

Москалёва О.В., студ. гр. 2116 ФК и СКД
БГУ культуры и искусств
Научный руководитель – Смаргович И.Л.,
доцент

РЕЖИССУРА КОРПОРАТИВНЫХ ПРАЗДНИКОВ

Корпоративный праздник в его сегодняшнем виде стал формироваться в интенсивно развивающихся капиталистических странах Европы и Америки на рубеже XIX – XX веков. Этот процесс шёл параллельно с процессом демократизации общества в целом. К тому времени собственники окончательно осознали смысл слова «мотивация» и значение этого понятия применительно к бизнесу [4, с.3]. Корпоративная культура, являясь неотъемлемой частью жизнедеятельности компании, существенно влияет на ее эффективность. В современном бизнесе корпоративная культура выступает важным условием успешной работы фирмы, фундаментом ее динамичного роста, своего рода гарантом стремления к повышению эффективности, а *корпоративный праздник* – часть ритуала, инструмент фиксации успеха и выражения сопричастности общей идее, поле для продвижения корпоративных легенд, мифов, слухов, а также способ установления контакта, передачи ценностей и правил поведения [1, с.12].

Основными формами корпоративных праздников являются:

- ü Кейтеринг (выездное ресторанное обслуживание);
- ü Мероприятия по командообразованию, или тимбилдинг (team building);
- ü Сюжетные мероприятия [3, с.5]

Хороший праздник необходим для плодотворной работы. Корпоративная вечеринка является основным средством создания корпоративной культуры и важной частью имиджа компании, она поможет создать и поддержать благоприятный климат в коллективе, повысить уровень работоспособности,

улучшить отношения между руководителями и подчинёнными [4, с.4]. Корпоративный праздник давно перестал быть банальными встречами коллег по работе или банкетными мероприятиями. Сейчас пользуются спросом креативные, неординарные корпоративные праздники, праздники с чётко выраженной стилистической направленностью, элементами театрализации и ролевых игр. И, безусловно, чтобы добиться такого результата, необходимо строить корпоративный праздник согласно законов режиссуры и драматургии. В связи с этим мы констатируем актуальность темы режиссуры корпоративных праздников.

В исследовании данного направления мы опирались на следующих авторов: Гальперина Т. И., рассматривающая режиссуру культурно-досуговых программ в работе менеджера туристкой анимации; Волчук С., рассматривающий корпоративный праздник с точки зрения практических советов в организации данных мероприятий; Денисова И. В., автора справочника по корпоративному отдыху публицистической направленности; Надеждина И. В., уделяющая внимание сценариям, играм и розыгрышам в корпоративных вечеринках.

Корпоративный праздник – это больше чем просто развлечение, это повод сплотить коллектив, наладить положительную атмосферу среди сотрудников, что является одним из самых эффективных способов корпоративной культуры по формированию команды. Хорошо организованный, грамотно реализованный с точки зрения режиссуры и драматургии корпоративный праздник, поддержит высокий статус фирмы среди сотрудников, клиентов и, безусловно, партнёров.

С точки зрения культурно-досуговой деятельности, корпоративный праздник является одной из форм культурно-досуговых программ, а именно - театрализованным действием. Исходя из этого, можно выделить характерные особенности корпоративных праздников:

Ø *Доминантная цель действия* – празднование, духовное единение

- ∅ Средства воздействия и их содержание – художественное и публицистическое (художественные и публицистические номера, игры, обряды)
- ∅ Доминантные методы воздействия – привлечение к содействию, ориентация спонтанных действий.
- ∅ Уровень встречной активности зрителей (интерактивности) – максимальный
- ∅ Формы выражения встречной активности зрителей (интерактивности) – активное участие во всех действиях программы [2, с.23].

Корпоративные праздники строятся по общим законам драматургии и режиссуры. Как и любой праздник, корпоративный праздник имеет большое количество средств, выражающих идею праздника: праздничное оформление территории, эстрад, игровых площадок, передвижные костюмированные процессии, фейерверк и т.д. Но в тоже время корпоративный праздник имеет свои особенности:

1. В целях организации праздника: сформировать и укрепить корпоративную культуру компании, корпоративные ценности; повысить лояльность сотрудников; наладить отношения внешние (структурные) и внутренние (между сотрудниками); создать имидж и поддержать уже существующую репутацию корпорации; сплотить коллектив; просто отдохнуть .[3, с. 4]
2. Здесь зритель меняет свою роль сопереживающего созерцателя на роль активного участника драматической борьбы, т.е. делается акцент на интерактивность мероприятия.
3. Современный корпоративный праздник имеет свой фирменный стиль, который учитывается в процессе режиссуры.

Кроме того, мы знаем, что во все времена культура была и остаётся своеобразным «инструментом» государства, помогающим влиять на сознание

людей, а также транслировать ценности и традиции. Примером может послужить культурная политика Советского Союза, когда средствами кинематографии, литературы (например, литературное направление соцреализм), театра (например, теория бесконфликтности) и др. видами культуры и искусства государство оказывало влияние на массы людей в нужном им направлении.

На наш взгляд, этот пример может послужить поводом для размышлений руководителям фирм, эвент-менеджерам, специалистам по корпоративной культуре, потому что при проведении корпоративного праздника можно также в идейно-тематический замысел мероприятия вкладывать именно то, что сейчас важно организации на данном этапе и реализовывать это уже через режиссуру и драматургию праздника.

Литература:

1. Волчук, С. Корпоративный праздник / С.Волчук. – СПб: Питер, 2006-160с.: ил.
2. Гальперина, Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации [Текст]: Учебное пособие / Т.И. Гальперина; Российская международная академия туризма. - М.: Советский спорт, 2006.- 168с.
3. Денисова, И.В. Корпоративный отдых. Готовые решения для создания праздника: Справочник/ И.В.Денисова. - М.: МЦФЭР, 2006.-48С. – (Приложение к журналу Справочник руководителя образовательного учреждения; 1-2006).
4. Надеждина, И.В. Корпоративные вечеринки: сценарии, игры, розыгрыши/ Авт.-сост. В.Надеждина.- Минск: Современный литератор, 2008.-320с. – (Весёлый праздник)