

Игра в преподавании продюсерства и менеджмента культуры

Корзун М. А., преподаватель кафедры социальной коммуникации БГУ

Продюсерство и менеджмент культуры – практико-ориентированная дисциплина, поэтому только теоретические лекции и разбор кейсов недостаточны для её усвоения. Для отработки отдельных тем и навыков предназначены практические задания. Но в последние годы студенты всё чаще стремятся выполнять их формально, с минимумом усилий и времени. Всё чаще наблюдается своего рода закрытость, смущение, стеснение проявить себя настоящего, боязнь новизны и нежелание рисковать. При возможности выбрать уровень сложности часто отдаётся предпочтение минимальному, что делает разбор выполненных заданий простым, скучным, малоэффективным. И это может усиливать эффект «отсутствующего присутствия», когда физически студент в аудитории, а мыслями – в Интернете, например. Отсутствие собственного, персонального опыта в этой предметной области снижает вовлечённость студента и не позволяет полноценно участвовать в обсуждениях и дискуссиях, а это в свою очередь негативно влияет на увлечённость и практический опыт.

Игра – от простейших симуляций до более сложных ролевых игр – используется в преподавании продюсерства и менеджмента культуры как способ преодолеть эти негативные тенденции. Например, семинарское занятие по теме «Культурная политика», посвященное анализу влияния конкретной модели культурной политики на выполнение социокультурного проекта или организацию деятельности учреждения культуры, проводится в виде ЛАРП «ТВ-шоу КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА». Оно построено по методике скандинавских образовательных ЛАРПов (LARP – Live Action Role Play, ролевая игра живого действия), фокусирующихся на живом активном опыте участников в предлагаемых игровых обстоятельствах, а не на реконструкции деталей обстоятельств или костюмов. Способы создания образовательных ЛАРПов описаны, в т. ч. в зарубежных рецензируемых научных изданиях, постоянно развиваются в ежегодных лабораториях по разработке игр. Все игры обязательно тестируются (сначала проигрываются опытными игроками), лучшие из них публикуются в сборниках игр, рекомендуются в программы фестивалей ЛАРПов. Образовательный ЛАРП «ТВ-шоу КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА» написан совместно с А. Величко и впервые сыгран в сентябре 2013 года, в Вильнюсе во время Ларпоратории (лаборатории по созданию ЛАРПов), которая была организована Образовательным центром ПОСТ и Fantasiforbundet.no. (Подробнее о ЛАРПах см. Fantasiforbundet.no и <http://www.belaruslarpwriter.org>).

Цель игры: Научить студентов реализовывать собственные культурные проекты с учетом особенностей конкретной культурной политики (внешних условий) посредством адекватной коммуникации с потенциальными партнерами (владельцами ресурсов).

Отрабатываемые навыки: договориться о персональной встрече, представить идею проекта (питчинг), выступать публично, построить профессиональную сеть контактов, принимать решения, вести переговоры, участвовать в пресс-конференции.

Целевая группа

- Студенты 17–25+ лет, изучающие культуру и искусство, гуманитарные, социальные науки и пр.

- Операторы культуры (продюсеры, аниматоры, менеджеры и т.д.)

Мир (пространство) игры (сеттинг – setting):

Беларусь (можно задавать страну с иной моделью культурной политики, даже фантастическую), настоящее время.

Игра проходит после лекции о культурной политике.

Продолжительность игры до 3 часов (160-190 минут) – 4 академических часа подряд:

- Подготовка места 20 минут
- Ориентация перед игрой 30 минут
- Игра 80 минут
- Дискуссия после игры 30-60 минут.

ПЕРСОНАЖИ – оптимальное количество 11 человек, возможно увеличение либо уменьшение количества игроков. Шесть основных институтов, влияющих на осуществление культурной политики, олицетворены в 6 членах жюри ток-шоу (владельцах ресурсов):

- Артист (творческая личность)
- Государственное учреждение (органы управления)
- Учреждение образования
- Средства массовой информации (СМИ)
- Общественное объединение (негосударственная организация – НГО)
- Спонсор (коммерческий или некоммерческий).

Другие персонажи:

- Продюсеры (2-3)
- Ведущий ток-шоу (он же 1-й гейм-мастер – чаще всего преподаватель)
- 2-й гейм-мастер (проводит отдельную ориентацию перед игрой для членов жюри, неиграющий персонаж).

Механика игры:

(20 мин.) Подготовка места – две зоны: ТВ студия – 10 стульев, 1 стол, 1 прожектор (необязательно), видеокамера (возможно имитация), информационная доска (доска, мел или флип-чарт, маркеры или лист бумаги A1, post-its 6 цветов, малярная лента), 2 микрофона (возможна имитация); Зона для кофе-паузы – стол, кипятильник, 10 чашек (одноразовых стаканов), 10 чайных ложек, салфетки, кофе, чай, сахар, шоколад, печенье, орехи, сухофрукты и пр., пакет для мусора.

(30 мин.) Ориентация перед игрой: Приветствие игроков. 5 мин. – 1–2 упражнения на разминку, внимание и взаимодействие (например, «Дождь», «Фламинго и пингвины», «Любимые фрукты»); введение в культурную политику, описание основных моментов используемой в игре модели культурной политики (например, белорусской). 5 мин. – распределение ролей (раздаточные материалы: описание персонажей, график игры, план презентации проекта, контрольный список; бэджи: имя персонажа на малярной ленте). После этого члены жюри и продюсеры расходятся в разные места для подготовки к игре под руководством гейм-мастеров. 15 мин. – Описание игры, общение от имени персонажа – для членов жюри упражнение «Пресс-конференция» (самопрезентация и ответы на вопросы от имени персонажа); для продюсеров – подготовка презентации проекта, самопрезентация, питчинг, выстраивание отношений между собой. 5 мин. – вопросы.

(80 мин.) Игра: ИГРА НАЧИНАЕТСЯ! Ведущий – преамбула к ток-шоу, инструкции, как себя вести (смотреть в камеру, говорить в микрофон, рассчитывать время, реагировать на происходящее и пр.): «Добро пожаловать на ТВ-шоу, где 3 молодых продюсера представят свои проекты 6 влиятельным членам жюри из разных сфер деятельности. Это напряженная охота за ресурсами, в которой один из проектов выиграет главный приз. Игра покажет, кому улыбнется удача, и кто добудет необходимые для проекта ресурсы!»

Для выполнения заданий 3 раундов на протяжении 1,5 часов продюсеры должны продемонстрировать коммуникативные, профессиональные и предпринимательские навыки. Ведущий ТВ шоу подскажет, что делать и что говорить – просто следуйте инструкциям и велению сердца!»

(30-60 мин.) Дискуссия после игры (обязательно): Снять бэджи, «выйти» из персонажа.

Как вы себя чувствуете? Что поняли? Чему научились? В чём разница с реальностью? Обсуждение влияния конкретных механизмов культурной политики и личных компетенций на реализацию культурных проектов.

Таким образом, действия в образовательной игре от имени персонажа помогают студентам преодолеть пассивность и приобрести начальный персональный опыт в профессиональной области.