

# ТРАДИЦИИ И ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ И СЕРВИСЕ



УДК 159.9.072.432

В.В. Белобрагин<sup>1</sup>

V.V. Belobragin

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ШОУ-БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ЗВУКОРЕЖИССЕРОВ

## ACTUAL PROBLEMS OF PSYCHOLOGY IN THE PROFESSIONAL COMMUNICATION BETWEEN THE SHOW-BUSINESS REPRESENTATIVES ON THE EXAMPLE OF SOUND ENGINEERS

Статья посвящена актуальным проблемам психологии профессионального общения представителей музыкального шоу-бизнеса. Рассматриваются теоретические основы профессиональной деятельности представителей музыкальной индустрии, вопросы делового и профессионального общения, психологии шоу-бизнеса. Особое место уделяется влиянию вербальных и невербальных коммуникаций на профессиональные аспекты деятельности представителей музыкальной сферы.

**Ключевые слова:** психология профессионального общения, шоу-бизнес, психология шоу-бизнеса, музыкальная индустрия, имидж, звукорежиссеры, представители современной музыкальной культуры, вербальные и невербальные коммуникации.

*The article is devoted to topical problems of psychology of professional communication between show-business representatives. The theoretical foundations of professional activity of the music industry's members, and the issues of business and professional communication, psychology of show-business are considered. The special attention is paid to the influence of verbal and non-verbal communication in the professional aspects activities of the music sector's representatives.*

**Keywords:** psychology of professional communication, show-business, psychology of show-business, music industry, image, sound engineers, representatives of contemporary musical culture, verbal and non-verbal communication.

**Актуальность проблемы.** Вопросы психологии профессионального общения представителей шоу-бизнеса в целом и звукорежиссеров, в частности, изучаются в рамках особого направления социальной психологии – психологии шоу-бизнеса. Это новое авторское направление представлено и как учебная дисциплина, и как практическая деятельность. Психология шоу-бизнеса помимо различных аспектов про-

фессионального общения рассматривает также и способы достижения успеха в профессиональном развитии и продвижении, предупреждение стресса, разрешение конфликтов, вопросы профессионального имиджа и многое другое.

Не секрет, что профессиональная успешность во многом зависит от степени освоения основ делового и профессионального общения, технологий формирования и функционирования персонального, профессионального и корпоративного имиджей, правил психологической саморегуляции и др. Творческие люди часто очень

<sup>1</sup> Кандидат психологических наук, доцент кафедры звукорежиссуры Московского государственного института культуры, академик Российской академии естественных наук.

ранными, обидчивы и непредсказуемы в проявлении эмоций и настроений. Работа со многими из них превращается порой в целое испытание. Искусство общения, знание его психологических особенностей и применение необходимых психологических методов коммуникации крайне необходимы специалистам, работа которых предполагает постоянные контакты типа «человек – человек»: артистам, музыкантам, звукорежиссерам, педагогам, политикам, бизнесменам, людям всех творческих профессий [2, с. 8].

Умение строить профессиональные отношения с людьми, находить подход к ним, правильно расположить их к себе необходимо любому профессиональному. Эти умения и составляют основу жизненного и профессионального успеха. Ну а вначале выделим такие категории дисциплины, как «творчество», «музыкальное творчество» и «шоу-бизнес». **Творчество** – это многоуровневый, часто длительный, но необычайно увлекательный процесс поиска и создания чего-то нового, неповторимого, уникального, возвышенного. Этот процесс, как правило, сопровождается эмоциональным всплеском души, подъемом всего внутреннего потенциала человека.

**Музыкальное творчество** – это некая разновидность понятия «творчество» в широком смысле этого слова. Это одно из проявлений творческого мышления и деятельности человека посредством звука и различной звуковой палитры; это и отражение мыслей, идей, эмоций, впечатлений и пр.

В музыкально-педагогической литературе **предмет «музыкальное творчество»** обозначается как «миг озарения, рождение замысла художественного образа, так и сам процесс его воплощения, а также итоговый продукт – музыкальный материал (готовое сочинение, аранжировка, готовая запись произведения и т.д.)» [4, с. 12].

Музыкальное творчество как отражение определенного социально-исторического отрезка времени всегда социально. В каждый период времени создаются произведения, носящие социальную направленность: в 1980-х – «Мы ждем перемен!», в 2016-м – «Нас бьют, мы летаем».

