

Simona Zdravkova

(Bulgaria, National Academy of Theatre and Film Arts Krastyo Sarafov)

Contemporary Management Methods and Practices in Creating and Presenting Theatre Performance in a Digital Environment

Abstract: The Master's thesis titled *Contemporary Management Methods and Practices in Creating and Presenting Theatre Performances in a Digital Environment* reviews the benefits, risks, opportunities and dangers of digital and satellite streaming of theatre content at a national and international level. Organised in four chapters that encompass the theoretical and managerial aspects of the issue, good practices, analyses, implications and conclusions, the thesis aims to examine to what extent the use of a digital environment benefits theatrical activities in the 21st century.

Симона Здравкова

(България, Национална академия за театрално и филмово изкуство „Кръстьо Сарафов“)

Съвременни подходи и методи на управление при създаването и представянето на театрален спектакъл в дигитална среда ¹

Дигиталната революция предизвиква катаклизъм в някои творчески индустрии като раздвижва бизнес моделите и улеснява възпроизвеждането, дистрибуцията и съхранението на съдържание. И въпреки че дигиталната иновация позволява на творческия бизнес да достига до публиката по нови начини, някои се притесняват, че тя ще „канибализира“ вече установените им потоци от приходи.² Използването на дигиталната среда като средство за работа на физическите институции и организации крие определени опасности и невъзможност – опасности спрямо защитата на съдържание и данни, невъзможност от страна на непълното им преминаване от физическа в дигитална среда на работа. Някои сектори са разбираемо засегнати, тъй като съдържанието се споделя на файлове и това открива голяма опасност от „пиратство“. Редица рискове се крият зад всеки ъгъл на дигитализацията, но за да бъде добре изпитан и подобрен един модел, трябва да се стреми да оцелее и да постига добри резултати.

С откриването на излъчването на живо и новите медийни посредници, сценичните изкуства откриват иновативен модел за разпространение и достигане до широк кръг аудитория чрез радио, телевизия, кино и онлайн платформи. Тези технологии се предполагат и като добра възможност за развитие на определени сегменти от сценичните изкуства, които изначално са локални, някои от тях трудно пътуващи и изискващи от „потребителя“ да присъства в салона или други основни

¹ Публикацията е част от магистърска теза, с научен ръководител проф.д-р Лидия Върбанова, НАТФИЗ "Кр.Сарафов" (2021г.). Включва основни аспекти на анализа на проучвания и емпирично изследване по темата, като са взети под внимание препоръките дадени от рецензента и комисията на държавен изпит.

² Porter 2001, Porter, M. Strategy and the Internet. 'Harvard Business Review.' March: 62-78.

места за сценични изяви. Тук навлизат и термините „streaming“ и „broadcasting“, които спомагат дистрибуцията на сценичните изкуства в дигитална среда.

Broadcasting, в превод „излъчване“, което ще бъде споменавано в рамките на тезата, се свързва с аналоговия сигнал. Първият метод за пренасяне на информация посредством предавател и приемник е морзовият код, аналогова система, разработена през 1830 г. от Самуел Морз, Джоузеф Хенри и Алфред Вейл. Радиопредаватели и приемници стартират експериментално в началото на 20. век, като аудио излъчване. Развитието на тази технология стига до сателитното телевизионно излъчване, създадено през 60-те и широко разпространено през 80-те години на миналия век. Излъчването (broadcasting) най-вече е свързано с радиопредаванията, които чрез аналогови системи достигат до нас, както и аналоговата телевизия, също чрез предаване през антена. С навлизането на цифровизацията, тези излъчвания преминават към цифрова система – отново е нужна антена и приемник, който да предава сигнала с по-високо качество. Излъчването (broadcasting) се приема като „офлайн“ система за предаване на мултимедийно или аудио съдържание. Отнесено към примера на Метрополитън опера и Националния театър, Лондон – също излъчващи чрез сателит от антена към приемник – цифровите кина.³

Streaming (streaming media) най-просто може да се обясни като предаване на мултимедийно съдържание в онлайн/дигитална среда. Напредъкът развитието на компютърните мрежи дава възможност за поток от видео съдържание, което не е нужно да се запаметява в устройството, а може да се гледа онлайн. Този медиен поток може да бъде излъчван на живо или „при поискване“. ⁴ Такъв пример са вече широко разпространените платформи за онлайн излъчване в киноиндустрията – Netflix, HBO GO и др., както и тези в музикалната Spotify, Tidal и др., които дават възможност на потребителите да гледат филми и сериали, и да слушат музика без да е необходимо да бъдат запазвани в „смарт“ устройство. В рамките на публикацията ще бъде използвана думата „излъчване“ и в двата смисъла, като при необходимост ще се доуточнява в кой – streaming или broadcasting.

В сценичните изкуства излъчванията се развиват активно в последните 10 години, като спомагат за разпространението на театралните спектакли в и извън дигитална среда. С напредването в развитието на повечето социални мрежи, излъчванията (streaming) могат да се осъществяват безпроблемно. Друга възможност за streaming на сценични произведения, следвайки примера на кино и музикалната индустрия, са платформите. Една от големите такива платформи за театрални спектакли е Digital theatre plus, създадена през 2009 г., която има за цел разпространение и популяризиране на театрални спектакли в онлайн пространството.

Сценичните изкуства са локални центрове, което означава, че трябва да бъдат посетени от публиката, за да може тя да достигне до съдържанието. Те могат да организират национални и международни турнета, за да достигнат до аудитория извън конкретния град/държава, но за такъв тип пътувания е нужен немалък бюджет. Декорът на представлението изисква специален начин на транспортиране, който може да осъществи в пъти пътуването на трудно „мобилни“ представления. Или поне такава е била ситуацията до настъпването на ерата на цифровизацията – удобен начин за разпространение на аудио-визуално съдържание в лицето на излъчванията (broadcasting и streaming). Този процес на преминаване от физически в дигитален начин

³ Broadcasting. Wikipedia

⁴ Видео стрийминг. Wikipedia. (Video streaming. Wikipedia.)

на представяне може да подобри дистрибуцията и разпространението, които в 21. век се явяват като проблем, който сценичните изкуства могат да преборят посредством използването на новите дигитални технологии и медии.

Някои от най-ранните примери за излъчване на живо в този сектор са в музикалната индустрия и стартирането на проекта *Met: Live in HD*. Идеята за стартиране на таква излъчвания, както ще стане ясно и от разглежданите примери – Метрополитън опера и Националният театър на Великобритания, е с една единствена цел – достигане и привличане на нова аудитория чрез дигитална иновация с цифрова дистрибуция. Този тип излъчвания представят спектакли, които все още присъстват в театралния афиш и се изпълняват и излъчват на живо.⁵ Така разширяват разпространението, както и уголемяват пространството на случване⁵ – то не е само и единствено на сцената, на която физически се осъществява спектакълът, а е и в салоните на медийните посредници – цифровите кина. Това дава възможност за двукратно увеличение на публиката, която гледа спектакъла в реално време.

Проектите *The Met: Live in HD* и *National Theatre Live*

Метрополитън опера, накратко *Met*, са пионери в този бизнес модел за излъчвания на сценично съдържание на живо. Проектът стартира през 2006 година по идея на главния мениджър на *Met* – Питър Гелб.

Излъчванията (*broadcasting*) в цифрови кина започват в съответствие с останалите усилия на Метрополитън опера за привличане на нова аудитория. През 1977 година в САЩ стартира телевизионна програма „На живо от Метрополитън опера“, която излъчва спектаклите на Операта, като по време на антрактите са показвани интервюта с артистите, участващи в създаването на спектакъла. Програмата работи като допълнение към радиопредаванията на *Met*, като съществува до 2007 година, когато е заменена с модела за излъчвания на живо *Met–Live in HD*. Други варианти за достигане на публиката има и чрез възможност за изтегляне от *iPod*, гледане на живо от уебсайта на *Met*, платено приложение „*Met Opera on Demand*“, безплатни прожекции на Тайм Скуеър и в Линкълн център, както и със спонсорирани от тях прожекции в държавни училища в Ню Йорк. Видовете излъчвания чрез *iPod* и *Met Opera on Demand*, както и връзката с цифрови кина позволяват на повече хора извън Ню Йорк да достигнат до висококачествените спектакли на *Met*, което разширява тяхната аудитория и привлича повече почитатели на оперното изкуство.

