и еще много чего интересного!

Ты — креативный, талантливый, обворожительный, целеустремленный человек?

Ты часто слышишь комплименты в свой адрес?

Ты считаешь себя достойным почетного звания «Мисс» или «Мистер» РГППУ?

Тогда до скорой встречи на кастинге: 02 марта, 17.00, КОЦ РГППУ.

С собой приноси **заполненную анкету**, ну, и конечно, свое обаяние!

P.S. За всей информацией о ходе конкурса следите в **группе Культурно-образовательного центра РГППУ**.

Для участия в конкурсе на официальном сайте РГППУ было размещено информационное письмо с приглашением на кастинг. Принять участие

в конкурсе могли студенты всех факультетов. Чтобы принять участие все желающие могли заполнить анкету и пройти кастинг.

После подачи заявок проходило прослушивание и отбор будущих конкурсантов. Конкурсная комиссия отбирала участников по таким критериям, как умение общаться с аудиторией, яркость и оригинальность выступления, культура публичного выступления, сценическое движение, мастерство исполнения, привлекательность созданного образа, чувство стиля, пластика.

Кроме этого, студенты как зрители были приглашены для участия в конкурсе зрительских симпатий, т.е. они могли выбрать наиболее понравившегося им конкурсанта и проголосовать за него.

Для этого на сайте был выделен раздел, где каждый может проголосовать за понравившегося ему участника в номинации «Зрительская симпатия». Можно проголосовать один раз за одну девушку и один раз за одного юношу.

Помимо официального сайта РГППУ, главным средством массовой информации о студенческой жизни университета является газета «МЫ – РГППУ». Ежемесячно выпускается номер, где за несколько месяцев до конкурса было напечатано объявление о подготовке и проведении конкурса и дано официальное приглашение всем желающим принять участие и посетить конкурс.

В вузе существует система информационного оповещения с помощью бегущей строки, где на специальных экранах в университете можно прочесть о всех главных новостях университета. На них с определенной периодичностью размещались информационные письма о конкурсе, а также о месте и времени проведения. Позднее появились фотографии участников финала с приглашением голосовать за понравившегося кандидата, который мог бы получить приз зрительских симпатий.

Чтобы привлечь большее количество зрителей, студенты раздавали пригласительные листовки с афишей конкурса «Мистер и Мисс РГППУ 2016» всем желающим.

В интернете студенты продвигали конкурс на форумах и блогах. Второе информационное письмо приглашало студентов на финальный этап конкурса, в котором должны были соревноваться победители кастинга.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

(приглашение на финал)

Друзья, приглашаем вас на финал конкурса «Мистер и Мисс РГППУ — 2016», который состоится 26 мая в 14:00 на сцене Культурно-образовательного центра РГППУ. В этом году до финала дошли 10 участников: 3 юношей и 7 девушек.

В процессе подготовки ребята постигали секреты актерского мастерства, учились танцевать и выработывали модельную походку, учились правильно позировать на профессиональной фотосессии от партнера конкурса и выпускника РГППУ Владимира Лузина, снимались в видеоролике для одного из спонсоров конкурса – парка развлечений «Герои Парк» и многое другое.

Участницы предстанут перед зрителями на дефиле в коллекциях наших спонсоров – магазина женской одежды «Amado» и студии платья «Оранжевый жакет».

Приходите поддержать участников 26 мая в 14.00 и быть может именно Ваш голос станет решающим в борьбе за титулы «Мисс зрительских симпатий РГППУ-2016» и «Мистер зрительских симпатий РГППУ-2016». Также будет проходить конкурс среди групп поддержки участников! Не забываем голосовать за титулы «Мисс интернет-симпатия РГППУ-2016» и «Мистер интернет-симпатия РГППУ-2016» в группе Культурно-образовательного центра РГППУ вКонтакте: <https://vk.com/club111814051>

Выражаем огромную благодарность нашим партнерам и спонсорам, благодаря которым финал конкурса прошел ярко и незабываемо:

Магазин женской одежды «Amado»

<https://vk.com/amadoshop>

Студия платья «Оранжевый жакет»

https://vk.com/orange_jacket

Объединенный совет обучающихся РГППУ.

