



АКАДЕМИЯ ЗА МУЗИКАЛНО, ТАНЦОВО И ИЗОБРАЗИТЕЛНО ИЗКУСТВО - ПЛОВДИВ

ДЕСЕТА МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНОПРАКТИЧЕСКА КОНФЕРЕНЦИЯ

УПРАВЛЕНСКИ И МАРКЕТИНГОВИ ПРОБЛЕМИ В ИЗКУСТВОТО

СБОРНИК ДОКЛАДИ • VI/2022

Академия за музикално, танцово и изобразително изкуство
„Проф. Асен Диамандиев“ - Пловдив



*Десета международна
научнопрактическа конференция*

***УПРАВЛЕНСКИ
И МАРКЕТИНГОВИ ПРОБЛЕМИ
В ИЗКУСТВОТО***

Сборник доклади

VI/2022

Всеки автор носи отговорност за съдържанието на своя текст

Редакционна колегия:

Проф. д-р Любомир Караджов

Проф. д-р Емилия Константинова

Доц. д-р Весела Казашка

Рецензенти:

Доц. д-р Татьяна Стоичкова

д-р Достена Лаверн

Авторски колектив, 2023

АМТИИ-Пловдив, 2023

ISSN 2815-519X

Уводни думи

Юбилейното десето издание на Международната научно-практическа конференция „Управленски и маркетингови проблеми в изкуството“ се състоя на 25 ноември 2022 г.. Организирана от катедра „Теория на изкуствата“ в АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив, по традиция се откри от ректора на Академията проф. д-р Тони Шекерджиева – Новак. В своето приветствие тя подчерта значението на единствения в България специализиран форум по артмениджмънт, маркетинг и ПР в изкуствата, който от десетилетие се провежда в нашата Алма Матер и доказва градивния си характер за развитието на арторганизациите не само с научния си, но и с приложния си характер. Проф. Шекерджиева – Новак не пропусна да отбележи, че ръководството на Академията ще продължи да подкрепя инициативата на магистърските специалностите „Артмениджмънт“ и „ПР на арторганизации“, които превърнаха тази конференция в специално място за общуване между учени и артмениджъри от различни държави и университети. Тя с гордост подчерта, че професионалното направление 8.1. Теория на изкуствата на АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив и тази година отново получи най-висока оценка в рейтинговата система за висши училища в България, като едно от проявленията му безспорно е и настоящият форум.

На откриването председателят на организационния комитет на конференцията проф. д-р Емилия Константинова в ретроспекция припомни факти от нейното създаване. Започнала от идеята на доц. д-р Живка Бушева и станала факт през 2012 г. с подкрепата на проф. д-р Даниела Дженева и тогавашното академично ръководство тя се превърна в сериозен специализиран форум. „Десет години този форум продължава да събира учени, изследователи и практики, чиито споделени проблеми са важни за по-нататъшното развитие на артмениджмънта като доказана научна област, както и споделените успешни идеи в практиката за вдъхновение на артистичните мениджъри“ – подчерта в заключение проф. д-р Константинова.

Форумът събра учени и мениджъри на културни и артистични организации от България, САЩ, Германия, Франция, Румъния и Израел. Доклади и презентации представиха изследователи от АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив, Национална художествена академия, Национална академия за театрално и филмово изкуство “Кръстьо Сарафов“, Тракийски университет – Стара Загора, Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, Софийски университет, Пловдивски медицински университет, Балетна академия на Санкт Петербург –

Калифорния/ САЩ, Специализирана професионална гимназия за деца с увреден слух "Св. Мария" - Букурещ/ Румъния, Дом на художника – Тел Авив/ Израел. Сред участващите авторитетни учени са имената на доц. д-р Живка Бушева, проф. д-р Емилия Константинова, проф. д-р Любомир Караджов, доц. д-р Красимира Кръстанова, д-р Душанка Иванова, д-р Достена Лаверн, д-р Виорел Агиана, художника график Иля Богдановски и др.

Представените доклади, голяма част от които са събрани в настоящия сборник, имат теоретична, историческа, методологическа и емпирична насока. Разгледани са разнообразни тематични области на управлението на арторганизации, като нови стратегически бизнес модели, мотивации в управлението, базисни и специфични проблеми на маркетинга в арторганизациите, PR и комуникационни подходи, рекламна дейност, предприемачески измерения в изкуствата, иновационни практики, проектна дейност, изкуството в образованието на подрастващите, изкуствата в помощ на хора с увреждания и други.

Десетото издание на международната конференция постигна поставената цел да надгради започнатите в предишните конференции дискусии за съвременните теоретични и приложни аспекти, ключови понятия и концепции в цялостното управление на арторганизациите и силната връзка на изкуствата с науката и образованието. На този форум всеобхватно се дискутира актуалността на тематичните области и развитието на цялостното управление. Направен е своеобразен прецизен анализ на мениджърските проблеми в съвременните арторганизации, както и използването на финансови и маркетингови инструменти, иновативни PR и рекламни подходи, свързани с популяризиране, развитие и утвърждаване не само на изкуствата, но и на творците и техните артистични продукти, особено в хипердинамичната несигурна външна среда, в която днес се намира целия свят.

В заключителния етап на форума се изрази мнение от участниците, че форумът дава зелена светлина на младите учени и формира изследователска общност в спецификата на артмениджмънта. Научната продукция в издадените сборници имат съществен принос към развитието на научно-изследователската и образователната област на българския артмениджмънт във всичките му сфери на приложение.

Организационният екип на Юбилейната международна научно-практическа конференция „Управленски и маркетингови проблеми в изкуствата“ е убеден, че следващите издания ще продължат да представят актуални и съществени съвременни управленски проблеми, решаването, на които да помогнат за усъвършенстване на дейността на арторганизациите в усилията им да създават, представят, развиват и утвърждават ролята на изкуствата и културата не само в национален, но и в международен контекст. В бъдеще конференцията ще запази своето водещо място в България като форум за споделен професионален опит, обсъждане на ясни закономерности, разкриване на тенденции и прояви на

изкуствата, чиито сложен и комплексен продукт се нуждае от адекватна управленска политика във всичките му форми и проявления.

Проф. д-р Емилия Константинова,
председател на Организационния комитет

МОДЕЛИ НА РЪКОВОДСТВО НА АРТОРГАНИЗАЦИИТЕ В БЪЛГАРИЯ

Проф. д-р Емилия Константинова
АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив

Анотация: В общата управленска теория на артмениджмънта моделите на ръководство са важни за взимането на управленски решения и отчитането на тяхната ефективност и ефикасност. Освен държавни и общински опери, театри, музеи, и т.н. съществуват и частни арторганизации с разнообразен статут на регистрация, организационно-управленска структура и финансиране. Това може да определи различното мястото на водещата ръководна функция, което е основна тема на настоящия доклад, както и появата на понятието „двойно лидерство“.

Ключови думи: артмениджмънт, организационно-управленска структура, ръководство

MANAGEMENT MODELS OF ARTS ORGANIZATIONS IN BULGARIA

Prof. Emiliya Konstantinova, PhD
AMDFA „Prof. Asen Diamandiev“ – Plovdiv

Abstract: In the general management theory of art management, management models are important for making management decisions and accounting for their effectiveness and efficiency. In addition to state and municipal operas, theaters, museums, etc. there are also private art organizations with diverse registration statuses, organizational-management structure, and funding. This may determine the different locations of the leading guided function, which is the main topic of this report, as well as the appearance of the concept of "dual leadership".

Keywords: art management, organizational-management structure, leadership

В България по статистически данни 2021 г. има общо 71 театри, 184 музеи, 54 музикални колективи /филхармонии; ансамбли за народни песни и танци; оркестри/, които са институционални, субсидирани от държавата или общините.[5] Съществуват и частни, които имат разнообразни

структури спрямо своята юридическа регистрация и различен тип финансиране. С използването на европейските и национални програми за финансово подпомагане партньорството между културни частни организации и структури на различни нива в държавата и общините променят моделите на ръководство. В тази връзка важна роля имат и появилите се частни и независими артистични групи, чиито управленски практики са свързани най-вече с демократичния или либерален стил на управление, слабо ниво на администрация стремеж към колаборации при участия в проектни дейности. Тези обусловености задават въпроса за мястото на ръководната позиция в организационно-управленската структура, къде точно е и кой всъщност е водещият ръководител.

В общата управленска теория на артмениджмънта моделите на ръководство са важни за взимането на управленски решения и отчитането на тяхната ефективност и ефикасност. Както в страните със свободна пазарна икономика, така и в България освен държавни и общински опери, театри, музеи, и т.н., съществуват и частни арторганизации с разнообразен статут на регистрация, организационно-управленска структура и финансиране, което би могло да определи различното мястото на водещата ръководна функция.

Групирането на управленските дейности поражда различни взаимодействия между мениджърите и екипите, свързани с разделението на властта и пълномощията им. В мениджмънта понятията „централизация“ и „децентрализация“ се използват за уточняване на местата, където се взимат решения в рамките на организацията. Ако приемем, че в арторганизация, където най-високопоставеният висш мениджър взема всички решения, а останалите нейни членове са длъжни да ги изпълняват, то тази арторганизация има централизирано управление. Такъв тип управление обичайно е характерен за организациите с държавна или общинска структура. Всяка една арторганизация е повече децентрализирана, когато взимането на решение е достояние на по-голяма част от нейните членове, а не само достояние на един висш мениджър. От днешна гледна точка считаме, че всички решения са подчинени на това какво иска да постигне самата арторганизация. Затова определянето на тези два крайни типа управление се разглеждат често теоретично. В практиката всеки член на арторганизацията независимо от йерархичното равнище, на което се намира, от една страна, взема самостоятелно някакви решения. Това е особено ясно изразено при арторганизации с малко служители и плоска структура на управление. От друга, разпорежданията на висшестоящият ръководител не се изпълняват от подчинения в точния ред, в който са дадени. Често те претърпяват изменения и уточнения, когато преминават през различните управленски равнища или има някаква промяна на ситуация, при която трябва да се реагира бързо.

Правата и задълженията в организационно-управленската структура

също имат своите специфики и са свързани с пълномощията и делегирането им.

Ако пълномощията обикновено се определят „... като юридически или организационно санкциониращо право да се взема някакво решение, без одобрението на висшестоящия мениджър“, то властта е „правото“ или „задължението“ да се въздейства върху подчинените в процеса на функциониране на организацията. Т.е. „... властта в значителна степен произтича от пълномощията и е свързана с личните качества и личния авторитет на ръководителя“. [2, с. 23]

Разпределението на пълномощията става чрез делегиране. Практически делегирането на пълномощия става от по-високите равнища към по-ниските на организационно-управленската структура.

В българския синонимен речник делегирането се определя като упълномощаване и овластяване. Следователно се делегират не само права, но и задължения. По отношение на отговорността обаче, съществуват различни мнения в научна литература. Някои автори са на мнение, че делегирайки права на подчинените си, мениджърът не може да делегира и своите отговорности. Други автори считат, че частично мениджърът прехвърля отговорност, предоставяйки определени пълномощия на своите подчинени.[1, с. 121]

Гореизброените характеристики доминират при модела на управление с един генерален ръководител на арторганизацията. Но както светът на изкуството се променя бързо, така еволюират и арторганизациите. Притиснати от конкуренцията, лимитираните финансови средства, икономическите кризи, за да осъществят повече успешни проекти те трябва да преориентират организационните си модели към звена с гъвкава структура, екипна работа, наемане на кадри, които да бъдат взаимозаменяеми за различни дейности. Заедно с това се пренасочват да изграждат т.нар. „екосистеми“ в колаборация с други организации, за да могат успешно да се адаптират към промените във външната среда, да взимат бързи и адекватни решения в променящи се ситуации, да използват пълноценно знанията и уменията на свои партньори.

Последните години в научните изследвания за проблемите на артмениджмънта се появи и понятието „двойно ръководство“, както и „двойно лидерство“. Но каква е разликата между ръководство и лидерство?

Редица от водещите изследователи и автори по проблемите за ръководството приемат тезата, че ръководство не е равно на лидерство, а ръководителят и лидерът не са синоними. Проблемът е сложен и дискуссионен, и отговорите се крият най-вече в историческото развитие на теориите в различните изследвания.

Преди години имаше графики, които показваха разликата между

ръководителя и лидера. Ръководителят като човек застанал на висок връх, протегнал напред ръка и сочещ с пръст към светлото бъдеще, а служителите под върха дърпат с въже организацията в посоката, която им показва, лидерът пък изобразен като човек, дърпащ с въже всички членове на организацията напред,

От началото на 30-те години на XX в. до днес сериозни изследвания правят редица изследователи като например Курт Левин за стиловете на ръководство, Морено за социометрията, Стогдил за лидерските черти и др.

Според първите теории за лидерството дълги години е била доминантна теорията за чертите. Тя е налагала мнението, че лидерството е личностна характеристика, която лидерът притежава по рождение.

Тогава, както и няколко десетилетия след това се приема становището, че „лидерството е явление на груповата динамика, при което в резултат на взаимодействия в групата един неин член се издига за водач, другите остават негови последователи, приемащи доброволно водачеството на своя колега. Заедно с това те обаче винаги могат да се откажат да го следват, без да има опасност от административни или служебни последствия, тъй като властта на лидера не е официално регламентирана в служебен план“.[1, с.143]

В този модел на практика лидерът се възприема като авторитетна личност, но лидерските качества не винаги са съизмерими с мениджърските. Това поставя редица въпроси пред изследователите, които започват да разглеждат лидерството като един вид „комуникативен процес“ изискващ определени познания, умения и роли.

Военните катаклизми и икономическите промени обуславят появата на силни лидери, чиято водеща роля не е могла да бъде обяснена само с теорията на чертите. Именно затова започва да се налага теорията на поведенческите модели, чиято основна теза е, че лидерът може да бъде обучен, дори и да не носи тази черта по рождение.

Въпреки формирането на гореизброените противоположни теоретични модели критиките към техните необясними противоречия продължават. Така вследствие на продължаващите изследвания някои учени и практики се обединяват в разбирането за ситуационната теория. Тя изгражда един нов модел, основаващ се на съчетанието между лидерски качества и справяне със ситуациите.

Един от най-цитираните представители на ситуационната теория е Курт Левин. Неговите изследвания върху лидерството и днес се прилагат успешно при управлението на хора. Той формулира трите основни класически стила на лидерство: тоталитарен, демократичен и либерален, които се разграничават помежду си в няколко аспекта: власт, отговорност, права, задължения, комуникация между лидер и подчинен, и т.н. Трите

стила водят до различна мотивация, производителност, доверие и работна среда. Обобщавайки различните лидерски стила характеристиките са следните:

- Либералният стил дава пълна свобода на екипа, лидерът влиза в роля на наблюдател на процесите, има проблем да изкаже ясна критика. Този лидерски тип е подходящ за екип от експерти и неподходящ за неопитни млади екипи.
- Тоталитарният стил работи на принципа „моркова и тоягата“, контролира всичко, подходящ за кризисни ситуации и решения, които да се рашават бързо, неподходящ за висококвалифицирани екипи.
- Демократичният стил умее да балансира в различни ситуации, помага да се грижи за развитието на хората, вдъхновява с визията си за развитие, подходящ е за бързопроменяща се бизнес среда и за екипи от висококвалифицирани специалисти.

Освен гореизброените стилове лидерите изпълняват и няколко роли – междуличностни, информационни и роли при взимане на решения. Междуличностните са свързани с тези на основната фигура на водач и връзка с останалите. Информационните са на наблюдател, говорител и разпространител. Ролите при взимане на решения са на посредник, разпределител на ресурси, разпоредител и предприемач.

Според Левин „хората предпочитат лидери с демократичен стил (на управление) като алтернатива на авторитарния и на ненамесващия се стил”. [6]

Теорията за поведенческите стилове на лидерство продължава да се развива. Изследователите от Университета в Охайо предлагат съвременен вариант на теорията на Левин. С поредица изследвания представят възможни начини за управление на хора описани по пълно посредством съчетаването на два фактора: първият, отношение/уважение (Consideration) и вторият, структуриране (Initiating structure). [4,pp.271-299], „Същественият принос на съвременното развитие на ситуационната теория се открива лесно още в изходната ѝ позиция – включването на влиянието на факторите от средата (ситуацията) върху поведенческите стилове на управление. Или, най-ценното качество на лидера е гъвкавостта – като преценява характеристиките на ситуацията, той променя адекватно стила си на управление.”[9]

През 1974 г. Ралф Стогдил обобщава пет основни личностни качества, присъщи за лидерите: доминантност, увереност в себе си, активност, познания, интелигентност.[3, с.448]

Ейбрахам Залезник пише в своя статия през 1977 г., че разбирането за управлението е около процесите на самата организационно-управленската

структура. Процесът на управление е свързан с компетентност, познания, контрол и овластяване. В неговото разбиране липсват елементите на лидерството, като например визия, вдъхновение, страст, които задвижват именно организационния успех на много съвременни организации. Залезник сравнява разликите между лидерство и управление с реда и хаоса. Според него ръководителят се стреми към баланс на реда. Опитвайки се да се грижи за работния процес, той следва бързия темп на решаване на проблемите, дори преди да го изследва в дълбочина. За разлика от ръководителя обаче, лидерът понася хаоса и липсата на структура. Той е склонен да отложи решаването на проблема, докато не вникне в неговата същност. По тази причина лидерите според Залезник приличат на творци с артистично мислене. В крайна сметка за него всяка организация се нуждае и от ръководител и от лидер. За да успява трябва да обръща по-малко внимание на логиката и повече на фантазията.[7]

Не бихме могли да отминем интелигентността, която играе съществена роля и е част от качествата на лидера като ръководител в успешите съвременни арторганизации, особено когато говорим за партньорство и „двойно лидерство“. Спрямо уменията интелигентността може да има няколко проявления: емоционална интелигентност – свързана с уменията за комуникация и работа в група и социална среда, социална интелигентност – умения свързани с дипломация и ПР, и не на последно място, интелигентност, свързана с умения за решаване на логически задачи и казуси.

Като алтернатива на традиционните лидерски роли, където един човек отговаря за цялата организация или за множество екипи е моделът на съвместно ръководство между партньорски организации. Но как може да се приложи успешен модел на съвместно ръководство? Какви условия трябва да се създадат и как изглежда работното ежедневие? Отговорът е комплексен и се нуждае от повече изследване. Организациите трябва да вземат предвид ползите за тяхното успешно развитие, организационно-управленската структура на целия екип на двете организации и как синергизмът им работи с ръководното дуо. Прилагайки модела на двойно ръководство организациите трябва да се преориентират и към споделената отговорност, което изисква дълбоки промени. Подейвайки дейностите и отговорности двамата ръководители трябва ясно да отговорят на съществени въпроси: какви са техните индивидуални силни и слаби страни, в какво има силна компетенция, с какво може всеки от един да допринесе за успеха на общата кауза, как трябва да изглежда екипа на всеки ръководител. За да могат двамата ръководители да се справят, трябва взаимно да се допълват и да разпределят работата си, а в основата на всичко е силното доверие и разбирателство. Ако един от ръководителите е по-добър в планирането на организацията, то тези дейности ще бъдат в неговия ресурс. Ако другият, е по-добър в артистичната дейност, писането и комуникациите, тези задачите ще попаднат в неговата област на

ръководство. Стремешът е да се постигне баланс в разпределението на работата, да се поддържа стабилна работна среда с мотивация и доверие.

Партньорските организации трябва да възприемат следните принципи и ценности като прозрачност, доверие, признателност, насърчаване на креативността. Изброените елементи биха изградили организационна култура с отворен лидерски стил. Новото разпределение на ролите трябва да бъде споделено и възприето от всички, така че организационно-управленските структури да бъдат с ясни правила, лесна и открита комуникация.

Към модела на двойно ръководство трябва да се прибави и включването на целия екип при взимане на важни решения чрез явно гласуване на предложенията и в последствие отчитането на ключовите им резултати. Доказано е, че по-лесно се изпълняват решения, в които членовете на организацията са участвали, отколкото такива, които са били дадени от висшите ръководители. Равнопоставената и отворена структура дава възможност целият екип да се включи. Този подход на двойно ръководство се вслушва в гласа на служителите и ги подкрепя в личностното развитие. Така често ръководителите ще приемат ролята и на ментори в управленската дейност. Предимство за арторганизациите е също да имат на разположение постоянен критик, което би подобрило лидерското ръководство и качеството на дейностите.

Възприемането на съвместно ръководство не означава да се замени един ръководител с друг. Целта е да даде възможност на арторганизациите и партньорските организации да растат. Безопасната среда се постига когато двамата ръководители знаят, че не са сами и всеки един от тях се бори с едни и същи предизвикателства и могат винаги заедно да намерят решение. Двойното ръководство е начин за създаване на повече време за концентрация върху задачите и начин един ръководител да „бъде на две места едновременно”.

Гореизброените характеристики на двойното ръководство се доказват в публикация за проучването на такъв модел при финландските театри. В статията публикувана през 2018 г. на база интервюирани ръководители на театри и театрални групи се извеждат не само ползите от двойното ръководство. Възможни са и недостатъци. Такива са свързани с малкото време за комуникация при обсъждане на проблемите, което според някои ръководители се компенсира от качеството на взетите решения, получената подкрепа и идеите от различните гледни точки.[8]

Изследователите в статията правят извода, че двойното лидерско ръководство се използва като средство за преодоляване на проблемни ситуации в арторганизациите и че някои проблеми могат да бъдат „увековечени“ чрез избора на модел на лидерство, който е нов и непознат за организацията.[Пак там]

В заключение можем да изтъкнем, че някои арторганизации, независимо с колко служители разполагат са сложен микс от поведения, отношения и взаимовръзки. Поради това, че в арторганизацията персоналът е главен извор за създаване на идеи, тя ще продължи да се влияе и променя по различни начини. Затова в бъдеще би било полезно да се изследват динамичните процеси в промяната на водещата функция на ръководството и появата на новите форми на двойно лидерско ръководство. Увеличаването на голям брой задачи и отговорности при проекти в колаборации между много организации, включително и артистични, ще породят появата на лидери, които ще работят заедно в ръководен екип, разпределяйки си решаването на проблеми от различно естество. В сектора на изкуствата, където лидерските роли са сложни и многостранни, би било любопитен двойният модел на икономическо и артистично лидерство. Възможностите на методите за емпирични изследвания ще изяснят проблема в българските арторганизации за обратна връзка и по-успешно сътрудничество чрез двойно лидерство, което ще бъде ценно не само от научна гледна точка, но и от практическа.

Използвана литература

1. Бушева, Ж.; Стоичкова, Т.; Арутюнян, С.; Константинова, Ем. Артмениджмънт. УИ „П. Хилендарски“, Пловдив, 2014.
2. Донъли, Д. и др. Основи на мениджмънта. Отворено общество, С., 1997.
3. Stogdill, R. Handbook of Leadership. New York: Free Press, Ch.11, 1974.
4. Lewin, K., Lippitt, R., & White, R. K. (1939). Patterns of aggressive behavior in experimentally created "social climates." Journal of Social Psychology, 10.
5. Официална страница на НСИ, <https://www.nsi.bg>, (30.04.2022 г.)
6. <https://www.insightsforprofessionals.com/management/leadership/dual-leadership-management> (2.11.2022)
7. Zaleznik, A., Managers and Leaders: Are They Different? Harvard Business Review, May–June 1977. <https://hbr.org/2004/01/managers-and-leaders-are-they-different>
8. <https://www.master-in-international-arts-management.com/new-variations-of-dual-leadership-abridged/>
9. Стойцова, Т. Колкото повече теории за лидерството – толкова по-малко успешни лидери у нас. https://ebox.nbu.bg/mascom16/view_lesson.php?id=3
10. <https://www.online-learning.bg/liderski-stilove>

СТРАТЕГИЯ ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ТЕАТРАЛНИ ПУБЛИКИ

Проф. д-р Любомир Караджов,
АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив

Анотация: Студията разглежда стратегия за привличане на театрални публики като сбор от мениджърски дейности, които допринасят за по-качествените взаимоотношения между арторганизация от сферата на сценичните изкуства и нейните публики, като целта на тези взаимоотношения е позитивна промяна както в типа публики (маркетингово таргетиране), така и количественото изменение на публиките до степен, отговаряща на взаимния консенсус между изискванията на институцията и удовлетвореността на потребителите на арт продукта. Студията представя стратегията като систематизирана дейност, която започва с изготвянето на прецизна „снимка“ на маркетинговите обстоятелства в конкретен театър (в случая – Драматично-куклен театър „Иван Димов“-Хасково). Това е изследване на навиците, търсенето и поведението на театралната аудитория, взаимодействието на театъра с нея и на основата на всичко това - изготвянето на конкретни препоръки за въвеждането на маркетингови и мениджмънт инструменти с цел да се предизвика дългосрочен ангажимент на целевите аудитории към продукцията на арторганизацията.

Ключови думи: театър, стратегия, публики, арт продукт

A STRATEGY FOR ATTRACTING THEATER AUDIENCES

Prof. PhD Lyubomir Karadjov,
AMDFA “Prof. Asen Diamandiev”

Abstract: The study considers a strategy for attracting theater audiences as a set of managerial activities that contribute to better relationships between an art organization from the field of performing arts and its audiences, and the goal of these relationships is a positive change in both the type of audiences (marketing targeting) , as well as the quantitative modification of audiences to a degree corresponding to the mutual consensus between the requirements of the institution and the satisfaction of the users of the art product. The study presents the strategy as a systematized activity, which begins with the preparation of a precise "picture" of the marketing circumstances in a specific theater (in this case - Drama and Puppet Theater "Ivan Dimov"-Haskovo). This is a study of the habits, demand and behavior of the theater audience, the interaction of the theater with it and the basis of all this - the preparation of specific recommendations for the introduction of marketing and management tools in order to cause a long-term commitment of the

target audiences to the production of the art organization.

Keywords: theater, strategy, audiences, art product

В основата на настоящата студия е поканата, която ръководството на Драматично-куклен театър „Иван Димов“ - Хасково ми отправи да участвам през лятото на 2022 г. в спечеления от театъра проект „Сцена на края на града“ по Програма РА 14 „Културно предприемачество, наследство и сътрудничество“, Резултат 2 „Подобрен достъп до изкуства и култура“, финансирана по Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство 2014-2021. Покана бе да направя обучение и да реализирам в рамките на този проект уъркшоп с екипа на театъра по тема „Стратегии за привличане на театрални публики“.

Успехът на подобно начинание предвиждаше да съставя не само стратегията, но и да я „облека“ в текст, който да бъде основна опора за уъркшопа, чиято продължителност се очертаваше в рамките на един работен ден. В подготовката на този текст използвах няколко източници като изследването на Биляна Томова „Изкуство и пазар“, разработки на колегите Надежда Димова, Ива Станоева и др., както и мои книги, в които се третираат проблемите за комуникациите с публиките в сферата на сценичните изкуства.