«По природе музыкальное творчество разнообразно. Различают профессиональное и любительское музыкальное творчество. Субъектом профессионального музыкального творчества выступает квалифицированный музыкант, любительского – самодеятельный музыкант» [4, с. 14]. Сфера шоу-бизнеса представляет собой профессиональную деятельность квалифициро-

ванных специалистов в области музыкального творчества и развлекательной индустрии, в их число входят и представители такой специальности, как «звукорежиссура театрально-концертных и культурно-массовых мероприятий». Главные особенности работы звукорежиссеров – это записи, обработка и сведение музыкального, литературного и театрально-постановочного и пр. материала, а также непосредственная работа на концертных, театральных и культурно-массовых мероприятиях.

Что же такое шоу-бизнес? Шоу-бизнес – это творческо-коммерческая деятельность в сфере развлекательных зреищ. Это и производство, исполнение и тиражирование музыкальных фонограмм и аудиовизуальной продукции, рассчитанных на массовую аудиторию, это и киноиндустрия, зреищные спортивные состязания, развлекательные телепередачи, конкурсы красоты и информационно-музыкальное радиовещание. Наконец, шоу-бизнес – это и реклама, оптовая торговля и индустрия музыкальных и информационных программ, производство и тиражирование фильмов, коммерческая организация групповых и индивидуальных выступлений актеров, певцов, торговля авторскими и смежными правами, создание музыкальных и видеоклипов, рекламных фильмов, буклетов, афиш, проспектов и прочего... [2, с. 7].

Главным лицом в шоу-бизнесе в современной России становится не артист, не музыкант, а продюсер, который не только финансирует проекты, но и диктует артистам сценический имидж и репертуар, ведет переговоры со СМИ и т.д. [3, с. 54].

#### **Основные составляющие, виды и формы профессионального общения в творческой среде**

**Психология профессионального общения** – это часть психологии делового общения, она изучает различные профессиональные взаимодействия и коммуникации, направленные на решение специфических служебных деловых целей и задач.

Профессиональному общению присущи свои **основные признаки**:

- оно регламентировано нормативными требованиями и предписаниями;
- как и деловое общение, оно всегда имеет целевую направленность;
- оно носит функционально-ролевой характер;
- имеет свою специфическую профессиональную лексику, этикет, требования к дресс-коду и др.

Профессиональное общение, как и деловое, можно разделить на *прямое* (непосредственный контакт) и *косвенное* (посредством переписки и пр.) [2, с. 14].

Перечисленные выше основные признаки профессионального общения предполагают: высокую общую, этическую и коммуникативную культуру, то есть *мастерство говорить и слушать*; умение правильно *воспринимать и понимать* своего партнера по общению и искусство *эффективно строить профессиональные коммуникации* с любым партнером на основе обоядных интересов [5, с. 45].

Можно выделить следующие *основные формы профессионального общения*:

- беседа (контакты между сотрудниками, начальником и подчиненным, собеседования при приеме на работу и др.);
- переговоры (процесс «купли-продажи», подписание мировых соглашений, разрешение крупных конфликтов и пр.);
- служебные совещания;
- публичные выступления (на сцене перед публикой, на конференциях, симпозиумах, в СМИ и т.д.);
- служебная переписка;
- телефонные переговоры (разговоры), носящие служебный и деловой характер;
- деловые завтраки, обеды и ужины [2, с. 16].

В творческих профессиях эти формы реализуются в соответствии с их профессиональной спецификой и целевой направленностью. Тем не менее, существуют общие правила и секреты успешности в реализации тех или иных форм профессионального общения. Остановимся на некоторых из них.

Как в деловом общении, а также в других видах общения, *беседа* является самой распространенной формой профессионального общения. В этой форме решаются и ежедневные, ежечасные служебные вопросы, проблемы трудоустройства на работу, предложения о сотрудничестве, например в шоу-бизнесе – артиста со звукорежиссёром или имиджмейкером; совершение какой-либо сделки и многое другое. Особое значение эта форма профессионального общения имеет и для звукорежиссеров, которым приходится работать как в студиях звукозаписи, так и на концертных площадках с артистами и музыкантами – звездами шоу-бизнеса, а также и их продюсерами, часто отстаивая свою профессиональную точку зрения по поводу музыкального звучания тех или иных произведений, и многое другое.