<https://vk.com/rsvpu>

Бренд женской одежды и нижнего белья NEPOSUDOMOIKA

<https://vk.com/neposudomoika>

Сеть танцевальных студий «Академия танца 2dance»

<https://vk.com/2dance>

Фитнес клуб «Золотой тигр»

https://vk.com/golden_tiger

Парк развлечений «Герои Парк» Эпицентр экстремальных впечатлений

<https://vk.com/geroipark>

Одежда и аксессуары «Sheeery»

<https://vk.com/sheeeryco>

Фотограф Владимир Лузин

<https://vk.com/club19140495>

«Академия ведущих ЕКБ»

<https://vk.com/aveburg>

Рекламное агентство «Долерит»

Профком студентов и аспирантов РГППУ

https://vk.com/rsvpu_profkom

Также выражаем благодарность: Ирине Губановой, Егору Савицкому, Юлии Вольхиной, Алексею Зарицкому, Полине Усенковой за вклад в проведение финала конкурса «Мисс и мистер РГППУ 2016».

26 мая на сцене культурно-образовательного центра РГППУ прошел финал конкурса «Мисс и мистер РГППУ 2016». В зале присутствовало 150 человек зрителей. Участие в нем приняли 7 девушек и 3 молодых человека.

Подготовка к конкурсу проходила в течение 3 месяцев. За это время конкурсанты получали навыки актерского мастерства, совершенствовали свои хореографические данные, учились основам дефиле, готовили творческие номера под чутким руководством талантливых педагогов: Анны Еременко, Анастасии Зуевой, Бориса Зырянова. Первым этапом конкурса стала съемка небольшой видео презентации каждого конкурсанта, в которой они должны были быстро ответить на самые необычные вопросы. Эти видеоролики помогли лучше представить себе способности, возможности, разнообразные таланты каждого конкурсанта как для членов жюри, так и для зрителей.

За время подготовки к финальному мероприятию претенденты на звания «Мисс и мистер РГППУ» проводили много времени вместе, благодаря чему стали настоящей командой. Так они вместе посетили «Герои Парк», приняли участие во всех его аттракционах, показали уровень и разносторонность своей физической подготовки. Дирекция парка сняла об этом видеоотчет, который был использован в презентациях участников конкурса.

Специалист по связям с общественностью парка – Павел Еловских стал одним из членов жюри конкурса. В жюри вошли представители и других спонсоров: Руслан Бекчанов – исполнительный директор сети танцевальных студий «Академия танца 2dance»; Дарья Бовт – директор магазина женской одежды «Амадо»; Максим Бурков – сооснователь проекта «Академия Ведущих ЕКБ», шоумен; председатель жюри – Бакеркина Оксана Артуровна – Член Союза дизайнеров России, кандидат культурологии, доцент кафедры стиля и имиджа РГППУ.

Участники конкурса соревновались в следующих номинациях: визитная карточка, вокальное, хореографическое и литературное исполнение.

Открыл концертную программу танцевальный номер «Ретро-кино» от участников конкурса. Далее последовал конкурс «Дефиле», в котором участницы предстали в платьях от магазина женской одежды «Amado». Затем

членам жюри и зрителям была предоставлена возможность поближе познакомиться с участниками на конкурсе визиток.

Зрители были поражены пластикой и женственностью прекрасной половины конкурсантов, которые они продемонстрировали в танцевальном конкурсе. Затем настал самый ожидаемый конкурс, показавший индивидуальность каждого участника. Мария Коновалова исполнила лирическую песню «Боль», Валентин Данилов покорила сердца членов жюри танцем с ложками, Дарья Симакова в номере «Портрет» продемонстрировала свое владение мастерством живописи. Добавила чувственных ноток в общий ход мероприятия Полина Полякова с танцем «Он и она». Тимофей Кузнецов поразил всех сидящих в зале своим владением парикмахерским искусством, прямо на сцене создав вечернюю прическу на волосах модели. Анастасия Коптякова в танце «Сильнее страха» попыталась донести до зрителей свои переживания, связанные с участием в данном конкурсе. Приобщила к истории нашего государства всех зрителей, находящихся в зале, Ляна Глотова с номером «Гид по Истории», прочитав стихи собственного сочинения. Татьяна Кислицына проявила свою многогранность в танцевальной композиции «РИНГ». Юлия Гладкова ошеломила всех цирковым номером. Танцем «Что прячут сны» Сергей Корнев завершил конкурс талантов.

Заключительным этапом концертной программы стало дефиле конкурсантов в костюмах и вечерних платьях, спонсором которого стала студия платья «Оранжевый жакет». После него члены жюри удалились для подведения результатов. Зрители оценивали конкурсантов с помощью анкет, выдававшихся всем желающим при входе в концертный зал РГППУ. После окончания конкурса все заполнившие анкеты с оценками отдавали их на подсчет голосов от зрителей. Далее голоса членов жюри и всех проголосовавших в зале суммировались, после чего подводились итоги.

