

Задачи театральных организаторов

С 17 июня в городском театре открывается летний театральный сезон. Сезон открывает Московский областной театр ставящий основной задачей внедрить искусство в массы трудящихся.

Театр, один из наиболее живых и выразительных видов искусства, является средством классового и идеологического воздействия, он не только отражает действительность, но и изменяет ее.

Любой театральный организм, как художественная единица, в своей творческой работе должен развиваться, расти, чтобы отвечать растущим культурным запросам своего зрителя. Только непосредственное участие зрителя в спектакле, его восприятие, его здоровая критика могут придать ему полноценное содержание. Зритель не пассивный созерцатель — это активный участник спектакля, его творческий компонент. Культурные запросы зрителя, его культурное развитие, его вкус определяют репертуар, художественное лицо и содержание театра.

Однако, вся эта работа в полной мере достигает своей цели, если рабочий зритель будет организован и подготовлен к восприятию спектакля. Эту важнейшую функцию должна осуществлять совместная энергичная работа: с одной стороны — работников театра, а с другой лиц, выделяемых каждой профсоюзной организацией — так называемых **театральных организаторов**. Неверно будет, если все функции театрального организатора ограничатся только на продвижении театральных билетов в цех, в семью рабочего.

Подлинно культурно массовая работа будет успешной лишь тогда, когда театральные организаторы готовят коллективные посещения спектакля. Эта подготовка будет заключаться в доведении до зрителя идейного замысла и сюжета данного спектакля, в разъяснении особенностей режиссерской трактовки и творческих путей театра. Театральный организатор обязан проводить небольшие доклады, беседы на собраниях рабочих, в бараках, рассказывая

о значении данного спектакля.

В задачу театрального организатора входит помещение на страницах стенных и многотиражных газет статей и заметок о театре, он должен делиться впечатлениями в тех кружках и группах, которые просмотрели спектакль, на его обязанности лежит организация зрительных конференций и т. д.

Театру далеко не безразлично какой зритель заполняет зал. Чем больше в зале ударников, рабочих производственников, рабочих совсем не знающих или мало бывающих в театре, тем ошутимее будут результаты работы театра. Нужно заинтересовать категории рабочих лучшими местами, наиболее интересными постановками.

Театр, наравне с газетой и книгой — важнейший фактор культурного воспитания масс. Вот почему методы социалистического соревнования должны применяться и в деле пропаганды театра. Обязательства, хотя бы раз в месяц посетить театр, можно считать не менее важными, как и обязательства посещать какой либо кружок. Весьма ценны договоры соревнования между группами, небывавшими в театре. Наконец, наиболее важное место должно занять соревнование между театральными организаторами.

В каждом предприятии, в цеху, учреждении, заводском комитете найдутся друзья театра. Их надо организовать, использовать их интерес к театру для его пропаганды. Существенным помощником в деле вовлечения зрителя в театр должны являться стенгазеты и многотиражки.

Гортеатр уже начал рассылать театральные билеты по договорам заключенным с предприятиями, заводскими и местными комитетами.

Летний театральный сезон должен дать рабочему новую культурную зарядку для дальнейшей борьбы за выполнение производственно-финансовых программ, за новую радостную жизнь.

Инструктор областного управления театрами и зрелищными предприятиями **Афонин**