Тъй като към уъркшопа бе проявен голям интерес от екипа на хасковския драматично-куклен театър и колегите отбелязаха важността на коментираната тема, през есента на 2022 г. реших да представя този въпрос пред аудиторията на Международната научно-практическа конференция „Управленски и маркетингови проблеми в изкуството“, осъществявана ежегодно от катедра „Теория на изкуството“ в АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив и към която катедра имам честта да принадлежа. Посоченото по-горе обяснява защо в студията коментирам проблеми на ДКТ „Иван Димов“-Хасково и използвам обстоятелства и особености на отношенията между този театър и неговите публики, изразени пред мен от мениджмънта на хасковския театър като основа на изводите и предписанията по този текст.

Въпросът за отношението театър-публики е един от основните в театралното творчество най-малкото заради тривиално звучащото, но напълно оправдано мнение, че театър без публики е невъзможно, безплодно и на практика безсмислено действие. Цитираното отношение има множество измерения, свързани с рецепцията на художествените послания от страна на публиките; тяхната готовност или не за възприемане на театралните послания; а от комуникационна гледна точка (пиарска и маркетингова) включва и съотношението целево ядро/периферия на наличната публика в театралния салон. Тук е мястото да отбележа, че науката за комуникациите разграничава понятията „публики“ и „аудитории“ и те не са тъждествени. Отбелязвам го, защото в текста ще се налага да разглеждаме проблема и

от гледната точка на прилагането на PR с публиките/аудиториите. Но тъй като редица изследователи като Минка Златева разграничават понятията на принципа, че за прецизното дефиниране е важен субектът на въздействие, а PR-ът взаимодейства именно с публики [3], ще приемем „публики“ като правилно определената група хора, която стои в основата както на настоящото изследване, така и в основата на интересите на театъра. Когато се коментират посетителите и изобщо обществените групи, проявяващи интерес към продуктите на сценичните изкуства, „публики“ е установилото се понятие, което ще използваме и в този текст.

Както пояснява световно известният френски театровед и театрален изследовател Патрис Павис, важно е да се анализира с какви нагласи отива публиката на един или друг спектакъл, какво очаква от него, с какви усещания и мисли си тръгва след края му и продължава, че тук не става дума просто за културен мениджмънт, или, иначе казано, как да направиш така, че представлението да се харесва, за да го продадеш, а как да се опознае по-добре спецификата, идентичността на една или друга публика, за да ѝ се продаде по-добре определен театрален продукт [1].

Основната цел за разработване на настоящия план е чрез провеждане на изследване на навиците, търсенето и поведението на театралната публика, взаимодействието на театъра с нея и въвеждането на успешни маркетингови и мениджмънт инструменти, да се предизвика дългосрочен ангажимент на целевите аудитории на ДКТ „Иван Димов“ – Хасково към разработените от институцията културни продукти. Цел е също така повишаване на професионалните компетентности и умения на екипа на театъра, като по този начин се гарантира устойчивото развитие на публиките и разширяване на спектъра хора, участващи в културните събития на театъра.

За реализацията на плана е необходимо на първо място да се възпроизведе и анализира настоящата картина на публиките по начина, по който самият мениджмънт на театъра заявява тези обстоятелства. По този повод като първа стъпка изготвих обстоятелствен въпросник, чиято цел бе при коментара му с ръководството на ДКТ „Иван Димов“ – Хасково да се формира ясна визия за настоящото състояние на публиките, възможностите за повишаване на тяхното количество и качество, както и създаването на устойчиви възможности за мениджърска дейност от страна на ръководството в посока позитивно развитие на тези процеси.

Като краен резултат настоящата разработка си постави целите:

- да се превърне в работещ функционален план за привличане на нови публики и повишаване на качеството на работа на ДКТ "Иван Димов" чрез прилагането на различни маркетингови и мениджърски инструменти;

- да развие интерактивна комуникация с публиките и да активира

процеса на приобщаването им към дейността на творческата институция;

- ефективно да се популяризират културните продукти и услуги, разработени в рамките на проекта;

- да се разработят методи и механизми за мониторинг на публиките, чрез които да се отчитат тенденции и изменения на аудиторията във времето;

- да се разшири спектърът хора, участващи в културни събития и потребяващи културни продукти и услуги на ДКТ "Иван Димов" и Сдружение "АРСР".

Разработеният въпросник бе изпратен в театъра на 4 април 2022 г. за предварителен анализ. Той бе коментиран на 5 май 2022 г. в ДКТ „Иван Димов“ - Хасково с директора на театъра Стелиян Николов, заместник-директора Станислава Николова и гл. счетоводител Павлина Милева и констатира следните факти относно състоянието на публиките, динамиката на процесите в тях и възможностите за достигане до нови публики:

- на въпроса „Извършвани ли са действия по изучаване на аудиториите като анкети, допитвания, устни анализи, маркетингови проучвания на касата, визуални наблюдения в залата преди постановка“, мениджмънтът на театъра заявява, че извършва устни анализи и наблюдения върху аудиториите след всяко събитие – театрално или друго. Провеждат се разговори със зрителите и се търсят техните мнения, впечатления и отзиви;

- на въпроса „Какви са количествените показатели на публиките и може ли да се определи съотношения между деца, млада публика, зрели хора и възрастни хора в един средностатистически запълнен салон“ мениджмънтът докладва, че „на детските представления обикновено идва по един родител с дете /деца/, но напоследък се забелязва тенденция да се ходи семейно на куклен театър в неделя преди обед. На представленията за възрастна публика преобладават зрели хора, възрастните са около 20%, младата публика-също 20%. Деца на драматичните представления не присъстват“.

- относно качествените таргетни характеристики като пол, вероятно образование, социална принадлежност, географска принадлежност (от Хасково, от селата, от близките градове), мениджмънтът заявява, че в публиките между 60 и 70% са жени. Счита се, че образованието е „над средно“, а посетителите са предимно от Хасково и по-рядко от селата. Има редовни групи от Минерални бани и гр. Димитровград.

- на въпроса „Реализирани ли са някакви маркетингови, пиарски и др. действия с конкретната цел привличане на нови публики“, т.е. публики от незастъпени до момента възрастови групи; незастъпени до момента географски райони или незастъпени до момента социални групи, се докладва, че „са реализирани спектакли за ученическа публика, правят се турнета в нови места, в малки селища на преференциални цени“.

- при проучване по темата „Реализирани ли са с целевите публикации на театъра комуникации, от които се изисква по-особена активност на самите публикации, напр. радио игри от рода „Познай пиесата“, „Познай автора“, „Познай актьора“; анкети на влизане или излизане от салона; анкети на касата при купуване на билети; разговори с учители при водене на деца и др.“, се споменава, че „е имало подобни игри във Фейсбук и Инстаграм, а също са провеждани разговори с учители и ученици“. Същевременно се заявява, че в Хасково няма местна радиостанция, чрез която да се реализират подобни начинания, изискващи по-висока активност на публиките извън дейностите по закупуване на билети.

-на въпроса „Правени ли са опити за нестандартни начини за оповестяване на спектакли извън традиционните афиши, обявления в социалните мрежи и официалния сайт на институцията, какви са тези нестандартни начини и какви са резултатите“ се заявява, че „театърът работи добре с медиите. Те самите проявяват интерес към процесите в институцията, активни съм към набавянето на новини и актуална информация за театъра, а арторганизацията редовно изпраща пиар съобщения, новини, кани журналистите на пресконференции за премиери, урежда интервюта и участия в радио и ТВ предавания на гостуващи актьори и актьори от ДКТ „Иван Димов“.

-относно PR стратегиите на театъра и кои са основните PR цели се отговаря, че се работи с мейли, със социалните мрежи и чрез лични контакти за оповестяване на събитията в театъра. Като акцент се представя разнообразната и модерна продукция на достъпни цени и че „изкуството е важно за качествен живот, а публиката е необходимо да се възпитава от ранно детство да обича театъра“.

-на въпрос „Реализирани ли са до момента и какви дейности по наблюдение на публиките относно техните промени във времето, т.е. правени ли са периодични сравнителни анализи (напр. сравнение на обстоятелствата преди 5 или 3 години и днешното състояние по количествен и качествен признак, има ли демографски изменения, изменения по белега образованост и др., отговорът е, че „ежемесечно се подготвят статистики“.

-относно това провеждал ли е театърът обучения на персонала в годините, кой от персонала е бил обучаван и в какво, къде и от кого; забелязват ли се реални резултати от подобни обучения, мениджмънтът заявява, че „в отдел „Организация, продажби и реклама“ обучения не са извършвани. Директорът даде пример с обучения на специалисти по озвучаване с цел работа с нова апаратура на театъра, но тези специалисти са свързани с привличането на нови публикации опосредствено чрез повишаване качеството на театралната продукция, но не и непосредствено и пряко.

-финалният въпрос от реализираното изследване е особено важен, тъй като засяга проблема има ли мениджмънтът на театъра визия всъщност

до какво ниво иска да стигне в сферата на привличането на нови публики? Това е въпрос, засягащ т.н. рентабилност в дейността на всяка организация.

Тук е мястото да бъде пояснено, че рентабилността най-общо е способността на една компания, вкл. арторганизация, да отчита производителност, печалба и икономически ползи. Рентабилността като понятие изразява връзката между инвестициите и усилията на всеки от екипа от една страна и резултатите от друга. Кой са инвестициите на ДКТ „Иван Димов“? Това са всички разходи по поддържане на сградния фонд, двата салона, техническото обезпечаване по сценична техника, звук, осветление, отопление, ФРЗ и т.н. Инвестиция в театралното изкуство е и усилието на всеки един актьор да предостави професионалните си умения в името на качеството на художествения продукт.

От другата страна на всичко това стоят веществените и други резултати, които удовлетворяват или не така направените инвестиции. Тъй като творческият продукт не е като всеки друг бизнес продукт, той не трябва да се разглежда само във финансови измерения, а и чрез постигнатото в потребителя /зрителя/ емоционално удовлетворение, духовен катарзис, радост и дори усещане за щастие.

И така важният въпрос пред мениджмънта на ДКТ „Иван Димов“ е как да се увеличат публиките, като се запазят отношенията с наличните публики и се полагат усилия за увеличение на тяхното удовлетворение от предложения продукт и оттам - какви НОВИ публики могат да се приобщат!?

Още в средата на 20 в. американските икономисти Баумол и Боуен след 15 години наблюдения стигат до извода, че финансовите проблеми на институциите в сферата на сценичните изкуства не само не отслабват, но и се засилват с течение на времето. Това явление изследователите наричат „приходно-разходна пропаст“. Става дума за това, че колкото повече нарастват инвестициите в едно представление от сферата на сценичните изкуства, толкова повече е невъзможно да се изравнят приходите с разходите без наличието на външните незаработени от собствена дейност приходи като дарения, спонсорство, държавна подкрепа и други.

Причините, както Биляна Томова ги обобщава в книгата си „Изкуство и пазар“ [8], са ясни - продуктът на сценичните изкуства не е продукт на бизнеса.

1. В изкуството не може да се приложи т.н. „интензификация на труда“, с което да се увеличи неговата производителност. Един театрален режисьор не може да накара актьорите за „изговорят“ пиесата 3 пъти по-бързо, за да има представления от 18, 19 и от 20 ч., както и един диригент не може да „издирижира“ една симфония три пъти по-бързо, за да може да се направят 3 спектакъла в една вечер.

2. Времето, което е необходимо, за да се репетира и представи един

сценичен спектакъл, не се влияе от производителността на труда, с което да се увеличи и неговата производителност. Живото представление на театрален художествен продукт отнема примерно 2 и половина часа, и умножено по 30 души екип прави общо 75 човекочаса, както това е било приблизително същото и преди 50 години, и сега.

3. Освен всичко, предлагането на продукта е ограничено - представлението може да се повтори само ограничен брой пъти на ден, тъй като времето на производство при сценичните изкуства съвпада с времето на потребление при установен размер на местата в залата. Т.е. продуктът се ражда и потребява в едно и също време, а салонът не може да се разшири до безкрай. Залата на ДКТ „Иван Димов“ ще си остане 290 места, каквото и да се случва, което е достатъчно ограничителен фактор.

Да не говорим за другите подобни фактори, като например тези, че наличието на значими инвестиции в едно представление не дават гаранция как то ще бъде възприето от публиките, а също така са възможни и рискове от заболявания, психическо или физическо изтощение на артистите, а за това няма „диверсификационни портфейли“ и „амортизационни отчисления“, както в бизнеса.

Какво влияе на поведението на публиките и тяхната активност ?

Има икономически и неикономически фактори, които влияят на потреблението, съответно върху публиките.

Сред неикономическите фактори са:

- образование,
- традиции,
- вкус,
- ценности,
- нагласи,
- стил и начин на живот.

Бих прибавил към тях и още един важен фактор, какъвто е отношението на персонала на театъра към госта в храма на Мелпомена. За цялостното отношение към театъра влияят редица фактори, които не са свързани със самата постановка.

При планирането на заетите от зрителите места в салона е важно да се имат предвид следните неикономически фактори, някои от които са задължителни, а други - желани:

- паркинг,
- добро вътрешно и външно осветление,
- място и размери на входовете,
- цялостен изглед и декор,
- каса за билети,
- гардероб,
- ресторанти,
- кафенета,
- барове,

- асансьори,
- тоалетни,
- отопление,
- аварийни изходи,
- комфорт на местата за зрителите, стълбища,
- осигурен ли е достъп за хора в неравностойно положение.

Хората, които обслужват посетителите, имат важно значение за впечатлението, което остават в публиката, още повече, че театърът в един град представлява бранд сам по себе си и играе роля при определяне на отношението към дадено населено място или регион [7].

И накрая – сред икономическите фактори спадат цената, евентуални заместителите, доходите и рекламата.

В случая под заместители ще разбираме всички възможности за избор в свободното време, различни от посещение на продукт на сценично изкуство и по-конкретно театрална постановка. Но тъй като за постоянната публика сценичните изкуства имат слаба конкуренция в лицето на заместители от сферата на индустрията за забавления, то силно култивираният вкус и специализираното образование намират заместител в друг продукт на друго сценично изкуство. Доказано е, че колкото повече се разширява кръгът на посетенияте продукти на различни изкуства, толкова се повишава и степента на общата удовлетвореност.

В развитите общества принципно доходите нарастват, което води до нарастване и на цената на свободното време. Това обаче не води до пряка полза за потребяване на театрален продукт, ако публиката не е култивирана в тази посока, не е обучена и не са и създадени устойчиви предпочитания към театралния продукт. Затова е толкова важно и предложеното от мен по-нататък създаване на школа по театрално майсторство за деца към ДКТ „Иван Димов“. Това е на практика обучение на бъдещи театрални публики в компетентност и любов към театралното изкуство, защото е доказано, че „култивираното потребление“ не се влияе толкова силно от икономическите фактори като цената на билета.

Всичко това споменавам, за да се има предвид, че намерението за събиране и привличане на публики е изключително важно за един театър, но също така тези усилия не трябва да ограничават и другите начини за подкрепа на театралното производство, като непрекъснатото търсене и намиране на меценати, спонсори, рекламодатели, медийни партньори, държавни субсидии и наши и чужди проекти.

Относно спонсорството трябва да се има предвид, че то най-често е легитимацията на елитите пред обществото. Тъй като изкуството е скъпа стока, спонсорирането на изкуството може да се приеме като инвестиране във „Вебленова стока“ на името на икономиста Веблен – скъпи стоки, чието закупуване е наречено „очевидно потребление“ и цели създаване на имидж за социален престиж.

Но какво показва моментната снимка на нещата с публиките на ДКТ „Иван Димов“ на основата на специално създадения за предварителното изследване въпросник? Налагат се следните изводи:

1. Изучаването на аудиториите след спектакли се извършва предимно на устен принцип, което крие субективни моменти, като:

- кой извършва тези допитвания,

- споделя ли ги след това с управлението на театъра,

- средата за реализация на допитването предполага ли искреност,

- в състояние ли е питащият да анализира и подрежда систематично отговорите,

- описват ли се те на електронен носител с цел и други да се възползват от констатираните резултати и т.н.

2. Съотношението по възрастов принцип на сега присъстващата публика може да се изрази по начина „20% определена като „възрастна“ публика“, 20% определена като „Млада публика“ и 60% определена като „зряла“ публика“.

3. Относно разбивка на типа публика по полов признак около 70% са жени с образование, определено като „над средно“. Публиката е предимно градска, вкл. Минерални бани и Димитровград. Публиката от околните села е заявена като „малко и рядко посещава представленията“. Добре е да се изяснят мотивите за това-дали е липса на интерес, липса на разгласа, дискомфорт от пътуването, вечерното закъснение за прибиране особено в зимния период и т.н.

4. Задълбочени и повтарящи се във времето маркетингови и PR действия за привличането на нови публики не се констатира. При така формираните по-горе отговори театърът е експлоатирал почти напълно женската градска публика от Хасково, не разчита на подобна от близките села, а усилията за привличане на нова публика е в създаването на спектакли за ученическа публика и гостувания в малки селища на преференциални цени.

5. От по-нестандартните форми за комуникация с целевите аудитории на театъра институцията прилага игри в социалните мрежи Инстаграм и Фейсбук. Провеждат се разговори с учители и ученици, като последното не може да се приеме като „нестандартна форма“ за общуване с публиките. В Хасково няма частни радиа, по които може да се реализират различни форми за оповестяване на спектакли по нестандартни начини чрез игри или викторини от рода на „Познай от коя пиеса е този откъс“, „Познай автора на пиесата“, „Познай гостуващия в студиото актьор по гласа“ и т.н. срещу награди от театъра или спонсори. Не се реализират анкети чрез анкетни листове, напр. на касата при закупуване на билети, тъй като по думите на директора на театъра висок процент от продажбата е по интернет.

6. От отговора на въпроса какви нестандартни начини за оповестяване на спектакли са използвани се разбира, че не са използвани такива. Цитирани са „редовна комуникация с медии“, „изпращане на пиар

съобщения“, „покани на медии за пресконференции“, „уреждане на интервюта на гостуващи и местни актьори“, но нито едно от тези действия не носи характера на нестандартност. Големият комуникатор Едуард Бернайс, „Бащата на пиара“ казва, че пиарът не е писане на прессъобщения и събиране на журналисти, а създаване на такова събитие, че журналистите, и да не искат, да не могат да не го посетят. Събитийният мениджмънт остава най-добрият начин за изпращане на послания, които, съпреживявани от участниците в събитието, постигат най-значими резултати в убежденията им.

7. Относно PR стратегиите (пиарът е изключително важен за приобщаване на публики към институцията), се коментира представяне на модерна продукция на достъпни цени. Ясно е, че сам по себе си отговорът говори за нестройна PR комуникация без т.н. „стълбове на генералната институционална необходимост“, т.е. трябва да се изясни съществуват ли формирани генерални пиар цели, свързани с мисията на ДКТ „Иван Димов“.

8. Ясни и утвърдени във времето мениджърски подходи за систематично наблюдение на публиките, тяхното движение, предпочитания и демографски особености като причини за посещение или не на театрални постановки не се констатира.

9. Обучения на работещите в отдел „Организация, продажби и реклама“, макар че очевидно такъв отдел съществува, театърът не е провеждал до момента

На основата на тези изводи и след лични разговори с ръководството на арторганизацията, счетох за удачно да предложа план за събиране и привличане на публики на ДКТ „Иван Димов“-Хасково, който е съставен от дейности в сферата на:

- маркетинга,
- PR-a,
- рекламата,
- медийните комуникации,
- събитийния мениджмънт,
- междуйнституционалните отношения.

Целите на този план бяха да се конкретизира още по-детайлно състоянието на публиките на ДКТ „Иван Димов“ и да се предложат конкретни стъпки за комуникация с публиките в традиционен и нетрадиционен порядък.

Една от изходните начални тези при изработването на този план е, че качествената работа по PR определено допринася за събиране и привличане на публики, тъй като връзките с обществеността изграждат доброто обществено мнение и имиджа като негови компоненти, а също водят и до повишаване на репутацията на институцията (имиджът е на основата на общественото мнение и отразява не винаги проверените мнения на целевите групи, т.е. може да не е лично проверен, докато репутацията е на основата на личния опит).

Освен това има няколко аксиоми относно активността на театралните публики:

-ако публиките не са активни, то не е, защото им е скъпо, а защото са аморфни и незаинтригувани; (незаинтересовани и незаинтригувани са различни неща);

-ходещият на театър човек в повечето случаи не е по-богат от неходещия. Просто се е научил да изпитва удоволствие от театъра, докато другият не се е научил. А да изпитваш удоволствие се приучва;

-отношението към цената на удоволствието е по-различно от отношението към всяка друга цена;

-липсата на свободно време не е открито обяснение защо не се ходи на театър. Причините са други и върху тях може да се повлияе положително;

-Когато Мохамед не отива до планината, планината може да отиде при Мохамед, т.е. театърът да отиде до хората, ако те не отиват при него. Това не трябва да се превръща в основна практика; театралното свещенодействие се извършва в Храма на Мелпомена, но в името на разработването на устойчиви навици в публиките идеята е работеща.

И така, ето конкретните препоръки по настоящия план:

I. Работа по контакти с представители на публиката с e-mail

Това може да бъде осъществено, като при закупуване на билети от касата се предлага на конкретните потребители по желание и за определен период от време да оставят свой мейл, на който да получават от театъра информация за спектакли за деца и за възрастни. Целта е хората, предоставили мейли с тяхно съгласие, да бъдат много по-пълно и активно информирани за спектаклите, участващите актьори, вкл. гостуващите, за казаното на пресконференциите и т.н. Идеята е в края на договорения с конкретните зрители период те да бъдат интервюирани онлайн доволни ли са от осъществения активен диалог с Театъра, как преценяват придобитата информация и съгласни ли са да продължат тези отношения. Освен това от тези зрители може да се искат отзиви за гледани от тях спектакли, като бъдат уверявани, че мненията им няма да бъдат изнасяни в пресата, а ще се ползват единствено служебно за подобряване на работата на самата институция. По този начин те ще се почувстват важни със своите мнения и ще бъде осъществен диалог в откровен тон, който се различава от казионното вземане на мнения в среда, която предполага прояви на притеснение или самолюбие, желание за самопрезентация и т.н.

Общуването с мейли разчита на възможността да се постигне висока степен на откровеност на диалога на основата на свободния избор дали, кога и как ще отговори анкетираният зрител.

II. Работа с e-mail с организации.

Разликата тук е, че този вид работа може да се прилага с кметове по села или администратори в компании в и около големия град. Тези

известявания на спектаклите могат да бъдат използвани от кметовете за организирани посещения по конкретни поводи - празници, награди на институции като читалища, училища и т.н., а във компаниите могат да са в помощ на пиари или администратори (организатори), ако има такива. Успеваемостта на този подход е по-малка от работата с мейли с физически лица и обратната информация е по-затруднена, но резултатите, колкото и да са малки, се натрупват, а театърът демонстрира ритмичност в поднасянето на информацията и готовност за нов тип диалог.

III. Тенденция „Излез на улицата“.

По-високата популярност на театралната институция допринася за интереса към работещите в нея и продукцията и. Затова по-бързото обособяване на външна сцена вдясно от входа на театъра и реализация на постановките там в топлата част от годината ще спомогнат за популяризацията на театъра, интереса към неговата продукция и възможността хората да закупуват билети по-активно, дори да е на принципа „така и така ми създадоха любопитство, нека отида и до касата“. Освен това театърът не бива да пропуска възможностите да излиза от сградата си по време на празници и да организира нестандартни прояви на открито. Така ще афишира себе си като институция, която се вписва по-успешно в общоградската енергия и ще демонстрира съпричастност към събитията на населеното място, където твори. Христоматиен е примерът с колегите от старозагорския куклен театър, които по време на общоградски протестен митинг против обгазяването на града излизат на площада, качени на подвижна платформа и облечени с костюми на герои от играните детски пиеси. Така се приобщават към общественото недоволство с различна, но ярка метафора, афиширайки недвусмислено гражданската си позиция.

IV. Обиколка на театъра за ученици.

ДКТ „Иван Димов“ може да прилага услугата „Творческа обиколка на театъра“ и да я предлага на ученици от хасковските и околните училища. Обиколката се прави с гид-актьор от театъра, който развежда децата по „театралните потайности“, показва им гримьорните, гардеробите с костюми от играни представления, запознава ги със знакови елементи от декора като царски тронове, оръжия, корони, доспехи и всичко, което впечатлява детската фантазия. Извежда децата на сцената, където с участието на сценичните работници им се демонстрират светлинни и звукови ефекти. Децата се стимулират да се снимат на различните места и по различни елементи от декори с условието да се тагват от ДКТ „Иван Димов“. Така учениците получават знания за невидимите неща в театъра, прави се опит да се запали любопитството им и да започват да проявяват по-съзнателен интерес към бъдещи информации относно представления в театъра и изобщо за театралното изкуство.

V. Срещи на ученици с актьори.

Целта е или в предварително уговорено време, несвързано с конкретна постановка, или след посетен спектакъл, да се затвърди интереса на учениците към личността на актьора и творческата му харизма, като се реализира среща с артисти.

Това може да се използва не само за възбуждане на детското любопитство към тази професия, но и да се презентира афиша на театъра, като се изостри вниманието на децата към подходящите за тях спектакли. Актьорската професия има своя обществен статут и ако тя се презентира по умел и всеотдаен начин пред учениците, това ще има благотворно влияние върху интереса ми към институцията театър като цяло. Любовта към театралното изкуство се поражда, подкрепя и възпитава.

VI. Създаване на театрална школа към ДКТ „Иван Димов“.

Създаването на театрална школа за деца към театъра е трудно, но изключително благородно и много полезно за развитието на публиките начинание. Подобна школа, водена от професионалисти актьори, би постигнала няколко много важни цели:

- да работи за създаването на компетентна и образована театрална публика;
- да създава в децата усет към красивото;
- да изгражда театрални, танцови и др. умения;
- да работи за преодоляването на негативите в детското възпитание от „улицата“ - дрога, тютюнопушене, безделие и др. вредни навици;
- да наблюдава развитието на децата в школата и ако евентуално забележи талант в някое от тях, да подкрепи развитието му в актьорското поприще;
- да ангажира родителите на децата с каузата „театър“, като чрез децата приобщава също и родителите към театралната идея в града;
- да включва децата в обществения живот чрез участие на театралната детска трупа в отбелязването на значимите градски и национални празници;
- да издигнат още повече значението и репутацията на театралната институция в гр. Хасково.