Успешное проведение любой беседы, касающейся служебной или профессионально-деловой деятельности, – это во многом показатель нашей социальной и профессиональной зрелости. Как и в любой форме делового или профессионального общения, *важными критериями успешности и культуры общения в целом являются*:

- определение уровня собственной компетенции в вопросах предстоящей беседы;
- умение устанавливать контакт с любым собеседником;
- владение искусством убедительно излагать свою позицию;
- слушать и слышать партнера по общению;
- выбирать правильную психологическую позицию;
- преодолевать возможное негативное эмоциональное отношение к партнеру, коммуникативные барьеры;
- уметь отвечать на любые вопросы, а также задавать их собеседнику;
- владеть технологиями коррекции эмоционального состояния партнера и др.

Ну а показателем успешности беседы станет конечный результат: удалось ли вам убедить своего собеседника в выгодности для него вашего делового предложения или нет [6, с. 44].

**Особенности и значение вербальных и невербальных коммуникаций в профессиональном общении представителей шоу-бизнеса**

При рассмотрении особенностей делового и профессионального общения представителей шоу-бизнеса и других творческих профессий, а также политического лидера, руководителя, педагога, бизнесмена или артиста, которые хотят быть востребованными у определенной целевой аудитории, всегда следует придерживаться определенных правил успешной коммуникации, опирающихся на знание основ вербальных и невербальных особенностей в общении. Это важные составляющие формирования и в целом позитивного персонального (профессионального) имиджа [1, с. 32].

*Вербальные коммуникации – это устная речь.* В профессиональном общении важны учет и при необходимости – коррекция речевых особенностей конкретного человека, его культуры речи, ораторских способностей и соблюдение вербального этикета.

Существуют правила установления вербального контакта, ораторского искусства (любого публичного выступления и др.). Социально-психологическая наука указывает на то, что «восприятие и понимание партнера по деловому общению осуществляются путем оценки вер-

бальной и невербальной информации», и с этим невозможно не согласиться [5, с. 6].

Действительно, если по верbalному (словесному) каналу мы передаем в основном информацию, то по невербальному – эмоциональное состояние, отношение к партнеру и др. Невербальные сигналы передаются, как известно, через мимику, жесты, позы, интонации, они являются результатом «работы» нашего подсознания, тогда как вербальные сигналы – нашего сознания [7, с. 22].

*Наиболее важные невербальные средства – кинесические.* К ним традиционно относят мимику, позы, жесты, взгляд, походку. В социальной психологии существуют различные взгляды и концепции по невербальному общению. Специалисты выделяют основные группы, отражающие наше невербальное поведение (закрытая и открытая, агрессия, неуверенность и др.), которые дают возможность правильно воспринимать и понимать партнеров по общению, а также контролировать и корректировать собственные невербальные сигналы. Важно следить за движениями своего тела, за походкой, жестами, избегать суетности, суетливости, закрытых жестов и поз, а также неуверенности в голосе. Следует не забывать и про постоянный зрительный контакт, он подчеркивает уважение к партнеру и свидетельствует о вашей правдивости и высокой профессиональной компетенции.

Таким образом, при формировании профессионального (профессионального) имиджа и про-

фессиональной успешности в целом важно овладевать навыками и правилами вербального и невербального общения. Невнятная «тихая» речь, неправильная постановка ударений в словах, закрытые позы и жесты и многое другое могут стать причиной коммуникативного барьера, неправильного, с нашей точки зрения, восприятия и понимания нас как личностей и профессионалов.

### Литература

1. Белобрагин В.В. Звезды об имидже и судьбе. Продолжение: научно-популярное издание. – М. : РИЦ АИМ: ООО «Сам Полиграфист», 2015.
2. Белобрагин В.В. Психология шоу-бизнеса : учебное пособие. – М. : МГИК: ООО «Сам Полиграфист», 2016.
3. Белобрагин В.В., Грошева Л.Н. Имидж представителей современной музыкальной культуры // Ученые записки РГСУ. – 2015. – Т. 14. – № 5 (132).
4. Блох О.А. Педагогика и психология музыкального творчества : учебное пособие. – М. : МГУКИ, 2011.
5. Бороздина Г.В. Психология делового общения : учебник. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2009.
6. Замедлина Е.А. Этика и психология делового общения. – 2-е изд. – М. : РИОР, 2009.
7. Суховершина Ю.В., Тихомирова Е.П., Скоромная Ю.Е. Тренинг делового (профессионального) общения. – 2-е изд. – М. : Академический Проект: Фонд «Мир», 2009.