Кралският национален театър в Лондон, накратко *НТ*, е обществено субсидирана организация, основана през 1963 година. В международен план е известен като Националният театър на Великобритания. Той поставя широк спектър от театрални представления в Лондон и пътува навсякъде из Обединеното Кралство.⁶ Един от основните стремежи на *НТ* е достигането до възможно най-широка аудитория и проектът *National Theatre Live*, или накратко *NT Live*, е най-добрият пример за дигитална иновация в света на театралното изкуство.

National Theatre Live е програма на Националния театър за цифрови кино-излъчвания (*broadcasting*), стартирала през 2009 г. Както д-р Десислава Стойчева

⁵ На местата, където се употребява “случване/случване на театрален спектакъл” да се разбира: “нещо се осъществява в пълната си цялост в реално време, в момента - случва се същински, извънредна ситуация/събитие”

⁶ About us, Royal National Theatre - www.nationaltheatre.org.uk/

упоменава в книгата си „Управление на иновативни театрални проекти“⁷, проектът произтича от дисертационния труд на Дейвид Сабел, като за работата върху него му е предложен едногодишен стаж в НТ, както и направата на технико-икономическа обосновка за излъчвания на живо от Националния театър по примера на Мет. През 2008-а г. той започва изследване на възможностите за дигитално излъчване (broadcasting) на представленията в кинозалони от Обединеното кралство, финансирано от фонда за проучване и развитие на НЕСТА, който прави и всички проучвания на програмата, и Съвета по изкуства на Великобритания.

Днес NT Live се провежда в над 700 кинозалона по света. С този проект театърът се присъединява към вече изграденото семейство на сценични изкуства в програмата на киното, съставено от Ла Скала, Большой театър, Метрополитън опера и други.

Основният фокус във връзката на сценичните изкуства и дигитализацията е в дистрибуцията, а не в замяната на преживяването и физическото присъствие в залата. Посочените по-горе примери не отменят присъствието в зала, макар и тя да е в друга форма – тази на кинозалон. За заснемането и излъчването (broadcasting) на подобни спектакли се създават големи творчески екипи, които се занимават с двете части на тази нова хибридна форма изкуство – театър и кино. Начините на представяне и заснемане целят максимално да се приближават до законите на сценичните изкуства, като правят преживяването на зрителя възможно най-близкото до действителното присъствие в театралния салон. Изключителното на тези излъчвания (broadcasting) и това, което прави изживяването специално, е предаването в реално време от залата на театъра/операта.

Управленски подходи и методи за създаване и представяне на театрално съдържание в дигитална среда

Като основа на проучването и анализа служат докладите на NESTA⁸ относно проекта „NT Live“ и неговия модел на управление, създаване и представяне на театрално съдържание. Проследяването на връзката между използването на дигитални технологии и тяхното управление тръгва именно от изходната позиция – пионерът в този тип дигитално създаване и представяне чрез излъчване – National Theatre Live.

Иновативността в сценичните изкуства най-вече се сблъсква с технологиите и възможностите, които те предоставят, допълвайки вече класическите художествено-творчески форми на създаване и представяне на съдържание. Театралната дейност, освен че е приведена до прост „entertainment“, е поставена и в ограничения, не само физически. Следвайки тенденциите на времето, в което живеем, се стига до извода, че всеки вид дейност, свързана с изкуство, трябва да се рекламира по начин, който да достигне до обществото, което е изцяло зависимо от въпросните тенденции. У нас следва да се замислим какъв театър създаваме, как го промотираме, защо го създаваме и промотираме и как той да бъде представен на световната сцена. Един от начините е тъкмо чрез подобен бизнес модел за работа с дигитални технологии и/или дигитална среда.

⁷ Стойчева 2014. Стойчева, Д. Управление на иновативни театрални проекти. София. Издателство Валентин Траянов: 103 (Stoycheva 2014. Stoycheva, D. Upravlenie na inovativni teatralni проекти. Sofia. Izdatelstvo Valentin Trayanov: 103)

⁸ NESTA са независима иновативна фондация във Великобритания, занимаваща се с всички проучвания и доклади на NT Live свързани с планирането, осъществяването и представянето на проекта. Всички доклади на организацията могат да се открият на <https://www.nesta.org.uk/>.

NT Live е добър пример за използването на дигитално разширение с цел демократизиране на достъпа и излизането извън рамката на физическото местоположение. Висококачествените излъчвания се промотират като „специално“ събитие поради реалното време, в което се реализират. В някои от излъчванията се добавят и допълнителни материали, също вдъхновени от примера на Met, които се прожектират в антракта, ако спектакълът има такъв. NT Live настоява за гъвкави позиции на камерите в салона, които заемат около 150 места от публиката (позициите на камерите съответстват на зрителните места), които предлагат на „виртуалната“ аудитория най-добрите места в залата. Позициите на камерите, плановете, актьорското поведение се репетират успоредно със сценичните характеристики. Проучванията сочат, че подобни специални събития наистина вълнуват публиката и я карат да се чувства съпричастна към случващото се. В страните от друга часова зона, до които достига програмата (Северна Америка, Китай и др.), е наложителна прожекция на запис. Тези прожекции имат не по-малък успех и ефект върху зрителите. Създава се специален бранд на NT Live с цел идентификацията му само със спектакли, излъчвани (broadcasting) на живо, и засилване на международното му разпространение. Великобритания е известна с високите си постижения в сферата на театралното и NT залага на това – „На живо от Лондон“, директен маркетингов трик за привличане на аудитория. По-късно се уголемява до „Най-доброто от Британския театър, излъчвано по кината в целия свят“.⁹

През юни 2009 г. в над 200 кина по света се излъчва първото театрално представление на NT – „Федра“ (от Жан Расин, в главната роля е Хелън Мирън, а режисьор е Тед Хъджис). 50000 хиляди души в световен мащаб гледат спектакъла, като са заплатили цена за билет на същата стойност, каквато е и в театъра. След успеха на излъчването се създава изцяло нов Медийен отдел за ръководене на проекта. Сателитните излъчвания дават възможност за създаване на „виртуална“ публика, която може да гледа по над шест театрални спектакъла годишно в местното кино. Така тази публика става основен двигател на сателитните излъчвания на NT.¹⁰

Управленски и художествени предизвикателства

За осъществяване на дигитален проект в организация, която в същността си е физическа, с локална ограниченост и капацитет на пространството, най-малкото са необходими добри управленски методи и практики. В случая на работа в сценична културна организация, в частност театър, управлението на екипи, проекти, финанси, пада върху директора на институцията/организацията. Необходимостта от натрупан опит и умения за боравене със средата е огромна и с цел ефикасност и устойчивост на предприетите дейности. Успешната дейност в дадена среда зависи и от типа на ръководената организация.

Организациите в културата и изкуствата се делят на три основни типа – държавно субсидирани, с нестопанска цел и частни/бизнес такива. Основно типа на организацията се определя от нейната структура и от това как тя функционира. Определянето им е свързано с финансовия им инструмент, правния статус, основна дейност, мисия, визия и цели. Пред управленската позиция на проект за излъчване (broadcasting и streaming) на театрален спектакъл могат да се конкретизират три основни предизвикателства: управление на екипи, финансиране, маркетинг.

⁹ Marketing and promotion. NT Live. NESTA report: 32.

¹⁰ Groves 2012, Groves, N. Arts head: David Sabel, head of digital, National Theatre. The Guardian.

Театралният процес се разделя на няколко етапа, а за осъществяването на излъчване в дигитална среда е необходимо да бъде добавен още един, в който целият сценичен театрален екип да работи съвместно по осъществяването на дигиталното съдържание с кино такъв. В това число влизат минимум:

- основният екип на конкретното представление;
- кинорежисьор, оператори;
- монтажист;
- тонрежисьор.

Заснемането на живо представлява трудност от особен характер. Екранизираният вариант на спектакъла е необходимо да се оценява по същите критерии, както и сценичния. Необходимо е да се установи сътрудничество между кино- и театралните режисьори, на тях – с актьорите, които, освен на сцената, играят и на екрана. За излъчване (streaming) важат същите критерии, но в случая представянето на съдържание е онлайн. Изборът или създаването на подходяща платформа, качествено съдържание, защита на данни, необходими ресурси, понякога и управление на виртуални екипи, са част предизвикателствата на управлението в дигитална среда.