И колкото и да са ясни ползите, всички те имат общо с целта на този план, а именно в течение на няколко години да се изгради една постоянна, образована, компетентна театрална публика, която ще бъде именно т.н. „целева аудитория“ на театъра - онази част от публиката, която милее, интересува се от процесите в театъра и е готова да подкрепи морално и финансово театъра. Нека се има предвид, че по принцип дефиницията за „целева аудитория“ е „аудитория, без подкрепата на която нито една институция не може да се развива успешно“. Това са общностите и групите, които проявяват най-значим, компетентен и здравословен относно институцията интерес за събитията в и около нея.

В подкрепа на тази чудесна идея, която сподели с мен директора на

ДКТ „Иван Димов“, цитирам откъс от книгата ми „Пътят на актьора“, където Мариус Куркински споделя мнението си за театралната школа към варненския театър, ръководена в продължение на дълги години от братя Райкови:

„Представяте ли си в онези години как все пак се е развивал театърът като институция, за да има към него двама такива души като братя Райкови, които да осъществяват такъв тип качествено обучение на деца? Казвам го не за себе си, това вече го казвам за памет на тези хора – какво се е извършило в град Варна. Това беше директно вкарване на детската душа в същността на изкуството. Първото изречение, което те ни казваха, беше: „Ние не искаме от вас да ставате актьори, не искаме да ставате звезди. Ние искаме да създадем от вас една перфектна театрална публика“ [6].

Би било чудесно театралната школа, обучавайки децата целогодишно, да изкарва около 24 май спектакъл в големия салон на театъра. Уверен съм, че емоцията и предаността на децата към случващото се ще се предаде на родителите, а наличните 290 места в салона на ДКТ „Иван Димов“ – Хасково ще се окажат малко за интереса към таланта на децата.

VII. Учредяване на „Ден на отворените врати“ на ДКТ „Иван Димов“.

Идеята е на знакова дата (Световния ден на театъра, Денят на Хасково или др.) да се провежда ежегодно „Ден на отворените врати“, в който хората да се поканят да влязат в театъра, да разгледат експозиция на снимки от представления, декори, одежди от представления, да бъдат посрещнати от актьорите, изобщо да бъдат осъществени действия с цел осветяване на тази „Светая светих“ на изкуството. Наред с това да се реализират постановки с по-различни цени като форма на жест към публиките. Идеята е, че веднъж докоснали се до театъра, част от публиките ще му останат верни. Подобно начинание е достатъчен информационен повод, за да бъдат потърсени за отразяването му както т.н. „големи медии“ като БНТ, БТВ, Нова ТВ, така и местните регионални медии (кавичките на „големи медии“ са поставени заради уговорката, че няма големи и малки медии).

VIII. Създаване на спектакли за тийнейджъри с имплантиран в режисьорската концепция художествен модел за приобщаване на тази публика към театралното изкуство.

След анализ коя от детските и юношеските публики е най-слабо застъпена, може да се подготви представление по близка за възрастовата група тематика. В режисьорската концепция могат да бъдат предвидени публика на сцената, вместо в салона; участие на публиката в драматичното действие; а след представлението демонстрация на любопитните за младежите елементи на театралната техника - осветление, озвучаване и др.

Христоматийно в тази посока е представлението „Севилският бръснар“, създадено в Държавна опера - Стара Загора под режисурата на Славчо Николов и послужило за приобщаване на детските публики към оперното изкуство. Ето как е описано представлението в книгата ми „Кризисен PR на арторганизации“:

„При реализирането на детската опера зрителските места се разполагат горе на самата сцена между певците и балета, като по този начин децата влизат непосредствено в действието, което ги заобикаля отвсякъде. Това ги прави участници в събитията, предизвиква неподправени реакции, влизане на диалог с артистите (напр. докато ревнивият доктор Бартоло брой останалите листове за писма, съмнявайки се, че Розина му изневерява, децата броят на глас и поправят артиста в „артистичните“ грешки в броенето).

На финала на постановката режисьорът кани на сцената суфльора, перукиера, техническите отговорници по чиги, звук и други сценични работници и така прави своеобразна дисекция на труда на екипа по осъществяването на един оперен спектакъл, с което постига сериозна познавателна стойност на преживяването.

На излизане децата получават визитки от името на веселия Фигаро, където с добро чувство за хумор са изброени „услугите“, които им предлага севилският бръснар. Гърба на визитките децата използват за да вземат автографи от изпълнителите.

Цялата поредица от управленски подходи, които преплитат чисто художествените решения с решенията по PR, водят до приобщаване на детската аудитория към оперното изкуство, удовлетворяване на типичното детско любопитство как се създава оперен спектакъл и по този начин се скъсява дистанцията с изкуството и се внася усмивка и запомнящи се емоции от преживяването в оперната зала.

Това е качествена работа с трудна за операта целева аудитория. Благодарение на положените усилия в децата се изгражда ново позитивно отношение към оперното изкуство, което разширява художествения ареал на културната институция“ [5].

IX. Театралните билети като елитни награди, поощрения и призове.

Препоръчвам да се работи в посока създаване на усещането, че поощряването с билети за постановка е значима и качествена награда на служители, лекари, работници във фирми и т.н. За целта е необходимо да се изследват календарите на значимите институции в Хасково - болници, ДКЦ-та, институции на общинската и областна администрации, по-големи компании. Своевременно и достатъчно порано да им се предлагат варианти за награда (или като допълнение на награда) на отличили се работещи в тези институции под формата на билети за театрални постановки. За целта е необходимо да се изготви списък на подобни институции, да се влезе във връзка с техния мениджмънт и без той да бъде притискан, да се изготви календар на

техните важни дати (ден на лекаря, ден на учителя, ден на музиката, годишнини от основаването на различни институции и др.). Ефектът от подобни награди е доказан, тъй като винаги освен наградените, билети закупуват и техни близки, роднини и колеги.

Х. Работа със салонния персонал, т.н. „фронт персонал“ с цел увеличаване на „Посетителското изживяване“ .

Кралската Опера в Лондон посреща повече от 1 милион зрители годишно на балетни и оперни представления и участници в програмата си за образование и обучение. Както отбелязва в своя разработка ръководителят на салонния персонал на Държавна опера-Пловдив Станислава Георгиева, през септември 2018 г. Кралската Опера завършва мащабен проект за преустройство "Open Up". Целта на проекта е да се посрещнат повече посетители, особено през деня, за да се запознаят с формите на изкуството в нови фойета с нови съоръжения.

"Open Up" философията за институция, насочена навън и поставя клиентите на преден план при проектирането на услуги. Отделът "Посетителско изживяване" обхваща екипите на фронт-офиса и работата на касите, за да се гарантират общи високи стандарти и ефективно ресурсно осигуряване.

Ето някои от функционалните характеристики на отговорника /мениджър, управител/ на отдел „Посетителско изживяване“ (примерът представя дейността на отдел „Посетителско изживяване“ на Държавна опера-Пловдив, но приликите до дейността на подобен отдел в драматичен театър са очевидни, б. а.):

- управлява, ръководи и вдъхновява екипа на фронт-операта, за да осигури отличен стандарт на обслужване на всички посетители и зрители, като същевременно гарантира тяхната безопасност и сигурност,
- отговаря за комфорта на всички посетители и за удоволствието от посещението им, като своевременно ще решава всякакви проблеми,
- уверява се, че всички проверки за безопасност са завършени и записани, преди да позволи достъп на посетителите,
- осигурява подкрепа на екипа, като гарантира, че те са уверени в ролята си и в отговорностите си,
- уверява се, че нуждите на посетителите са предвидени и че съоръженията за глухи и инвалидизирани посетители са достъпни по всяко време,
- налице е квалифициран специалист по оказване на първа помощ,
- уверява се, че всички обществени зони са представени по най-добрия начин и незабавно докладва/ескалира всякакви проблеми на съответните екипи,
- наблюдава събитията и дейностите и гарантира, че те са безопасни и в съответствие с лиценза за помещения,
- централна точка е за комуникация за успешното провеждане на дадено

събитие/дейност в сферата на фронт-операта. Вежлив/а, учтив/а и полезен/на на всички заинтересовани страни.

*

В заключение препоръчвам активна маркетингова дейност в ДКТ „Иван Димов“. Маркетинголозите са наясно с факта, че в сферата на изкуството трябва да има не само качество, но и иновативност и креативност по отношение на непрекъснато променящите се потребности на потребителите и техните ценности и очаквания. Създаването на продукт, който да осигури тези очаквания, изисква творчески решения на много и различни участници. Това усложнява задачите на специалистите по маркетинг в сферата на изкуствата и поставя сериозно предизвикателство по отношение на синхронизирането на различните дейности – и по подготовката, и при представянето на крайния продукт за зрителите. Търсенето и предлагането от страна на конкуренцията, също не бива да се пренебрегват. В сферата на изкуството готовият продукт се осъществява и разпространява в съответствие с търсенето и предлагането [2]. Въпреки това главната цел в сферата на изкуството и основен аспект в дейността на експертите по маркетинг трябва да е да представят продукт на високо художествено ниво, а не непрекъснато да адаптират своя продукт към търсенията на масовия зрител.

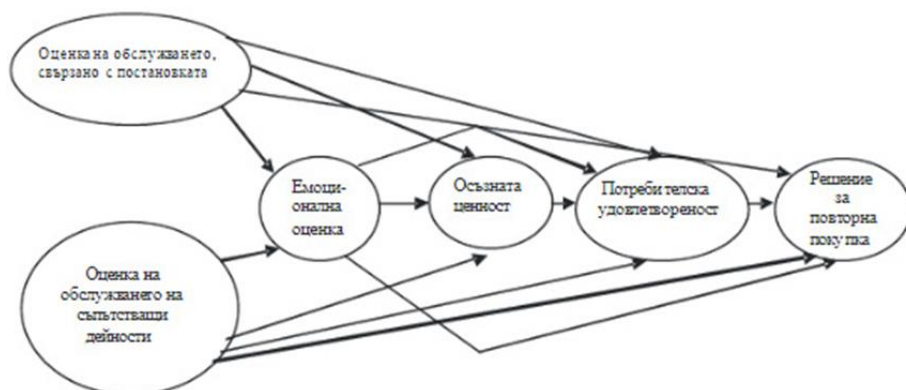
Хората, които обслужват публиката, имат важно значение за впечатлението, което остава в зрителите. Трябва да се има предвид, че театралната организация се счита за бранд на даден град или регион, така и на цяла държава. Средата, в която се доставя услугата на театъра, влияе много върху затвърждаването на публиката или разочарованието и съответно отказа и да идва на театър.

Фактори като наличие на гардероб, паркинг, удобство на седалките, чистота, чист въздух и отопление в залата утвърждават или не желанието за повторна покупка на удоволствие от даден театър.

Моделът за намерение за повторна покупка е представен на фиг. 1.

Освен всичко изброено, за състоянието на публиките на един театър, вкл. за формирането, събирането и привличането им, голямо значение има и общественото мнение, което изразява мисленето на големи групи хора за институцията и нейното позициониране в град Хасково в случая. Общественото мнение определя т.н. „имидж“ на институцията, това е начинът на мислене на публиките относно стойността, приноса и качеството на ДКТ „Иван Димов“. По тази причина няма как всичко това да не влияе върху вече формираните публики и върху процесите за приобщаване на нови публики. Другият фактор е репутацията на институцията. Разликата между имидж и репутация най-общо е в това, че имиджът е функция на общественото мнение, т.е. имиджът е непроверено лично мнение, създадено на основата на формулата „другите мислят така и аз съм съгласен с тях“, докато репутацията е мнение, формирано на основата на личния опит. В

нашият случай имиджът е „така мислят много хора за ДКТ „Иван Димов“, а репутацията е „аз мисля така за ДКТ „Иван Димов“, защото имам лични наблюдения върху дейността му“.



Фиг. 1. Концептуален модел за намерение за повторна покупка

Източник: Hune, Margee, Mort, Gillian. The consequence of appraisal, emotion, service quality, perceived value and customer satisfaction on repurchase intent in the performing arts. *Journal of Services Marketing*, vol. 24, N 2, 2010. p. 172

Хубавото е, че върху общественото мнение може да се влияе чрез PR дейности, които да утвърждават доброто име и образ на институцията. Това с течение на времето ще изиграе своята позитивна роля и върху процеса на изграждане на нови театрални публики в Хасково. В този ред на мисли предложените в плана подходи няма да бъдат достатъчно ефективни, ако не се подкрепят от качествени PR усилия. По дефиниция PR е онази комуникационна дейност, която цели постигане на доверие, съгласие и сътрудничество между една институция и нейните публики, т.е. крайната цел е именно „сътрудничеството“, което в случая означава обществени отношения, при които театърът да създава стойностни художествени продукти, а публиките да ги консумират с удовлетворение. Добре е в тези публики се включват различни сегментите на обществото, за да се диверсифицира (разпредели риска) в процеса на потребление и да се изгражда перспектива в годините напред.

Използвана литература

1. В-к „Култура“, бр. 7, 2019, „Театърът и общностите“
2. Димова, Н. Д., Специфични особености на маркетинга в сферата на концертно-театралните дейности, *Eastern Academic Journal*, ISSN: 2367–738 Issue 2, pp. 69-75, July, 2018
3. Златева, М., Мостове на консенсуса, УИ „Св. Кл. Охридски“, 2008

4. Караджов, Л., Публични комуникации в изкуството, АМТII 2018
5. Караджов, Л., Кризисен PR на арторганизации, АМТII, 2015
6. Караджов, Л., Пътят на актьора, ОДТ „А. Карамитев“-
Димитровград, 2016
7. Станоева, И. Н., Управление на взаимоотношенията с публиката по
време на театрални постановки
8. Томова, Б., Изкуство и пазар, изд. Образование, 2003

ОТНОШЕНИЯТА ИЗКУСТВО – БИЗНЕС, УПРАВЛЕНИЕ

ИСТОРИЧЕСКИ ПОГЛЕД И НАСТОЯЩИ ПРОЯВЛЕНИЯ

Доц. д-р Живка Бушева

Анотация: Докладът е посветен на релациите изкуство – бизнес, управление, както в исторически план, така и с оглед на съвременни тенденции непоявление. Връзките между развитието на изкуството, финансирането и свързаното с това управление се разглеждат още от древна Атина и древен Рим. Проследяват се през средновековието, прогресът през Ренесанса, усъвършенстването през следващите векове. Разглеждат се актуални през последните десетилетия проявления, свързани с варианти на финансиране, спонсорство и работа в посока на проекти.

Ключови думи: изкуство, бизнес, управление

RELATIONSHIP ARTS - BUSINESS, MANAGEMENT

HISTORICAL VIEW & CURRENT TRENDS

Assoc.Prof. Zhivka Busheva, PhD

Abstract: The analysis is focused on the correlations between arts - business, management with a historical view as well as the new tendencies & trends. The connections between the development of the arts and the financing and the related involvement of management can be traced to ancient Athens & ancient Rome. It can be traced through the middle ages, the progress during the Renaissance. and perfection in the latest decades. There are being reviewed more up-to-date manifestations connected to different options of financing, sponsorship and work on funded projects.

Key words: Art, Business, Management

Изкуството съществува от хиляди години и съпътства възхода на човешката цивилизация. То се е развивало постоянно, усъвършенствало се е и е разнообразявало формите на своето проявление, както и начините на разпространение и реализация на творческите продукти.[1]

Управление, а и връзка с бизнеса в изкуството е имало още от древността, преди да бъде обособена художествената дейност като самостоятелна и творческа сфера и да бъде наречена изкуство, с влаганото днес в това понятие съдържание. Независимо от това още в античността са очертани основните направления в управлението на изкуството. Това е непосредствено свързано с финансирането, т.е. чрез финансирането се осъществява начина на управление.

Основно държавата е подкрепяла и развивала различните форми на изкуство. Друг инвеститорски кръг, който бихме могли да наречем бизнес са видните граждани, които също играят определена роля в управлението и развитието на изкуството. Най-силно изявена е тази тенденция в Рим – епохата на империята. Патрициите поръчват на творци, художници или занаятчии да рисуват или скулптират портретите им. По този начин, инвеститорът или поръчителят определя в някаква степен и стиловите тенденции, но прави това не грубо, а чрез морално и материално стимулиране на желаната пластична стилоопределяща посока. Друг съществен момент в релацията бизнес, управление – изкуство е меценатството, най-характерно за Древния Рим.

Пример за действия в посока на осигуряване на изкуството е публичното събиране, свързано с религиозни ритуали в ранните общества. Тези “действия” били с “ръководство” от свещеника, като се правело и от придприемчивите хора, които подкрепяли и издигали събитието.

Мощна роля в развитието на изкуството играят религиите и техните институции. Църквата в християнските страни столетия наред е водеща институция в това, което за тогава, може да бъде наречено финансиране и управление на изкуството. Подобно е положението в ислямското изкуство и будизма.

Църквата е официален инвеститор и чрез инвестирането прокарва своите идеи по отношение на изкуството. Европейското средновековие е един особено нагледен пример за водещата роля на храмоното изкуство, което обединява театралните изяви /литургична драма и мистерия/, пластични изкуства, музика и литература.

Продължителното израстване на изкуството достигнало истински постижения през Ренесанса. Социалните, политическите, икономическите и културните среди били значително изменени и фундаментално променили човешкото възприемане на света. Преоткриването на Гърция отприщило творческия дух на времето.

Силните промени в епохата на Ренесанса водят до промени и в изкуството. Инвеститорите, които имат така да се каже управленско влияние върху изкуството, започват да се съобразяват с нарастналото самочувствие на творците и управлението на изкуството вече е по-омеокотено като въздействие, въпреки че финансовата зависимост си остава в сила. Френският ренесанс е дворцов, докато т.нар. Северен ренесанс в Германия се отличава с бюргерското, т.е. гражданско изкуство. Банкерските къщи във Флоренция, които сега бихме нарекли бизнес организации, инвестират в строителството и украсата на църви и параклиси. /например bankerските къщи Барди и Перуци, които инвестират в стенописите на Джото в църквата Санта Кроче във Флоренция/

Ватиканът е един от най-големите инвеститори на изкуството, в това число изобразително, музикално, литература. От 16 век във Ватикана са привлечени най-добрите художници на Италия, които изграждат храмове

и други постройки във Ватикана. Такива творци като Мекеланджело, Рафаел и Браманте спомагат за неувяхващата слава на Ватиката и като културна институция.

През 14 – 16 век неокласическият театър започнал да процъфтява, били създадени операта и балета – по времето и в двора на Людовик XIV - и ролята на мениджъра в изкуството започва да се очертава по-ясно. В края на 16 век операта била създадена в Италия извън *intemezzi*, които били форма на забавления, които се случвали по време на 5 действени драми. Придворният танц през 15 и 16 век помагал за създаването на балета. Както и днес, намирането на финансова подкрепа било от жизнено значение за хората ръководещи изкуството. Освен финансирането от страна на кралския двор, аристокрацията и гилдиите, делът от продажбите на билети за хората помагал за осигуряването на ресурси, необходими за заплащане на заплати и поддържане на продукцията.

В много европейски страни през през 17-19 век изкуството продължава да израства и процъфтява. Сценаристите, режисьорите, композиторите, танцьорите и певците намират работа в наскоро създадени организации и институции. Във Франция, театърът, операта и балетните танци се намирали в държавни сгради и участниците получавали заплати и пенсии. Германия основала държавен театър през 1767 г.. Започнало подпомагане на Националната мрежа за субсидиране на институциите по изкуствата. Англия имала процъфтяваща арт-среда. Държавното законотворчество там също помага като например чрез “Образователните промени” от 1870 и “Дейността на Областното Локално управление” от 1888. Така правителствените решения помагали за израстването на музеите, представленията и сградите за изкуства в цяла Великобритания

През 17 век особен интерес представлява развитието на изобразителното изкуство и спецификата на неговото управление в Холандия. Там, наред с поръчковото изкуство /гилдии, видни личности/ започва да се формира свободния пазар на произведения на изобразителното изкуство. Произведението на изкуството се превръща в стока, подчиняваща се на пазарните закони за търсенето и предлагането. Развива се също така брокерството на художествени произведения и Амстердам се превръща в най-развития пазар на художествени произведения в света по онова време. Управлението на изкуството вече започва да включва, макар в неусъвършенствен вид и управление на художествения пазар.

За 17 и 18 век е характерно развитието на меценатството от кралските особи и други аристократи, като по този начин те подпомагат, но и влияят, т.е. управляват развитието на изкуството.

След френската революция, буржоазията е тази, която във финансово отношение постепенно заменя аристокрацията и духовенството като покровител на изкуството.

От управленски аспект следва да отбележим, нарастващата роля търговците на картини/Вилар, Дюран – Рюел и др./, които със своята

дейност /търговия, меценатство, колекциониране, консултиране и т.н./ се явяват в ролята на управляващи художествените процеси. Тяхната енергична предприемаческа дейност, изиграва особено силна роля за налагането и официализирането на тези “революционни” направления в художествения живот на Европа и то до степен на включването им в академичното образование през следващия век.

В САЩ театралните представления се осъществявали от пътуващи групи и различни програми пред народа в градовете. Развитието на желозопътните линии в Америка спомагало за разпространението на пътуващите трупи през 19 век. Местните театри били средище за поддържане на фонда, който бил използван от изпълнителите – доставяли им костюми и т.н. Подкрепата на богатите покровители прави възможно създаването на симфонични оркестри в Ню Йорк /1842 г./ и Бостън /1881 г./. Операта, която действала в Щатите от началото на 18 век, намерила своя първи дом в сградата на Метрополитън опера през 1883г. Танцът често бил включван в представленията на пътуващите театрални трупи през 18 и 19 век. Европейските танцови звезди често посещавали страната. Първата танцова организация била създадена през 20 век.

През 19 век вече могат да се видят сегашните мениджърски дейности в изкуството в тяхния обособен като самостоятелна дейност вариант. Той е много характерен с развитието на музейното дело и на приложните и художествено-промишлени изкуства. Управлението на изкуството през този период се изразява и в това, че образованието по изкуствата се институционализира.

20 век е периодът на изключително интензивно развитие на изкуството и обособяването на управленската дейност в него като самостоятелна. Тази тенденция, чието начало е поставено още през 19 век, започва да придобива много по-професионални измерения, свързани с увеличаващото се видово и жанрово разнообразие в изкуствата. Появяват се не само нови видове изкуство, но вече се развива много бързо разлекателната индустрия.

Развитието и особено управлението на изкуството се характеризира с редица тенденции. Едната се изразява в това, че 20 век е периодът на окончателното институционално обособяване на изкуствата, започнало още през 17 век. Друга тенденция е, че държавната подкрепа на изкуствата намалява, за сметка на завоюващите все повече позиции бизнесмени в изкуството. Анализирайки това явление, съвременният английски изследовател Д.Чонг, го нарича “културно предприемачество” [1] Той изтъква, че без богатия елит на Бостон, не би било възможно създаването на неговия музей за изобразително изкуство през 1860г. и Бостонския симфоничен оркестър през 1881г. В същото време, разглеждайки това като фундамент за институционализация на “висшата култура”, Пол ДиМаджио нарича този елит “културни капиталисти”. [2] Тази тенденция днес е всеобща и от нея в най-голяма степен зависят редица арт-организации.

През периода на 20 век се наблюдават и утвърждават и други две твърде различни, дори противоположни тенденции в мениджмънта на изкуствата, свързани преди всичко с неговото финансиране.

Първата от тях е свързана с намаляването или дори изчезването на държавното и местно финансиране на изкуствата, което поставя съвършено нови задачи пред арт-мениджърите, най-вече в търсенето на финанси и променени дейности в посока на маркетинга.

Втората е свързана със силното комерсиализиране на всичко в изкуството, което може да се комерсиализира, в резултат на което се създават и получават силно развитие арт-организации на мултинационална основа. Пример за това е един от последните проекти на Фонда Гугенхайм.

Комерсиализацията провокира създаване на организации, чиито цели са по-скоро идеални, което не намалява тяхното значение в обществото. Тези организации целят утвърждаване на добро изкуство с високи художествени качества. По принцип това са професионалните обединения на художници, музиканти, артисти и др. Те в своята дейност организират конкурси, фестивали, биеналета и т.н., чието журиране поставя на първи план художественото качество.

Ролята на управлението все повече продължава да расте в резултат на бурното развитие в изкуствата. Великобритания създава държавно поддържаща система за изкуствата след войната. В Европа и САЩ, новите технологии на филма променят образците за създаване на живо представление.

Междувременно в Европа правителствените субсидии за изкуства намаляват. Моделът започва да прилича на този в САЩ, доближаващ се до частната и публична подкрепа за изкуствата. В Англия например се водели големи битки между консервативното управление за размера на подкрепа в изкуствата. Обикновено Англия подкрепя фондовете за изкуства от лотарийните продажби. Лотарийният фонд често подкрепя проектите, излизащи извън традиционния обхват на изящните изкуства. В голямата част от света действащите изкуства са част от държавна, подкрепяща изкуството система, работеща с висшите мениджъри с обширен управленски опит.

Характерно за 20 век, като тенденция, изискваща и специален мениджърски подход, е и създаването на множество фондации и фондове за подкрепа на изкуството, които събират своите субсидии от бизнеса. Така например фондация Форд през 60-те години и Националната фондация за изкуства на САЩ, през 70-те помагат за създаването на нова държавно-подпомагаща система за балета, а по-късно и за модерния танц. Съществена тенденция в развитието и управлението на изкуството е все по-силното навлизане на съвременните информационни технологии в него.

Една от най-важните тенденции в мениджмънта на изкуствата, повлияла върху общото им развитие, е осъзнаването на потребността от

специална мениджърска подготовка, както и реализацията на тази потребност, довела до създаване на специализирано висше образование в посока на арт-мениджмънта.

Характерна тенденция в развитието и мениджмънта на изкуството на двадесето столетие, пряко свързана с развитието на бизнеса, е неимоверно силното разрастване на приложните изкуства, като дизайн, пространствено оформление и много други. Начален тласък в тази посока дават Международните изложения и най-вече това през 1851, провокирало създаване на Музея на Виктория и Алберт, като музей на художествената промишленост.

Много силен тласък дава и развитието на креативните индустрии.[3] Най-силно проявление на творческата икономика са творческите клъстър. Пример в тази насока са: Съдружие на независими творчески организации, намерили подслон в зданието на бившата пивоварна Труман, създадена през 17 век в Лондон.

В последните десетилетия държавната подкрепа продължава, но в много по-ограничени размери.

През 21 век се наблюдават няколко различни тенденции на връзки между изкуството и бизнеса, както за финансиране на изкуството така и за създаване на постоянни връзки.

Едната е, че създадените още в края на 20 век фондове и фондации продължават и развиват все повече дейността в подкрепа на изкуствата. Ето един пример - За пета поредна година Бон Марин, в качеството си на генерален партньор на Фондация „Стоян Камбаров“ подкрепи организацията на наградите „Полет в изкуството“. Изумителната 17-годишна цигуларка Лора Маркова е големият победител от 12-тата официална церемония. Най-младият концерт майстор в България спечели наградата „Полет в изкуството“, като прекрасната бронзова статуетка на художника Кольо Карамфилов и паричен приз от 3000 лв. , които ѝ бяха връчени от Росен Плевнелиев, президент на България в периода 22 януари 2012 – 22 януари 2017.

