

Научная статья

УДК 371.2, 379.81

<https://doi.org/10.24888/2073-8439-2024-65-1-89-96>

РОЛЬ МИССИИ И ПРЕДНАЗНАЧЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ УСПЕШНОГО ХОРЕОГРАФИЧЕСКОГО КОЛЛЕКТИВА

У.В. Костина

Академия Русского балета им. А.Я. Вагановой, Санкт-Петербург, Россия,
ulya1407@rambler.ru

Резюме. В статье автор изучает базовые для создания хореографического коллектива позиции: миссию и предназначение – на примере деятельности музыкального театра «Браво» (г. Королев). Подчеркивается важность целеполагания в современном мире для реализации тех или иных идей, а также для мотивации, продуктивности и успеха учащихся в сфере дополнительного образования. Перед определением целей и задач обучения автор видит необходимость в создании миссии и предназначения коллектива. Эти позиции анализируются с точки зрения предпринимательства и бизнеса, даются рекомендации по их разработке и применению. Автор утверждает, что наличие грамотно составленных миссии и предназначения коллектива способствует его успешному развитию и подчеркивает его уникальность. Необходимо отметить, что эти концепции должны быть разработаны прежде, чем цели и задачи, а также обсуждены и утверждены педагогами, работающими в коллективе. Миссия и предназначение обуславливают деятельность коллектива и определяют смысл его существования. В качестве примера анализируются базовые позиции музыкального театра «Браво» и результативность его работы в связи с разработанными концепциями. Рассматривается непосредственное влияние миссии и предназначения на конкретные цели и задачи театра, а также на педагогическую деятельность, образовательную и культурную программы. Автор приходит к выводу о том, что грамотно сформулированные миссия и предназначение способствуют успешному и стабильному развитию хореографического коллектива, педагогического состава и учащихся и дают практические рекомендации к составлению целей, задач, стратегического и тактического плана, работы с социальными партнерами.

Ключевые слова: миссия, предназначение, хореография, хореографический коллектив, образование, дополнительное образование

Для цитирования

Костина У.В. Роль миссии и предназначения в формировании успешного хореографического коллектива // Психология образования в поликультурном пространстве. 2024. № 1 (65). С. 89–96. <https://doi.org/10.24888/2073-8439-2024-65-1-89-96>

THE ROLE OF MISSION AND PREDESTINATION FOR THE FORMATION OF A SUCCESSFUL CHOREOGRAPHIC COLLECTIVE

Ul'yana V. Kostina

Vaganova Ballet Academy, Saint Petersburg, Russia, ulya1407@rambler.ru

Abstract. *In this article the author studies the basic positions for creating a choreographic group using the example of the Bravo Musical Theater (Korolev): mission and predestination. Before defining the goals and objectives of the training, the author sees the need to create a mission and predestination of the team. These positions are analyzed from the entrepreneurship and business point of view; recommendations are given on their development and application. The goal setting importance in the modern world for the certain ideas realization, as well as for the motivation, productivity and students success in additional education is emphasized. The author argues that a competently formulated mission and predestination of the team contributes to its successful development and underlines its uniqueness. It should be noted that these concepts must be developed before the goals and objectives, as well as discussed and approved by teachers working in the group. The mission and predestination determine the activity of the group and determine the meaning of its existence. The basic positions of the Bravo musical theater and its work effectiveness in connection with the developed concepts are analyzed as an example. The article considers the direct impact of the mission and predestination on the specific goals and objectives of the theater, as well as on the pedagogical activity and educational and cultural programs. The author comes to the conclusion that the developed mission and predestination contribute to the successful and stable choreographic group development, teaching staff and students, and provides practical recommendations for the goals, objectives, strategic and tactical plan preparation, work with social partners.*

Keywords: *mission, predestination, choreography, choreographic collective, education, additional education*

For citation

Kostina, U. V. (2024). The role of mission and predestination for the formation of a successful choreographic collective. *Psikhologiya obrazovaniya v polikul'turnom prostranstve*, (1), 89–96. (In Russ.) <https://doi.org/10.24888/2073-8439-2023-65-1-89-96>

В современном мире целеполагание играет важную роль во многих сферах жизни и позволяет успешно реализовывать различные идеи. В «Энциклопедии социологии» оно определяется как «смыслообразующее содержание практики, состоящее в формировании цели как субъективно-идеального образа желаемого (целеформирование) и воплощении ее в объективно-реальном результате деятельности (целереализации)» (2009). В «Большой российской энциклопедии» отмечается, что это важнейший процесс в стратегическом планировании деятельности (2022). В педагогической деятельности целеполагание определяет весь учебный процесс, это относится ко всем ступеням образования. Особенно важным оно становится для дополнительного образования, так как определение целей и задач объединений напрямую влияет не только на содержание дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ, но и на заинтересованность учащихся, их приобщенность к учебному процессу, сплоченность и достижение ими успеха. Оно помогает определить цели, направления деятельности, стимулирует их к достижению успешных результатов. Реалистичные и осознанные це-

ли способствуют развитию учащихся как активных и ответственных личностей, которые готовы стремиться к высоким желаемым результатам.