Финансирането на иновативни проекти е от изключителна важност, както за тяхното реализиране, така и за нивото на професионализъм, което те ще представят. Тъкмо това във всички национални и почти всички международни проекти, още повече в една независима организация, отсъства като важен ресурс. А отсъствието на финансови средства води до невъзможност на организацията за прехвърляне в дигитална среда, разпространение, качествено съдържание и редица други необходими в 21. век. Средства за финансиране могат да се набавят с помощта на:

- държавно субсидиране;
- програми за финансиране на отделни проекти;
- спонсорство/подкрепа от частни бизнеси, чиято дейност е свързана с иновация;
- меценатство (което у нас за момента е с неработещ механизъм¹¹).

Основното, което прави NT Live финансово осъществим е международното му разпространение. Спонсорството и външното финансиране помагат за баланса на приходите и разходите в това експериментално начинание. Увеличава се и потенциалът за привличане на партньори, свързани с бранда на НТ, достигането до нови аудитории и подкрепа на иновациите. (Стойчева 2014: 105/Stoycheva 2014:105)

Освен финансови средства за създаване на дигитално съдържание, в това число заплащане на човешки труд, техника, наеми, покупки, влизат и разработването и/или използването на платформа за излъчвания (streaming). В случай, че организацията държи да защити съдържанието, което излъчва, се изискват усилия в създаването на платформа, която не е заплашена от пиратство. Голяма част от организациите избират платформи, които са лесна мишена и голяма част от съдържанието им бива изтегляно нелегално.

В българската действителност за повечето големи и иновативни проекти или такива, които биха създали голям спектакъл, рядко има финансиране – или поне в последните години се наблюдава такава „тенденция“. Проблемът на независимите организации, които искат да осъществяват такива проекти, е същият, тъй като програмите за финансиране на проекти у нас са малко и с ограничен бюджет.

¹¹ Закон за меценатството урежда обществените отношения, свързани с безвъзмездно предоставяне на помощ от физически и юридически лица за създаване, съхранение и популяризиране на произведения на културата.

Маркетингът има огромно значение, тъй като цялата концепция на проектите за излъчване на театрално съдържание е с цел разпространение и реклама. Екип, който знае как да промотира даденото съдържание, как да управлява профила на организацията в интернет пространството, как активно да поддържа страници и платформи, би спомогнал за добри резултати и устойчивост на инициативите. Тези екипи от професионалисти също са свързани с немалък процент финансови средства, които у нас също отсъстват. Впечатление прави, че театралните организации у нас трудно поддържат маркетинг отделите и дейностите си във физическата си среда и преминаването им в дигиталната, се оказва огромна трудност за тях.

Производствени логистики и капацитет на медийния посредник – NT Live

След стартирането на проекта от организацията той трябва да се представи на останалите художествени и административни участници в реализирането му. Сформира се екип, който да работи по този производствен процес, и така NT Live се оказва и голяма възможност за обучение на допълнително нает голям техническия екип, който да помага в реализирането на излъчванията (broadcasting). Екипът на НТ, от своя страна, става по-квалифициран и автономен в управлението и продуцирането на събитията в театъра.

Част от основните функции на екипа по заснемане са:

- ръководство на всички аспекти на излъчваното съдържание (художествени, технически финансови);
- управление на разпространението в киносалоните;
- осъществяване международните излъчвания на живо;
- връзка със сателитните доставчици;
- консултации по всички технически аспекти на излъчването на живо.

Възможността на кината да показват алтернативно съдържание е ограничена, планирането също е ключов фактор в дистрибуцията. При уточняването на място в програмата, NT Live е изключен от високооборотните уикенди на кината, най-вече комерсиалните. Кината, в които се излъчва програмата, не са с голям капацитет. Но с глобалната дистрибуция в над 700 кина по света, мащабът на NT Live става значителен. Експерименталността на иновативните проекти ги прави трудни за представяне пред евентуални инвеститори или партньори. Често комерсиалните посредници/партньори отказват да рискуват с проекти, които не гарантират масово потребление и продажби. В сравнение с организации/институции у нас, осъществяването на такъв проект е застрашено с няколко пъти по-малка потенциална аудитория и инвестицията в такъв проект от страна на посредник/партньор е минимална. Тъкмо, за да се избегнат налични съмнения, един такъв проект трябва да има добре изградена стратегия и да знае как да таргетира, привлича и развива аудитория. Именно заради глобалното си разпространение NT Live е устойчив проект, който е подходящ за инвестиция.

Нов бизнес модел – National Theatre Live

Националният театър развива гъвкав бизнес модел. Новите технологии променят и разширяват методите за привличане и развитие на аудитория. Експериментирането с нови бизнес модели изисква търсене на нови източници на финансиране – обществени и частни. NT Live демонстрира възможен начин за получаване на доходи от използването на дигитални иновации (Стойчева 2014: 105/Stoycheva 2014:105).

Има нужда новият бизнес модел на кино предавания като алтернативно изживяване да е финансово устойчив в дългосрочен план. Той няма как да замести действителното присъствие в залата, но може да предложи качествено изживяване „втора класа“, което значително да увеличи възможността представленията на Националния театър да бъдат видени извън Лондон.¹² Предвид значителните разходи, които моделът NT Live предполага, той не е лесно приложим към всяка организация. Моделът изисква средства за:

- създаване на дигитално съдържание;
- осигуряване на права за разпространението му;
- покриване на разходите за маркетинг;
- покриване на разходи за сателитно излъчване.

Проектът на NT достига устойчив модел през втория си сезон. Високите фиксирани разходи обаче остават непроменени – и програмата продължава да се нуждае от увеличен ресурс за управление, тъй като броят на спектаклите се увеличава. Заедно с дейностите на театъра непрекъснато расте и публиката, а това покачване изисква и по-голям капацитет на излъчванията.¹³

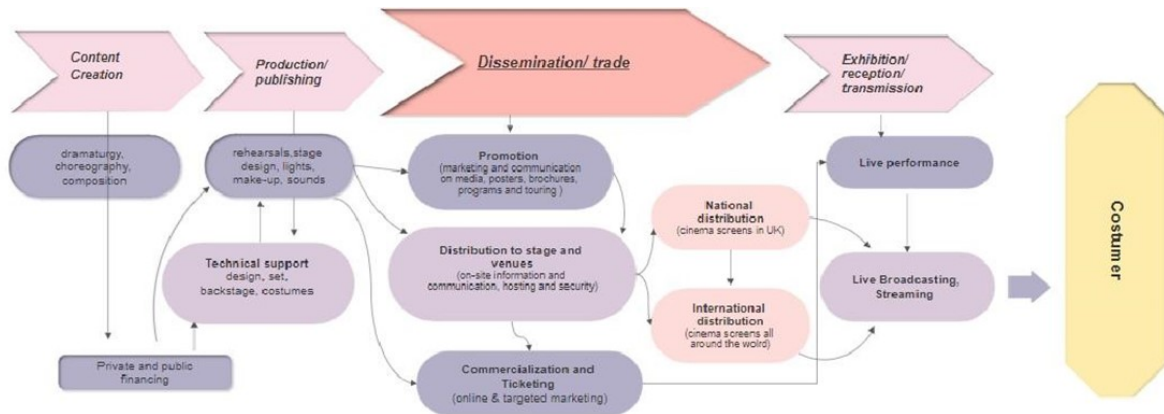
NT Live влиза напълно в критериите за нов бизнес модел, изготвени от ЕС. За да бъде сметен един модел за нов, е нужна промяна във веригата на стойността, която да направи някоя част от процеса на създаване, работен процес и представяне изключителна. Веригата на стойността, според изследването „Mapping the Creative Value Chains“ на Европейската комисия, е пълният обхват от дейности, по време на които се придава стойност на нов продукт или услуга по пътя му от изобретяване до финално разпространение. Веригите на стойностите са картографирани на ниво дейности и услуги, а не на компании. Анализират се вътрешните взаимоотношения само между сътрудничащи си компании, като се изключват конкуренти и законодателни рамки. Веригите остават непроменени, дори след преместване на съществуващи дейности в други области и страни.¹⁴

Веригата на стойността (като образец се използва схемата за сценични изкуства съдържаща се в доклада „Mapping the Creative Value Chains“), която ще се използва в публикацията, представя модела на NT Live, като подпомага визуално да се представи къде този модел променя вече установените дейности. Моделът за излъчвания променя пътя на продукцията в частта „Дистрибуция“. Както е показано във веригата, дистрибуцията на вече готовото представление, освен че минава през продажба на билети, директно се свързва с новия медиен посредник – киното. Там разпространението се разделя на две – национално и международно, като в тях се съдържат всички градове, области, региони и държави, в които NT има своите партньорства. Затова се забелязва, че през продажбата на билети се стига до изпълнението на спектакъла в театъра, която е неизбежно свързано с излъчването на живо. Международните и национални медийни посредници също са в тясна връзка с прожекциите.