В конце соревнования конкурсантов на основе мнения жюри и зрителей были представлены итоговые результаты:

- *мисс РГППУ 2016* – Коптякова Анастасия, ИИПО,

- *мистер РГППУ 2016* – Корнев Сергей, ИИПО,
- *вице-мисс РГППУ 2016* – Коновалова Мария, ИГСЭО,
- *вице-мистер РГППУ 2016* – Данилов Валентин, ИГСЭО,
- *мисс зрительских симпатий РГППУ 2016* – Полякова Полина, ИГСЭО,
- *мистер зрительских симпатий РГППУ 2016* – Кузнецов Тимофей, ИИПО,
- *мисс интернет-симпатия РГППУ 2016* – Глотова Ляна, ИГСЭО,
- *мистер интернет-симпатия РГППУ 2016* – Корнев Сергей, ИИПО.

Во время проведения конкурса образовывались естественные паузы, которые организаторы концерта заполняли музыкальными, цирковыми, танцевальными, театральными номерами, которые исполняли студенты РГППУ.

Во время пауз ведущий концерта с помощниками проводили конкурсы и викторина для зрителей. Большой интерес вызвала викторина, в ходе которой нужно было угадать название фильмов по представленным фрагментам. Победителям этих конкурсов и викторин вручались ценные призы. Организаторами конкурса были проведены еще и соревнования между группами поддержки зрителей. Все это оживляло атмосферу в зале, придавало праздничность проведению конкурса, делало его по-настоящему яркой, театрализованной шоу-программой.

Во время подготовки и проведения конкурса «Мистер и Мисс РГППУ 2016» нами создавался видеоролик. Видеоролик был создан как своеобразный видеоотчет о конкурсе для сегодняшних студентов, но главная его цель была сохранить материал о конкурсе для следующих поколений студентов.

В видеоролике отражен подготовительный этап конкурса, представлены интервью участников и зрителей, показан ход финального этапа конкурса, запечатлены все самые яркие моменты выступлений участников. Материалы видеоролика помогут на наш взгляд ощутить праздничную атмосферу этого конкурса.

Для съемки видеоролика потребовалось две профессиональные видеокамеры. Первая вела панорамную съемку в течение всего конкурса, а вторая была использована для съемки с разных точек зрительного зала.

В видеоролике запечатлено не только само действие конкурса и концертные номера, но и зрители, которые пришли поддержать конкурсантов. В целом, видеоролик полностью отражает суть проведения конкурса «Мистер и Мисс РГППУ 2016», где запечатлены самые интересные и волнующие моменты проведения праздника. Наш видеоролик будет интересен для тех, кто планирует принять участие в таких конкурсах в будущем.

Наш ролик представлен на сайте РГППУ и в группе культурно образовательного центра РГППУ Вконтакте.

Особенность нашего видеоролика – музыкальное сопровождение, которое настраивает своего зрителя на позитивный лад, в нем использованы две аудиозаписи:

- Ed Sheeran– I See Fire (*рус. Эд Ширан – Я вижу огонь*).
- Britney Spears – Toxic (*рус. Бритни Спирс – Ядовитый*).

Гармоничное, спокойное и мелодичное начало музыкального сопровождения видеоролика сменяется энергичным и настраивающим на победу мотивом.

Первый этап съемки нашего видеоролика был посвящен определению его концепции. Поскольку это один из самых важных этапов, т.к. каждый видеоролик должен иметь цель, четко расставленные акценты. Нужно учесть также характер аудитории, на которую будет направлен видеоролик,

хронометраж, формат и т.д. Только в случае, когда все эти параметры учтены, можно приступить к следующему этапу – созданию сценария.

Создание сценария – это не просто написанный сюжет, а множество разных составляющих: текст, видеоряд, графическая информация, музыкальное сопровождение, заставки и т.д. По сути, это тот же самый видеоролик, только расписанный на бумаге. Это делается для удобства и четкого планирования последовательности действий.

Третьим этапом стала непосредственно съемка видеоролика, посвященного конкурсу «Мистер и Мисс РГППУ 2016». На этом этапе всё зависит от самого материала. В соответствии с тематикой, длительностью конкурса, необходимостью оборудования (осветительное оборудование, профессиональные видеокамеры, микрофоны и т.д.) время варьировалось в пределах трех часов. После съемки видеоролика одним из важнейших заключительных этапов съемки для нас стало правильно и профессионально смонтировать видео, чтобы устранить все недостатки и получить качественный видеоролик, посвященный конкурсу «Мистер и Мисс РГППУ 2016».