Основной аспект целеполагания в педагогике – это определение достижимости целей. Цели должны быть реалистичными и осознанными учащимися. Ученики должны быть способными оценить свои возможности, учесть сильные и слабые стороны, а также реалии окружающего мира. Практичные и достижимые цели помогают почувствовать уверенность в своих силах, чтобы стремиться к ним с настоящим энтузиазмом. Важно подчеркнуть, что целеполагание способствует усилению мотивации: учащиеся видят конечный результат и ощущают внутреннюю удовлетворенность при его достижении. Наличие определенной цели способствует осознанию важности обучения и пониманию взаимосвязи с их будущими возможностями и развитием. Дети видят смысл и ценность в своих усилиях, что увеличивает их устойчивость и упорство в достижении поставленных целей.

Целеполагание также положительно влияет на развитие саморегуляции и самоконтроля. Установка и детальная разработка целей требует от них определенной организации учебной деятельности. Это развивает навык планирования, распределения времени и контроля достижений в процессе обучения. Учащиеся становятся более ответственными и самостоятельными в своей работе, что положительно влияет на их результаты и дальнейшую жизненную позицию.

Эффективное целеполагание в дополнительном образовании способствует стимуляции внутренней мотивации и заинтересованности в учебной деятельности. Это, в свою очередь, повышает уровень причастности, активности и продуктивности учащихся. Однако изначально при создании коллектива педагог сталкивается с миссией и предназначением, которые позволяют в дальнейшем четко сформулировать цели и задачи. В «Толковом словаре» Д.Н. Ушакова миссия определяется как жизненная роль человека или общественной группы (1996, с. 228), а предназначение в «Словаре русского языка» С.И. Ожегова – то, что предопределено для кого-либо (1986, с. 514). Эти понятия взаимозависимы, но не взаимозаменяемы, несмотря на то, что относятся к судьбе человека: образно миссию можно сравнить с горной вершиной, на которую сложно, но можно взобраться, в то время как предназначение – это практически недостижимая «путеводная звезда», некий идеал.

Рассмотрим эти понятия с точки зрения бизнеса и маркетинга, в которых они играют важную роль. Для выживания и процветания в современной конкурентной среде компаниям необходимо иметь ясное понимание своего предназначения – того, что делает их уникальными, на что они ориентированы и какую ценность они приносят клиенту. Предназначение определяет судьбу организации и заключает в себе идеал, к которому она стремится. Также оно позволяет в дальнейшем определить миссию, цели, задачи и направление движения, придает смысл и значение повседневной деятельности, мотивирует сотрудников действовать, а также использует ресурсы для воплощения целей и достижения успеха. Сформулированное в одном предложении предназначение оказывает влияние на стратегическое и тактическое планирование деятельности, раскрывает сверхзадачу организации.

Предназначение – это своего рода душа и идентичность компании, формирующая ее бренд и определяющая ее конкурентное преимущество на рынке. Определение и оптимизация предназначения имеют жизненно важное значение для будущего успеха. Оно не только потенциально привлекает новых клиентов, но и обеспечивает лояльность существующих. Предназначение позволяет компании точно позиционировать себя на рынке, отличаться от конкурентов и создавать уникальное предложение для своей це-

левой аудитории. Для разработки и претворения предназначения в жизнь необходимо придерживаться следующих пунктов:

- анализ рынка: исследование деятельности конкурентов, анализ потребности клиентов и выявление пробелов и возможностей для вашей компании;
- определение основных ценностей и принципов. Следует учитывать интересы клиентов, корпоративную культуру и цели компании;
- формулирование миссии компании: разработка ясной и вдохновляющей миссии, отражающей предназначение и цели. Миссия должна быть понятной, конкретной и соответствовать стратегии;
- создание позиционирования на рынке: определение формата позиционирования компании на рынке, подчеркивание своих конкурентных преимуществ и уникальности;
- развитие бренда: использование предназначения для создания прочного и узнаваемого бренда. Брендинг должен отражать ценности и миссию компании;
- разработка маркетинговой стратегии, которая будет повышать осведомленность о компании, привлекать новых клиентов и удерживать старых;
- коммуникация с клиентами: использование предназначения во всех коммуникациях с клиентами, чтобы установить эмоциональную связь и убедить их в уникальности и ценности вашего предложения;
- постоянное развитие: предназначение должно быть адаптивным и развиваться вместе с компанией, поэтому важно регулярно проверять его актуальность и вносить изменения при необходимости.

