

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2023.16.27.010

Социокультурный проект театрального клуба в университете**Генова Нина Михайловна**

Доктор культурологии, кандидат философских наук,
член-корреспондент Академии менеджмента в образовании и культуре,
завкафедрой театрального искусства и социокультурных процессов,
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского,
644077, Российская Федерация, Омск, просп. Мира, 55-а;
e-mail: ninagenova@mail.ru

Стебляк Виктор Вадимович

Кандидат искусствоведения,
доцент кафедры театрального искусства и социокультурных процессов,
Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского,
644077, Российская Федерация, Омск, просп. Мира, 55-а;
e-mail: steblyakvv@list.ru

Ночвинова Диана Александровна

Специалист департамента культуры
Администрации города Омска
преподаватель кафедры театрального искусства и социокультурных процессов
Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского,
644077, Российская Федерация, Омск, просп. Мира, 55-а;
e-mail: diana.nochvinova_99@mail.ru

Аннотация

Социокультурное проектирование помогает осуществлять разнообразные творческие идеи субъектами культурной политики в процессе сотрудничества. Проектная деятельность активно и всесторонне влияет на развитие культурного многообразия, помогает интеграции субъектов культурной деятельности. В последнее десятилетие в России отмечается рост количества проектов социокультурной направленности, проектная деятельность все активнее развивается в сфере культуры. В статье показано, что современном мире театр — это важнейший социальный институт для общества, который формирует культурную среду той территории, где находится. Театр вступает во взаимодействие с новыми социальными группами, с новыми художественными сообществами, осваивает новые технологии, формирует новую социально-эстетическую реальность в сложившемся социально-политическом, экономическом, идеологическом, культурном мире. В настоящее время идет активный поиск новых форм взаимодействия со зрителями в которых возможно соединение различных форм, методов, механизмов. Театр может синтезировать различные подходы в организации новых проектов. Социокультурные проекты театр имеет возможность реализовывать в нескольких

направлениях выходя на взаимодействие с различными сообществами и социальными группами, организациями и структурами. Мы считаем, что интеграция театральной среды в университетское сообщество позволит сформировать вокруг театра социокультурное пространство и способствовать распространению культурных ценностей в обществе.

Для цитирования в научных исследованиях

Генова Н.М., Стебляк В.В., Ночвинова Д.А. Социокультурный проект театрального клуба в университете // Культура и цивилизация. 2023. Том 13. № 11А. С. 76-81. DOI: 10.34670/AR.2023.16.27.010

Ключевые слова

Социокультурный проект, театральный клуб, университет, технологии, план, коммуникации.

Введение

Практика развития социокультурного пространства показывает, что взаимодействием между театрами и Результатом такого партнёрства станет создание театрального клуба. Студенты университета напрямую имеют отношение к искусству, их стремление и интересы в театральной деятельности требуют дополнительной работы. Совместно с Омскими театрами университет может выстроить работу клуба, согласовать ряд совместных мероприятий, которые позволят участникам данного клуба приобщиться к театральной деятельности, поучаствовать в обсуждении спектаклей, встрече с актёрами и режиссёрами театра. Для профильных специальностей, таких как «Театроведение», «Актёр театра драмы», «Социально-культурная деятельность» возможность участия в клубе позволит повысить профессиональные качества. Для театра клубное объединение дополнительно обеспечит продвижение продуктов деятельности среди молодёжи, а также способствует обеспечению подготовки квалифицированных кадров.

Основная часть

Клуб по интересам должен иметь свою документацию:

- Устав (положение). основополагающие документы клуба. Положение утверждается руководителем организации, учреждения, на базе которых он создан. В этих документах прописаны все основные стороны организации и деятельности клуба: наименование, кем организован, где и для кого; цели и задачи; права и обязанности членов; построение клуба и органы самоуправления; структура клуба;
- План работы. Важным документом клуба является план работы, где указывают наименования мероприятий, срок исполнения, ответственное лицо;
- Список членов клуба, включая контактные данные;
- Дневник мероприятий клуба – документ учета всего, что проводится клубом: заседания, встречи, экскурсии, выставки;
- Фотоматериалы проведенных встреч – заседаний;
- Сценарии проведенных встреч;
- Статьи из газет о проведенных встречах.