Друга тенденция е, че спонсорството се развива в различни посоки, от базвъзмездно дарени средства до договори свързани с маркетинга и представляващи по-скоро бартерни сделки. Корпоративните дарители все по-често очакват услуга за услуга, отколкото в миналото," отбелязва пред вестник Капитал Даян Бренън, от „Гътри тиътри“ в Минеаполис. Сиатълският репертоарен театър разрешил на свой спонсор от частна банка да направи прием във фойето на театъра. Новите тенденции във взаимоотношенията между представителите на изкуството и на бизнеса пренасят преговорите от филантропските отдели на компаниите към маркетинговите дирекции. Новостите в отношенията създават и проблеми.

Трета тенденция е, че представителите на изкуството трябва да решат колко далече могат да стигнат, преди да поемат риска да компрометират почтеното си име. „Не мисля, че цигуларят трябва да носи лента, на която

е изписано името на спонсора на вечерта,” казва Даян Бренън. Приоритетите на донорите обаче са други. „Бизнесът се опитва да обвърже филантропията по-пряко с целите си,”

Много големи бизнес организации подкрепят развитието на изкуството. Такъв е случаят с Уникредит – Булбанк, както изтъква главния изпълнителен директор Цв. Минчева. Създават своя галерия, в която показват много значими творци, а подкрепят и отделни изложби в Националната галерия и др. Както изтъква Минчева: „ Бизнесът има финансовата възможност да подкрепя артпроекти, които често не са комерсиални, но затова пък имат голямо значение за изграждане на културната среда в България.“ [4]

Спонсорирането на изкуствата изгражда бизнеса. Визията на Artsfund.org: Общност с динамичен, справедлив, и укрепващ културен сектор където изкуствата са достъпни до всички, и се считат като централна и критична точка за сдравосолствоно съществуване.[7]

Когато стане дума за въпроса за спонсориране на изкуствата, корпоративното финансиране е основата. Много хора вярват, че тази видна част на подпомагане на изкуствата предопределя основна част до ценностите на обществото. Когато цяла компания за подпомагане участва в спонсорството не е само спонсорството на компаниите. Когато компания инвестира в изкуствата то е всъщност за да реализизира собственото си финансово здраве, успех и бизнес.[9] Според анализи от Щатите отразени във Форбс изкуството и емоционалното развитие са достигнали невероятно повишение през 2016, добавяйки \$60 милиарда в американския бюджет.

Като цяло бизнесът се стреми да се обръща съзнателно към изкуството. Свидетелство за това е състоялата през юни 2022 г. специална вечер, под патронажа на президента Румен Радев, организирана от списания „Мениджър“, среща на едни от най-влиятелните компании в страната, където се изтъква, че бизнесът трябва да гледа на културата с разбиране и емпатия като на едно общо пространство. [5]

Друга посока, на търсене на финансиране от страна на арторганизациите са различни европейски субсидии по проекти, но и такива проекти организирани от Министерството на културата. [7]

Съвремението ни е изпълнено с различни трудности, породени от неочаквани обстоятелства. Така локдаунът, поради пандемията от Ковид 19, води до създаване на нова и доста различна арторганизация. Това е арторганизация, която събира седем изкуства в едно, създадена от артист с бизнес опит, а именно Адриана Петкова. Тя издава и списание „Интериорен дизайн“, а сега създава и българската културна стрийминг платформа „7 arts. Така тя събира за своите абонати театър, опера, балет, кино, фолклорни и куклени спектакли за деца. „7Arts ic/стартира с няколко онлайн постановки, но постепенно се разраства и дори излъчва на живо държавното първенство по художествено гимнастика. [8]

Използвана литература

1. Бушева, Ж., „Мениджмънт в изкуствата“, Ж.Бушева, Е.Константинова, Пловдив, 2020, с.39
2. Чонг, Д., Культурное предпринимательство, Art-менеджер, Москва, 2004, брой 3
3. DiMaggio, Paul, Managers of the Arts, Research Division Report #20, NEA, Washington, 1987
4. UK Creative Industries Taskforce, Creative Industries Mapping Document. November 1998
5. Сп. „Мениджър“, бр.6, 2022, с.38
6. Пак там, с.31
7. Колев, В., „Нови техники за развитие на бизнес умения в артистите за управление на проекти и арторганизации, Сб. Доклади от международна научна конференция „Наука, образование и иновации в областта на изкуството“, Пловдив 2019
8. Иванова, В., „Седем изкуства в едно“, „Мениджър“, бр. 8, 2022
9. Fobers 2019/12/27, <https://www.artsfund.org/>
10. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/10/26/sponsoring-the-arts-builds-business/?sh=213086d14d06>

THE ROLE OF ARTS IN THE DEVELOPMENT OF THE HEARING IMPAIRED STUDENTS

Florica Stoica

Cristina Boiangiu

”St. Mary” Special Vocational School for Hearing Impaired, Bucharest,
Romania

Abstract: The article considers drawing and painting as one of the most effective means of knowing and understanding the psychology of hearing-impaired children or their mental problems. Drawing, regardless of age or level of skill, knowledge, or talent, reflects a process of evolution of the soul and the human personality. The methods used in the didactic approach by the art teacher are very important because what the child says about himself is good to follow and harmoniously develops for his benefit.

Keywords: hearing impaired students, fine art, art therapy, drawings, paintings

РОЛЯТА НА ИЗКУСТВАТА ЗА РАЗВИТИЕТО НА УЧЕНИЦИТЕ С УВРЕДЕН СЛУХ

Флорика Стоика

Кристина Боянгю

Специално професионално училище за хора с увреден слух „Св. Мери”
Букурещ, Румъния

Анотация: Докладът разглежда рисуването на рисунки и картини като едни от най-ефективните средства за познаване и разбиране на психологията на децата с увреден слух или техните психични проблеми. Рисуването, независимо от възрастта или нивото на умения, знания или талант, отразява процес на еволюция на душата и човешката личност. Методите, използвани в дидактическия подход от учителя по изобразително изкуство, са много важни, защото това, което детето казва за себе си, е добре да се следва и хармонично развива в негова полза.

Ключови думи: увреден слух, изобразително изкуство, арттерапия, рисунки, картини

“ Give the child a brush and watercolors and you will see how he learns to discover the world on his own”
(Painter, Ștefan Luchian)

From a functional point of view, drawing and painting reflect the process of soul evolution and structure the students' personality. If we look at children's drawings from the point of view of thematic content, they always reproduce real elements from the environment: social, cultural, natural, familiar.

The role of Art in the development of students is primarily related to learning experiences through the plastic exercise of sketching reality, with own means of expression through form and color or to the way of learning by associating images from different art reproductions, with the events presented in the framework of several disciplines: the Romanian language, foreign languages studied in class, history, art history, social education, exact sciences, mathematics, etc.

The image, in this case, is the trigger of learning, being most of the times the most accessible and handy way of studying and learning, of understanding the world that surrounds us.

Children love Art. For them it is something beautiful and extremely accessible. It is color and shape that I can associate at any time, thanks to my imagination and my own life experiences. For example: an autumn landscape, awakens strong feelings in the child, remembering the walk and the rustling of the leaves in the Park, together with the grandparents. An abstract painting of lines and shapes can arouse strongly contradictory feelings, irritation or discomfort, so color can bring joy or sadness, heal soul wounds, develop intelligence and imagination, can remove fatigue and create good mood.

Both in the case of students in mainstream education, but especially in the case of children enrolled in special education, hearing impaired, Art is a language of communication! In the case of deaf students, communication with the surrounding world is deficient. Through drawing or painting, they can express themselves freely, without their communication being restricted due to language barriers. Even if not all students have artistic skills, the moment they get to create a coherent image of something, through which they can convey their own ideas and feelings, this gesture of drawing becomes an automatism, without inhibitions, an automatism-language through which they will communicate with peers. In making different graphic images, apparently poor from an expressive, artistic point of view, hearing-impaired children invest a lot of attention and perseverance, being aware of the symbolic importance, as a sign of the drawn image. Thus, for children, drawing becomes a language of lines, colors and shapes. Art, in general, is one of the most accessible means of communication and concretization of experiences acquired through drawing. It develops attention, the sense of observation, the inclination for details. All this brings the deaf child a better perception of the outside world. In the first stages of representation, students with hearing impairments rely on imitation, on the exact reproduction of shapes and colors from the environment. The study by

nature is a theme that is achieved, through long practice, with a lot of patience and in the smallest details.



With the help of this type of drawing or painting, the development of the practical activities that the students will tackle during adolescence and adulthood is supported. The starting point is the development of practical, useful skills: practicing attention, the sense for details, the understanding of the social framework through Art. A permanent correlation and interaction between all forms of activity in Arts classes is indicated, in order to be perceived as a unitary whole, with the aim of developing students' receptivity to social problems, to beauty and aesthetics in the surrounding world, to it induces positive and beautiful behaviors in their everyday life.



Anti-bullying is a frequently discussed topic among today's youth. We live in a society in permanent and very rapid change, in which students do not have time to adapt and understand all aspects and social transformations. A period of unprecedented development of contemporary society. Globalization, with its challenges and demands, brings a state of discomfort, uncertainty and even insecurity in the development of the deaf graduate. The social needs and

aspirations of the child, as well as the increasingly diversified requirements of the labor market, mean that at the end of an education cycle, the graduate needs a wide range of skills to ensure his adaptation to the demands and norms current and enabling him to maintain a balance between individual fulfillment and synchronization with the dynamic context of the contemporary age. In this sense, a good involvement of students, from the lower cycles in the area of Arts, drawing, studying, recognizing and receiving the visual message, can strengthen the mental development for correlations and understanding of many aspects of everyday life. Students with hearing impairments learn through clear associations and correlations.

Involved in projects, in active learning activities, through personal experience, children will develop social skills and will know how to choose between the positive/negative aspects of the events around them. One of the projects carried out by our school unit is related to Anti/Stop Bullying actions. These activities aim at the development of social and civic skills. Fine arts, drawing and painting are very important in raising awareness of our human and cultural, national or international values. By developing the sensitive side, children will understand the importance of promoting values, norms and moral obligations and will show a positive attitude towards others.



Correlating the Arts with literature:

Cultural awareness and expression is a key component of the educational process. Deaf children, perhaps even more than children in mainstream education, need recognition, listening, understanding and appreciation from their peers. Through the artistic activities in the classroom, they are constantly encouraged to understand their own level of development but also to accept cultural diversity, to develop their aesthetic sense, to accept the level of development of each classmate.

It is important that through our didactic activities we can capitalize on their creative abilities.

Thus, an illustrated text from literature can remain imprinted in the child's memory better than read without graphic exemplification.

The correct graphic rendering of the drawing, the proportions, the colors used and the importance in choosing the characters are technical elements that help to develop wide visual echoes, originating from the children's souls, closely related to their way of understanding and representation. An example from which you can see the diversity of the reproductions of some characters from Romanian fairy tales, even if the model to be illustrated was in both cases: The hero, the main character.

Aliodorus the Emperor



Prince Charming



During a reading, there are fragments, moments from the text that impress children, that resonate with their level of understanding or that become models worthy of following, causing real means of communication with the world.

„There are deep meanings that can be penetrated much more clearly in the light of Art than of Science”(Lucian Blaga)

Correlating the Arts with history:

The same correlation of the means of learning and understanding the facts and characters, we also find in the case of History. Drawing, painting or other different techniques of plastic expression find many sources of inspiration here.

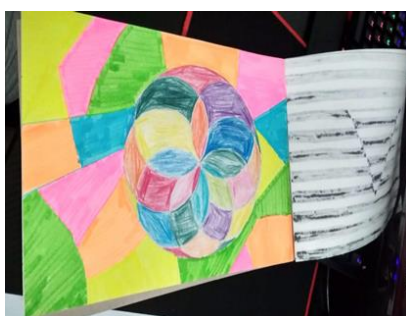
Rendering of ancient Greek vessels, in pictorial and mosaic representation:



Correlating the Arts with mathematics:

It is a side of the arts that tends towards the development and training of mathematical skills and basic skills in science and technology. Students identify and use mathematical elements in deciphering plastic compositions, the golden section for example, or use geometric shapes, lines, straight lines, in creating their own compositions, in decorative works based on rhythm, symmetrical balanced structure, alternative using known geometric shapes.





From my own experience in the classroom, I can say that Drawing and Painting are some of the most effective means for knowing and understanding the psychology of hearing-impaired children, or their mental concerns. Drawing, regardless of age or level of skills, knowledge or talent, reflects a process of soul evolution and human personality. The methods used in the didactic approach by the art teacher is very important because what the child says about himself, it is good to be followed and harmoniously developed for his benefit.

Bibliography

1. C. Petrescu, Active School, 2nd edition, Universal Library Ed., Bucharest 1929
2. Fred C. Ayuer, The Psychology of Drawing, Baltimore: Warwick York. Inc. 1916
3. Sir Ken Robinson, A World Out of Mind, Public Ed
4. Sir Ken Robinson and Lou Aronica, Discover your element, Publica Publishing
5. Drawings made by deaf students from "St. Mary" Special Vocational School for Hearing Impaired, Bucharest, Romania

**РАЗВИТИЕ НА ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ В АМТИИ
„ПРОФ. АСЕН ДИАМАНДИЕВ” – ПЛОВДИВ
В ПЕРИОДА 2008-2022 Г.**

Доц. д-р Васил Колев
АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив

Анотация: Настоящото изложение има за цел да проследи резултатите от кандидатстването с проектни предложения на екипи от Академията към различни външни източници в периода от 2008 до 2022г. Да се проследи влиянието и значението им за развитието на АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив“ и да се споделят добрите практики от участниците в тях.

Ключови думи: проекти, финансиране, изкуство

**DEVELOPMENT OF PROJECT FINANCING IN AMDFA „PROF.
ASEN DIAMANDIEV" - PLOVDIV IN THE PERIOD 2008-2022**

Assoc. Prof. Vasil Kolev, PhD
AMDFA „Prof. Asen Diamandiev“, Plovdiv

Abstract: This presentation aims to track the results of the application with project proposals of the Academy to various external sources in the period from 2008 to 2022. To trace their influence and importance for the development of AMDFI "Prof. Asen Diamandiev"-Plovdiv" and the good practices of the participants are shared.

Keywords: projects, funding, art

През 2021 г. бе одобрен и сключен договор за реализацията на проект „Модернизация на учебния процес в НМА „Панчо Владигеров“ и АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив“ по Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“. Впечатляващият съвместен проект на стойност 1979188 лв. бе разработен под ръководството на проф. Кремена Ангелова от НМА и проф. Тони Шекерджиева-Новак от АМТИИ. Този голям успех за нашето висше училище предизвика желанието ми да проследя последователността в развитието на проектното финансиране на Академията от външни източници в качеството ѝ на бенефициент или като партньор.

За проследяване на началните стъпки и действията на ръководството на Академията в подкрепата на проектното финансиране от външни източници потърсих информация от проф. Милчо Василев в качеството му на заместник ректор в периода 2008-2011г. и ректор от 2011 до 2020г., който сподели следното:

„С избирането ми за заместник ректор през 2008 г. поех инициативата да кандидатстваме по проекти към Министерство на културата. За целта съгласно изискванията на Закона за закрила и развитие на културата трябваше да бъдем вписани в регистъра на културните организации. Подготвихме необходимите документи и доказателства за художественотворческата ни дейност и от 7 октомври 2008г. АМТИИ-Пловдив е регистрирана като културна организация. Това ни даде право да участваме във втората редовна сесия за проекти през същата година и спечелихме проект за провеждане на Коледен музикален фестивал с фолклорните състави на Академията и гост солисти Теодосий Спасов, Петър Ралчев, Георги Янев, Ева квартет и други млади таланти.

Следващата стъпка бе да обърнем внимание към кандидатстването по европейски проекти. В края на 2008 г. получихме поканата от Технически университет-София да се включим като партньор в европейският проект „Нощ на учените“ и от Министерство на образованието и науката за включване в проекта „Студентски стипендии“.

Две хиляди и девета година според мен е знакова за Академията, защото оттогава започна участието ни и в други европейски и национални проекти, освен развиваната до момента програма „Еразъм“.

Реализирахме проекта „Нощ на учените“ съвместно с Медицински университет-Пловдив и Община Пловдив, с които бяхме организатори на събитията в град Пловдив. Самият аз взех участие в пресконференциите и телевизионно предаване по ТВ Еврокомза представяне на проекта, изготвих сценарий и артистична програма за проведеното в кино „Гео Милев“ Вариететно шоу с изпълнения на живо от талантиливи научни работници и млади таланти, както и с адаптирането на филми с научно учебно съдържание за проведената улична лаборатория. Отличното ни представяне ни направи желан партньор и от тогава Академията или нейни представители са активни участници в ежегодните проекти под надслов „Нощ на учените“.

Имам и неприятни спомени свързани с международен проект, за кандидатстването към който не бяхме информирани от предишното ръководство на Академията. През същата 2009г. година получихме информация от наш преподавател, че Академията е включена като партньор в проекта Кафка - „К. и пътят към замъка“ реализиран по Европейска програма Култура (2007-2013), ръководен от Асоциация ЕВРОКУЛТУРА ВЖЕНТИАН, Франция. Въпреки, че за дейностите на Академията бяха предвидени 40 000 евро, участието ни в проекта бе минимално и съпроводено с много нерви от наша страна поради некоректните действия на координатора на проекта.

През 2009г. стартира и проекта „Студентски стипендии и награди” на Министерство на образованието и науката, в който Академията взе участие като партньор до 2018г., както и останалите висши училища в страната.

През 2009г. спечелихме още три проекта към Министерство на културата, чрез които получихме финансовата подкрепа за реализацията на танцова постановка „Танците на България“, провеждането на юбилейните концерти на Академичен фолклорен ансамбъл по повод 45 годишнината от създаването на АМТИИ и Международен летен фолклорен фестивал.

Натрупания административен опит за организацията и отчитането на проекти ни даде мотив да кандидатстваме през 2011г. към отворената покана за подаване на проектни предложения свързани с развитието и насърчаване на докторанти по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”.

В резултат Академията стана бенефициент на първия си самостоятелен проект „Подкрепа за развитие и насърчаване на докторанти в областта на изкуствата” реализиран по оперативната програма в периода 2012-2014 г.

Убеден, че кандидатстването по проекти е един от пътищата за развитие на Академията, в качеството ми на ректор назначих сътрудник за разработване на проекти, който бе и в помощ на преподавателите разработващи самостоятелни проекти. И макар, че не всички подадени предложения се одобряваха резултатите не закъсняха.

Спечелихме проекти към Фонд научни изследвания, към Община Пловдив, продължихме и разширихме обхвата на мобилностите по програма „Еразъм“, много успешно стартирахме участието си в проекта „Студентски практики“, по който в първата година три пъти ни увеличаваха бюджета за сметка на неизпълнението от други висши училища. Радвам се, че поставих началото, а след това имаше и кой да го подкрепя и продължава в лицето на настоящия ректор проф. Тони Шекерджиева-Новак.“

В периода от 2008г. до м. октомври 2012г. АМТИИ „Проф.Асен Диамандиев” – Пловдив е спечелила петдесет и два броя проекти. Тридесет и седем от тях са със самостоятелно изпълнение, в тринадесет участва с партньорски организации и в два участва като асоцииран партньор. По източници на финансиране броя проекти е показан в таблица№ 1:

Натрупания през годините опит по проектите по програма „Еразъм“ и „Еразъм+“ води до покана за участие в международен проект и в резултат през 2021г. Академията е партньор по проект „OECE – Opera and Early Childhood Education: Building European Awareness through Music in Pandemic Times” с двугодишен период на реализация. В проекта „... си партнират България, Италия и Испания, представени от АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“, Държавна опера-Пловдив, Фондация Ópera de Oviedo,

Университетът на Милано-Бикока и италианската оперна и концертна асоциация (AsLiCo) с фокус партньорство за обмен на добри практики. Приоритетната цел на проекта е „постигане на социално включване и създаване на качествено образователно съдържание в предизвикателните времена на пандемия Covid-19“. Операта като европейска културна ценност и нейното влияние върху чувството за общностна принадлежност са в основата на избрания методологичен подход. “. [3]

Таблица №1
(Изн.: Администрация на АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив)

Източник на финансиране	Брой проекти	Участие на АМТИИ в проектите като:		
		партньор	асоцииран партньор	Самостоятелни
Министерство на културата	5			5
Програма „Култура“	1	1		
Програма Дейности „Мария Склодовска-Кюри“	5	3	2	
Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“	5	4		1
Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен разтеж“	4	4		
ЦРЧПрограма Еразъм	16	1		15
Фонд „Научни изследвания“	7			7
Община Пловдив	8			8
Фондация Пловдив 2019	1			1
Общо	52	13	2	37

Според годината на сключване на договора и по източници проектите са представени в таблица №2.

През 2016г. Академията за първи път подава проектно предложение за провеждане на международна научна конференция към Фонд „Научни изследвания“. Спечеленият и реализиран изцяло проект дава мотивация и за следващи участия в проектните сесии и в седемгодишния период от тогава са спечелени седем проекта, шест от които са успешно приключили и един е все още в период на изпълнение.

Прави впечатление нарастването на финансираните от Община Пловдив проекти през 2021 и 2022г. След първите, по един в 2017 и 2019г., през 2022г. вече четири спечелени проекта.

Таблица №2
(Изт.: Администрация на АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив)

Източник на финансиране	Брой проекти по година на сключване на договора																общ брой
	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	
	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2		
Министерство на културата	1	3													1		5
Програма „Култура”		1															1
Програма Дейности „Мария Склодовска-Кюри“		1									1		1	1	1		5
Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”		1		1	2	1											5
Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен разтеж”								1	1				1	1			4
ЦРЧР Програма Еразъм	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1		16
Фонд „Научни изследвания”									1	1		1	2	1	1		7
Община Пловдив										1		1		2	4		8
Фондация Пловдив 2019														1			1
Общо	2	7	1	2	3	2	1	2	3	3	2	3	5	8	8		52

Тук следва да споменем едни от най-ярките и запомнящи се от гражданите и гости на град Пловдив творчески събития реализирани в изпълнение на проектите, а именно Международен фестивал на камерната музика 2022г. и проектите под надслов „Made at the academy” изпълнявани през 2021 и 2022г., станали част от културния календар на град Пловдив.

Международния фестивал на камерната музика проведен от 27 май до 18 юни 2022г. в партньорство с Консерватория „Рихард Вагнер”, Виена, Австрия и Музикална академия „Станислав Монюшко”, Гданск, Полша, Регионален етнографски музей –Пловдив и ОИ „Старинен Пловдив” представи незабравими творчески вечери с изпълненията на елитни музиканти в три локации Стария град – Етнографски музей, Къща на Верен Стамболиан и Концертна зала на Академията.

„Днес, когато сме свидетели на различни модели на общуване, изкуството като че ли се явява най-силното, най-адекватното и

благородно, най диалогично средство за комуникация в съвременния болезнено динамичен свят. Необходимостта от него изпъква още по-интензивно в контекста на глобалното модерно съществуване и неспокойния пулс на ХІ век. Надяваме се, че като върви смело напред, камерният фестивал в Пловдив ще продължи да създава едно вълнуващо изкуство – човешко и реално, дръзко и стойностно, поставено на висококултурно, интелигентно ниво.“ [1]

Проектите под надслов „Made at the academy“ реализирани през 2021 и 2022г. с участието на преподаватели и студентите от Академията дариха на жителите и гостите на град Пловдив с незабравими преживявания с проведените изложби, концерти и спектакли на знакови за града места: Античен театър, Дом на културата „Борис Христов“, художествена галерия на ул. „Гладстон“, сцената на Римски стадион.

„Кулминацията на второто издание на фестивала и тази година бе тържествения концерт „Академията кани Пловдив“, който се състоя сред величествената атмосфера на Античния театър. Мултижанровият спектакъл отново обедини студенти и преподаватели от всички специалности по изпълнителски изкуства от АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив. ... Празник за душата и сетивата – такова усещане остави у всички тазгодишното издание на фестивала Made at the academy“.

[2]

Признание за реализирания през 2021г. проект Made at the academy с четири арт събития – две изложби, оперетно представление и концерта „Академията кани Пловдив“ е присъдената на Академията награда „Пловдив“ 2022 в раздел „Съвременни мултижанрови изкуства“.

По оперативните програми „Развитие на човешките ресурси“ и „Наука и образование за интелигентен растеж“ седем от сключените договорите са за проектите „Студентски стипендии“ и „Студентски практики“, един самостоятелен - „Подкрепа за развитие и насърчаване на докторанти в областта на изкуствата“ и един в партньорство „Модернизация на учебния процес в НМА „Панчо Владигеров“ и АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив“.

Несъмнено най-мощаби до момента, като брой участници и финансова подкрепа на студенти и преподаватели са многогодишните проекти „Студентски стипендии“ и „Студентски практики“. Кандидат и бенефициент по процедурите за директно предоставяне на безвъзмездна финансова помощ от Европейския социален фонд за проектите „Студентски стипендии и награди“, „Студентски стипендии“, „Студентски стипендии – фаза 1“ (реализирани в периода 2009-2018г.), както и проектите „Студентски практики“, „Студентски практики – Фаза 1“ и „Студентски практики – Фаза 2“ (стартирали през 2012 г. и продължаващ към настоящата 2022 г.) е Министерство на образованието и науката. Висшите училища са поканени като партньори за изпълнението на конкретните дейности, като не са вземали участие в разработването на проектните предложения. Но независимо от това изпълнението на тези

машабни проекти не би могло да се осъществи без участието на екипите им от висшите училища занимаващи се с организацията, разяснения, подпомагане, договориране и отчитане.

Постигнатите резултати за периода от 2009 до 2022 г. са илюстрирани в таблица № 3.

Таблица №3
(Изт.: Администрация на АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив)

Проект	договор	Период на изпълнение	Брой студенти	Брой преподавател и
„Студентски стипендии и награди”	Д01-255/10.04.2009	2009-2010	325	
„Студентски стипендии и награди”	Д01-113/05.07.2011	2011-2012	512	
„Студентски стипендии и награди”	BG051PO001-4.2.06/2012	2013-2015	585	
„Студентски стипендии – фаза I”	ДОЗ-59/22.04.2016	2016-2018	332	
„Студенски практики”	BG051/PO001-3.3.07-002/2013	2014	387	27
„Студенски практики – фаза I”	BG05M20P001-2.002-0001	2015-2018	368	18
Студентски практики – Фаза 2 към 11.11.2022г.	BG05M20P001-02.13-0001	2020-2023	162	10
Общо			2671	55

С проекта „Подкрепа за развитие и насърчаване на докторанти в областта на изкуствата” се оборудва кабинет на докторанта, създаде се секция библиотека на докторанта, подкрепиха се творчески събития на редица докторанти, разработиха се факултативни дисциплини към учебните планове на докторантите, проведеха се обучения по английски език, предоставиха се и допълнителни стипендии на 20 докторанта.