Разработка и внедрение предназначения во все области деятельности организации являются базовыми шагами для достижения успеха в перспективе. Оно позволяет команде определиться с брендингом, создать отличающийся от других компаний продукт и привлечь к себе внимание. Из этого автор заключает, что предназначение – это один из фундаментальных отличительных факторов успешно функционирующей организации.

Вторым фактором является миссия компании. Она оказывает влияние на достижение долгосрочных целей и планирование, определяет необходимость существования организации, ее устремления и целевые ориентиры. В бизнесе и маркетинге она служит фундаментом для разработки стратегии, обозначает ценности коллектива и приоритетные направления развития. Правильно сформулированная миссия способствует продуктивному выстраиванию связи с клиентами и делает для них деятельность организации более понятной и доступной, что дает последней явное конкурентное преимущество на рынке. Можно сделать вывод, что она должна отличаться четкостью, ясностью и выражать базовые принципы компании.

Процессу разработки миссии уделяется особое внимание, так как она предполагает проведение тщательного анализа, понимания принципов и ценностей, которые лежат в основе существования компании. Существует два варианта ее формулировки: краткий и расширенный. Краткая миссия содержит 1–2 предложения – брендовый слоган, направленный на создание имиджа в социуме. Расширенная миссия – вариант для внутреннего пользования, подробно отражающий важные аспекты функционирования организации: цель, область деятельности, философию, методы достижения целей и методы взаимодействия с обществом (социальную политику). Эта версия учитывает множество факторов, в том числе:

1. Ценности и нормы компании, которые являются ее конкурентным преимуществом. В них может входить, например, ответственное отношение к клиентам, сотрудникам, окружающей среде и общественной политике.

2. Уникальные особенности и преимущества перед другими организациями. Это позволяет выделиться на рынке, привлечь клиентов и создать здоровую конкурентную среду.

3. Четкость и конкретность формулировки: миссия должна быть разработана таким образом, чтобы не оставалось места для неоднозначности. Как и в случае с предназначением, это позволяет сотрудникам и заинтересованным сторонам понять и принять цели и ценности компании.

Автор отмечает, что первостепенной задачей для коллектива является формулирование внутренней, то есть расширенной миссии. При ее составлении сотрудникам необходимо дать ответы на вопросы «для кого?», «зачем?», «как?», «где?», «куда?». Уже после этого разрабатывается краткая публичная миссия. Обе версии должны быть четкими и лаконичными для создания ориентира и определения направления развития организации. Американский маркетолог Дж. Траут в работе «Сила простоты. Руководство по успешным бизнес-стратегиям» подчеркивает важность ясности и однозначности обоих вариантов миссии: «Если формулировка Миссии компании напоминает кашу, значит, организация не знает, куда идет» (2006, с. 52). Она должна определять смысл существования организации и, что важно, ее отличие от других, так как «непохожесть» делает ее запоминающейся. Г. Беквит в работе «Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг» приводит в пример компанию Citicorp, которая после формирования миссии стала пионером в использовании банковских автоматов и внедрении кредитных карточек (2020, с. 83).

Необходимо отметить, что миссия имеет большое значение для успеха и долгосрочной устойчивости компании, служит основой для разработки стратегий и принятия решений. Она оказывает влияние на успех организации в том числе в следующем:

1. Мотивации сотрудников: миссия помогает создать общее видение и цель для всех сотрудников. Это мотивирует их работать на достижение общих целей, создавая единственный фронт, где они смогут полностью реализовать себя.

2. Ориентировании на клиентов: четкая миссия позволяет компании ориентироваться на потребности и ожидания клиентов. Это помогает разрабатывать продукты и услуги, которые удовлетворяют клиентскую базу и находятся в центре внимания.

3. Укреплении репутации бренда: миссия, отражающая ценности и нормы компании, способствует укреплению репутации бренда. Когда компания следует своей миссии, это признается клиентами и обществом, что положительно влияет на имидж и деловую репутацию.