В рамках данной работы мы предлагаем следующую концепцию клубного объединения:

Цель создания: формирование сообщества любителей театра, привлечение молодёжи к театру, как к виду искусства, обеспечение постоянного зрителя, заключение долгосрочного сотрудничества между ВУЗом и театрами.

Актуальность:

Общение — это залог долгосрочных дружеских отношений со зрителем. Наша задача — организовать это общение, дать возможность зрителю обсудить новые постановки, встретиться с актёрами в стенах театра, поговорить на интересующую тему. Особенно это необходимо молодому зрителю, первый раз посетившему сложный философский спектакль, чтобы поддержать его интерес, помочь найти единомышленников, а может быть и объяснить что-то в театральной постановке. Клуб любителей театра — это то место, где участники могут приобщиться к театральному искусству и провести свой досуг.

Возрастная категория: 18–30 лет

Потенциальные участники: любители театра, студенты творческих специальностей (актёры, режиссёры, театроведы, драматурги, писатели, критики).

Описание: привлечение постоянного зрителя посредством создания клуба, ориентированного на молодёжь, а именно студентов университета. Организация встреч с актёрами, режиссёрами, критиками в театре, экскурсии по театру и мастер-классы в течение театрального сезона. Разработка программы лояльности для участников клуба.

Опираясь на данные исследования, в клубном объединении для студентов стоит внедрить такие формы мероприятий, которые ранее не использовались. Это придаст клубу уникальность и мотивирует молодёжь к изучению, погружению и популяризации театрального искусства. Мы предлагаем следующий план мероприятий на театральный сезон.

Таблица 1 - План мероприятий театрального клуба г. Омска

Месяц	Мероприятие	Описание мероприятия
Сентябрь	Открытая встреча с актёрами театра в Театральном сквере	Первая встреча любителей театра с актёрами, которые расскажут о предстоящем сезоне, что ждёт зрителей, познакомятся с актёрами вне сцены, зададут интересующие вопросы.
Октябрь	Театральное кафе	Анализ спектакля с критиками: сюжет, постановка, режиссёрское решение, актёрское мастерство. Составление рецензии на спектакль. Викторина на понимание деталей спектакля.
	Искусство света	Встреча в «мастерской» художника по свету. Применение техники освещения в конкретных спектаклях.
Ноябрь	Мастер-класс «Создание яркого образа» в Лаборатории Современной Драматургии	Поиск запоминающихся характеров, метод визуализации и прототипов, изучение героев в разных ситуациях, раскрытие персонажа через описание, окружающую среду, через его поступки. Участники придумают 1 образ и проработают его, используя различные вопросы, метод визуализации, прототипы. Получат задание для следующей встречи: связать несколько событий жизни своего героя.
Декабрь	Оформление выставки Клуба в стенах театра	Подготовка участниками материала для размещения – фото постоянных посетителей с актёрами, отзывы участников клуба. Любители театра предлагают своё видение выставки, разрабатывают свой стиль с художниками.
Январь	Театральная мастерская	Работа с художниками по костюмам, создание образов для спектаклей, участие в создании костюмов и реквизита для спектаклей театра.