¹² NT Live, NESTA report. 2011.

¹³ Sustainability, NT Live. NESTA report.: 50-51

¹⁴ Mapping the Creative Value Chains. European Union. 2017.



Верига на стойността – National Theatre Live

Платформи за излъчване на дигитално театрално съдържание - методи и практики на международно и национално ниво

С навлизането на broadcasting и streaming в културните индустрии се появяват и платформи като Netflix, HBO GO, Hulu и др., които предават онлайн филми и сериали, както и тези за музика: Spotify, Apple Music, Tidal и др. Този тип възпроизвеждане става все по-предпочитан от потребителите. Освен удобството да се използва на няколко устройства, той е лесен и легален начин за достъп до филмовата и музикалната индустрия, когато и откъдето потребителят поиска.

Именно заради лесната и удобна работа с платформите за streaming те бързо се разпространяват и влизат в употреба. Основното на тези платформи е, че са платени, като на всяко съдържание се причислява процент възнаграждение от приходите спрямо гледанията. Това, освен че създава удобство при изпълнението, го и легализира, тъй като се защитават авторските и сродни права по създаването на произведенията. Освен в музикалната и филмовата индустрия, подобни платформи са създадени за почти всички бизнеси и индустрии, като се ползват с немалък успех, привличат приходи, нова аудитория и създават стойност в това алтернативно пространство.

Появяват се и платформи за театрално съдържание, което по-скоро можем да наречем хибридна форма, съдържаща основи на театрални и кино практики. Това съдържание носи своите плюсове като прави международното разпространение много по-достъпно и по този начин могат да се проследят световни тенденции в сектора. Същата полза носят и за потребителите, тъй като по същество театралното посещение е физическо и на определена локация, а интернет пространството преодолява тези дистанции и граници като прави съдържанието достъпно за всички и по всяко време.

Като пример могат да се дадат три големи платформи, които представят с успех театрално съдържание в дигитална среда. Основна платформа за представяне на спектакли в международен план е Digital Theatre + - платформа за образование по театър, създадена през 2009 г. Тя предлага функции и възможности като:

- streaming на най-добрите театрални представления от цял свят;
- удобство за аудиторията да потребява от всякакви смарт устройства;
- възможност за месечен абонамент + опция pay per view;
- максимално улеснено абониране и заплащане през платформата.

Digital Theatre + работи в партньорство с водещите Британски театри, като заснема спектаклите от множество ъгли, за да ги предава по най-добрия начин в онлайн пространството. Също така има образователен характер – абонатите могат да преглеждат лекции и видео уроци по театър.

Друга платформа е Broadway HD–New York – платформата на Бродуей, която предлага тип „видеотека“ – професионални записи на спектаклите, до които потребителите получават достъп срещу заплащане на месечен/годишен абонамент. Това може да стане онлайн по лесен и удобен начин, като присъства и възможност представленията да бъдат разгледани по категории и теми.

Shakespeare’s Globe Theatre имат собствена платформа (Shakespeare on demand), в която присъстват записи на спектакли. Потребителите имат опцията да заплатят, за да гледат онлайн спектакъла или той да им бъде предоставен за лично ползване, като получат възможност да го изтеглят на компютъра си. Част от сайта (Globe Player) дава възможност на потребителите да слушат музиката от спектаклите, да гледат документални филми и др. Присъства и категория “free content”, в която се качва съдържание със свободен достъп.

На национално ниво, спрямо откъслечната информация, достъпна в онлайн пространството, може да се направи извода, че са съществували два подобни проекта на територията на България. Сайтът bgteatri.com е създаден от eCard през 2008-а г. и, по тяхна информация, концепцията на проекта е била да се създаде място, което да представи най-добрите театралните постановки в България под формата на видео записи. Проектът е стартирал с основна таргет група българите в чужбина. Сумата, която желаещият зритель трябва да заплати, е символична, като срещу нея получава възможност за 2 часа streaming на живо от театъра, както и повторно преглеждане на записа до 24 часа след излъчването. Днес, 2021 година, този сайт е неактивен. По-късно, през 2015 г., отново се заражда идеята за дигитален театър у нас. Този път проекта се казва digitaltheatre.bg, чийто адрес също понастоящем е неактивен. Българският дигитален театър, както е известна платформата в интернет, има за цел да разпространява и популяризира театър, кино, музика и танц както във, така и извън България. Днес, 2021 година, страницата им в една от социалните мрежи е привидно битова, но не представя нищо, свързано с театър, дигитализирано съдържание, излъчвания или какъвто и да е вид сценично изкуство. Не се открива информация защо платформата е била закрыта едва след година.

Изводите са, че и двата опита за създаване на такава платформа са неустойчиви и прекъсват работата си едва година след стартирането си. Причините за това не са открити, но може да се предположи, че не са разпространени правилно и не са привлечени нужните партньори, за да може подобна платформа да се разработи и да има приходи и пристрастна аудитория. На територията на България може би такъв проект не би бил устойчив, поради недостатъчната големина на пазара за сценични изкуства.

Българската практика за излъчвания на театрално съдържание

Broadcasting и streaming в сценичните изкуства, в частност театъра, не са достатъчно развита практика в българския контекст. И въпреки че спектаклите на NT Live стартират в България през 2011 г., театралните организации не предприемат действия по посока развитието на подобен модел у нас. Досегашните редки излъчвания на спектакли са по националната телевизия – БНТ, като възстановка на някогашния

„телевизионен театър“, създаван специално за телевизията, със собствен екип и декор, което го отличава от живия и класически театрален спектакъл.

Спектакълът „Хъшове“ на Народен театър „Иван Вазов“, с режисьор Александър Морфов, през 2006 г. е представен в 4 екранизирани серии, повече наподобяващ телевизионен филм. Това отново отличава тази екранизирана форма от телевизионния театър, който е създаван специално за Телевизията в „телевизионни“ условия. В случая при „Хъшове“ има реален театрален спектакъл, който се заснема по правилата на киноиндустрията и бива излъчен, за да достигне до своята аудитория. Емблематична е „филмираната“ през 2011 година трилогия, от пиесите на А. П. Чехов, режисирани от проф. Крикор Азарян, които са професионално заснети, за да се излъчат специално по БНТ по проект на Телевизията:

- „Чайка“ на Театър българска армия
- „Вишнева градина“ на Народен театър „Иван Вазов“
- „Три сестри“ на Младежки театър „Николай Бинев“

В днешни дни БНТ подготвя проект, с който да възстанови телевизионния театър, искайки да си сътрудничи активно с културните институции. Такова начинание може да се окаже трудно за реализиране, тъй като създаването на театрално съдържание, което да бъде представено в телевизионен формат в 21. век, изисква много повече творчески, технически и дигитални средства. Финансирането на такъв тип проект би било тежко, както за културните институции, така и за Телевизията.

Разликата между двата вида театър се открива не само в начина на създаване, но и в начините за финансиране, ресурсите и условията, в които се управляват подобни проекти. Телевизионният театър изисква:

- съставянето на актьорска група конкретно за всяка една постановка;
- ангажирането на отделно пространство в телевизията за построяване на декор/студио за заснемането;
- отделен екип, който да работи по тези телевизионни спектакли;
- определен бюджет на телевизията за създаването им.