Миссия является важным фактором для успешного развития организации. Ее разработка должна основываться на ценностях и нормах компании, а также учитывать ее уникальные особенности. Миссия влияет на успех, формируя общее видение для сотрудников, ориентируя на нужды клиентов и укрепляя репутацию бренда.

В педагогике миссия и предназначение рассматриваются через призму личности педагога и предстают как сакральные категории высшего уровня профессионального становления. Как особые и уникальные характеристики они изучаются в трудах Т.В. Кудрявцева (1988), В.И. Слободчикова (2001), К. Роджерса и Дж. Фрейберга (2002). В дополнительном образовании миссия и предназначение могут учитываться при составлении дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ, однако непосредственно в тексте они не отражены. Уникальность программы, направление деятельности коллектива прописываются в отличительных особенностях программы, ее содержании и методическом обеспечении. Необходимо отметить, что в этом случае затрагиваются особенности работы, но сформировать полноценное представление об объединении, его миссии и предназначении невозможно.

Для коллективов художественной направленности эти понятия особенно важны, так как, помимо описанных ранее аспектов, они оказывают влияние на формирование уникального репертуара и фонда творческих работ. Объединения обретают свое «лицо». Особенно актуально это для театральных и хореографических коллективов вне зависимости от того, профессиональные они или самодеятельные. В качестве примера автор приводит миссию и предназначение музыкального театра «Браво» (г. Королев):

– предназначение: своим творчеством нести Свет, Радость, Любовь и Красоту всему миру!

– миссия: создание обучающего и воспитательного пространства с целью профессиональной подготовки юных танцоров и всестороннего развития личности воспитанников, родителей и педагогов.

С течением времени миссия претерпела изменения и стала выглядеть следующим образом:

1. Раскрытие творческого потенциала ребенка средствами хореографии.
2. Формирование гармоничной и успешной личности через погружение в мир искусства.

3. Создание развивающего пространства для всех участников процесса: детей, родителей, педагогов.

Каждому из направлений миссии соответствует ряд целей и задач, стратегический и тактический план. Исходя из первого пункта миссии коллективу необходимо разработать инновационную программу обучения современному и эстраднему танцу, основанную на примере лучших российских и мировых хореографических коллективов; из второго – создать программу повышения культурного уровня, сформировать и постоянно совершенствовать хореографический репертуар, основанный на общечеловеческих ценностях; из третьего – приобрести многофункциональное здание, отвечающее всем необходимым требованиям, а также создать лучшую в России хореографическую школу. Помимо этого, музыкальный театр «Браво» осуществляет программу социального партнерства со спонсорами, меценатами, общественными организациями и творческими высшими учебными заведениями – Московским государственным институтом культуры, Российским институтом театрального искусства – ГИТИС, Школой-студией при ГААНТ им. И.А. Моисеева, Академией танца Бориса Эйфмана – для получения выпускниками высшего профессионального образования в области хореографии.

Однако в начале своего творческого пути коллектив не осознавал необходимость разработки и внедрения миссии и предназначения. С течением времени, переживая очередной кризис, команда педагогов пришла к выводу, что важно выходить на качественно иной уровень работы. В связи с этим музыкальный театр «Браво» вышел из системы дополнительного образования и был реорганизован как частная школа. Разработка педагогическим коллективом предназначения и миссии позволила театру обрести свое «лицо» и обозначить направление движения, расставить приоритеты, выделить главное и второстепенное. В образовательную программу вносятся актуальные изменения в соответствии с целями и задачами; помимо этого, театр заинтересован в непрерывном развитии профессионального мастерства педагогов и сотрудников. Через систему работы «красной нитью» проходят миссия и предназначение, что позволяет коллективу ежегодно повышать качество хореографического образования.

Описав и проанализировав деятельность музыкального театра «Браво», автор приходит к выводу об эффективности внедрения миссии и предназначения в деятельность детских хореографических коллективов и предлагает следующую схему:

- 1) руководитель, идейный лидер вырабатывает миссию и предназначение, согласовывает их с администрацией и педагогическим составом;

2) опираясь на принятые позиции, коллектив вырабатывает стратегический план (цели) и тактический план (задачи);

3) коллектив заявляет о своих намерениях в публичном поле (прописывает позиции на сайте, в социальных сетях, в образовательном пространстве; доводит до сведения родителей на родительском собрании);

4) руководитель и коллектив совместно формируют ценности, принципы и убеждения.