И накрая да се обърнем към проекта предизвикал написването на този доклад „Модернизация на учебния процес в НМА „Панчо Владигеров“ и АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“-Пловдив“. „Основна цел на проектното предложение е модернизацията и дигитализацията на учебния процес в НМА “Проф. П.Владигеров” и АМТИИ “Проф. Асен Диамандиев” за постигане на динамично съответствие между търсенето и предлагането на пазара на труда. Това ще се осъществи чрез въвеждане на компетентностен модел, мултидисциплинарност и интердисциплинарност в обучението на студентите по новите учебни програми, включително и чрез широко прилагане на цифрова трансформация на образованието.”

Предвидените дейности за разработване на съвместни образователни програми и тяхната дигитализация, предвидените мобилности и обучения на студенти и преподаватели, придобивките за осъвременяване на материалната база несъмнено го поставя на първо място като приносен за

видимостта на Академията в европейското пространство за висше образование.

Динамиката на реализираните проекти в периода до 2019г., с изключение на 2009г. (като вземем предвид тези с многогодишно изпълнение) бележи стабилност – средно се изпълняват по два до три проекта годишно, видно от изложените данни в таблица 2 и 3.

Различните източници показват търсенето на възможности за проектно финансиране по различни програми и инициативи.

Показателно е нарастването на спечелените проекти през последните три години. Ръста им през 2020г. спрямо 2019г. бележи 167%, 2021 спрямо 2020 е 160 %, а ако сравним 2022г. с 2019г. то ръста е 267%.

В заключение се налага извода, че провежданата от новото ръководство на Академията, с мандат от м. февруари 2020г., политика за надграждане на постигнатите до момента достижения и добри практики, решимостта и волята да се развива проектната дейност на Академията дава своите неоспорими резултати. АМТII „Проф.Асен Диамандиев”- Пловдив е желан партньор на държавни, общински и частни институции.

Използвана литература

1. Карагенова В., Емоционален песенен рецитал, Академично издание Арт Спектър, бр.58, септември 2022, ISSN 1314-0000, стр. 24/25
2. Русева С., Made at the academy – празник на изкуствата, Академично издание Арт Спектър, бр.58, септември 2022, ISSN 1314-0000, стр. 10/11; 12/13
3. <https://www.artacademyplovdiv.com/amtii/ic/erasm-proekti.html> (14.11.2022)

BALANCHINE'S CONTRIBUTION IN SHAPING THE FUTURE OF AMERICAN BALLET IN THE FIRST HALF OF THE 20th CENTURY

Dusanka Ivanova, PhD

Abstract: Balanchine's place in the history of choreographic development in America is of great importance. Although his type of abstract ballet may lead nowhere, his streamlining of academic technique and theories on stage pattern, design and the relationship between music and dance taught young American dancers to re-examine this basic material for themselves. They ultimately began to practice it for themselves. All Balanchine's classical ballets bear his very distinctive visual hallmarks shown in his way of patterning certain technicalities and his choreographic design is always compliant with certain musical principles. These ballets are abstract in content and have a single purpose, to display the classical dance qualities of the participants as they reveal the purely musical context of the composition Balanchine chooses to interpret. His choreographic methods are quite unlike those of Fokine and Massine. He seems to regard his task as an intellectual exercise and with the eye of an expert in the science of geometrical equation and design, and the ear of an expert in sound, he deploys his dancers according to certain given formulas which he himself has devised and by which disciplines himself.

Key words: shaping ballet, school, Firebird, Kirstein, conception, productions, neoclassical choreography

ПРИНОСЪТ НА БАЛАНЧИН ЗА ФОРМИРАНЕТО НА АМЕРИКАНСКИЯ БАЛЕТ ПРЕЗ ПЪРВАТА ПОЛОВИНА НА 20-ТИ ВЕК

д-р Душанка Иванова

Резюме: Мястото на Баланчин в историята на хореографското развитие в Америка е от голямо значение. Въпреки, че неговият тип абстрактен балет не може да доведе до конкретика, неговото рационализиране на академичната техника и теории за сценичния модел, дизайна и връзката между музиката и танца научи младите американски танцьори да преразгледат този основен материал. В крайна сметка те започнаха сами да го практикуват. Всички класически балети на Баланчин носят неговите визуални отличителни белези, показани в начина му на моделиране на определени технически елементи, а хореографският му дизайн винаги е в съответствие с определени музикални принципи. Тези балети са абстрактни по съдържание и имат една-единствена цел, да покажат класическите танцови качества на участниците, докато разкриват чисто

музикалния контекст на композицията, която Баланчин избира да интерпретира. Неговите хореографски методи са доста различни от тези на Фокин и Масин. Той изглежда гледа на задачата си като на интелектуално упражнение с окото на експерт в науката за геометрични уравнения и дизайн и с ухото на експерт по звука. Той разполага своите танцьори според определени зададени формули, които самият той е измислил и с които дисциплинира.

Ключови думи: формиращ балет, школа, Жар птица, Кирщайн, концепция, постановки, неокласическа хореография

“When Lincoln Kirstein and I began to work together and started the School of American Ballet in 1934, we knew that our dancers would one day be admired throughout the world. This happened much more rapidly than we imagined. Now, many schools associated with ballet companies throughout the country are turning out talented young dancers,”
George Balanchine
(*Balanchine’s Complete Stories of the Great Ballets*, 1977)

Balanchine arrived in America in the fall of 1933 with Vladimir Dimitriev (a singer of the Theater of Musical Drama and later of Mariinsky Opera), as Balanchine’s manager who should oversee the school’s administration. They came with a promise from Lincoln that they would be given a school and a company. The United States had never had a school for professional ballet dancers before, so, Kirstein was obsessed with transplanting ballet to America and had financial support of his friend Edward Mortimer Morris Warburg (1908-1992, American philanthropist and patron of arts).

Officially, the School of American Ballet opened on January 2, 1934, on Madison Avenue in New York City, in studios that had been used in year past by Isadora Duncan. The classes began the next day. Thirty applicants auditioned, and twenty-five were accepted. Some of these were pupils of Catherine Littlefield (1905-1951), of Philadelphia, who had given them good training. Only three were male. Dimitirev was the director of the school. Balanchine was chairman of the faculty, along with Pierre Vladimirov (1893-1970), who had been premier danseur at the Mariinsky, Anna Pavlova’s partner, and who was married to Felia Doudrovska (1896-1981). Catherine Littlefield’s sister Dorothy became Balanchine’s assistant in teaching the beginning students.

The school was open, generally from ten or ten-thirty in the morning to seven or seven-thirty at night, six days a week, with the actual curriculum for the men’s and women’s classes for advanced and professional students including ballet technique classes, character dances, repertoire, as well as instruction in stage make up, and lectures on the arts. Balanchine expressed the

hope that the following year he might teach students music and choreography.

He was holding afternoon practice or rehearsal classes four times a week. On January 6, he had begun to work for the first time on a scene from one of his own ballets, *Errante*. Twelve days later he began to stage *Mozartiana*, for his advanced students. Both ballets were created by Balanchine's *Les Ballets 1933*.

Within a few months of the opening of the school, Balanchine began making Tchaikovsky's *Serenade*, with costumes by Jean Lurcat and settings by Gaston Longchamp. The first performance of *Serenade* took place on Edward Warburg's father's estate, near White Plains, New York on June 10, 1934. This ballet has no story, but the beauty of the neoclassical choreography based on a special quality of movements and interaction, contains a section of a waltz and of lively Russian rhythms with the dancers reflecting the music in their steps. *Serenade* was not successful, because the students' dancing technique was not good enough. Apparently, at the time, few realized that ballet was in the process of creation. America was not ready yet for ballet on a high scale.

Balanchine was showing his students how the fundamental steps can become transformed into something more than routine exercise. When he taught the class, he emphasized clarity and precision of classical ballet technique. Hours were spent, for example, on fifth position, exactly heel to toe, and *battement tendus*, hundreds of them, to make the movement, correct and maximum turned out. A foot pointed in front must be placed exactly in front of the dancer's nose, not a centimeter off. American Ballet School's students did not have that strictness in their technique before Balanchine, so his discipline was hard for them to get used to it. The classes and rehearsals were accompanied by Nicholas Kopeikin as the company's pianist. Balanchine also emphasized technical and musical precision as well as formal composition as opposed to stories and dramatic acting.

As the school's students were not ready to perform in front of the audience, a few months later, Balanchine and Kirstein decided to separate them from the corporation they established for the performing group, which took the name of the American Ballet. Whereas the ballet school was financed by Kirstein and his family, the funds to support the performing company came from Edward M. M. Warburg.

After a couple of engagements, the American Ballet played its first season in New York, two weeks at the Adelphi Theatre, beginning March 1, 1935, with a small repertory of Balanchine ballets. Four were new: *Serenade* by Tchaikowsky; *Transcendence* music by Franz Liszt, created for William Dollar, a gifted dancer who later became Balanchine's assistant; *Alma Mater*, a collegiate fantasy based on a story by Edward M.M. Warburg, music by Kay Swift with effective costumes by John Held, Jr. and *Reminiscence*, a classic ballet danced to music by Benjamin Godard, danced in colorful costumes and a vivid setting by Serge Soudeikine. Added ballets to those were *Errante* and *Dreams* from *Les Ballets 1933*. For these performances, the company numbered twenty-six dancers from the school, plus two guest dancers, Tamara Geva and a

Danish born dancer Paul Haakon (1911-1992).

American audience, drawn to large, post-Diaghilev ballet troupes exuding an aura of Russian glamour and temperament, were not receptive to Balanchine's ideas. The new company and Balanchine's new ballets aroused no great enthusiasm among either the public or the critics. The New York Times dance critic, John Martin's reaction to the ballets presented during that first night of appearance in New York was that *Errante* was "cosmic nonsense"; *Dreams* was "scarcely worth the labor that has been spent on it"; *Transcendance*, though of greater interest than *Dreams*, was "largely incomprehensible" and manifested a "straining for choreographic novelty"; *Alma Matter* was "amusing but little more than a revue sketch". Best he liked *Reminiscence*, "a frankly derivative collection of divertissements in the old Russian ballet manner." Of *Serenade*, Martin wrote: "It is serviceable rather than an inspired piece of work. No doubt Mr. Balanchine had his problems in devising choreography for an inexperienced company, but whatever the reasons, *Serenade* lacks spontaneity to a great extent." – quoted in Nancy Reynolds, *Repertory in Review* (New York: The Dial Press, 1977).

In the fall of 1935 the new manager of the Metropolitan Opera, Edward Johnson, invited the American Ballet to become the opera's resident company. As ballet master at the Metropolitan, Balanchine choreographed dances for all the operas, including American Ballet's own repertoire. That work for Balanchine turned out easily, and the dancers had steady work.

Five months later, writing about the company's performances at the Metropolitan Opera, including the one at New York's Lewisohn Stadium, dance critic, John Martin, of course, regretted that "once again artists have been passed by for a high artistic post," and repeatedly attacked Balanchine in print that Kirstein use the occasion to jettison Balanchine and concentrate on the ballet school.

Kirstein responded kindly. He wrote in a letter to the New York Times, August 25, 1935: "American Ballet is not Virginia Reel, though country dances can be added to its contest. Nor is it the hypnotized idiosyncrasies of a small group of concert dancers who happen to have been born in America, and who draw their ideas from Central Europe. Ballet in America is a form of dance expression no more indigenous than American violin or piano playing. Mr. Martin feels Russians are unsuitable to transmit this 400-year-old medium of Italian, French, German, Scandinavian and Slav origin and collaboration to fit the capacities of native Americans without corrupting them by foreign tricks. The American Ballet is interested in the development of ballet on the continents of America. That an enthusiasm for this kind of dance exists can be proved by the existence of the School of American Ballet, which has given instruction to over 300 students in a year and a half, to a successful New York engagement of the ballet company composed entirely of artists trained by its teachers, and by its fourteen weeks of advance booking outside of New York for 1935-36."

It did not take long to discover that the ballet company's relationship with the Metropolitan Opera was not going to be the happy and fruitful one they

anticipated. As soon as Balanchine saw the dressing area assigned to his dancers, a dingy, cramped portion of the basement, he realized in what low esteem the Metropolitan held its ballet troupe. The Metropolitan Opera begrudged every penny the ballet company cost it. It kept nagging at the dancers not to wear out so many pairs of ballet shoes, and it fussed over the cleaning bills for the costumes. To economize, the Metropolitan Opera's management never let the dancers rehearse with the orchestra, only with a pianist. For the Bedřich Smetana's opera *Bartered Bride*, the conductor had made cuts in the orchestra score, but nobody told Balanchine. The result of the opera's performance was chaos, and of course, the critics wrote that the dancers could not keep step. After this, Balanchine compared the Metropolitan Opera as "...the diner which uses a napkin, to wipe his mouth before resuming his meal...", quoted in Bernard Taper's book *Balanchine*, a biography, 1984.

For the Metropolitan Opera, Balanchine arranged the standard opera repertory: The Bacchanale in Wagner's *Tannhäuser*, the Divertissement in *Carmen*, the Market Scene in Gounod's *Faust* with a few nights scheduled for ballet alone. He choreographed *Die Fledermaus*, a brief and colorful ballet of Viennese atmosphere, danced to Strauss' overture to *Die Fledermaus*. In the spring of 1936, Balanchine was permitted to perform his own staging of Gluck's *Orpheus and Eurydice* with sets and costumes by Pavel Tchelitchev. Lew Christiansen (1909-1984) was cast as Orpheus, Daphne Vane (1917-1966) as Eurydice, and William Dollar (1907-1986) as Amor. The singers were in the orchestra pit, while on stage, dancers in gray body paint and chiffon were moving sensuously through a set made of wire and branches. The Hell of Act III was a concentration camp, and Heaven was a planetarium, and the Elysian Fields were as an ether drama. New Yorkers were not ready for the new surrealistic perception of the world by Tchelitchev. The production was not well received and canceled by Metropolitan Opera after two performances.

In the meantime, in 1936, Balanchine had begun to work on Broadway, with his musical, *On Your Toes*, with dancers Ray Bolger and Tamara Geva. It was one of many theater and film musicals and operettas for which he created dances over the next fifteen years, earning himself extra money to plow back into his company and creating jobs for dancers from the school. With his work in musicals, Balanchine won new respect for the "dance arranger", soon to be referred to in program credits, at his request, as the "choreographer". He also raised the level of show dancing, thus opening more opportunities for work for dancers with serious ballet training.

In the spring of 1937, the American Ballet produced a Stravinsky-Balanchine Festival at the Metropolitan, although the opera company was not a sponsor. Edward Warburg was the principal financier. The American Ballet presented *The Card Party*, *Apollon Musagète*, and *La Baiser de la Fée*.

The *Card Party* received its world première on this occasion. Balanchine's choreography has handled the complexity of these movements skillfully, evolving a choreographic picture that is keenly attuned to the expression of Stravinsky's music. Irene Sharaff's attractive décor was completed by ingenious

and colorful costumes. William Dolar danced as the Joker, and Annabelle Lyon (1916 – 2011) as the Queen of Hearts.

For Apollo, Balanchine made few changes for its American production. This version of the birth of Apollo with the incorporation of the muses was extremely clear in conception and composed with fine mastery of detail.

For *La Baiser de la Fée*, there was nothing but praise. Balanchine entirely rearranged this ballet, which had been created by Bronislava Nijinska for Ida Rubinstein in 1928. Finally, this time, John Martin was pleased and quoted: “The third ballet of the evening proved to be far and away the best work of the bill. It was designed by Stravinsky as a tribute to Tchaikovsky and its story symbolizes in fairy-tale form the imprint upon him of the magic kiss of genius...Balanchine has told the story in an admirable approximation of the romantic style of the late nineteenth century, and the costumes and settings by Alice Halicka give him excellent assistance. This is by all odds the best ballet he has made in America!” (New York Times, April 28, 1937).

Stravinsky himself conducted all three ballets. The festival attracted a ballet audience rather than an opera audience and was well liked, even by the press, but this success did not induce the Metropolitan to give dance a larger role in their repertory.

If it was artistically impossible for the American Ballet to function in collaboration with the Metropolitan, it was financially impossible for it to function alone. Shortly after the Stravinsky-Balanchine Festival, Edward Warburg lost his interest in sponsoring an art which cost him around a hundred thousand dollars in less than three years and ceased to be a patron of ballet. So, in the middle of 1938, the American Ballet went out of existence.

After the company disbanded, taking several ballet dancers with him, Balanchine left for Hollywood to do the choreography for the movie, *The Goldwyn Follies*, produced by Samuel Goldwyn, and composed music by George Gershwin. For the Ballerina part was hired Vera Zorina, a Norwegian ballerina, the stage name of Eva Brigitte Hartwig (1917-2003), and Balanchine made for her the famous water-nymph ballet, in which she enters from the center of a pool, completely dry. The following spring, Zorina starred on Broadway in *I married an Angel*, choreographed by Balanchine. That Christmas in 1938 they were married. The marriage was by nearly all accounts an unhappy one for Balanchine. The specifics of their profession brought them to be frequently separated and they divorced in 1946.

Balanchine’s work in Hollywood transformed American musicals, but the shows and films were not his primary interest. They simply supported him at times when he had no opportunities to stage ballets, and during the late thirties he had no other invitations. When Lucia Chace (1907-1986) formed American Ballet Theater in 1939, Balanchine was not asked to contribute work.

In 1940, Kirstein established Ballet Caravan, a small “chamber” ballet company that toured outside New York, appearing mainly in gymnasiums and movie theatres. In 1941, some of the company dancers were teamed with others from the defunct American Ballet for the South American tour led by Kirstein,

with Balanchine as the artistic director. Balanchine made two new ballets for the tour: Ballet Imperial, to Tchaikovsky's Second Piano Concerto, and Concerto Barocco, to Bach's Double Violin Concerto. They were Balanchine's "pure classic" ballets, with no story. In both ballets, as soloists, danced Marie Jeanne (1920-2007), William Dollar, and Mary Jane Shea.

In the Ballet Caravan, were being developed three young American choreographers, who demonstrated their genuine accomplishment in this pioneer field, such as Eugene Loring (1911-1982), who choreographed Harlequin for President, to music by Domenico Scarlatti; William Dollar, who made Promenade, to music by Maurice Ravel, and Lew Christensen (1909-1984), who created Pocahontas, to music by Elliot Carter.

Beside Ballet Imperial and Concerto Barocco, other Balanchine's ballets in the repertory at that time were: Le Baiser de la Fée, Card Party, Apollon Musagète, Errante, Mozartiana, and Serenade.

With the outbreak of World War II in September 1939, the Ballet Russe de Monte Carlo, under the sponsorship of Sol Hurok (Hurok 1888-1974), hastily escaped to the United States. After a very successful presentation in New York, the company, with Léonide Massine (1896-1979) as choreographer, had mounted a very glamorous, star-studded South American tour. Kirstein's Ballet Caravan seemed by contrast too avant-garde and not entertaining enough.

Balanchine became the Ballet Russe de Monte Carlo's resident choreographer for several seasons. His association with the Ballet Russe de Monte Carlo's brought new life to the company, attaining the highest level it had known. He had gone to Los Angeles, California in the summer of 1944 to stage the operetta Song of Norway, a musical about the life of Norwegian composer Edvard Grieg, by Robert Wright and George Forest, for which the entire Ballet Russe ensemble was engaged, including soloists Alexandra Danilova and Frederic Franklin. The show was a success, and Balanchine was asked to stay with the company and make new ballets as well as restage old ones. Most of Balanchine's ballets, created for Ballet Caravan, were subsequently taken over by the Ballet Russe de Monte Carlo. He restaged Le Bourgeois Gentilhomme, Ballet Imperial, Mozartiana, and Raymonda, assisted by Alexandra Danilova.

Balanchine's first season for the Ballet Russe, opened on September 10, 1944, at the New York City Center, with a new ballet Dances Concertantes, to music by Stravinsky, décor, and costumes by Eugene Berman. Edwin Denby (American writer, 1903-1983) called "as beautiful and elusive as the play of bright birds in a garden," although other critics found Stravinsky's score too difficult. On March 14, 1945, Balanchine choreographed a pas de deux to the Sleeping Beauty entr'acte for Danilova and Franklin, to music by Tchaikovsky. On September 9, 1945, Balanchine revived Concerto Barocco with Marie Jeanne previously returning to the role she danced in South America with Ballet Caravan, and choreographed The Night Shadow (New York City Center, February 27, 1946), set to a score by Vittorio Rietti, with décor by the surrealist painter Dorothea Tanning. This ballet was a Gothic fantasy dealing with the

phenomenon of sleepwalking portrayed by Alexandra Danilova, with Nicholas Magallanes (1922 – 1977), Maria Tallchief (1925-2013), and Michel Katcharov. In the spring of 1946, *Le Baiser de la Fée* was revived, with Stravinsky conducting the opening night and Maria Tallchief dancing the role of the Fairy. After his marriage to Vera Zorina had finished earlier in the year, on August 16, 1946, forty-two-years old Balanchine and twenty-one Maria Tallchief were married.

For two years Balanchine worked enthusiastically with the Ballet Russe de Monte Carlo. Continual touring dictated the expediency of employing only a small orchestra, which limited the range of ballets the company could put in. In addition, Balanchine did not find working for Serge Dunham, the company general director, congenial. Their tastes differed, they had different conceptions of ballet, so Balanchine left the company in 1946, and returned to New York, to continue working at the School of American Ballet, who all these years was run by Dimitriev as its director and was placed in the hands of its executive secretary, Eugenie Ouroussov, who had been with the school since its founding. The school faculty were Muriel Stuart (Anna Pavlova's student, who beside ballet, had taught modern plastique as well), Pierre Vladimirov (1893-1970, ballet), Anatole Obukhov (1896-1962, ballet), Anatole Vilzak (1896-1998, partnering), Ludmilla Schollar (1888-1978, variations), and Merce Cunningham (1919-2009, modern technique). The school has instituted a scholarship competition, and one of the scholarships awarded to the most promising students, went to a long-legged girl, Tanaquil Le Clercq (1929-2000). By 1946, the school's enrollment had grown to more than two hundred, even including some boys. Among the boys at the school, the most promising were Jacques d'Amboise (born 1934, founder-director of the National Dance Institute in New York) with a natural charm, developed into a superb classicist, and Edward Villella (born 1936, founding artistic director of Miami City Ballet, 1986-2012).

The school has also offered character dances through the years, ranging from polkas, mazurkas, taught by Yurek Lazowski (1915-1980), Spanish dance taught by José Fernandez. Lessons in music theory have also been given periodically through the years.

In 1946, Lincoln Kirstein and Balanchine started a new non-profit organization, called Ballet Society. In announcing the Ballet Society, Kirstein stated, "Since ballet in the United States is relatively new, our interest has been primarily in the revival of productions already famous on the creation of works based on natural themes. Now, with the close of a second world war, broader directions are possible and desirable." The Ballet Society vision was to present a completely new repertory, consisting of ballets, ballet in operas and other lyric forms, in a collaboration of independent easel painters, progressive choreographers and musicians. Ballet Society was unique in this country in that it was based on the solid foundation of an excellent school. All dancers and several choreographers in the ensemble were students and graduates of the School of American Ballet, and Balanchine and Kirstein shared responsibility

both for the School and the Society. Ballet's Society's first performance took place on November 20, 1946. It was given in the auditorium of the Central High School of Needle Trades: Ravel's *L'Enfant et les Sortilèges* and *The Four Temperaments*, which was set to music by Paul Hindemith, and costumes by Kurt Seligman. Other ballets choreographed for the first season were: *Divertimento*, choreography by Balanchine, music by Alexei Haieff; *The Seasons*, choreography by Merce Cunningham, music by John Cage. Among the chamber operas were Gian-Carlo Menotti's *The Medium*, and *The Telephone*.

On February 26, 1947, Balanchine sailed for France after receiving an invitation to be guest ballet master at the Paris Opéra for the coming season. At the Opéra, he staged his *Serenade*, *Apollo*, *Le Baiser de la Fée*. He also choreographed Bizet's *Le Palais de Cristal*, or *Symphony in C* as it later became known. The youthful freshness of the allegro (jumps) and the moon-drenched romanticism of the adagio, were essential qualities of this ballet to impress the audience. As guest artists were Tamara Toumanova and Balanchine's wife and protégé, Maria Tallchief. Maria made her debut at the Opéra dancing Terpsichore in *Apollo*, and she danced the Fairy in *Le Baiser de la Fée*. She was the first American to dance at the Paris Opéra since Augusta Maywood appeared there in 1839.

Back in New York that fall, Balanchine staged Mozart's *Symphonie Concertante* for Ballet Society. The leading roles were danced by Tanaquil Le Clercq, Maria Tallchief, and Tod Bolender (1914-2006). As the company did not even have its own space to perform and appeared in a few unlikely houses after its opening at the Central High School of Needle Trades in New York City, the manager of Ballet Society, Frances Hawkins found a theater, located at the City Center, which was a home for New York City Opera and Drama. Ballet Society performed there on April 28, 1948, with three public performances in programs that included the premiere of *Orpheus* and *Symphony in C*. Morton Baum, City Center director of finances, was in the audience one night and shortly afterward proposed Kirstein of possibility Ballet Society to become a resident of City Center. So, in October 1948, Ballet Society became New York City Ballet, the first American ballet company to be granted status as a public institution.

The next ten years were a time for extraordinary creativity for Balanchine, during which he choreographed some fifteen ballets that have become stylistic signature works or great popular successes. New York City Ballet first presented Balanchine's new *Firebird* (November 27, 1949) at City Center, music by Igor Stravinsky, scenery and costumes by the painter Marc Chagall, and Maria Tallchief in the leading role. Balanchine's *Firebird*, a ballet that filled the stage with exotic color and pageantry attracted a young and increasingly devoted audience. Maria Tallchief's strong and clear technique made her a star in the title role and brought her increased fame as the century's first American prima ballerina of international status to be trained in her own country.

The postwar years were good ones for ballet, which grew popular as a form of entertainment. New York City Ballet acquired a new independence.