Процесс монтажа проходил в профессиональной программе Sony Vegas. Эта работа требовала не только определенных знаний, но и наличия творческого потенциала и креативного мышления для создания видеоролика. После этого мы накладывали музыкальное сопровождение и затем все части видеоролика собирали воедино.

Таким образом, деятельность культурно-образовательного центра в вузе занимает значительное место в жизни вуза и оказывает большое влияние на формирование воспитательной среды.

Конкурс «Мистер и Мисс РГППУ 2016» проводился на базе культурно – образовательного центра в Российском государственном профессионально-педагогическом университете.

Для организации и проведения конкурса был создан оргкомитет, в который вошли работники культурно-образовательного центра РГППУ,

представили профсоюзного комитета студентов, объединенного студенческого совета и студенты-энтузиасты. Возглавлял оргкомитет директор культурно-образовательного центра Лазарев Александр Валерьевич.

В соответствии с требованиями современного менеджмента, которые были изложены выше, организаторы конкурса начали свою работу с планирования. Были определены стратегия, цель и задачи конкурса. Оргкомитет составил смету доходов и расходов мероприятия, был написан сценарий.

Главная цель конкурса – выявить наиболее ярких, талантливых, разносторонне развитых студентов нашего университета, способных показать себя гармонически развитыми личностями.

Каждый член оргкомитета отвечал за определенное направление работы. Наше участие заключалось в организации рекламной кампании, в привлечении спонсоров конкурса и создании демонстрационного видеоролика, посвященного конкурсу.

В процессе подготовки к конкурсу его участники постигали секреты актерского мастерства, учились танцевать и вырабатывать модельную походку, овладевать навыками участия в профессиональной фотосессии.

Для участников конкурса были определены следующие номинации: визитная карточка, вокальное, хореографическое, литературное исполнение.

Реклама конкурса была проведена на сайте университета, в газете «МЫ-РГППУ», в бегущей строке и др.

26 мая 2016 года прошел финал конкурса. В зале присутствовало 150 человек зрителей. Участие в нем приняли 7 девушек и 3 молодых человека.

Конкурсанты всех номинаций, а также студенты, которые выступали с концертными номерами во время пауз, проявили самостоятельность, оригинальность, выдумку.

Особенно ярко раскрылись творческие способности в номинации «визитная карточка». В этой номинации были представлены материалы, глубокие по содержанию и оригинальные по форме. С точки зрения

мастерства перед зрителями открылись настоящие таланты. Участники предстали перед зрителями как всесторонне развитые личности, способные проявить себя в разных сферах.

Организация и проведение конкурса удалось выстроить как последовательный, целенаправленный процесс в соответствии с основными принципами менеджмента.

Зрители активно поддерживали всех конкурсантов. Организаторами конкурса были проведены соревнования между группами поддержки зрителей, а также конкурсы и викторины для зрителей. Все это оживляло атмосферу

в зале, придавало праздничность проведению конкурса, делало его по-настоящему яркой, театрализованной шоу-программой. Зрители высоко оценили конкурс и подтвердили свою оценку аплодисментами, а также своими ответами на вопросы анкеты и обменом мнениями на сайте РГППУ.

В итоге можно отметить, что проведение конкурса оказалось успешным с точки зрения содержания, организации и зрелищной привлекательности, что подтвердило положение нашей гипотезы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, под воспитательной средой понимается все окружающее нас пространство: физическое, социальное, духовно-нравственное, интеллектуальное, образовательное и др. В широком смысле слова весь окружающий нас мир является воспитательной средой.

Воспитательная среда – совокупность всех факторов (природных, социальных, культурных и др., которые влияют на человека и формируют его личность).

Воспитательная среда – сложное многомерное понятие, представленное на различных уровнях: деятельностном, коммуникативном, психологическом и других. Воспитательная среда любого учебного заведения должна быть организована в соответствии с гуманистическими принципами так, чтобы в учебном заведении была создана атмосфера уважения, доверия, эмпатии, психологического комфорта.

Воспитательная среда в вузе имеет свои особенности. Формированию этой среды способствует богатый воспитательный потенциал самих дисциплин, изучаемых в вузе. Воспитательная среда в вузе во многом зависит от активного участия в ее формировании студентов. Студенты вуза как активные субъекты образовательного процесса с помощью творческого поиска, самоуправления, выдвижения новых креативных идей оказывают большое влияние на формирование воспитательной среды. Для полноценного, многостороннего и эффективного формирования воспитательной среды в вузе сегодня необходим переход от разрозненных мероприятий к целостной системе ее формирования. Такая система должна включать в себя весь спектр необходимых факторов для развития воспитательной среды от самого простого – чистоты, интерьера, дизайна – до формирования системы ценностей личности студента.