Месяц	Мероприятие	Описание мероприятия
Февраль	Мастер-класс «Секреты захватывающей истории» в Лаборатории Современной Драматургии	Главный и второстепенный сюжет спектакля. Структура спектакля, соединение деталей одной нитью. Генератор сюжетов. Участники встречи создают сюжеты на основе придуманных ранее персонажей.
Март	День театра – Путешествие за кулисы	Экскурсия по театрам, проведённая двумя актёрами театра. Участники узнают об истории театра, посмотрят на театр с другой стороны, увидят, как создаются декорации, узнают секреты постановки спектаклей от актёров.
Апрель	Открытая репетиция премьеры спектакля	Участники репетиции смогут наблюдать за работой режиссёра и актёров
	просмотр и анализ спектакля	Просмотр спектакля и обсуждение его с актёрами и критиками. Год после премьеры. Знакомство с историей создания спектакля. Разбираемся в тонкостях, расставляем акценты.
Май	Создание виртуального спектакля	Клубу любителей театра предстоит разработка собственного спектакля в 3Д модели, на основе придуманных ранее героев и простого сюжета.
	Подведение итогов	Заключительное мероприятие года, вручение наград для активных членов клуба.

Заключение

Мероприятия клуба направлены не только на привлечение населения к театральному искусству, но и способствуют продвижению театров. Таким образом, проектный маркетинг – один из экономных инструментов, который не потребует от театров больших затрат, но способствует активному привлечению молодёжи в театр, а также налаживаю сотрудничества с основным поставщиком кадровых ресурсов – университета. Организация клуба при театре позволит сформировать вокруг театра культурное пространство. При этом сами члены клуба будут способствовать распространению культурных ценностей в обществе.

Библиография

1. Апфельбаум, С.М. Современные модели реализации творческой деятельности [Текст] / С.М. Апфельбаум // Справочник руководителя учреждений культуры. – 2007. – № 1. – С. 78–84.
2. Канащук, Т.Н. Маркетинг в сфере театрального искусства [Текст] / Т.Н. Канащук // Омский научный вестник – 2013 – № 2 (116) – С. 94-96
3. Мартиросян, Р. Место театра в структуре досуга [Текст] / Р. Мартиросян // Сцена. - 2005 №4(36), С.39-41.
4. Павлова, Ю. Маркетинг и театр [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: <https://www.marketing.spb.ru/read/essai/4.htm>
5. Пучкова, Е. И. Маркетинг в сфере театрального искусства [Текст] / Е. И. Ульянова, Н. Клуб по интересам как ненавязчивый маркетинговый инструмент [Электронный ресурс] – Режим доступа URL: <https://hr-portal.ru/article/klub-po-interesam-kak-nenavyazchivyy-marketingovyy-instrument>
6. Стебляк В.В. Специфика социокультурного проектирования в современной России //Культура и цивилизация. 2018. - № 6 с. 77–86
7. Стебляк В.В. Проектирование современной социокультурной среды//Культурное пространство русского мира Журнал. Омск, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского,2019№2, с.26 -32
8. Стебляк В.В. Модели социокультурной динамики в анализе городских социокультурных процессов // Культурное пространство русского мира. Журнал. Омск, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского,2019,- №3, с.20 -26

9. Шульц, Д.Е. Новая парадигма маркетинга: Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст] / Пер. с англ. Шульц Д.Е., Танненбаум С.И., Лаутерборн Р.Ф. – М.: Инфра-М, 2004. – 169 с.
10. Чупахина Т. И., Стебляк В.В., Ночвинова Д. А. Формирование патриотического воспитания молодежи на основе проектных технологий и театральной педагогики// Педагогический журнал №5А 2022 М., с.420–427

Sociocultural project of a theater club at the university

Nina M. Genova

Doctor of Cultural Studies, PhD in Philosophy,
Corresponding Member of the Academy of Management in Education and Culture,
Head of the Department of theater arts and sociocultural processes,
Omsk State University named after F.M. Dostoevsky,
644077, 55-a Mira ave., Omsk, Russian Federation;
e-mail: ninagenova@mail.ru

Viktor V. Steblyak

PhD in History of Arts, Associate Professor,
Department of theater arts and sociocultural processes,
Omsk State University named after F.M. Dostoevsky,
644077, 55-a Mira ave., Omsk, Russian Federation;
e-mail: steblyakvv@list.ru