In this period, Balanchine continued successfully to stage choreographies for New York City Ballet. *Apollo* first premiered in 1928 in Paris for Serge Diaghilev's *Ballets Russe*, originally titled *Apollon Musagète*, was the first performed by New York City Ballet on November 15, 1951. Balanchine's one-act *Swan Lake* (New York City, November 20, 1952) was a reworking of the tradition that drew on nineteenth-century classical vocabulary and style. Then, he staged *Agon* (New York, April 27, 1957, music by Igor Stravinsky), *Square Dance* (New York, November 21, 1957, music by Antonio Vivaldi), and *Stars and Stripes* (New York, January 17, 1959, music by John Philip Sousa). *Apollo*, *Square Dance*, *Agon*, and *Stars and Stripes*, were not designed with the sole intention of displaying Balanchine's versatility. Their apparent differences were transcended by the singular aim of clarifying and forwarding American classicism. *Apollo* predicted the classical style that he would develop in America and consolidate in *Agon*, *Square Dance*, and demonstrated the Americanism of classicism, and *Stars and Stripes* outrageously celebrated it.

If the New York City Ballet was clearly an artistic entity in and of itself, the school was also an increasingly independent institution. So established was it in its second decade of existence that it was able to produce not just young dancers, but the thirty-nine child performers needed for *The Nutcracker* on February 2, 1954. The children appeared as party guests, toy soldiers, tiny angels, candy canes, and assorted fairy-tale attendants. The directness and simplicity of his approach is epitomized in the dance for the eight little polichinelles in the second act of the *Nutcracker*. The balances, *emboîtés*, skips, and arabesques and *passés*, simply, their fund of steps are woven together with such artless ingenuity that the dances are an unmistakably professional *divertissement*.

Balanchine's visual formulas aim at the simplicity of dance-step and pattern with the design revolving round a central point which is the center of the stage. Here dances the soloist, couple, trio, quartet, or those who led the various dance phrases. All others, if on the stage, direct their movements towards that center so that the eyes of the audience are always focused on those dancers immediately in their central field of vision. All other dancers beyond that field usually echo the movements performed centrally, because Balanchine believes that the eye should not be distracted away from the main theme by any attempts to orchestrate dance as Fokine did in his classic-romantic ballets and Massine did in *Choreartium* (1933), danced to Johannes Brahms's Fourth Symphony. It is only when Balanchine wishes to discuss or introduce a new idea engendered by the music, that he places a different phrasing of movement in some secondary part of his design. He does this in such a way that the eyes of the audience will immediately change focus and relate this idea and its importance to the total design.

The creation of the American Ballet has been one of his finest achievements. In this progressive company he and his associates have provided

a sympathetic environment for the development of the American dancer. Already there have emerged from the ranks of the ensemble several distinct soloists: William Dollar, Annabelle Lyon, Leda Anchutina Eglevsky (1915-1989), and Gisella Caccialanza (1914-1998). An offshoot of the American Ballet, composed chiefly of its former members, developed under Balanchine, is the Ballet Caravan. Among its dancers the lithe and slender Marie Jeanne (1920-2007), despite her scant sixteen years, has revealed definite promise. The dance of this country is still developing according to the basic traditions handed down through the Russian school. The Russian tradition, transmitted to Western Europe through the genius of Balanchine, is now powerful in the United States of America.

“It was Stravinsky’s genius in discovering a new metric, the new division of time, that Balanchine translated, or transmuted, into novel meanings of space. The composer could talk to the choreographer in his own tongue and on the same terms. Stravinsky knew the classic dance as Balanchine understood the language of the orchestra. From Stravinsky Balanchine derived his creed: To make the audience “see the music and hear the dancing.” - by Lincoln Kirstein in his introduction to *Repertory in Review: 40 Years of the New York City Ballet* by Nancy Reynolds, 1977

Bibliography

1. Lillian Moore, 1938, *Artists of the Dance*, New York City, NY, by Thomas Y. Crowell Company Publishers
2. Balanchine George & Mason Francis, 1968, *Balanchine’s Complete Stories of the Great Ballets*, New York City, NY, published by Doubleday 1977
3. Reynolds Nancy, 1977, *Repertory in Review: 40 Years of the New York City Ballet*, New York City, NY, published by Dial Press
4. Shead Richard, 1989, *Ballet Russe*, Secaucus, NJ, published by Wellfleet Press
5. Garfunkel, Trudy, 1994, *On wings of Joy, The Story of Ballet from 16th Century to Today*, Boston, Massachusetts
6. Teachout Terry, 2004, *All in the Dances, a brief life of G. Balanchine*, Orlando, FL published by Harcourt, INC
7. Kendal Elizabeth, 2013, *Balanchine & the Lost Muse*, New York City, NY, published by Oxford University Press
8. Margaret Fuhrer, 2014, *American Dance*, Minneapolis, MN, published by Voyageur Press

ВАЛЕРИ ВЪЛЕВ И НЕГОВОТО ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНИЯ ЖИВОТ ВЪВ ВЕЛИКО ТЪРНОВО

Доц. д-р Стефан Йорданов
АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ - Пловдив

Резюме: В настоящата публикация, ще се запознаем с личността на Валери Вълев. За да достигнем до мястото му в развитието на хореографията и културния живот в старата столица, ние ще разгледаме неговата същност в няколко аспекта. Ще съберем и обобщим биографични данни за неговото образование, творчески успехи, лидерски качества като ръководител, хореограф, награди, турнета и организаторски качества като създател на културни прояви, фестивали и други.

Ключови думи: Валери Вълев, хореография, народни танци.

VALERI VULEV AND HIS CONTRIBUTION TO THE DEVELOPMENT OF THE CULTURAL LIFE OF VELIKO TARNOVO

Assoc. Prof. Stefan Yordanov, PhD
AMDFA „Prof. Asen Diamandiev“ - Plovdiv

Abstract: To become well acquainted with Valeri Valev and find out the extent of his contribution to the cultural life of the old capital of Bulgaria and the Bulgarian Folklore Dance Choreography in particular, we would need to familiarise ourselves with several different aspects of his life. We will look into his education, achievements, world tours, awards, his numerous managerial positions, and last but not least his personal qualities all of which make him such an extraordinary yet successful man.

Keywords: Valeri Valev, choreography, folk dances.

Личността на Валери Вълев е емблематична за развитието на хореографията в България. За да проследим неговото израстване като творчески и артистичен ръководител с лидерски качества ще разгледам неговия творчески път в няколко биографични аспекта.

1. Биографични данни:

Валери Нейков Вълев е роден на 5.08.1965г. в гр. В. Търново. Произхожда от семейство на служещи в българската армия. Негов баща е Нейко Нейков, майка Милена Нейкова, а негов брат е Бисер Вълев. Завършва основното си образование в ОУ „П. Р. Славейков“ в град В. Търново. Средно образование завършва в „Държавно хореографско училище“ (ДХУ) гр. София през 1984 г. – отдел Български народни танци. През 1985 г. изкарва школата за запасни офицери в град Плевен, а през 1986 г. завършва военната си служба в град Сандански с чин младши лейтенант. През 1987 г. започва работа в НВУ „Васил Левски“ и работи

там до смъртта си през 2012 г., като граждански служител в Дом на културата.

Интересът на Валери към народните танци се проявява още в ранна детската възраст и той започва да танцува в ДЮФА „Българче“ с главен художествен ръководител Михаил Дюлгеров, когато е бил на само седем години. При едно свое гостуване през 1978 г. във Велико Търново на тогавашният директор на ДХУ Тодорка Дерменджиева на детския ансамбъл, тя забелязва и е силно впечатлена от качествата на Валери Вълев като народен танцьор и го кани да кандидатства в хореографското училище в град София. Така той през 1980 г. е приет и започва своето четири годишно обучение в столицата. След завършването на средното си образование се завръща във В. Търново и танцува в Представителен танцов състав „Победа“ към Профсъюзния дом на културата с хореограф Иван Донков. Създава семейство с Татяна Вълева и им се раждат две прекрасни дъщери Виктория и Кристина.

2. Професионалният път на Валери Вълев като хореограф.

Още докато е бил ученик в ДХУ – София, Валери получава покана от тогавашния главен художествен ръководител на ДЮФА „Българче“ – В. Търново, Петър Петров, да се включи като помощник-хореограф през летните сезони, за да практикува бъдещата професия. Така той приема на драго сърце предложението и четири години под ред през летния сезон ходи на творческите лагери на ансамбъла, които са се състояли във село Ветренци и град Обзор. Там той прилага новополучените знания от хореографското училище и изпълнява поставените му задачи от хореографа на ансамбъла. Те предимно са се състояли в правилното заучаване на стила и характера на изпълнение на танцовите движения от различните фолклорни етнографски области на изпълнителите в състава. В интервю проведено от мен с г-н Петров той сподели следното: „Валери беше невероятен танцьор, като определено най – много му се отдаваше тракийските и добруджанските танци. Тях ги танцуваше с много чувство и емоция. Беше много добър по душа като човек и изключително изпълнителен и любознателен. Като пом. хореограф и репетитор се справяше прекрасно, като знаеше как да поставя правилно, да обяснява и изисква от изпълнителите. Децата в състава го обожаваша“.

След завършването си на средното образование в ДХУ, Валери Вълев е разпределен да започне като артист-балетист в Музикално-драматичен театър „Константин Кисимов“ – В. Търново. Там той работи четири години. Тук е редно да спомена думите на неговия класен ръководител от ДХУ г-н Никола Колев: „Валери беше един невероятен изпълнител на български народни танци. Качеството, с което той най – много се отличаваше от всички свои съученици, бе неговия артистизъм. Аз му преподавах по следните дисциплини: „Методика“, където беше безупречен и по „Импровизация“, където част от задачите бяха в етюдна форма. За да изпълнят правилно задачите, учениците трябваше да влизат в различни артистични образи. Смело мога да заявя, че от всички в този

клас, които помня много добре поради факта, че ми бяха едва втория випуск, Валери се справяше най – добре! Поради тази причина аз му дадох да изпълни следните солистични роли:

1. *В камерно произведение „Луди млади“ по хореография на Маргарита Дикова, което се смята за един от еталоните в тематично-вариационна форма. Той изпълнява ролята на първия момък.*
2. *Солист и водач на втора група (звезците) в дивертисментния танц от добруджанска етнографска област „Драгоевски момци“, което произведение е моя хореография.“*

Също така искам да отбележа, че в този четири годишен период, в които Валери работи в МДТ, същевременно продължава да помага на г-н Петров в ДЮФА „Българче“, като официално вече води и няколко от групи на ансамбъла от различни възрасти.

Следващ етап от неговото професионално развитие е да приеме през 1987 г. поканата на един от най-известните търновски хореографи Иван Донков, който по това време е хореограф на Представителен танцов състав „Победа“. Г-н Донков предлага на Валери да стане помощник хореограф на състава. Година по късно през 1988 г. официално г-н Вълев става новия хореограф на ПТС „Победа“ и напуска МТД. Това е първия колектив, на който той е главен худ. ръководител и хореограф. Първата крачка, която предприема като ръководител е да направи изцяло нов екзерсис. Със знанията, които е придобил в ДХУ, той започва да набляга на учебно тренировъчната работа, като създава по – усложнени упражнения на станка и среда, измисля и поставя танцови комбинации от различни етнографски области, за да усъвършенства стила и характера на изпълнителите, показва им въртене на манеж, с което развива тяхната въртеливост и поставя нови по-сложни диагонали. Неговия дългогодишен танцьор Стефан Карапчански сподели с мен, следното: „Той беше един млад и много мотивиран ръководител. Емоцията, която ни предаваше по време на репетиции ни зареждаше много и всички влизаме с огромно желание в залата. Беше уникален организатор и винаги по турнета и концерти се чувствахме много спокойни с него. Като цяло в работата си беше строг, но справедлив.“ В следващите години той трупа голям опит като изнася редица концерти из страната и участва в различни престижни международни фолклорни фестивали в чужбина, от които се връща с множество награди. В репертоара на състава, той залага като цяло на произведения на класиците на Българската народна хореография. Към вече наличните танц и на Ив. Донков, П. Ангелов, Г. Хинов, Ив. Иванов, той добавя и поставя други танци на изявените ни хореографи като: М. Дикова, проф. К. Дженев, Д. Димитров, Иван Тодоров, Никола Колев и др. В ПТС „Победа“, той се осмелява да направи само едно собствено произведение, което е дивертисментен смесен танц от шопска етнографска област. Следват трудни години за състава, като няколко пъти поради общински решения сменят базите, в които да репетира колектива и да се съхраняват наличните костюми. През 1998 г. Валери Вълев среща

разбиране от тогавашното ръководство на Национален военен университет „Васил Левски“, които му предоставят военния клуб и така той намира новия дом на състава. Така ПТС „Победа“, се подвизава там до своето разпадане през 2010г., като това е и годината, в която Валери открива своето онко заболяване.

В своята кариера на хореограф Валери Вълев е работил и в детска градина „Соня“ град В. Търново като там е преподавал български народни хора на детски групи. Също така е важно да отбележа, че дълги години ръководи танцов състав на курсанти при НВУ „Васил Левски“, който той създава. През октомври 2010 г. основава Фолклорен клуб за народни хора и танци „Победа“ град В. Търново. В този клуб той преподава предимно изследвани от него автентични хора от северняшка етнографска област. Само за половин година клубът става най-големият в старата столица по брой изпълнители, като те наброяват повече от 120 души.

Смело мога да кажа, че върхът в кариерата на г-н Вълев като хореограф е създадените от него музикално танцови композиции в Представителен военен оркестър от гр. В. Търново. Началото на 1994 г. той е първият хореограф в България, който прави хореография на Представителен военен оркестър от гр. В. Търново на българска народна музика, съчетана със съвременна популярна музика и саундтрак от филмова музика. Получава се шоу-спектакъл, в който зрителя гледа и слуша как тези униформени музиканти едновременно свирят и танцуват Ганкино, Пайдушко, Дайчово, Дунавско, Право хоро, Военни маршове, известното парче Хоп троп, Уитни Хюстън и др. В някои от своите хореографии Валери включва и танцьори от ТС „Победа“. Следват успешни турнета с Представителен военен оркестър в страната и чужбина като: Кралство Белгия, ФРГ, Румъния, Кралство Нидерландия, Франция, Италия, Турция и др. Впечатлени от новаторската му работа, той е поканен да постави хореография и на Представителен оркестър на Военноморските сили гр. Варна и на Представителен оркестър на Сухопътни войски. Тези, неговите творби се танцуват и до днес в изброените колективи.

3. Валери Вълев и неговия принос като културен деец.

Валери Вълев е основател на три престижни фестивала в старата столица, а именно: НФФ „Болярско надиграване“, Международен фестивал на военните духови оркестри и Международния фолклорен фестивал В. Търново.

През 1996 г. Валери Вълев споделя своята идея в град Велико Търново да се направи международен фолклорен фестивал с г-н Емил Павлов, който е председател на ЦИОФФ за България. Той с радост приема неговите възгледи и двамата заедно успяват да убедят градската управа да реализират такъв фестивал, който да влезе в културния календар на В. Търново и да се провежда под егидата на общината. Така първото издание на фестивала се състои през следващата 1997 г. Въпреки факта, че художественото претворяване на сценичния фолклорен танц и досегът за

„съвременния човек, носител от една страна на новата модерна култура, а от друга – на органичната принадлежност към етноса и рода, в дебрите на фолклорното минало е сложен процес.“, който публиката възприема с огромен интерес и така с годините фестивалът се разраства и става традиция, която вече всички жители на града очакват с нетърпение. [1, с. 236] В него участват множество колективи от страната и чужбина. В последното му издание имаше участници от пет континента.

Първият Международен фестивал на военните духови оркестри е проведен през 2006 г. в гр. Велико Търново. Негов основател е Валери Вълев, който среща подкрепа за реализацията му в лицето на областната управа и ръководството на НВУ "Васил Левски". Фестивалът е първия по рода си в цялата страна. Жителите на града са много впечатлени и въодушевени от изпълненията на всички участници. Автор на всички хореографии на музикалните изпълнения на Представителният фестивален духов военен оркестър гр. В. Търново е Валери Вълев. Оставайки верен на себе си, г-н Вълев продължава да се развива в новото си амплуа и да създава културни мероприятия в своя град. Така през 2010 г. заедно с едни от своите най-добри приятели Георги Радев, с който заедно са танцували години наред, решават да създадат фолклорен фестивал за нашумелите в страната клубове за народни хора. Така първото издание на Национален фолклорен фестивал „Болярско надиграване“ е през 2011 г., където се включват групи и клубове от цяла България, които изучават български народни хора. Техния брой е рекорден до тогава в страна за брой участващи състави, като те са 73. Цел на фестивала е популяризиране, запазване и развитие на българския танцов фолклор. След първата година на провеждане на фестивала двамата организатори откриват грешка, която са допуснали в начина на оценяването и обработване на резултатите за класирането. В интервю, което проведех с г-н Радев той сподели следното: „Двама с Валери седнахме да обсъдим всичко ден след първия фестивал. Тогава осъзнахме, че системата, която сме приложили за сумиране на резултатите на участниците не е удачна и е много бавна и тромава. Тогава решихме да пробваме с Екселска таблица да вкараме в електронна среда всички критерии и оценките. Така след правилно направен от нас алгоритъм, компютъра сам изчислява крайните резултати в различните категории и извежда крайното класиране.“ За сведение последните три години, които се провежда фестивала и аз съм член на журито. С чиста съвест искам да споделя с вас, че не съм виждал никъде толкова добра организация и съм силно впечатлен от разработената от тях система на оценяване и класиране. Дори с останалите членове на журито, а именно: председател Никола Колев и гл.ас.д-р Благовеста Калчева, помолихме сегашния организатор на фестивала Татяна Вълева, която е съпруга на г-н Вълев, да ни разреши да ползваме тяхната система на друг фестивал в град Самоков където сме жури в същия състав. За наша радост, тя ни разреши! Фестивала „Болярско надиграване“ продължава да съществува и до днес.

В памет на своя създател в последния кръг на фестивала има надиграване между участниците с автентично хоро и наградата е на името на „Валери Вълев”.

4. Организационна дейност, журирования и награди.

Валери Вълев е бил член на Организационния комитет и Комендант на Международен фолклорен фестивал ВЕЛИКО ТЪРНОВО в периода 1997 – 2009 г. В периода 1999 – 2012 г. е бил Координатор на ЦИОФФ България (Международен съвет на организаторите на фестивали за фолклор и традиционни изкуства, Акредитиран партньор на ЮНЕСКО) за Велико Търновска Област. Участвал е на Национални срещи – семинари на ЦИОФФ БГ в периода 2000 – 2012 г.

През 2001, 2002, 2005, 2006, 2009 и 2010 г. е бил член на Жури на ЦИОФФ България на 1-ви, 2-ри и 3-ти Национални прегледи на фолклорните ансамбли, организирани от ЦИОФФ България. От 2000 г. до 2010 г. е жури във Европейски фестивал за традиционни народни изкуства Старопланински събор „Балкан фолк”.

Има награди, грамоти за проявено и доказано родолюбие в професионалната и обществена дейност.

Валери Нейков Вълев се удостоява (посмъртно) с Награда Велико Търново 2013 г. За принос в запазването, популяризирането, развитието и утвърждаването на българския танцов фолклор и традиции, за основаването на единствения в България Международен фестивал на военните духови оркестри, получил международно признание и превърнал се в значимо събитие за нашия град.

В заключение ще кажа, че за мен личността на Валери Вълев е всестранно развита. Той е хореограф, педагог, ръководител, организатор, приятел, творческа натура, която обединява хората около себе си и винаги е бил за запазването, съхраняването и развитието на българския музикален и танцов фолклор. От всички аспекти, в които го разгледахме до сега, смея да твърдя, че за малкото време, което той се отдава на творческа дейност в родния си град Велико Търново, постига огромни постижения в областта на културата, които остават и след него. За съжаление съдбата ни го е отнела много рано, но Валери Вълев е посял своите идеи и възгледи за следващите поколения и заема достойно място на културен деец в живота на старата столица.

Използвана литература:

1. Русева, София. Функционална характеристика на котленските хумористични народни песни, Сборник с доклади Юбилейна международна научна конференция „50 години традиции и развитие на българския фолклор“, АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ Пловдив, 2022, ISBN 978-619-7682-17-5, с. 236-241.

ЕКИПНАТА РАБОТА В СДРУЖЕНИЕ „БЪДЕЩЕ ЗА ДЕЦАТА НИ“ ПРИ РЕАЛИЗИРАНЕ НА ОНЛАЙН ТВОРЧЕСКИ ФОРМАТИ

Д-р Маргарита В. Димитрова
Медицински университет - Пловдив

Резюме: Докладът представя ролята на няколко творчески формата за мотивирането на екипа от сдружение „Бъдеще за децата ни“ и на партньорите ни от България и българи в Америка за развитие на екипна работа при създаване на партньорство и развитие на творческо и креативно мислене на представители от различни социални и възрастови групи и институции.

Отчетена е позитивната роля на творческото мислене чрез предложения модел на екипна работа.

Ключови думи: екип, управление, мотивация, креативно мислене

TEAMWORK IN ASSOCIATION "FUTURE FOR OUR CHILDREN" IN REALIZING ONLINE CREATIVE FORMATS

Margarita V. Dimitrova, PhD
Medical University - Plovdiv

Abstract: The article presents the role of several creative forms of motivating the team from the association "Future for our children" and our partners from Bulgaria and Bulgarians in America in various art activities to create better social relationships and develop creative thinking through teamwork of representatives from different social and age groups and institutions.

The positive role of creative thinking through the proposed model of teamwork is reported.

Keywords: Team, Management, Motivation, Creative thinking

Работата на сдружение „Бъдеще за децата ни“ продължава след промяна в Устава от 09.08.2021 г. за разширяване на дейностите в цялата страна и възобновяването на активностите. Новите реалности за работа в онлайн среда предопределят включване в организирането на дейности в артсреда не само на учители и ученици, на родители и представители от различни обществени групи в България, а и на българите в чужбина. Форматите в онлайн среда са възможност за развитие на нови позитивни социални взаимоотношения чрез екипна работа на представители от различни възрастови групи, сфери на обществения и на социалния живот. Мотивирането за включване на повече участници от различни възрасти и сфери на обществен живот е съществен фактор при осъществяването на артформати с развиващ характер.

Сформираното към СУ “Христо Ботев” в с. Баните, Смолянска област сдружение “Бъдеще за децата ни” е регистрирано в окръжен съд гр. Смолян през 2004 година като неправителствена организация в обществена полза. След прекъсване на активна дейност в продължение на няколко години с подкрепата на Националната пациентска организация, чийто член е Сдружението, активностите се възобновяват след промяна в Устава от 09.08.2021 г. Основната цел на работата ни в новите условия за реализиране на активности в онлайн среда е да мотивираме екипа в Сдружението, родителите, представители на различни социални и институционални групи в България и българите в Америка за реализиране на съвместни творчески екипни формати, свързани с ценностния модел на младото поколение и активната роля на учениците за актуализиране на културната памет и прилагане на опита от миналото в артдейности с развиващ характер. Споделянето на културен опит от представители с общ етнически и национален корен, но живеещи в различни общества и култури е съществен момент за развитие на духовния ни статус, защото знаем, че *„В жизненото пространство на човека проникват различни култури, които му влияят и го променят“*. [2, с.175]

Участниците във форматите имат възможност да участват в различни проучвания, да творят и да споделят свое мнение по време на всяка творческа изява. Те не само идентифицират факти от традициите, бита и историята на България. Екипната работа в тези формати е начин за развитие на емоционалния свят на младите хора във връзка с отношението им към живота и света около тях.

Реализирането на онлайн активности в артсреда се определя от следните цели на работа:

- актуализиране на възможностите за съвместна работа между гражданското общество, младежите, институциите и българите в чужбина;
- създаване на нестандартна среда за развитие на познавателните и творческите възможности на представители от различни групи чрез разчупване на стереотипите;
- създаване на нов актуален педагогически модел за работа в артсреда;
- развитие на уменията за работа в екип в онлайн среда на представители с различен обществен статус и от различни възрастови групи.

Нашите цели реализираме в различни етапи. В статията представяме първия етап, протекъл в рамките на 10 месеца от възобновяване на дейностите на сдружение „Бъдеще за децата ни“. Проведените четири онлайн формата са доброволческа дейност на екипа на Сдружението и отговарят на начертаните стратегии за работа, осъществяваща посочените цели.

Първата онлайн изява на Сдружение „Бъдеще за децата ни“ след

промяната в Устава от 09.08.2021 г. и възобновяването на дейностите се реализира на 06.11.2021 г. Управителният свет на Сдружението организира виртуален диалог „Да пробудим у себе си позитивния дух и чрез творчество да докоснем светлината в душите си заедно“, който протича в три модула с всички участници:

- нашите мисловни прегради – преодоляване на личните бариери да споделяме;
- позитивните моменти в нашия живот и връзката им с творческия ни дух, възможните начини на изразяване;
- създаване на собствена кратка визитка на същността ни.

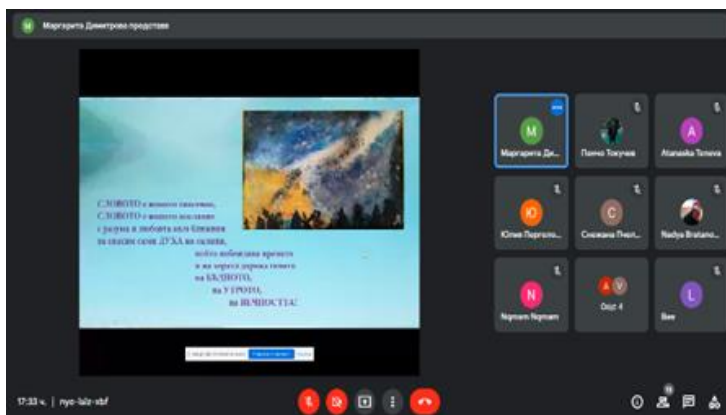
В дискусията се включват ученици от няколко училища в България, техни родители, ученици, родители и преподаватели от българското училище в гр. Бостън, САЩ, преподаватели от висши училища, представители на различни професионални групи. Националната пациентска организация съдейства при разпространението на съобщението за събитието.

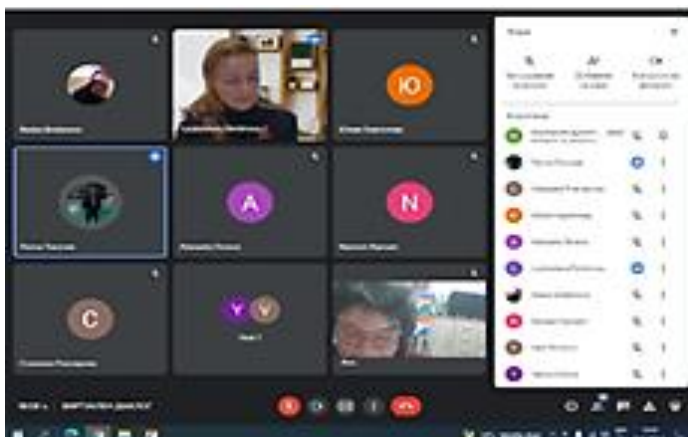
На форума присъстват всички членове на УС и други представители на Сдружението.