Все эти направления работы по формированию воспитательной среды вуза помогут созданию атмосферы сопричастности к жизни вуза, воспитанию чувства гордости за свой вуз.

Значимой частью в формировании воспитательной среды в вузе является внеаудиторная, культурно-досуговая деятельность. Поэтому в вузе необходимо проведение самых разных досуговых мероприятий: творческих встреч, конкурсов, театральных спектаклей, эстрадных и музыкальных концертов. Все мероприятия культурного досуга в вузе должны быть привлекательными для студента, а для этого они должны быть яркими, неформальными, неповторимыми и запоминающимися. Практика показала, что лучше всего воспринимается студентами игровые, дискуссионные, состязательные формы проведения мероприятий.

Одной из наиболее востребованных и любимых студентами форм концертно-эстрадной деятельности является шоу-программа. Причина ее популярности в том, что шоу-программа сочетает в себе литературные, музыкальные, театральные, хореографические виды деятельности.

Под менеджментом понимается система управленческой деятельности, обеспечивающей успешное функционирование самых различных социальных институтов и организаций. Менеджмент – совокупность таких видов деятельности как планирование, организация и координация, контроль, регулирование, мотивация, осуществление которых обеспечивает эффективное функционирование организации. Иными словами, можно сказать, что если организация – **процесс или совокупность действий, направленных** на реализацию того или иного продукта, то менеджмент – это система управления этим процессом на основе определенных принципов.

Организация мероприятий в сфере культуры имеет свои особенности, так как в сферу культуры входит преимущественно некоммерческая деятельность. Деятельность в сфере культуры направлена не на получение прибыли, даже если она возможна, а на формирование человеческой

личности, а значит на такие виды деятельности, которые способствуют социализации и духовному развитию человека: сфера образования, просвещения, организация досуга. Несмотря на то, что деятельность в сфере культуры носит в основном некоммерческий характер, организация этой деятельности должна опираться на основные принципы менеджмента.

Шоу-программа – это один из видов культурно-досуговой деятельности.

Обычно ее рассматривают в рамках эстрадного жанра. В шоу-программе органично сочетаются разные виды деятельности: литературная, музыкальная, хореографическая, театральная. Но, несмотря на необходимость быть зрелищной, яркой, увлекательной шоу-программа должна опираться на достаточно серьезное содержание, иметь основную идею, единый замысел, ценностные смыслы. Организация и проведение шоу-программы, как и других видов культурной деятельности должна опираться на основные принципы менеджмента: планирование, организация и координация, контроль и регулирование, мотивация. Процесс организации и проведения включает следующие основные этапы: анализ обстановки, формулировка цели, планирование программы, создание программы, корректировка цели, репетиции, проведение программы, анализ проведенной программы.

Шоу-программа как синтетический жанр, соединяющий в себе возможности разных искусств, обладает высоким ценностным и педагогическим потенциалом для воздействия на свою аудиторию. Шоу-программа, подготовленная и проведенная на достаточно высоком уровне, может оказать положительное влияние на окружающую среду, в том числе и воспитательную среду в вузе, и способствовать духовно-нравственному, эмоциональному и эстетическому воспитанию студентов.

Для организации и проведения шоу-программы, в том числе и в рамках вуза характерны некоторые особенности. Шоу-программа как правило обращена к массовой зрительской аудитории, а значит предполагает определенный масштаб, который должны учитывать организаторы мероприятия. Ключевой фигурой в процессе подготовки и проведения шоу-программы является продюсер. Он должен уметь выбрать идею, тему шоу; составить бизнес-план, обеспечить финансирование шоу-программы; преобразовать идею в сценарий.

Этапы подготовки шоу-программы последовательно осуществляют разработку идеи шоу-программы, формирование бюджета, технологии постановки, монтаж декораций и технического оборудования.

Синтетический характер шоу-программы (музыка, свет, изобразительное искусство, театр, эстрада и хореография) требует от организаторов особых знаний и умений в разработке сценария, композиции, музыкального сопровождения и дизайна. Из разнородных элементов как из отдельных кирпичиков должен быть выстроен единый «архитектурный проект» шоу-программы. Основным показателем успешности проведения шоу-программы является оценка ее зрителем. Искусство организации и проведения шоу-программы – это искусство художественного общения со зрителем.

Все эти особенности шоу-программы как жанра, ее технические и содержательные должны быть учтены при организации и проведении конкурса «Мистер и Мисс РГППУ 2016».