Докато заснемането за излъчване на театрален спектакъл изисква:

- сътрудничество с конкретен театър;
- ангажирането на неговата щатна група;
- работа с два творчески екипа – този на телевизията и този на театъра;
- работа в реални условия и техните технически възможности;
- превръщането на спектакъла от изцяло театрално произведение в хибрид от театрално и кино.

Относно излъчването (streaming), малка част от записи на театрални спектакли (основно архивни, предназначени за вътрешно ползване) могат да се открият със свободен достъп в онлайн пространството (в платформи като YouTube или качени в българските пиратски сайтове).

Активните опити за онлайн излъчване стартираха по време на извънредното положение, наложено в страната поради пандемията от COVID-19 през март 2020 година. Онлайн платформите като Facebook, YouTube, Vimeo, дори и Instagram станаха „приемна сцена“ на голяма част от театралните организации, както по света, така и у нас.

Управленски подходи в извънредна ситуация – COVID-19: международна и българска практика

Пандемията от COVID-19 и последвалата световна изолация през март 2020 принудително отвори вратите към дигиталната среда на голяма част от националните и международните театрални организации. Те започнаха активно да присъстват в социалните мрежи и да се свързват с публиката си чрез тях. Ако допреди това не са предприемали дигитална дейност, то в такава ситуация е необходима, за запазване на отношенията театър – зрител, както и за „оцеляване“ на организацията чрез различни методи за генериране на средства, макар и минимални. Забраняването на масови събирания и затварянето на всички културни институции и организации беше предпоставка за старта на редица проекти и инициативи от театрални организации по целия свят.

Ограничаването на срещите с публиката предизвика иновативност, а именно създаването/откриването/избирането на онлайн платформа, през която да се излъчват (streaming) част от спектаклите на тези институции. Целта беше както поддържането на интереса на вече създадената аудитория, така и нейното разширяване. Откриват се много възможности в международен план, тъй като освен достъп до български спектакли, потребителят–зрител има възможност да следи представления от целия свят, тъй като те са предоставени безплатно и са достъпни за определен срок. Основните платформи, които се използват за качването на тези записи са Vimeo, Facebook, YouTube и съответно собствените сайтове на театралните организации. Когато става въпрос за приход от тези записи, повечето от организациите залагат на дарителски принцип – желаещите потребители могат да подкрепят организацията със сума по техен избор. Този метод се оказва най-подходящ за тази ситуация от страна на разпространение и потребление. Липсват данни за броя потребители, които са „посетили“ спектакъл на принципа „гледане срещу заплащане“, но в България тези възможности са малко.

Тези организации, които имат дигитализиран архив, и преценят, че той е достатъчно представителен, за да бъде пуснат за потребление онлайн, стартират такива излъчвания и предоставят тези спектакли за свободно ползване от потребителите. Подобни услуги играят любопитна роля в такава ситуация на криза. От една страна, служат за разпространение, привличане и задържане на публиката, от друга, не могат да генерират приходи, ако нямат минималния изискуем професионализъм на заснемане. Сегашното време предлага изобилие от висококачествени аудиовизуални материали, което все по-малко може да бъде заместено от обикновени архивни записи. Докато у нас повечето от организациите не разполагат с високопрофесионално заснети спектакли, които да бъдат пуснати „в продажба“ в онлайн пространството. Затова методът, който се избира като удачен, е дарителският принцип – упоменати са местата, чрез които потребителите могат по желание да изпратят средства в подкрепа на дейността на организацията.

Както стана ясно, у нас няма активни платформи, еквивалент на Digital Theatre+ – добра международна практика на абонаментен принцип. Съществуват друг вид платформи-посредници – могат да се нарекат така, тъй като в основата си те не изпълняват тази конкретна функция – излъчване и съхранение на видеозаписи от сектор сценични изкуства – а се оказват подходящи партньори в тази ситуация на криза.

И въпреки всички усилия на сектора да задържи интереса на аудиторията, голяма част от театралните институции предпочетоха да не се включват във „вълната“ от излъчване на архивни или по-професионални записи на спектакли. Тази част от

текста стъпва върху статия на в. „Монитор“, в който участват представители на столичните театри и техните позиции относно излъчванията (Гигова 2020/Gigova 2020). Народният театър твърди, че не желае да предоставя съдържание без необходимия професионализъм. Примерът на театър „Възраждане“ показва, че е възможно и излъчване на живо с високо качество и професионализъм, чрез работата си с компания за излъчвания. От Театър Българска армия напълно отказват възможността за живи излъчвания, тъй като спазват стриктно мерките, но те не се включиха и със заснети с архивна цел спектакли, отново заради проблема – липса на професионализъм на записа. Според Сатиричния театър, които отказаха да предприемат каквото и да било по посока излъчвания, това е емоционален жест от страна на повечето организации и повече им пречи, отколкото да помага. И отново се засяга темата за отсъстващите висококачествени записи и средствата за направата им. От Малък градски театър също не предприемат такава инициатива, тъй като застават твърдо зад това, че излъчванията са всичко друго – кино, телевизия, но не и театър, и нищо не може да замести присъствието в залата и гледането му в реално време. От Театрална работилница „Сфумато“ стартираха цяла инициатива, като всеки четвъртък от месеците на изолация предоставяха на аудиторията по един запис на спектакли през годините.

Предприемането на излъчване на архивни записи у нас имаше и своя отрицателен отзвук – в някои от случаите потребителите реагираха остро на качеството на записите, които по същество не са предназначени за обществено ползване и нямат претенцията за професионални такива. Това накара някои театри да опитат само еднократно включване в тази акция или пък да не го направят изобщо. Подходът в навлизането на театъра в дигиталната среда трябва да бъде по-прецизен, защото иначе, в стремежа си театрите да поддържат контакта си с публиката, могат да я отблъснат с проява на непрофесионализъм, прибързаност и неподготвеност за справяне със ситуацията. Непредвидените обстоятелства и пренебрегваните планове за управление доведоха до безпомощност на институциите в контекста на COVID-19.

Като основен проблем пред организациите в България се оказват финансовите средства. В такава ситуация на криза театърът разполага само със собствения си бюджет, т.е. всяка подобна инициатива би следвало да бъде финансирана от него, като това се равнява на големи разходи. Интересно за изследване е: защо отсъстват тези средства за генериране на професионални записи? Защото театрите не разполагат с бюджет, който да покрие тези изисквания и да може да се отдели, или, защото ръководството на организацията не може правилно да разпределя средства. Всеки театър е необходимо, или по-скоро препоръчително, да разполага с професионално заснет спектакъл, понеже често се изискват от международни организации при гостувания или участия във фестивали, което също е „замразена практика у нас“, тъй като институциите ни изключително рядко пътуват и се разпространяват международно - също поле за бъдещо изследване. Това отпраща и към планиране в организациите, което е изключително необходимо, особено в ситуация на криза.

Общото наблюдение е, че план за извънредно положение при повечето организации отсъства. Подготовката от страна на институциите и организациите може да се състои и в това, на всеки спектакъл (или на по-големите и важните за театъра) да бъде направен професионален и висококачествен запис, който при нужда да бъде използван като дейност в дигитална среда, и така да генерират допълнителни приходи. Нещо, което у нас все още е доста слабо развито и, на база изложените проблеми, трудно би могло да се приеме като възможност от организациите. Затова и опитите в тази посока са изключително малко, но би следвало организациите да се замислят какви са целите и дългосрочните им планове за развитие и да предприемат действия по

посока активност в дигитална среда, била тя с цел реклама или с цел разпространение на съдържание. След преминалата изолация у нас някои организации се замислят сериозно за създаване на собствени платформи, създаване на професионално аудиовизуално съдържание и представянето му с функция „pay per view“. Това може да се отбележи и като закъсняла реакция спрямо ситуацията. Положение на световна пандемия изначално не е нещо, което организациите могат да предвидят в 21. век, но им е необходим план за справяне във всякакви ситуации.

Ползи и рисковете при онлайн излъчване на театрално съдържание

Излъчванията на театрално съдържание у нас по време на изолация се предлагат на аудиторията напълно безплатно. Този широк достъп до представления, било те архивни записи или излъчвания в реално време, даде повод за притеснения в сектора относно свободното разпространение на този труд. Това съдържа и опасността публиката да започне да го възприема като даденост, която не изисква заплащане. Много от директорите на театри застанаха твърдо зад мнението, че театърът трябва да се заплаща и той е само и единствено в залата, а не в екрана на компютъра.