Създадена е среда за активно споделяне. Всеки участник разкрива трудни и радостни моменти от своя живот и ролята на изкуството да преодолее себе си, да бъде силен и да се справи с неприятностите. Представени са лични или на друг автор произведения на изкуството, които са помогнали за преодоляване на трудна ситуация.

Форматът се осъществява на следния онлайн адрес: <https://meet.google.com/nye-isiz-xbf>.

Всички участници в диалога са настроени позитивно и ефектът от него води до извода, че емоцията, вдъхновеното и аргументирано мислене и позитивният дух от тази среща трябва да се съхранят и развият чрез реализиране на нови срещи.





Фиг. 1

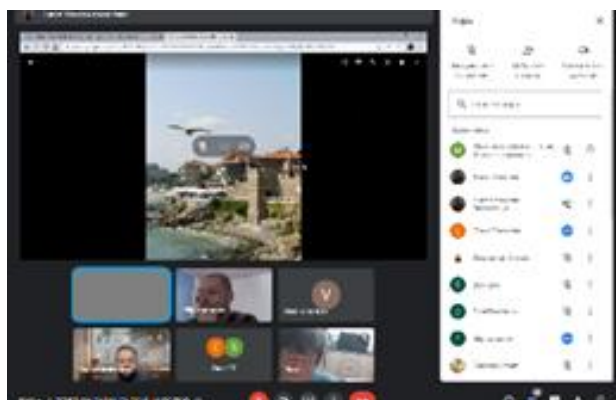
Мотивирането за активно включване в онлайн формата се реализира чрез популяризиране на идеята за приемането на важността от участие в различни формати за личностно моделиране чрез развитие и на основни етични норми като доброта, взаимопомощ, емпатия, доверие, толерантност, уважение, разбиране, достойнство и др.

Чрез ефекта от проведената дискусия осмисляме значението на екипността и на възможностите за прилагане на метода синектика за изразяване на „групово търсене на идеи“, който е пряко свързан с екипната работа и според психолозите има съществена роля, за да се превърне „неизвестното в известно“. [3, с. 115] Този метод е пряко свързан с мотивацията и постигане на устойчивост на работата ни и е в основата на идеята за провеждане на втора среща.

Втората онлайн изява на сдружение „Бъдеще за децата ни“ след възобновяването на дейностите се реализира на 11.12.2021 г. (събота) от 17:30 до 19:00 часа във формат *Вечер на таланта* под надслов „ОБИЧАМ ПРИРОДАТА, ОБИЧАМ СВЕТА ОКОЛО МЕН, ЛЮБОПИТЕН СЪМ ДА СЕ ДОКОСНА ДО НЕПОЗНАТАТА ВСЕЛЕНА“. Заедно с техни учители, родители и близки се включват отново деца и младежи от българското училище и българската общност в гр. Бостън – САЩ, от гр. Велинград, гр. Пловдив и с. Баните, Смолянска област, представители на УС и членова на Сдружението. Реализира се на следния адрес: <https://meet.google.com/wfp-peuf-uvn>.

Участниците представят произведения на различни изкуства – изобразително, музика, фотографии от посетени природни забележителности, поезия и проза, приложно изкуство. Виртуалната среща се превръща в емоционално духовно общуване за красотата на природата и Вселената и какво можем да направим, за да запазим природните красоти; да се докоснем мислено до тайните на Вселената. Разказват се интересни истории около създаването на лични творби. Този

начин на споделя и разкриване на интимния свят мотивира емпатията.



Фиг. 2

Участниците са поставени в други нестандартни условия, като се прилагат ефектите на дискусията, синектиката (опростен вариант) и брейнсторминга. Те могат по-свободно да проявят своята активност в процеса на споделяне. Условията, които се създават за активизиране, зависят от това, че участващите са „*в процес на целенасочено развитие и активно саморазвитие*” (Василев и колектив 2005: 69). Медиаторът на изявата, председателят на УС на Сдружението трябва да приложи такива методи на работа, чрез които максимално да мобилизира усилията на участниците. [1, стр. 126]

В основата на споделянето е следното: изграждане на усет към изкуствата и влиянието им върху духовното развитие на младите хора, постигане на толерантност във взаимоотношенията, екипност в работата и активно позитивно отношение към средата.

Дискусионните форми дават възможност за реактивиране на добрите социални умения на участниците в условията след пандемия, толерантност, уважение в групата, стремеж към аргументираност,

усъвършенстване на вербалната комуникация, градивен спор.

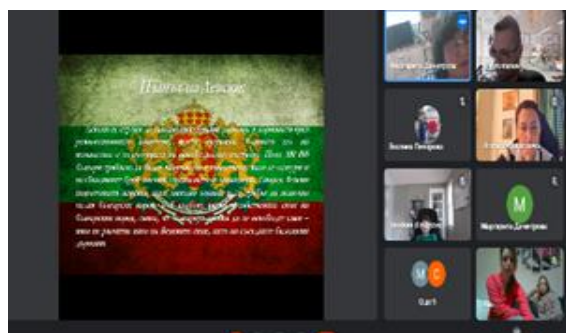
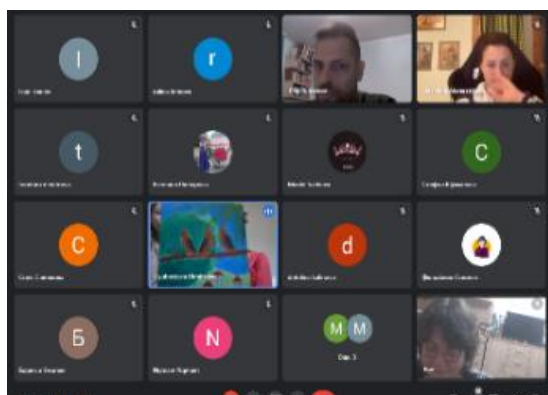
Втората проведена среща дава началото на подготовка на трета.

На 19.02.2022 г. от 17:30 ч. /българско време/ Сдружение „Бъдеще за децата ни“ отново организира онлайн изява във формат ВЕЧЕР НА ТАЛАНТА ПОД НАДСЛОВ „ЛЕВСКИ И ИДЕЯТА ЗА СВОБОДАТА. МОЯТ ТВОРЧЕСКИ ПОГЛЕД КЪМ ИСТОРИЯТА И БЪДЕЩЕТО“.

Това е една вълнуваща среща, обединяваща мисъл, емоции и фактология в едно прекрасно изживяване. Включиха се и нови участници. Онлайн срещата събира различни възрасти за дискусия по темите: ролята на Левски в историята; Левски и темата за свободата; разбирането за понятието „свобода“ днес и в бъдеще.

Участници от СУ „Св. Св. Кирил и Методий“ – гр. Велинград, ЕГ „Иван Вазов“ – гр. Пловдив, ПГЕЕ – гр. Пловдив, СУ „Цар Симеон Велики“ – Пловдив, СУ „Георги Бенковски“ – гр. Пазарджик; представители от българското училище в Бостън, учители, преподаватели от висши учебни заведения, хора с различни професии и родители превръщат виртуалното пространство в място на Духа и паметта.

Мотивирането за активно включване в следващи формати е и чрез получаването на сертификати за участие.



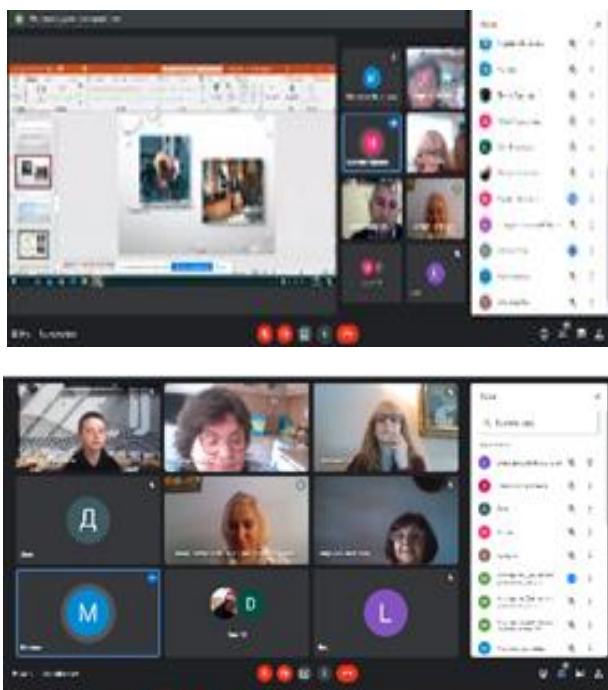
Фиг.3

При реализирането на тази онлайн среща се създава виртуален екип от ученици и по-възрастни и се продуцира дух на патриотизъм и единодействие по отношение на националното самосъзнание. Екипът има възможност да излезе от идеята за доктриналност на обучението и да влезе в света на творческото учене. Тази стратегия на учене намира продължение в реализирането на четвъртия формат.

На 21.05.2022 г. от 19:00 ч. /българско време/ сдружение „Бъдеще за децата ни“ отново организира онлайн изява във формат *Вечер на Словото* „И ний сме дали нещо на светът...“ /Иван Вазов/. Обединяват се мисли, изживявания и дух в една вълнуваща среща, посветена на историческата значимост и силата на българското слово. Включват се и нови участници. Онлайн срещата събира различни възрасти, които споделят своите духовни послания чрез стихове, есета, картини, песни и музика, посветени на българското слово.

Участници от СУ „Христо Ботев“ – с. Баните, област Смолян, СУ „Св. Кирил и Методий“ – гр. Велинград, ЕГ „Иван Вазов“ – гр. Пловдив, ПГЕЕ – гр. Пловдив, СУ „Свети Софроний Врачански“ – гр. Пловдив, ОУ „Княз Александър I“ – гр. Пловдив, ОУ „Иван Вазов“ – гр. Видин, представители на Асоциацията на българските училища в САЩ – ABSA, учители, хора с различни професии и родители превръщат виртуалното пространство в място на Духа и Словото, емоционалното единодействие и паметта.

Всички присъстващи отново получават сертификати за участие.



Фиг. 4

По време на протичането на формата се прилагат комплексно методи за мотивиране на активност и оригиналност при представяне на учениците – работа в екип, асоциативни задачи, влизане в роли, музика и др. Нестандартните методи и форми в цялостната работа активизират участниците. Форумът на духа е свързан с изследване на ефекта от приложната работа по проблема за културната памет. [2, стр. 153]

Работата по време на всеки от форматите в обобщение реализираме чрез следните типове дейности:

- Изследователска работа във връзка с темата на всеки формат.
- Работа с всеки екип от всяка изява съобразно желанията, нагласите и интересите за лична изява.
- Даване на възможност за усъвършенстване на уменията за продуциране и аргументиране на устни текстове за преодоляване на задръжките в комуникацията вседствие на пандемията.
- Реализиране на екипна работа с българи у нас и в чужбина.
- Провеждане на нестандартни форми на работа за провокиране на творческо и креативно мислене.

Чрез наблюденията върху реализираните онлайн формати констатираме следната резултатност:

- Масовото включване в инициативите на различни като възраст, социален и обществен статус групи хора разкриват готовност за работа в екип за максимално добро представяне и са активни за постигне на положителен ефект от дискутирането по актуални и значими проблеми в предложените от Сдружението формати.
- Тези формати ни дават възможност да работим по собствена програма с определени цели, задачи и методи, свързани с допълнителното образование и развитие на младежите в областта на изкуствата. Включването е основание младите хора да имат интерес да работят съвместно с екипа на Сдружението и с хора от различни социални и професионални среди.
- Възрастните също представят толерантно отношение и активност по дискутираните проблеми.
- Чрез нетрадиционните методи и форми на работа се постига доверие, взаимно уважение и разбирателство във всеки екип от всеки онлайн форум.

Мотивирането на екипите от всеки онлайн формат за включване в различни дискусии създава възможности за реализиране на дейности с развиващ характер и в онлайн артсреда. Предлагането на нови артформати е основание за развитие на по-добри социални взаимоотношения и търсене на възможности за развитие на творческо и креативно мислене чрез екипна работа на представители от различни възрастови групи, сфери на обществения и на социалния живот. Мотивирането на участници от страна на Сдружението за активно участие

в такъв род дейности е съществен фактор при осъществяването на ефективна екипна дейност в творческа среда като индикатор за духовно развитие.

Използвана литература

1. Андреев, М. Процесът на обучението. Дидактика. София: Университетско издателство “Св. Климент Охридски”, 1996.
2. Бижков, Г. Методология и методи на педагогическото изследване. Учебник. София: АСКОНИ – ИЗДАД, 1995.

СОЦИАЛНИ РЕАКЦИИ КЪМ WEB 3.0 В СФЕРАТА НА ВИЗУАЛНИТЕ ИЗКУСТВА

д-р Павлина Х. Обретенова
НХА

Анотация: Употребата на Web 3.0 във визуалните изкуства е естествено продължение на дискурса за имплементиране на изкуствен интелект в творческия инструментариум и творческата дейност. В изследването е разгледано третирането на особеностите на визуалните стимули като независими променливи, а социалното поведение и реакции, отчетени чрез натуралистично наблюдение и статистически данни, се разглеждат като зависими променливи. Моделите, генерирани от изкуствен интелект засягат филогенетичния емотивен апарат на публиката, чрез употреба на портретния жанр, а противоречието между аналогов и дигитален информационен поток създава предпоставки за установяване на общата ориентация в социалните нагласи.

Ключови думи: Web 3.0, визуални изкуства, изкуствен интелект, комуникации

SOCIAL REACTIONS TO WEB 3.0 IN THE FIELD OF VISUAL ARTS

Pavlina H. Obretenova, PhD
National Art Academy

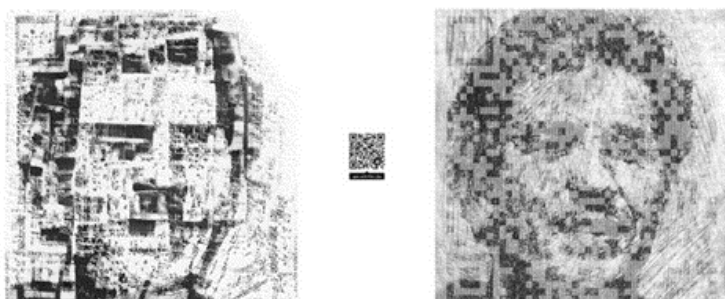
Abstract: The use of the Web 3.0 in the visual arts is a continuation of the discourse on the implementation of artificial intelligence in the creative toolkit. The study considered the treatment of features in the visual stimuli as independent variables, and social behavior and responses recorded through naturalistic observation and statistical data were considered as dependent variables. The models generated by artificial intelligence affect the phylogenetic emotional apparatus of the audience, through the use of the portrait genre, and the contradiction between analog and digital information flow creates prerequisites for establishing the general orientation of social attitudes.

Keywords: Web 3.0, Visual Arts, Artificial Intelligence, Communications

За да разберем особености на визуалните стимули в независимите променливи ще започнем с анализ на аналоговия и дигитален информационен поток

Нашето проучване представи 12 двойни портрета в галерийно пространство, които са визуално диференциални от гледна точка на пола, възрастта и расовата принадлежност. Дясната част на всяка двойка

изображения е създадена от човек, а лявата част е генерирана от изкуствен интелект, на база на авторовия портрет. В резултат, при дясното изображение липсва деформация на образа, а в лявото има силна дисторция на формата – Фиг. 1. Въпреки това, и двете изображения са достатъчно реалистични, с имплементирани изображения на нефункциониращи QR кодове, за да бъдат носители на аналогов тип информация. Всеки портрет е придружен от отделен и функциониращ QR код, който е поставен извън изобразителното поле и е специфичен за него, а при сканиране води до връзка с онлайн източник – носител на дигитален тип информация. Уеб връзката, която кодът отваря, предоставя информация за профил на „модела“ от портрета – кратки данни относно име, възраст, пол, както и реална снимка на „човека“ – Фиг. 2. „Модел“ и „човек“ са поставени в кавички, защото в действителност първообразите са генерирани от изкуствен интелект и те са несъществуващи личности. По този начин, дигиталните технологии ни предоставят възможността да манипулираме едновременно аналогов и дигитален информационен поток, нещо, което е в основата на Web 3.0.



Фиг. 1



Фиг. 2

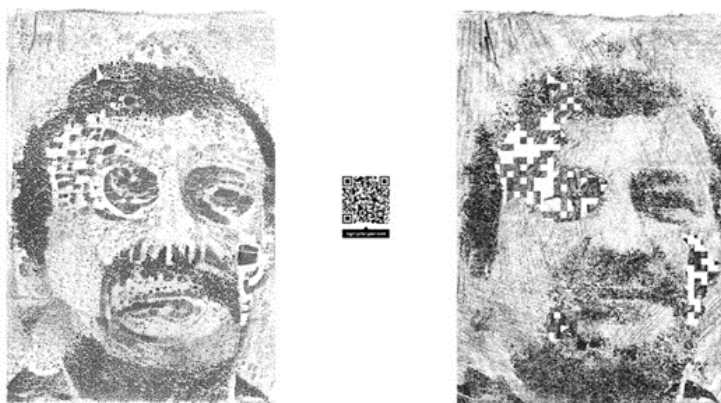
Експлоатация на портретния жанр

Изображенията, използвани в социалното проучване за влиянето на Web 3.0 в сферата на визуалните изкуства на българска сцена, под надслов THE BIG SCAN/M, са изцяло базирани върху портретния жанр – Фиг. 3. Това е с цел да бъде провокиран филогенетичният емотивен апарат, а вече чрез онтогенетичните реакции на публиката да отчетем нивата на групово стереотипно мислене и отношение към имплементирането на иновативните технологии в сферата на изкуствата.

Що се отнася до възприятие на човешки лица, употребата на портрета винаги е свързана с високи емотивни реакции и това е еволюционно заложено у човека. Новородените демонстрират визуални предпочитания към определени форми, което показва, че могат да ги различават. Те имат особено пристрастие към формата на лицето (Dannemiller and Stephens, 1988; Leo and Simion, 2009) и след само четири часа контакт с майката, изразяват преференциална фиксация към лицето ѝ (Field et al., 1984). Може би на това се дължи факта, че в етапите на развитие в детската рисунка, първите опити за изобразяване на разпознаваем обект, след етапа на „драсканиците“, са „главоногите“ – изображения състоящи се от глава (с лице) и в повечето случаи, крайници. В процеса на развитие при невръстните бебета, разпознаването на лицето и интерпретацията на неговата изразност е от основно значение, във връзка с оцеляване и адаптация. Важно за социално-емоционалното развитие е, че бебетата могат да разграничат основни емоционални изрази, като щастие или тъга, на около 2 дни (Field et al., 1983). Това доказателство предполага, че способността да се виждат форми по структуриран начин зависи или от вродени механизми във визуалната система, или по-скоро от механизми, които могат да бъдат фино настроени с минимален опит след раждането (Morton and Johnson, 1991). В полза на последното, през 1975 г., Елис разглежда доказателства от проучвания, включващи развитието на разпознаването на лица, разпознаването на обърнати лица и клиничното състояние прозопагнозия, и ги окачествява като неадекватни за недвусмисленото заключение, че процесите, лежащи в основата на разпознаването на лица, са качествено различни от тези, използвани при разпознаването на друг изобразителен материал (Ellis, 1975). Това прави възприятието на човешкият образ специализиран процес, насочен към адаптация и оцеляване и съответно най-чувствителният инструмент, чрез който да бъде изследвано отношението на публиката към алтернативни форми на репрезентация.

Независимо дали разпознаването и обработката на лица във възприятията се осъществява чрез качествено различен процес, който е вроден или се дължи на фина настройка чрез придобития опит, „Лицата са специални за нас в поведенчески и неврологичен аспект и изкуството отразява това специално отношение.“ (Цанев, 2008, стр. 293). Точно поради тази причина, е използван портретния жанр – изображението на

човешко лице ще провокира най-силен емоционален отговор, процесът на себепроекция от страна на публиката ще бъде активиран и ще имаме възможност да наблюдаваме непосредствено формиращите се социални предразсъдъци – „Значението на лицата, които виждаме в своите ежедневни социални контакти и в художествените галерии, са резултат на неврологична обработка на схеми от минал опит и знания“ (Цанев, 2008, стр. 298) и „...дори художници, които не прибегват до явна деформация, също успяват да смутят нормалните неврокогнитивни очаквания на хората.“ (Цанев, 2008, стр. 295)



Фиг. 3

Натуралистично наблюдение на зависимите променливи:

Модели, генерирани от изкуствен интелект

Социализацията на човешкото същество е безапелационно най-утилитарната еволюционна стратегия, съхранила вида ни и именно склонността да създаваме групи и да влагаме почти всеки ресурс в съхранението им, са отговорни за експоненциалния темп на развитие на човешката цивилизация. Независимо за колко многобройна група става въпрос – дали цялостна екосистема¹ или макросистема², нашето чувство за принадлежност формира отношението ни към другите – а то може да варира от благосклонно до несправедливо, от подкрепа до дискриминация

¹ Термин използван от Ури Бронфенбренер в неговия биоекологичен модел на човешкото развитие (Bronfenbrenner и Evans, 2000), за описание на официалната структура на училищни управители, борд на директорите на работното място, здравни услуги и системи за благосъстояние на общността

² Термин използван от Ури Бронфенбренер в неговия биоекологичен модел на човешкото развитие (Bronfenbrenner и Evans, 2000), за описание на спектъра от културните ценности, норми, закони, обичаи и други социални влияния, които ръководят развитието.

и дори, противно на първоначалната интенция на този адаптивен механизъм, да доведе до геноцид. Силното чувство за принадлежност към дадена група обикновено води до дискриминация към всеки извън нея, тъй като членовете се самоотъждествяват със субективно формираната аксиологична система в метакогнитивните положения на един затворен кръг. Справедливо можем да заключим, че менталитета „Ние срещу тях“, ако разглеждаме „Тях“ в аспекта на всичко и всеки извън групата, е довел едновременно до положителни еволюционни промени и до негативни цивилизационни последици.

Нашето социално проучване имаше за цел да онагледява как нещо, което само по себе си не може да предприеме разрушителни действия – Фиг. 4 – в случая употребата на изкуствен интелект или Web 3.0 като инструменти – може да обедини различни групи, да елиминира предразсъдъците помежду им, да придобие хуманоиден характер, чрез проекцията осъществена върху него и да концентрира дискриминацията към себе си.



Фиг. 4

Концепцията за менталитета „Ние срещу тях“ гласи, че хората са по-склонни да предпочитат членовете на собствената си социална, политическа или религиозна група пред тези, принадлежащи към друга (Davis, 2021). Принадлежността към групата създава усещане за сигурност и стабилност на фона на динамично променящата се околна среда, която поражда непрекъснато когнитивно напрежение и стрес за организма. В среда, реализирана чрез Web 3.0, състояща се от виртуално и индиректно човешко присъствие, възприятията на публиката са повлияни от когнитивен дисонанс, при който се отчита опит за идентифициране и класифициране на обектите, който е възпрепятстван от противоречието между аналогов и дигитален информационен поток.

В следствие на това се наблюдава как принадлежността към дадена

група, успокоява психиката и спрямо динамиката вътре самата група, тъй като можем да направим определени предположения относно членовете на групата (Davis, 2021) или иначе казано, принадлежността към дадена група, осигурява голям брой готови евристични решения, които спестяват огромно количество време и енергия на мозъчната дейност на индивида и по този начин стимулира баланс в състоянието на организма, към което той се стреми така или иначе. Принадлежността към групата предлага информация, която има адаптивна функция и елиминира неизвестното, а както знаем неизвестното стимулира амигдалата да алармира организма с чувството за страх, откъдето има два изхода – борба или бягство. Публиката интуитивно стига до решението да диференцира себе си и собствената си човешка принадлежност – това което е познато – от необичайното или това, което носи несигурност, поради амбивалентния си характер.

Принадлежността към дадена група осигурява автоматичното познание, че членовете на групата споделят някакви общи идеи и вярвания (Davis, 2021), някаква обща ценностна система и характеристики, следователно членовете на групата са предвидими един за друг. В случая с Web 3.0, обединяването на групите се осъществява на база човек-нечовек, независимо от характеристиките като пол, възраст, раса и други в хетерогенния характер на групите. Формира се манталитета „Ние срещу тях“ – „Ние хората, срещу тях виртуалните хора“, или иначе казано стереотипно мислене и предразсъдъци. Социализацията не е просто плод на заучено поведение, тя има неврологични предпоставки, което я класифицира като естествено развитие в норма, а всичко извън нормата считаме за патология – стереотипно мислене, което е наложено от групата. Виртуалната реалност придобива характера на патология и следователно отношението към нея е в по-голямата си част негативно.

Другите са различни и ще провокират враждебно поведение и мислене от модела „Ние срещу тях“. Проблемът със стереотипизирането е същият като този със статистическите фактори, които ограничават достигащата до нас информация в онлайн пространството. Предходно гледана информация, както и това, което се доближава по род до нея са предлагани от алгоритмите, въз основа на споделената от нас информация и времето, което сме ѝ отделили. Това ограничава достигащата до нас информация и съответно стеснява спектъра на естетическите ни възприятия.

Едно от значенията на "статистиката" е, че тя е обобщение на характеристиките на масив от информация. Всяко резюме, по подразбиране ще пропусне някои подробности, защото е по-малко от оригиналната информация. Следователно, ако използваме статистически подход за обобщаване на колекция от културни артефакти или набор от данни за културното поведение в онлайн пространството (например споделяне, харесване или коментиране на конкретни изображения в социалните мрежи), за намиране на модели или предложения за

взаимоотношения, това резюме няма да важи за всичко, което е налично в набора от данни. Статистическите алгоритми, властващи в медията се фокусират върху споделените прилики, докато стереотипното мислене извлича различия и не търси прилики, просто защото е математически по-лесно за машината и психически по-изгодно за човека. Проблемът е, че и двата процеса, макар и противоположни, дискриминират чрез абстракция на характеристики.

Авторът Стивън Пинкър в книгата си *The Blank Slate* (Pinker, 2002) предлага, че нашата генетична структура влияе най-вече върху социалните групи, които формираме, докато Джудит Харис в книгата си *The Nurture Assumption* (Harris, 1998) предлага, че групата на връстниците е ключът към формирането на поведението на детето. Оттук следва въпросът дали негативното отношение към Web 3.0 е еволюционно или поколенчески предопределено. Отново достигахме до спорът „Природа срещу възпитание“.