Деятельность культурно-образовательного центра в вузе занимает значительное место в жизни вуза и оказывает большое влияние на формирование воспитательной среды.

Конкурс «Мистер и Мисс РГППУ 2016» проводился на базе культурно – образовательного центра в Российском государственном профессионально-педагогическом университете.

Для организации и проведения конкурса был создан оргкомитет, в который вошли работники культурно-образовательного центра РГППУ, представили профсоюзного комитета студентов, объединенного студенческого совета и студенты-энтузиасты. Возглавлял оргкомитет директор культурно-образовательного центра Лазарев Александр Валерьевич.

В соответствии с требованиями современного менеджмента, которые были изложены выше, организаторы конкурса начали свою работу с планирования. Была определены стратегия, цель и задачи конкурса. Оргкомитет составил смету доходов и расходов мероприятия, был написан сценарий.

Главная цель конкурса – выявить наиболее ярких, талантливых, разносторонне развитых студентов нашего университета, способных показать себя гармонически развитыми личностями.

Каждый член оргкомитета отвечал за определенное направление работы. Наше участие заключалось в организации рекламной кампании, в привлечении спонсоров конкурса и создании демонстрационного видеоролика, посвященного конкурсу.

В процессе подготовки к конкурсу его участники постигали секреты актерского мастерства, учиться танцевать и вырабатывать модельную походку, овладевать навыками участия в профессиональной фотосессии.

Для участников конкурса были определены следующие номинации: визитная карточка, вокальное, хореографическое, литературное исполнение.

Реклама конкурса была проведена на сайте университета, в газете «МЫ-РГППУ», в бегущей строке и др. 26 мая 2016 года прошел финал конкурса.

В зале присутствовало 150 человек зрителей. Участие в нем приняли 7 девушек и 3 молодых человека.

Конкурсанты всех номинаций, а также студенты, которые выступали с концертными номерами во время пауз, проявили самостоятельность, оригинальность, выдумку.

Особенно ярко раскрылись творческие способности в номинации «визитная карточка». В этой номинации были представлены материалы, глубокие по содержанию и оригинальные по форме. С точки зрения мастерства перед зрителями открылись настоящие таланты. Участники предстали перед зрителями как всесторонне развитые личности, способные проявить себя в разных сферах.

Организация и проведение конкурса удалось выстроить как последовательный, целенаправленный процесс в соответствии с основными принципами менеджмента.

Зрители активно поддерживали всех конкурсантов. Организаторами конкурса были проведены соревнования между группами поддержки зрителей, а также конкурсы и викторины для зрителей. Все это оживляло атмосферу в зале, придавало праздничность проведению конкурса, делало его по-настоящему яркой, театрализованной шоу-программой. Зрители высоко оценили конкурс и подтвердили свою оценку аплодисментами, а также своими ответами на вопросы анкеты и обменом мнениями на сайте РГППУ.

В итоге можно отметить, что проведение конкурса оказалось успешным с точки зрения содержания, организации и зрелищной привлекательности, что подтвердило положение нашей гипотезы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. *Алиев, В.Г.* Теория организации [Текст] / В.Г. Алиев. – М. : Экономика, 2003. – 431 с.
2. *Безрукова, В.С.* Педагогика. Проективная педагогика [Текст] / В.С. Безрукова. – Екатеринбург: Деловая кн., 1996. – 344 с.
3. *Бондырева, С.К.* Психолого-педагогические проблемы интегрирования образовательного пространства: избр. тр. [Текст] / С.К. Бондырева. – М.: Изд-во Моек, психол.-соц. ин-та, 2003. – 352 с.
4. *Бочарова, В.Г.* Педагогика социальной работы [Текст] / В.Г. Бочарова. – М. : Просвещение, 1994. – 208 с.
5. *Ванченко, Т.В.* Шоу-программа как форма праздника [Текст] / Т.В. Ванченко // Вестник МГУКИ. – 2006. – № 5. – С.
6. *Ванченко, Т.П.* Моделирование шоу-программ на телевидении [Текст] / Т.П. Ванченко. – М : МГУКИ, 2001. – 519 с.
7. *Веснин, В.Р.* Основы менеджмента [Текст] : Учебник. / В.Р. Веснин. – М. : Триада, ЛТД, 2011. – 495 с.
8. *Виханский, О.С., Наумов, А.И.* Практикум по курсу «Менеджмент» [Текст] / О.С. Выханский, А.И. Наумов. – М. : Гардарики, 2008. – 350 с.
9. *Власова, Т.И.* Духовно-ориентированная парадигма воспитания в современной отечественной педагогике [Текст] / Т.И. Власова // Теоретико-методологические проблемы современного воспитания: сборник научных трудов. – Волгоград : Перемена, 2004. – 307 с.
10. *Воропаев, М.В.* Воспитание и развитие личности учащегося в условиях современного вуза [Текст] / М.В. Воропаев // Сообщения Всероссийской научно-практической конференции 2-4 марта 1999 г.: тезисы докладов. – М. : ВНИК, 2000. – С. 50