Освен заплахата публиката да потрeбeява спектакли онлайн без да заплати за предоставената услуга, театрите са изправени и пред риска от изчерпване, ако представят някой спектакъл, който все още присъства в програмата. При възобновяване регулярната работа на театрите присъства опасността от отслабнал интерес и финансови загуби за организацията. Публиката може да се окаже възпитана в мисленето и възприемането на театъра само в тази му хибридна форма, тъй като има вероятност немалка част от нея да не е посещавала редовно, или изобщо, театрални спектакли.

Ползите са в това, че периодът на изолация предразполага хората към потребяването на култура, тъй като разполагат с повече свободно време. И ако творците не предприемат нищо в този период, рискуват да изпуснат удобен момент за привличане на нови публики. Точно поради това, средностатистическият потребител беше залят от многобройни културни онлайн възможности.

Дигитализацията може да бъде помощно средство за сценичните изкуства най-вече в етапа за разпространение – достъпът на потребителите/публиката до култура и театрално съдържание не бива да е ограничен и тези обстоятелства предложиха най-доброто средство за директна връзка с потребителите и потенциалната публика. Излъчването (streaming) на театрално съдържание има способността да достига до много по-широк кръг от потребители, тъй като не се ограничава с капацитета на театралната зала. Това могат да бъдат както зрители от населеното място, от цялата страна, и такива извън нея. Отделно има възможност за привличане на нова аудитория. Тези излъчвания могат да се гледат от потребители, които дори не знаят къде физически се намира даденият театър.

Усилията в тази посока се отблагодаряват и с това, че човекът, макар и изключително зависим от дигиталните устройства, има нужда да се откъсне от тях и да му се случат реални преживявания. С отварянето на откритите сцени и затворените на 30% и 50% капацитет през май 2020 г., билетите за цял месец в някои от театрите биват изкупени за няколко дена, което опровергава теорията за страх или отдръпване у зрителите при посещения на спектакли – били те на открито или закрито. При сигурност в институцията/организацията публиката не би се отдръпнала.

Наблюденията са, че театрите, които добре поддържат връзката си с публиката и спазват противоепидемичните мерки, са най-посещавани.

SWOT анализ на предимствата и недостатъците на създаването и представянето на театрално съдържание в дигитална среда

Всяка инициатива има своите силни и слаби страни, които на свой ред изваждат възможностите и заплахите пред нея. Въпросът за връзката дигитализация – сценични изкуства, както стана ясно, е особен. Едната част е свързана изцяло с дигиталната среда и виртуалното общуване и преживяване, докато втората – сценичните изкуства, е точно обратното: живеят и реалният свят на случването, комуникацията и преживяването с другия тук и сега.

В посочената таблица се разглеждат силните и слабите страни, възможностите и заплахите, които може да породи създаването и представянето на театрален спектакъл в дигитална среда.

Силни страни

- > запознаване с международни методи и практики
- > международно разпространение
- > достъп до култура/театрално изкуство
- > потребление от всяко устройство и всяко място

Слаби страни

- > отсъствие на реалното преживяване
- > отсъствие на досегашен опит
- > отсъствие на разработени платформи
- > отсъствие на финансови средства
- > намалена ангажираност от страна на публиката-потребител

Възможности

- > преодоляване на разстояния и граници
- > привличане и развиване на нови публики
- > допълнителни приходи
- > поддържане интереса към институцията/организацията
- > маркетинг и промоция

Заплахи

- > пиратство, неправомерно сваляне на записа
- > проблеми с авторски права
- > разваляне на някои зрителски навици
- > отсъствие на публика във физическия салон
- > заплаха за репутацията

Силни страни

Дигиталната среда спомага много за разпространението и промоцията на спектакли и артисти на театралните организации. Работата по модела на streaming или broadcasting може да подкрепи международната дейност на театрите, както и да ги покаже пред света без да се налага да плащат изключително висока цена, ако спектаклите им са големи, тежки и почти невъзможни за гастрол.

Друга силна страна е това, че овъзможняват достъпа до сценична творческа дейност на публики от различни краища на страната (или света), като с това подпомагат развитието на публика, разпространението на културно съдържание и привличат нова аудитория не само за собствените си спектакли, но и за театралната дейност като цяло.

Присъствието на организациите в интернет пространството спомага за видимостта им и генерира нова публика.

Силните страни, които могат да се опишат в ситуация на криза, невинаги могат да останат такива след нейния край. В случая една от ползите на излъчванията (streaming) онлайн се състои в това, че те представляват единственият достъп на хората до този тип култура. В нормални обстоятелства зрителят би имал избор и в повечето случаи би предпочел реалното преживяване пред виртуалното. Връзката с международни методи и практики е от изключителна важност. Предвид затвореността, в която съществуват сценичните изкуства у нас – почти нямаме международно разпространение – този тип онлайн потребление е единствената възможност да се проследи развитието на изкуствата по света, както и да се види колко може да се развие сектора у нас, заимствайки от тези практики.

Свободен достъп до култура е основната силна страна на онлайн излъчванията по време на извънредното положение и извънредна епидемична обстановка, тъй като потребителят избира и гледа безплатно почти всички излъчвания, както от страната, така и от чужбина. Като нейно допълнение е и фактът, че потребителят може да го прави откъдето и когато си поиска (повечето записи остават за ползване над 24 часа след самото излъчване).

Слаби страни

Слабите страни се отразяват в отсъствие на досегашен опит в тази сфера, както и в липсата на разработени за целта платформи, с които публиката-потребител да е свикнала. Ако тези платформи бяха развити доста преди пандемията от COVID-19, най-вероятно институциите и организациите биха били по-подготвени в тази ситуация. Вече се спомена, че трудно, но не невъзможно, е създаването на платформа за излъчване на театрално съдържание у нас. Тя обаче трябва да бъде предвидена така, че да не утежнява работата на организациите и да не губи интереса на аудиторията. Ако у нас вече беше разработен модел за платформа на сценични изкуства, то институциите и организациите биха могли да имат и допълнителни приходи от онлайн продажби (а не дарения), защото потребителите щяха да са възпитани да заплащат за подобен тип услуга (примерът на Digital Theatre+).

Най-съществена слаба страна са ограничените финансови възможности за създаване на професионални записи на спектаклите. Бюджетът за създаване на такъв тип съдържание е немалък (особено за излъчвания чрез медийни посредници), като се има предвид, че организациите трябва да го заделят от собствените си средства. Ала, както беше упоменато в досегашния текст, театрите у нас трудно се справят с организирането на средствата си за своята физическа дейност, съответно дигиталната дори не е приоритет. Неслучайно само големи институции си позволяват да работят по такъв бизнес модел – NT Live е идеален пример за подражание, но далеч неподходящ за българската действителност, такава, каквато се разглежда в момента.

От резултатите на проведената анкета се изведоха минусите на театъра в дигитална среда – отсъствието на реално преживяване, което прави театъра и всички сценични изкуства привлекателни. Хибридна форма между театър и кино може да направи всичко възможно, но не и това, виртуалната публика да усети спектакъла такъв, какъвто е в театралната зала. Творчеството тук се променя, тъй като публиката в салона е важно действащо лице в случващото се на сцената. Нейното възприятие на спектакъла до голяма степен го определя и спомага за енергията му и влиянието, което би имал върху гледащия. Излъчванията на живо с публика в салона биха се доближили най-много да истината, но винаги животът на спектакъла ще бъде заключен в

дигитализиран запис, заснет с камера. И понеже най-вероятно сме в зората на дигиталните излъчвания, то докато се роди името на този хибрид, той ще бъде наричан театър, тъй като спектакълът е основата на създадения запис.

Възможности

Възможностите, които дава този модел за излъчвания (streaming и broadcasting) се отразяват най-вече на дистрибуцията и разпространението на театрално съдържание, което прекрачва границата на физическата сграда и надхвърля многократно капацитета на театралната зала. Тази възможност да позволиш на изкуството си, макар и в различна форма, да достигне до другия край на света, не е за пренебрегване от страна на институциите и организациите. Силата на международното, а не само на локалното разпространение, може да подпомогне културния обмен в страната, да развие партньорства и копродукции, било то дигитални или физически. Изкуството трябва да бъде максимално достъпно и налично за всеки гражданин, а театрите, както и всички сценични центрове в страната, трябва да правят това възможно – дали с локални или международни партньорства, какъвто е и принципът на турнетата и гастролите.