Diana A. Nochvinova

Specialist of the Department of Culture
Omsk City Administration
lecturer at the Department of Theatrical Art and Socio-Cultural Processes
Omsk State University named after F.M. Dostoevsky,
644077, 55-a Mira ave., Omsk, Russian Federation;
e-mail: diana.nochvinova_99@mail.ru

Abstract

Sociocultural design helps to implement various creative ideas by subjects of cultural policy in the process of cooperation. Project activities actively and comprehensively influence the development of cultural diversity and help the integration of cultural actors. In the last decade, Russia has seen an increase in the number of projects with a sociocultural focus, and project activities are increasingly developing in the cultural sphere. In the modern world, theater is the most important social institution for society, which shapes the cultural environment of the territory where it is located. The theater interacts with new social groups, with new artistic communities, masters new technologies, and forms a new socio-aesthetic reality in the existing socio-political, economic, ideological, cultural world. Currently, there is an active search for new forms of interaction with viewers in which it is possible to combine various forms, methods, and mechanisms. The theater can synthesize different approaches in organizing new projects. The theater has the opportunity to

implement sociocultural projects in several directions, interacting with various communities and social groups, organizations and structures. We believe that the integration of the theatrical environment into the university community will create a socio-cultural space around the theater and contribute to the dissemination of cultural values in society.

For citation

Genova N.M., Steblyak V.V., Nochvinova D.A. (2023) Sotsiokul'turnyi proekt teatral'nogo kluba v universitete [Sociocultural project of a theater club at the university]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 13 (11A), pp. 76-81. DOI: 10.34670/AR.2023.16.27.010

Keywords

Sociocultural project, theater club, university, technology, plan, communications

References

1. Apfelbaum, S.M. Modern models of creative activity implementation [Text] / S.M. Apfelbaum // Directory of heads of cultural institutions. – 2007. – No. 1. – P. 78–84.
2. Kanashchuk, T.N. Marketing in the field of theatrical art [Text] / T.N. Kanashchuk // Omsk Scientific Bulletin – 2013 – No. 2 (116) – P. 94-96
3. Martirosyan, R. The place of theater in the structure of leisure [Text] / R. Martirosyan // Stage. - 2005 No. 4(36), P.39-41.
4. Pavlova, Yu. Marketing and theater [Electronic resource] – Access mode URL: <https://www.marketing.spb.ru/read/essai/4.htm>
5. Puchkova, E. I. Marketing in the field of theatrical art [Text] / E. I. Ulyanova, N. Interest club as an unobtrusive marketing tool [Electronic resource] – Access mode URL: <https://hr-portal.ru/article /klub-po-interesam-kak-nenavyazchivyy-marketingovyy-instrument>
6. Steblyak V.V. Specifics of sociocultural design in modern Russia // Culture and Civilization. 2018. - No. 6 p. 77–86
7. Steblyak V.V. Designing a modern socio-cultural environment // Cultural space of the Russian world Magazine. Omsk, Omsk State University named after. F. M. Dostoevsky, 2019 No. 2, p. 26 -32
8. Steblyak V.V. Models of sociocultural dynamics in the analysis of urban sociocultural processes // Cultural space of the Russian world. Magazine. Omsk, Omsk State University named after. F. M. Dostoevsky, 2019, -No. 3, p. 20 -26
9. Schultz, D.E. New marketing paradigm: Integrated marketing communications [Text] / Transl. from English Schultz D.E., Tannenbaum S.I., Lauterborn R.F. – M.: Infra-M, 2004. – 169 p.
10. Chupakhina T.I., Steblyak V.V., Nochvinova D.A. Formation of patriotic education of youth based on project technologies and theater pedagogy // Pedagogical magazine No. 5A 2022 M., pp. 420–427