Таким образом, миссия и предназначение оказывают непосредственное влияние на деятельность творческого (в данном случае хореографического) коллектива. Заимствованные из области маркетинга, миссия и предназначение играют ключевую роль в профессиональном развитии. Пример музыкального театра «Браво» доказывает, что эти понятия необходимы для выхода хореографических коллективов на более высокий уровень существования. Разработанная с учетом миссии и предназначения уникальная программа позволяет детям с 3-х лет постепенно приобщаться к искусству и создавать себя как артистов, минимизируя риски получения травм и укрепляя телесный аппарат посредством использования здоровьесберегающих технологий в обучении. Внедренная в образовательный процесс программа повышения культурного уровня расширяет кругозор учащихся и обогащает их духовно. Выпускники музыкального театра «Браво» с успехом поступают в главные творческие высшие учебные заведения страны, а учащиеся 9–10 лет проходят все вступительные туры в профессиональные хореографические школы, чтобы в дальнейшем связать свою жизнь с танцем. Такое комплексное развитие личностей юных артистов практически невозможно без постоянной ориентации на определяющие, главные позиции: предназначение и миссию.

Литература

Беквит Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг. М.: Альпина Паблишер, 2020. 220 с.

Ожегов С.И. Словарь русского языка: Ок. 57000 слов. М.: Рус. Яз., 1986. 797 с.

Психологические основы профессионально-технического обучения / Под ред. Т.В. Кудрявцева, А.И. Сухаревой. М.: Педагогика, 1988. 142 с.

Роджерс К., Фрейберг Дж. Свобода учиться. М.: Смысл, 2002. 527 с.

Слободчиков В.И. Психологические основы личностно ориентированного обучения // Мир образования – образование в мире. 2001. № 1. С. 14–23.

Толковый словарь русского языка: [В 4 т.] / Под ред. Д.Н. Ушакова. М.: Изд. центр Терра, 1996.

Траут Дж., Ривкин Ст. Сила простоты. Руководство по успешным бизнес-стратегиям. СПб.: Питер, 2006. 240 с.

Целеполагание // Большая российская энциклопедия / гл. ред. С.Л. Кравец. 2022. URL: <https://bigenc.ru/c/tselepolaganie-4e6aac?ysclid=lsu6mixdwn307814916> (дата обращения: 31.01.2024)

Целеполагание // Энциклопедия социологии / сост. А. Антинази. 2009. URL: <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/socio/fc/slovar-214.htm#zag-4560> (дата обращения: 18.12.2023)

References

Beckwith, P. (2020). *Selling the Invisible: A Field Guide to Modern Marketing*. Moscow: Al'pina Publisher. (In Russ.)

Kudryavtsev, T. V., & Sukhareva, A. I. (Eds). (1988). *Psychological foundations of vocational training*. Moscow: Pedagogika. (In Russ.)

Goal setting. (n.d.). In *Great Russian Encyclopedia*. Retrieved from <https://bigenc.ru/c/tselepolaganie-4e6aac?ysclid=lsu6mixdwn307814916> (In Russ.)

-
- Goal setting (n.d.). In *Sociology Encyclopedia*. Retrieved from <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/socio/fc/slovar-214.htm#zag-4560> (In Russ.)
- Ozhegov, S. I. (1986). *Russian language dictionary: about 57,000 words*. Moscow: Rus. Yaz.
- Rogers, C. R., & Freiberg, J. (2002). *Freedom to Learn*. Moscow: Smysl. (In Russ.)
- Slobodchikov, V. I. (2001). Psikhologicheskie osnovy lichnostno orientirovannogo obucheniya. *Mir obrazovaniya – obrazovanie v mire*, (1), 14–23. (In Russ.)
- Trout, J., & Rivkin, St. (2006). *The Power Of Simplicity: A Management Guide to Cutting Through the Nonsense and Doing Things Right*. Saint Petersburg: Piter. (In Russ.)
- Ushakov, D. N. (Ed.). (1996). *Russian language explanatory dictionary*. Moscow: Izd. tsentr Terra. (In Russ.)

Информация об авторе

Костина Ульяна Владимировна, аспирант Академии Русского балета им. А.Я. Вагановой; почтовый адрес: 191023, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Зодчего Росси, д. 2; электронная почта: ulya1407@rambler.ru

Заявление о конфликте интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи

Поступила в редакцию 22.02.24. Принята к печати 7.03.24.

Information about the author

Ul'yana V. Kostina, Post-graduate Student, Vaganova Ballet Academy; Postal Address: 191023, Russia, Saint-Petersburg, 2, Rossy Street; e-mail: ulya1407@rambler.ru

Conflicts of interest

The author declare no conflicts of interests.

Article history

Received 22 February 2024. Accepted 7 March 2024.