Излъчванията имат потенциала да привличат нова публика, която да се поинтересува от театралните пространства, да влезе в залите и да иска да види и други спектакли. С правилната стратегия, театрите у нас могат да развият и поддържат аудитория, както и да изграждат вкус и критерии в бъдещите поколения, които все повече биват зависими от дигиталната среда. Допълнителни приходи за институциите и организациите винаги са нужни, ето защо те могат да бъдат генерирани и чрез такъв тип услуга, стига за нея да се създаде лесен и удобен начин за ползване и да бъде възпитана публиката-потребител в това да заплаща добре за произведения на изкуството.

Работата в дигитална среда е и възможност за поддържане репутацията на организацията/институцията, като я представят в добра светлина в интернет пространството. Добре изградената визия и присъствие могат да трупат само ползи, а излъчванията на качествени спектакли да привличат интереса на зрителите. Излъчването на стари записи на спектакли с ниско качество на картина и звук, на фона на големите международни излъчвания, застрашават имиджа на организациите.

Заплахи

Винаги, когато става въпрос за произведения на изкуството, има заплаха от проблеми с авторските права. В случая на излъчване има изисквания и закони, които трябва да бъдат спазени, за да не подлежи на глоба институцията или организацията в случай, че е в нарушение. Друга основна заплаха за всичко, което се представя в интернет пространството, е тази от пиратство – всяко съдържание трябва да бъде добре защитено и това става най-вече чрез добре програмирана платформа създадена за тази цел. При инициатива за създаване на платформа е необходимо тя да има висока защита, в обратен случай така любимите ни пиратски сайтове с радост ще разпространят всичко, което тя съдържа.

Заплаха са установените правила при посещение на спектакъл в залата – там публиката е необходимо да бъде тиха, да изключва телефона си, да не коментира по време на спектакъла – неща, които пред екрана могат да се правят спокойно, без да пречат на никого. Също така може да се възпита мислене у публиката, че спектаклите са безплатни и свободни за ползване и потребление.

Заплахата от липса на публика в залата при наличието на платформа или достъпни записи в интернет винаги ще присъства, независимо от обстоятелствата. При по-голямо

проучване може да се провери намерението на аудиторията спрямо този въпрос и организациите, които планират присъствие в дигитална страна, да обмислят правилно стратегията си за излъчвания, така че тя да не застрашава организацията с отлив на публика в салоните.

При правилното представяне и използване на услугата, потребителите ще се превърнат в потенциални зрители, а не обратното. NT Live не намалява посещенията на Националния театър, даже напротив – въпреки че се излъчват играещи се спектакли, салонът винаги се пълни. Дори и един посетител на Лондон, гледал само излъчване, би искал да отиде в залата и да гледа спектакъла на живо. Елементът на реалното случване е козът на нашите организации и не бива да се забравя фактът, че масово зрителите ходят на театър точно поради тази причина и именно почитателите на истинския досег с театралното изкуство трябва да бъдат таргет на институциите и организациите.

Какъв е смисълът от инвестиции в подобен бизнес модел?

Поставя се въпросът, дали дигиталното излъчване заменя живото изпълнение и могат ли сценичните изкуства да съществуват изцяло в дигитална среда. Ако другите индустрии и бизнеси могат да пренесат работата си в дигитална среда, то за сценичните изкуства това на практика е невъзможно. За тях е важно да присъстват във виртуалното пространство и да следят тенденциите на 21. век, да привличат публиката си и да поддържат интереса ѝ, както и за да се развиват. В ситуация на криза те трябва да имат подготвен ход за незабавна реакция или за изпълнение на стратегия за международно разпространение, да имат подходящите методи и модели както във физическа, така и в дигитална среда, които да работят по посока на целите им. Това не е задължително свързано с изменения на творческия процес, съдържание или със същинското възприемане за театралното изкуство като цяло. Нужно е дигитализацията да се използва като средство, а не като цел за сценичните институции и организации, да се проследи как тя помага, а не разрушава вече заложените традиции, практики и стремежи.

С примера на театър „Възраждане“ се проследява как в началото една нова практика привлича внимание и носи положителни резултати, но също и че тази практика бързо омръзва на потребителя, когато той има възможността да „потребява“ театър в естествената му среда – театралната зала или на открити сцени. За съществуване в дигитална среда е наложителна непрекъснатата иновация, на която повечето институции и организации у нас все още не са способни. Тази нова хибридна форма между театър и кино дава поле за изследване и експерименти, както при създаването и представянето на един спектакъл изцяло в дигитална среда – „Опит върху свободата“, който беше наречен виртуален спектакъл – роден и представен във виртуална обстановка.

Експериментите в тази посока ще нарастват, но дигитализацията може да е най-полезна на сценичните изкуства в частта, свързана с дистрибуция/разпространение. Тези изкуства са основно социално ориентирани и за тях най-важна е публиката, нейното развитие и израстване, и колкото повече те достигат до нея, толкова повече изпълняват своята мисия. Дигитализацията, като спомагателен елемент на театралните центрове, би развила както публиката, така и самия театрален процес. Навлизашите технологии добавят нови измерения на възприятието и присъствието на зрителя в един спектакъл – VR, AR и други, които отварят изцяло нова тема, но всички те работят за преживяването на театралното действие, нито едно от тях не го отхвърля. Такъв е и случаят на дигиталните излъчвания streaming и broadcasting, които целят подкрепа в

разпространението и достигането до нови публики, а не деградация на театралните художествено-творчески практики и ценности.

Като сценична форма, театралното изкуство има нужда от основни четири компонента: пространство, артист, зрител, реално изживяване. Без нито едно от тях, то не може да съществува пълноценно. Тези компоненти взаимодействат непрекъснато един с друг и създават спектакъла, който, заснет и представен онлайн, остава без един от основните компоненти – реалното изживяване. С други думи – губи се магията на реалното действие, което се осъществява в салона. От специално събитие театърът се превръща в обикновено, особено при наличието на непрофесионален запис, чийто характер е по-скоро памет за случило се представление.

Това подкрепя позицията, че няма място за твърдение като „излъчванията на спектакли заменят живото им изпълнение“, тъй като тези излъчвания вече са плод на друг вид изкуство, което не отхвърля основите си. Въпреки отсъствието на реално присъствие в залата, излъчванията могат да привличат интерес, като предоставят възможност на публика-потребител, нестъпвала в театрален салон, да види какво всъщност става там и това да я направи потенциален зрител. Младата аудитория например може да бъде привлечена като театрална публика, ако правилно се използват дигиталната среда и социалните мрежи. Чрез тях театърът може да им бъде показан като интересна алтернатива за свободното време.

Основното, което работи за привличане на публика, е ексклузивността и иновативността при излъчване. Какво може да направи тези дигитализирани спектакли изключителни (спрямо наблюдения, анализи и резултати от проведената анкета):

- Излъчвания като специални събития – този подход би привлякъл аудиторията с неговата извънредност – на живо, с публика, широко разпространение.
- Допълнителни материали – излъчванията включват видео материали (или други), до които публиката няма достъп, ако се намира в залата.
- Професионализъм на създадения аудиовизуален материал – добро качество на картина и звук, различни перспективи, безкомпромисно осъществени за целите в дигитална среда.

Инвестициите в излъчвания (най-вече на живо или такива, които вече не присъстват в театралния афиш) помагат много на организациите по време на изолация, те създават именно тази ексклузивност, каквато съдържа и модела на NT Live. Правейки тези излъчвания оригинални, те винаги ще се радват на публика чрез медиен посредник или онлайн. Излъчванията на NT Live пълнят киносалона у нас. Въпреки че отсъства реалното преживяване за нашата публика, тя го гледа на живо, но до нея достига откъслечно влиянието и енергията на спектакъла. Когато се осъществят такива излъчвания, като жест към аудиторията, те ще срещнат своите доброжелатели и ще направят възможен достъпа им до изкуство извън населеното им място, нещо, което при тях се случва изключително рядко.