11. *Воропаев, М.В.* Воспитание личности студента в условиях современного вуза [Текст] / М.В. Воропаев /Материалы науч.-практ. конф. – Вязьма : ВФ МГИУ, 2002. – С. 59
12. *Воропаев, М.В.* Воспитание молодежи в эпоху социальных перемен: проблемы, исследования, перспективы [Текст] / М.В. Воропаев // Сб. материалов межвуз. науч.-практ. конф., 12 апр. 2001 г. – Владивосток : ДВГМА, 2001. – 169 с.
13. *Воропаев, М.В.* Воспитательные системы образовательных учреждений: основы технологии [Текст] / М.В. Воропаев. – Тамбов : Изд-во ТОИПКРО, 2002. – 111 с.
14. *Воспитательное пространство* как объект педагогического исследования [Текст] / под ред. Н.Л. Селивановой. – Калуга : Институт усовершенствования учителей, 2000. – 248 с.
15. *Воспитать человека*: Сборник нормативно-правовых, научно-методических, организационно-правовых материалов по проблемам воспитания [Текст] / Под ред. В.А. Березиной, О.И. Волжиной, И.А. Зимней. – М. : Вента-Граф, 2002. – 384 с.
16. *Выготский, Л.С.* Педагогическая психология [Текст] / Л.С. Выготский. – М. : АСТ, Астрель, Хранитель, 2009. – 672 с.
17. *Выготский, Л.С.* Психология искусства [Текст] / Л.С. Выготский – М. : Азбука-Аттикус, Азбука, 2016. – 448 с.
18. *Гафурова, Н.О.* Конструирование среды, развивающей одаренность личности [Текст] : дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.01 / Н.О. Гафурова. – Красноярск, 1996. – 165 с.
19. *Гвоздев, Н.И., Древаль, А.Н.* Основы менеджмента [Текст]: учебное пособие / сост.: Томский политехнический университет. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 188 с.

20. *Генералова, И.А.* Формирование профессиональной направленности в условиях профессиональной подготовки [Текст] / И.А. Генералова // Вестник ВФ МУПК. – 2003. – № 7. – С. 140–145.

21. *Горб, В.Г.* Технологические аспекты педагогического мониторинга взаимоотношений субъектов образовательной деятельности в вузе [Текст] / В.Г. Горб // Стандарты и мониторинг. – 2003. – № 2. – С. 46–52.

22. *Гранкин, А.Ю.* Вопросы воспитания: теория и практика [Текст] : материалы для учителей, преподавателей вузов, студентов – 9 изд. / сост. Л.К. Кленевская, В.В. Айрапетова, А.Ю. Гранкин. – Пятигорск : Изд-во ПГЛУ, 2002. – 114 с.

23. *Григорьев, Д.В.* Создание воспитательного пространства: событийный подход [Текст] / Д.В. Григорьев // Современные гуманитарные подходы в теории и практике воспитания : сб. научных статей. – Пермь, 2001. – 127 с.

24. *Девятков, Н.М.* Педагогические основы создания культуротворческой среды на начальном этапе профессионального образования [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н.М. Девятков. – Омск, 1999. – 21 с.

25. *Добрынина, В.* Ценностные ориентации учащейся и студенческой молодежи: особенности и тенденции [Текст] / В. Добрынина, Т. Кухтевич // Вестник высшей школы. – 2003. – № 2. – С. 137

26. *Додонов, В.И.* Генезис и сущность гуманистической парадигмы как основа образования и воспитания [Текст] / В.И. Додонов. – М. : Ин-т теории образования и педагогики, 2000. – 115 с.

27. *Егоршин, А.П.* Менеджмент, маркетинг и экономика образования [Текст] : учеб. Пособие / под ред. А.П. Егоршина. – Н. Новгород : НИМБ, 2001. – 624 с.

28. *Калуга, Н.Л.* Воспитание и развитие личности учащегося в условиях современного вуза [Текст] / Н.Л. Калуга // Сообщения

Всероссийской научно-практической конференции 2-4 марта 1999 г. : тез. докл. конф. – М. : ВНИПК, 2000. – С.130–135.