При създаването на платформа обаче организациите трябва да се замислят с какво ще разнообразяват аудиторията, тъй като потребителите ще имат достъп до тях постоянно и, заплащайки абонамента си, ще изискват често ново съдържание. В случая се изисква правилна стратегия спрямо театралната организация на база:

- какви са възможностите за чести осъществявания на професионални записи/излъчвания;
- какъв е мащабът на аудиторията, която би заплатила абонамент/еднократно гледане;
- в какви обстоятелства ще се осъществяват записите/излъчванията;
- какви средства ще бъдат нужни за поддържане на платформа и съдържание.

Наблюденията са, че рядко институциите и организациите правят подобни проучвания преди да предприемат дадена дейност. Това усложнява привличането на публика в определени ситуации или маркетинговата дейност е силно пренебрегната. Наблюдава се и привличане на публика с единствената цел – брой продадени билети, без да се засяга въпросът, дали зрителите са наясно какъв спектакъл ще гледат и какви впечатления би оставил у тях. У нас театралните центрове нямат изградена мрежа от организатори със задачата да проучват аудиторията и да ѝ препоръчват спектакли, които не биха я отблъснали. Необходимо е да провеждат тези проучвания сами, за да развият публиката си и в дигитална, и във физическа среда.

Смисъл в бъдещи инвестиции в такива модели би имало при правилна подготовка и ясни цели, които да бъдат постигнати. Предоставянето само на записи в интернет пространството, или случайни живи излъчвания в нормална обстановка, биха изразходвали време и средства с нулев ефект както върху организациите, така и върху зрителите. Планирането и организирането на такава инициатива трябва да се разглежда като дългосрочна ефективност за бъдещето на театралната институция/организация, нейното разпространение и нейната публика – настояща и потенциална.

В заключение - проучванията, анализите и наблюденията, както през добри практики, така и чрез изследване на зрителските нагласи спрямо модела, показват че:

- моделите са възможна алтернатива, стига да са осъществени качествено;
- спомагат за разпространение, привличане и развитие на публиката;
- имат образователен и информативен характер;
- категорично не заместват реалното изживяване;
- са нова хибридна форма, която не може да се нарече само театър или само кино;
- публиката предпочита реалното случване и не се наблюдава отлив, причинен от излъчванията в дигитална среда;
- необходимостта от такъв модел се поражда само и единствено в частта разпространение и промоция;
- могат да генерират допълнителни приходи на театралните институции /организации;
- изискват стратегия и конкретни цели, планиране, таргетиране и проучвания.

Предприемането на иновативни дейности в театралния сектор у нас е необходимо да бъде развито спрямо новото време и проблемите, които то предлага. Независимо дали чрез излъчвания в дигитална среда, използването на дигитални технологии или просто следене на театралните тенденции, посредством тях е силно наложителен международният културен обмен под каквато и да било форма. Излизането от затвореността на българските институции и организации може да донесе само ползи на сектора.

Днешното динамично време изисква от изкуството да поставя пред зрителя нови проблеми, както и да повишава неговата духовна чувствителност. Съществува ли по-благородна задача от тази? (Огнянова 2013: 12/Ognyanova 2013: 12)

ЛИТЕРАТУРА:

Върбанова 1997: *Върбанова, Л. Управление на изкуствата. УИ "Стопанство".* София. (Varbanova 1997: *Varbanova, L. Upravlenie na izkustvata. UI "Stopanstvo".* Sofia)

- Кабаков 2015: *Кабаков, Ив.* Дилеми на културата. София. УИ „Св. Климент Охридски“ (Kabakov 2015: *Kabakov, Iv.* Dilemi na kulturata, Sofia. UI “Sv. Kliment Ohridski”)
- Огнянова 2013: *Огнянова, Ю.* Ракурси. Бургас, 12 (Ognyanova 2013: *Ognyanova, Yu.* Rakursi. Burgas, 12).
- Стойчева 2014: *Стойчева, Д.* Управление на иновативни театрални проекти. София: Издателство Валентин Траянов, 103 (Stoycheva 2014: *Soycheva, D.* Upravlenie na inovativni teatralni proekti. Sofia: Izdatelstvo Valentin Trayanov, 103).
- Томова 2017: *Томова, Б.* Икономически растеж и нови бизнес модели в медийните индустрии. София. (Tomova 2017: *Tomova, B.* Ikonomicheski rastezh i novi biznes modeli v mediynite industrii. Sofia.)
- Туджаров 2008: *Туджаров, Х.* Тип на преносния сигнал. Комуникационни мрежи (Tudzharov 2008: *Tudzharov, H.* Tip na prenosnia signal. Komunikacionni mrezhii).
- Varbanova 2013: *Varbanova, L.* Strategic Management in the Arts.
- Hackman 1987: *Hackman, J.* The design of work teams. In Handbook of organizational behavior. Enlewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Heidegger 1977: *Heidegger, M.* The Age of the World Picture. -In: Tauber A.I. (eds) Science and the Quest for Reality. Main Trends of the Modern World. Palgrave Macmillan, London.
- Negroponte 1996: *Negroponte, N.* Being Digital. New York: Alfred A. Knopf.
- Porter 2001: *Porter, M.* Strategy and the Internet. Harvard Business Review.

Онлайн източници:

- БГ Театри/ Bg Teatri, eCard
- Видео стрийминг. Wikipedia (Video streaming)
- Дигитален театър в България/ Digitalen teatar v Bgaria – [www.facebook.com/ Digital-TheatreBulgaria](http://www.facebook.com/Digital-TheatreBulgaria)
- Гигова 2020: *Гигова, И.* Народният театър обмисля платено излъчване на спектакли. В. „Монитор“ (Gigova 2020: *Gigova, I.* Narodniyat teatar obmislya plateno izlachvane na spektakli. vestnik “Monitor”).
- Закон за меценатството / Zakon za metsenatstvoto
- Метрополитън опера/ Metropolitan Opera, Wikipedia
- Технически средства за защита на авторски права/ Tehnicheski sredstva za zashtita na avtorski prava, Wikipedia
- Уеб страница на Европейската театрална конвенция/ Ueb stranitsa na Evropeyskata teatralna konvenciya - www.europeantheatre.eu
- Уеб страница на Театър Възраждане/ Ueb stranitsa na teatar Vazrazhdane – www.theatrevazrazhdane.bg
- Уеб страница на Метрополитън опера/ Ueb stranitsa na Metropolitan opera – www.metopera.org
- Уеб страница на Royal National Theatre - www.nationaltheatre.org.uk
- Уеб страница на НЕСТА/ Ueb stranitsa na NESTA - www.nesta.org.uk
- Фейсбук страница на Това Не е Хамлет/Мишеловката/ Facebook stranitsa na Това Не е Hamlet/Mishelovkata - www.facebook.com/nothamlet
- Цифров сигнал/Tsifrov signal. Wikipedia.
- Beyond live, NESTA report. 2010
- Broadcasting. Wikipedia.
- Croon Fors, Anna. The Ontology of the Subject in Digitalization. Umeå University, Sweden Digital Culture. NESTA report. 2015

- Petri, In. Julien, F. Digitizing The Performing Arts. CAPACOA. 2017
- Financial statement, Royal National Theatre. 2015/2016
- From Live To Digital. Understanding the Impact of Digital Developments in Theatre on audiences, production and distribution. AEA Consulting. London. 2016
- Groves, Nancy. Arts head: David Sabel, head of digital, National Theatre. The Gurdian. 2012. Information Age. Wikipedia.
- Metropolitan Opera's First Simulcast of 2007-08 Breaks Attendance Records. PlayBill. 2007
- Mapping the Creative Value Chains. Final report. European commission. 2017
- Metropolitan Opera's First Simulcast of 2007-08 Breaks Attendance Records. playbill.com. 17.12.2007
- NT Live, NESTA report. 2011
- New Business Models in the Cultural and Creative Sectors. EENC. 2015
- The New Renaissance Report of the 'Comité des Sages' on bringing Europe's cultural heritage online. European Commission. 2011
- Greig, R., Vetch, P., Zitner, N., Indig, L., Glen, L., 'Royal Opera House: Alternative Mobile Apps Research and Development Report' London. NESTA. 2014.