29. *Ковалев, Г.А.* Психическое развитие ребенка и жизненная среда [Текст] / Г. А. Ковалев // *Вопр. психологии.* – 1993. – № 1. С. 3–24.

30. *Конев, В.А.* Культура и архитектура педагогического пространства [Текст] / В. А. Конев // *Вопр. философии.* – 1996. – № 10. – С. 46–57.

31. *Левин, В. А.* Психологическое моделирование образовательных сред [Текст] / В. А. Ясвин, С.Д. Дерябо // *Психол. журнал.* – 2000. – № 4. – С. 79–89.

32. *Мануйлов, Ю.С.* Средовой подход в воспитании [Текст] / Ю. С. Мануйлов // – *Педагогика.* – 2000. – № 7. – С. 36–41.

33. *Менеджмент* в сфере культуры [Текст] : учеб. пособие для вузов / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова. – М. : Лань, 2013. – 541 с.

34. *Менеджмент* и маркетинг в сфере культуры [Текст] : учеб. пособие для вузов / Е.Л. Шекова [и др.] ; под ред. Е.Л. Шековой. – М. : Лань, 2012. – 155 с.

35. *Менеджмент* музыкального искусства [Текст] : учеб. пособие для вузов / М.В. Воротной. – М. : Лань, 2013. – 252 с.

36. *Мескон, М., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента [Текст] : учебник / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури : пер. с англ. – М. : Дело ЛТД, 2010. – 701 с.

37. *Мотков, О. И.* Природа личности. Сущность, структура и развитие [Текст] / О.И. Мотков. – М. : Педагогика, 2006. – 320 с.

38. *Мудрик, А.В.* Российская педагогическая энциклопедия. Воспитание / под ред. Давыдова В.В. – М. : Научн. изд. «Большая Российская энциклопедия», 1993. – 608 с.

39. *Пашикова, Ю.Г.* Психология среды: человек, пространственно-предметное окружение [Текст] / Ю.Г. Панюкова. – М. : АСТ, 2002. – 183 с.

40. *Платонов, К.К.* Структура и развитие личности [Текст] / К.К. Платонов. – М. : Педагогика, 1996. – 156 с.
41. *Радугина, А.А.* Основы менеджмента [Текст] / А.А. Радугина. – М. : Центр, 1997. – 540 с.
42. *Селиванов, А.И.* Воспитание как социокультурный феномен [Текст] / А.И. Селиванов // Материалы Всероссийской научно-практической конференции 24 апреля 2003. – М. : ВНИК, 2003. – 162 с.
43. *Словарь русского языка* [Текст] : в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – М. : Рус. яз., 1988. Т. 4. – 800 с.
44. *Тульчинский, Г.Л., Шекова, Е.Л.* Менеджмент в сфере культуры [Текст] : учебное пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – СПб. : Изд-во «Лань»; Изд-во «Планета музыки», 2009. – 528 с.
45. *Фасмер, М.М.* Этимологический словарь русского языка [Текст] : в 4 т. / М. М. Фасмер. – М : Прогресс, 1987. Т. 3. – 832 с.
46. *Чернова, О.А.* Проектирование образовательной среды [Текст] : учебное пособие / О.В. Чернова, И. Г. Шендрик. – Екатеринбург : Изд-во ГОУ ВПО «Рос. Гос. проф.-пед. ун-т», 2008. – 93 с.
47. *Черноушек, М.* Психология жизненной среды [Текст] / М. Черноушек. – М. : Мысль, 1989. – 174 с.
48. *Шендрик, И.Г.* Теоретические основы проектирования образовательного пространства субъекта [Текст] / И. Г. Шендрик. – Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2006. – 198 с.
49. *Шмырева, Н.А.* Педагогические системы: научные основы, управление, перспективы развития [Текст] / Шмырева Н.А. Губанова М.И., Крецан З.В. – Кемерово, : КГПУ, 2002. – 120 с.
50. *Юкаева, В.С., Зубарева Е.В., Чувикова В.В.* Принятие управленческих решений [Текст] / В.С. Юкаева, Е.В. Зубарева, В.В. Чувикова. – М. : Менеджмент ПРО, 2012. – 487 с.

51. *Материал* на тему «Воспитательная среда как условие для успешной социально значимой реализации личности» [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://videouroki.net/filecom.php?fileid=98706785>

52. *Мистер* и Мисс РГППУ–2016 [Электронный ресурс] / Режим доступа <http://www.rsvpu.ru/kultura/kulturno-obrazovatelnyj-centr/novosti-koca/mister-i-miss-rgppu-2016/>