Статистически данни – резултат и заключение:

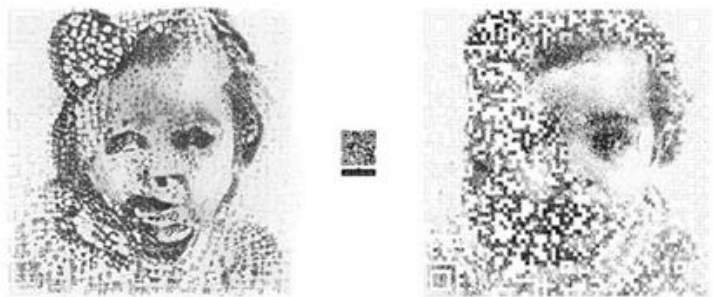
Социалните нагласи към Web 3.0 в сферата на визуалните изкуства от страна на потребителите и любителите са тенденциозно негативни, въз основа на проведените дискусии по време на проучването и дигиталното поведение, отчетено статистически през уеб сайта. Каузалност може да се търси по посока на два фактора:

1. Хората имат естествена негативна реакция към явление, което внася неяснота във възприятията и обърква категоризирането – в случая размиването на границата между човешкия фактор и работата на изкуствен интелект в изграждането на образ, лицата и портретите, представени реалистично, но недействителни и дигиталния информационен поток за сметка на аналоговата информация.

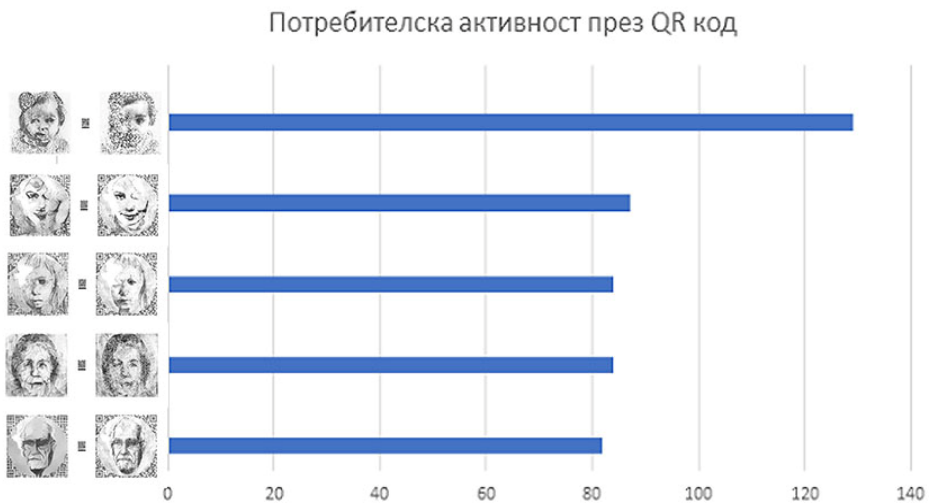
2. Страхът от постхуманизъм и трансхуманизъм – в случая изследването се ограничава само до човешката творческа способност. Създаването на изкуство и естетическата ангажираност са най-човешките от всички дейности, независимо от спекулациите и приписването на подобни способности у някои животински видове. Следователно и областта на изкуствата по презумпция се считаше за недосегаема за изкуствения интелект до скоро, но дигитализирането на ежедневието и последните разработки в областта все повече опровергават тези прогнози. Промените в социалните нагласи са по-инертни от експоненциалното развитие на технологията и поради тази причина приложението на Web 3.0 в творческия инструментариум се възприема негативно.

Най-силна реакция от емотивен характер в статистическите данни от уеб сайта е отчетена при Фиг. 5. Това се дължи на съчетанието между нарушаване на целостта на портрета и детския образ. От морална гледна точка, базирана върху инстинктивно поведение, хората са протективно ориентирани към подрастващото поколение. Високата активност спрямо това изображение – Фиг. 6 – подсказва, че са били активирани защитни механизми, чиято първопричина е безпокойство, провокирано от

визуалните стимули. Това отново е импликация за негативна социална нагласа към Web 3.0 на този етап.



Фиг. 5



Фиг. 6

Използвана литература

1. Bronfenbrenner, U., & Evans, G. Developmental science in the 21st century: Emerging questions, theoretical models, research designs and empirical findings. Social Development, 2000, 115–125.

2. Dannemiller, J. L., & Stephens, B. R. A critical test of infant pattern preference models. Child Development, 1988, 210–216.

3. Davis, J. Us vs Them Mentality: How This Thinking Trap Divides Society. www.learning-mind.com. September 2, 2021. Us vs Them Mentality: How This Thinking Trap Divides Society - Learning Mind (learning-mind.com)
4. Ellis HD. Recognizing faces. *Br J Psychol*. 1975 Nov;66(4):409-26. doi: 10.1111/j.2044.8295.1975.tb01477.x. PMID: 1106805.
5. Field, T. M., Cohen, D., Garcia, R., & Greenberg, R. Mother–stranger face discrimination by the newborn. *Infant Behavior and Development*, 1984, 19–25.
6. Field, T. M., Woodson, R. W., Cohen, D., Greenberg, R., Garcia, R., & Collins, K. Discrimination and imitation of facial expressions by term and preterm neonates. *Infant Behavior and Development*, 1983, 485–489.
7. Harris, J. R. *The Nurture Assumption: Why Children Turn Out the Way They Do*. New York: Free Press, 1998.
8. Leo, I., & Simion, F. Face processing at birth: A Thatcher Illusion Study. *Developmental Science*, 2009, 492–498.
9. Morton, J., & Johnson, M. H. Conspec and Conlearn: A two-process theory of infant face recognition. *Psychological Review*, 1991, 164–181.
10. Pinker, S. *The Blank Slate: The Modern Denial of Human Nature*. London: Allen Lane, 2002.
11. Цанев, П. Психология на изкуството. Национална художествена академия, София, 2008, 293-298.

КРАТКИЙ ОБЗОР «ГРАФИЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ ИЗРАИЛЯ»

Илья Богдановский
художник

Аннотация: штрихи к портрету Тель-Авивской мастерской

Ключевые слова: София, Иерусалим, Палестина, Тель-Авив, Арт академия

КРАТЪК ПРЕГЛЕД НА ИЗРАЕЛСКИТЕ ГРАФИЧНИ РАБОТИЛНИЦИ

Илья Богдановский
художник

Анотация: Щрихи на портрета на телявивските работилници

Ключови думи: София, Йерусалим, Палестина, Тел Авив, арт академия

Весной 1895 года по приглашению Болгарского князя Фердинанда в Софию приехал художник Борис Шац. Он получил обещанную ему должность придворного художника, но миссию свою видел значительно шире. К этому времени он, выпускник Академии художеств и ассистент скульптора Марка Антокольского, уже получил известность в Париже как мастер рисунка и скульптуры. В 1896 году Шац вошёл в число видных болгарских художников, основателей Первой Государственной



рисовальной школы. Впоследствии она была реорганизована в Болгарскую Национальную художественную Академию, которую Борис Шац и возглавил. Его методика обучения основывалась на неуклонном следовании реалистическим традициям, где классический рисунок и законы композиции служили основой художественного образования. Неизвестно, как могла бы сложиться жизнь этого художника в Болгарии, но ключевую роль в его судьбе сыграла встреча с основоположником сионистского движения Теодором Герцлем.

Фердинанд I — князь Болгарии с 1887 года, царь Болгарии с 1908 по 1918 года



*Борис Шац.
Теодор Герцль "Если захотите, все достижимо"*

Шац был приглашён в Базель на заседание VII Еврейского конгресса. Воодушевленный идеями сионизма вернувшись в Софию, принимает решение отправиться в Иерусалим, в Палестину. За ним следуют и три его студента, евреи, тоже решившие начать новую жизнь на Святой земле. Шмуэль Давидов, Альберт Рубин и Шмуэль Леви стали первыми студентами ещё одной Академии - Академии Бецалель, основанный 1906 году в Иерусалиме.



Борис Шац со студентами. 1906 год.

Из архива академии Бецалель.

Справа налево: Альберт Рубин - сидит сбоку; Борис Шац - в центре; Шмуэль Леви - стоит, подбоченившись; Шмуэль Давидов - сидит в кресле

Учебное заведение названо так в честь библейско-ветхозаветного персонажа, главного строителя скинии - израильского подвижного храма, а также ковчега Завета. Художественная концепция Бориса Шаца базировалась на представлении о том, что искусство Востока - это комплекс "тем", "мотивов", "форм" и "техник", которые сообщая образовывали национальную символику в процессе возрождения нового искусства. Академия, по его представлениям, должна была стать духовно-культурным центром Палестины. Но при этом он неуклонно призывал помнить всё, что было создано в странах рассеяния. В 2006 году государство Израиль торжественно отмечало 100 лет со дня создания этого учебного заведения. Сегодня Академия насчитывает 8 факультетов

и ежегодно в ней обучается 1.500 студентов



Историческое здание академии Бецалель. Иерусалим.

В 1990 году я репатриировался в Израиль, в Иерусалим. В Союзе Художников встал на учёт в секции графики. Почти сразу получил приглашение участвовать в конкурсе на замещение вакантной должности руководителя графической мастерской Академии Бецалель. По завершении конкурса был утверждён в должности. В этот момент Академия получила новое, специально для неё спроектированное и построенное здание на горе Скопус.



Новое здание академии Бецалель на горе Скопус.

Работа моя началась с создания проекта мастерской. Куратором был старейший художник-график Израиля, профессор Давид Бен-Шауль. Масштаб этого задания, его сложность не имели до того себе

равных в Израиле. Речь шла не только о расстановке станков и оборудования, но и о безопасности, нейтрализации воздействия токсичных веществ, организации технологических цепочек, исключая встречные потоки и многое другое. Моим неизменным помощником, другом и советчиком была жена, Тина, опытный архитектор, художник-график и педагог. По оценке специалистов эта мастерская, в конечном счёте, стала самой оснащённой и большой на всём Ближнем Востоке. Стала возможной крупноформатная шелкография с высокой степенью разрешения, фотоофорт с использованием центрифуги и эмульсии "CODAK", в литографии применялись как сложнейшие, давно забытые техники, так и самые современные, на основе силиконовых покрытий. Мастерская планомерно перешла на использование эко-красок на водной основе. Нововведения позволили в свою очередь заинтересовать и привлечь к работе в мастерской керамистов и архитекторов, студентов факультета фото и аниматоров. В её стенах стали проводить свои занятия преподаватели рисунка. Интегрировалась мастерская изготовления бумаги ручной работы по японской технологии и печать на ней. Повышению квалификации преподавателей помогала ротация. Их интеграция в зарубежные академии, а иногда и резиденции, способствовала расширению кругозора и получению всесторонней полезной информации. С 2000 года возник и успешно осуществился новый проект: факультет теории и истории изобразительного искусства Иерусалимского университета на практике в Бецалель. Будущие искусствоведы в течение двух семестров постигали азы живописи, скульптуры и графики. Естественно, что к работам не применялись критерии оценки художественного качества, но требовалось углублённое понимание, в частности, графических техник. За год каждый обучающийся успевал сделать по одной работе в каждой технике, и порой выставки этих работ являлись подлинным открытием.

В 2007 году я был приглашен на работу в колледж "ШЕНКАР", находящийся в Тель-Авиве.



*Факультет
многопрофильного
искусства колледжа
Шенкар. Тель-Авив.
Историческое здание в
стиле «баухауз»*

Это учебное заведение аккредитовано Советом по высшему образованию Израиля как высшее учебное заведение. Колледж занимает почётное 15-е место в списке "50 лучших школ моды в мире". Основанный в 1970 году выходцем из России Арье Шенкаром, колледж моды и текстильных технологий за более чем 50 лет своего существования выпустил тысячи дизайнеров, пользующихся невероятным успехом не только в Израиле, но и во всём мире, многие из которых занимают высокие и влиятельные позиции. Приглашён я был для создания в колледже нового факультета "многопрофильное искусство". Более конкретно - отделения графики на этом факультете. В новом проекте приняли участие профессор Шарон Полякин, моя жена-архитектор и я. Процесс создания отделения графики во многом повторил мой предыдущий опыт в Бецалель. Заведующим кафедрой стал известный израильский историк искусства и архитектуры, профессор Миха Левин. Кавалер ордена культуры французского правительства, доктор истории искусства в институте Курто Лондонского университета, магистр Принстонского университета. Теорию искусства преподавал и известнейший куратор Игаль Цальмона, главный искусствовед музея Израиля. Выпускники факультета обладают исключительно высокими теоретическими знаниями, что неудивительно при таком составе преподавателей. Как человек, посвятивший свою жизнь графике, я не мог не замечать процессов и тенденций в мире, затрагивающих избранный мною вид искусства. Постепенный, но неуклонный переход художественных галерей в виртуальное пространство, снижение интереса музейных работников к традиционной графике, уход на компьютер графического дизайна от плакатов до экслибриса. Книжная иллюстрация, за исключением уникальных изданий, оказалась не в состоянии конкурировать со всё более продвинутыми компьютерными программами, многократно превосходящими классическую графику в мобильности. Наряду с этим явлением и печатные мастерские, вне рамок формального обучения, испытывали всё большие материальные и логистические трудности. Деятельность их неуклонно сокращалась, а то и попросту прекращала существование. Тем не менее, определённый, хоть и небольшой контингент поклонников традиционной ручной печатной графики, продолжал, продолжает и, я не сомневаюсь, будет продолжать существовать. Это те художники, что чётко разделили работу на компьютере по заказу и традиционную графику, как творческую, выставочную деятельность, дающую им возможность духовного наполнения, удовлетворения своих творческих амбиций. Иная категория - художники, имеющие счастливую возможность полной материальной независимости. Существует ещё немалое количество молодых людей, готовящих портфолио к поступлению в высшую школу. Организовать, оборудовать и содержать частную, персональную мастерскую графики позволить себе может далеко не каждый. Ведь это специальное помещение, станки, кислоты, громоздкое и дорогостоящее

оборудование. В течение ряда лет я предоставлял свою личную, персональную мастерскую друзьям - художникам, а иногда и студентам - моим подопечным. Но всё возрастающий спрос заставил меня искать какое-то иное, более перспективное и рациональное решение. В центре Тель-Авива находится "Дом Художников" имени Иосифа Зарицкого, когда-то бывшая мастерская известного модерниста, выходца из России, создававшего свои произведения на основе уникального израильского стиля абстрактного искусства, лидера группы "Новые горизонты".



Йосеф Зарицкий. Фотография Израэля Цафрира.

Сегодня это выставочное пространство восьми художественных галерей. Ежемесячно все галереи открывают новые выставки, приглашая художественных критиков, журналистов и всех желающих. Существует "Дом художников" благодаря поддержке муниципалитета, частным пожертвованиям, а также за счёт частичной оплаты издержек самими художниками. Существовавшие в "Доме художников" графические мастерские много лет находились в запущенном состоянии и практически не функционировали. Я получил от директора, Арье Берковича, карт-бланш на восстановление. Изыскивать средства пришлось самостоятельно, так как в востребованность мастерской и её возрождение мало кто верил. Но нам, энтузиастам, это удалось! Уже через год в мастерских работало более 60 художников. При создании этой школы - студии я поставил задачу придать ей и новую форму, и новую суть. Свободное общение и, насколько возможно, объективная и профессиональная критика. Поиск нестандартных решений как в области пластической, так и технической. Возможно частое, совместное посещение музеев и выставок как в Израиле, так и за рубежом. Поиски подходящих мест для выставок в исторических местах, на природе. Но почти сразу возникла настоятельная необходимость и в постоянном выставочном пространстве. Немало усилий стоило отвоевать одну из существующих галерей под целевое назначение - галерею AP (**artist's proof**). Событие это стало настоящим прорывом в жизни не только школы-студии, но и всего "Дома художников". Первая же выставка моей давней коллеги по Академии, профессора Шарон Полякин, где она выставила все подготовительные этапы создания "Авторской книги", вызвала у зрителей неподдельный интерес. Этот искренний экскурс в глубины психологии творчества был прекрасным камертоном будущих

выставок. В течение многих лет каждый художник выставлял не "готовый продукт", а показывал путь, далеко не всегда прямой и лёгкий, и только в конце РЕЗУЛЬТАТ. Таким образом, он, как бы заранее, предполагал, что его зритель не равнодушный, а уж тем более не недоброжелательный критик, а спутник по непростой дороге в попытке самовыражения. Художник получал возможность общения с самым широким зрительским диапазоном. Кураторские заботы, выработка и уточнение концепции, дизайн развески, тексты для газеты "ГААРЕЦ" и интернета мы, Тина и я, брали на себя. Со временем галерея снискала популярность и у маститых израильских художников. Хорошей традицией стали встречи художника со зрителем перед закрытием выставки, дающие возможность окончательного взвешенного диалога автора и его почитателей. Галерея подобного направления оказалась единственной в Израиле, а, возможно, и за его пределами.

И.Богдановский. Выставка «12» Дом Художников, Тель Авив. 2018г.



Интерпретация поэмы «Двенадцать» Александра Блока, изданной в 1918 году в Санкт-Петербурге. Разговор со зрителем.

Со временем назрела необходимость выхода на арену международную. При посредничестве отдела культуры и искусства Министерства иностранных дел Израиля учащиеся Школы студии участвовали в международных биеннале в Санкт-Петербурге, биеннале в Ужице (Сербия), международной биеннале в Новосибирске, международном фестивале графического искусства в Афинах, триеннале на Родосе, и в выставке в Мюнхене, посвящённой 100-летию Тель-Авива. Параллельно с выставочной деятельностью школа помогала выпускникам Академии и колледжа Шенкар подготовиться к дальнейшему обучению в американских и европейских ВУЗах на степень магистра. Курс графических дисциплин в Академии и других учебных

заведениях в рамках формального обучения, как правило, год от года остаётся неизменным. Но графика сегодня не является застывшей и закосневшей дисциплиной. Классические техники стремительно развиваются, используются новые материалы, увеличивается диапазон красок. Древняя энкаустика (восковая живопись), насчитывающая уже более 2000 лет, шагнула в область шелкографской печати. Изобретение Элоизия Зенефельдера - литография, благодаря современным разработкам японских специалистов, стала возможна уже не на камне, а на специальных деревянных платах (Мокулито, Wood Lithography). Особые виды картона, обработанные специальными лаками, дают возможность работать на этом исключительно доступном материале как в высокой, так и в глубокой печати. Дизайнерские пасты с различными характеристиками таят в себе удивительный потенциал фактур и текстур для печатной графики. Исполнение крупноформатной гравюры на дереве и линолеуме обеспечивают электроинструменты и пирографы с набором сменных насадок. Всё более популярным становится травление линолеума. Поиски новых техник и технологий никогда не являлись самоцелью, а были только средством воплощения творческого замысла новыми, более выразительными средствами. Технические идеи рождались в нашей мастерской и становились результатом коллективного труда. Это явление было творческим актом, что так свойственно художникам - графикам, подчас не желающим идти проторенной дорогой.

В заключение моего краткого обзора хочу отметить, что, несмотря на участие в организации графических мастерских, обилие учеников, считаю, тем не менее, главным делом своей жизни творчество.

ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МУЗИКАЛНО-СЦЕНИЧНИТЕ ФЕСТИВАЛИ КАТО ФОРМА НА КУЛТУРНИТЕ И ТВОРЧЕСКИ ИНДУСТРИИ

Томи Попечкин, докторант
ПУ „Паисий Хилендарски“

Анотация: В съществуващите определения, обхват и модели, сценичните изкуства се разглеждат като форма на културните и творчески индустрии. От друга страна, фестивалът, като форма на специалните събития попада в категорията на туристическите индустрии. Дали обаче е релевантно все още да се разглеждат според тези ограничения, или музикално-сценичните фестивали са размили съществуващите граници и фестивалът като такъв би могъл да се разглежда и като форма на културните и творчески индустрии. За целта е проведено теренно проучване на два извънстолични музикално-сценични фестивала, като в доклада е разгледано развитието на обхвата на културните и творчески индустрии и препокриващите се характеристики със специалните събития.

Ключови думи: културни и творчески индустрии, специални събития, музикално-сценични фестивали, индустрия на преживяването

CHARACTERISTICS OF MUSIC-STAGE FESTIVALS AS A FORM OF CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES

Tommy Popechkin, PhD student
Plovdiv University "Paisiy Hilendarski"

Abstract: In existing definitions, scope and models, the performing arts are seen as a form of cultural and creative industries. On the other hand, the festival, as a form of special events, falls under the category of tourism industries. Is it still relevant to be considered according to these limitations, or have music-stage festivals blurred the existing boundaries and the festival as such could also be considered on as a form of cultural and creative industries. For this purpose, a field study of two non-metropolitan music and stage festivals was conducted, and the report examined the development of the scope of the cultural and creative industries and the overlapping characteristics of the events.

Keywords: cultural and creative industries, special events, music-stage festivals, experience industry

Обхватът на културните и творчески индустрии претърпява своето развитие от годините на своето създаване. Въведени за първи път като

понятие в началото на 40-те години на миналия век в книгата „Диалектика на просвещението“ (1944) от Теодор В. Адорно и съавторът Макс Хоркхаймер, и развити в творчески индустрии през 1994 г. в културна политика на Австралия „Творческа нация“, определенията и обхвата им непрекъснато се променят. Отдела за култура, медии и спорт на Великобритания ги класифицира по методология, въз основа на икономическите оценки, базирана на Творческа икономика, като използва за основа на творческата икономика, творческите професии и включва:

„• Творческите професии, които са определени като работни места с творчески характер

• Творческите икономики, които представляват всяка индустрия, която е съставена от известна част от творческите професии, но включващи не-творческите професии в тези отрасли

• Творческата икономика, която включва както творческа икономика, така и всички творчески професии извън творческата икономика, или всички професии в творческата икономика, творческите професии в творческата икономика и творческите професии във всички индустрии.”

Творческите професии са определени от Стандартните класификации на професиите, еквивалент на КИД 2008, представени в Таблица 1.

Въз основа на Стандартната индустриална класификация (1980 г.) са определени и културните индустрии и културните сектори (за класификация на заетостта). Интерпретациите на различни автори са представени в Таблица 2.

Разработвани са и различни модели, които определят обхвата на културните и творчески индустрии. В Таблица 3 са представени сценичните изкуства, музиката и фестивалите.

В този доклад разглеждам музикално- сценичния фестивал като форма на специалните събития и връзката му с културните и творчески индустрии, поради което по- долу ще изложя характеристиките на специалните събития, за да търся връзката между специални събития и културни и творчески индустрии.

Специалните събития са тези занимания, които се отличават от нормалната дейност на всекидневния живот на група хора. Тези занимания обаче, не ги правят на всяка цена специални. Те са такива, поради уникалността си, а и поради празничният аспект или церемония с които са свързани.

Професор Джо Голдблат, предлага следното определение: "Специалното събитие отбелязва уникален момент във времето с церемония и ритуал за задоволяване на специфични нужди", като подчертава празничният аспект на събитията.

Доналд Гетц от своя страна подчертава значението на участниците: „За клиента или госта, специалното събитие е възможност за отдих, социално или културно преживяване извън обичайния обхват на избори

или извън ежедневието”.

Таблица 1: Творчески професии
Източник: Standard Occupation Classifications (SOC)

Група на ТИ	Описание
Реклама и маркетинг	Директори по маркетинг и продажби Директори за реклама и връзки с обществеността Професионалисти по връзки с обществеността Мениджъри на рекламни акаунти и творчески директори Професионални специалисти по маркетинг
Архитектура	Архитекти Градоустройствени служители Оторизирани архитектурни технолози Архитектурни и градоустройствени техници
Занаяти	Ковачници и работници ковачи Тъкачи и плетачи Производители на стъкло и керамика, декоратори и работници, извършващи довършителни работи Производители на мебели и други занаятчий дърводелци Други квалифицирани занаяти, неklasифицирани другаде
Дизайн: продуктов, графичен и моден дизайн	Графични дизайнери Дизайнери на продукти, облекло и други
Филм, ТВ, видео, радио и фотография	Арт ръководители, продуценти и режисьори Фотографи, оператори на аудио-визуална и предавателна техника
ИТ, софтуер и компютърни услуги	Директори по ИТ и телекомуникации ИТ бизнес анализатори, архитекти и системни дизайнери Програмисти и професионалисти по разработка на софтуер Професионалисти в уеб дизайна и разработката
Издательства	Журналисти, редактори на вестници и периодични издания Автори, писатели и преводачи
Музеи, галерии и библиотеки	Библиотекари Архивисти и куратори
Музика, сценични и визуални изкуства	Творци Актьори, артисти и водещи Танцьори и хореографи Музиканти

Таблица 2
Източник: Standard Occupation Classifications (SOC)

Определение 1: Културни тенденции (1986, 1993)
Филмова продукция, дистрибуция и изложба
Радио, телевизия и театър
Автори, композитори, художници със собствен акаунт и др.
Библиотеки, музеи и галерии.
Определение 2: O'Brien and Feist (1996)
Грамофонни записи и записани касети
Печат и публикуване на вестници
Печат и издаване на периодични издания
Печат и издаване на книги
Филмова продукция, дистрибуция и изложба
Радио, телевизия и театър
Автори, композитори, художници със собствен акаунт и др.
Библиотеки, музеи и галерии.
Определение 3: Секторът на културната индустрия, използван в анализа на Праг
I. Оригинална продукция, въвеждане в експлоатация и режисура
Реклама
Филмова продукция, дистрибуция и изложба
Радио и телевизионни услуги, театри, концертни зали и др.
Автори, музикални композитори и други изпълнители от акаунти
II. Производство на средствата за производство / инфраструктура
Мастило за печат
Фотографски материали и химикали
Машини за печат на книги и хартиени изделия
Радио и електронни капиталови стоки
Електронни потребителски стоки, друго електронно оборудване, неупоменато другаде
Активни компоненти, възли и компоненти главно за потребителски стоки
Фотографско и кинематографско оборудване
Музикални инструменти
Лаборатории за обработка на фотографии
III. Възпроизвеждане и масово разпространение
Грамофонни записи и записани касети
Печат и публикуване на вестници
Печат и издаване на периодични издания
Печат и издаване на книги
Други печат и издателство
IV. Сайтове за обмен на права за консумация
Търговия на дребно с книги и канцеларски материали
Нощни клубове
Библиотеки, музеи, художествени галерии
Определение 4: Допълнителни културни индустрии, които не са включени в сектора на КИ.
V Допълнително потребление и туризъм
Места за хранене
Магазини за хранителни стоки
Публични къщи / барове

Столове / маси
Търговия с хотели
Други туристически места за краткосрочно пребиваване
VI Туристически офис / други обществени услуги Спорт
Спортни и други развлекателни услуги

Таблица 3

Източник: Throsby, 2008; Програма за развитие на ООН, 2013 г. ; ESSnet-Culture, 2012; Red de Industrias Creativas, 2017

Модел DCMS	Символни текстове модел	Концентрични кръгове модел	Статистика за културните индустрии, ЮНЕСКО (2007 г.)	Модел за авторско право на WIPO
Отдел за цифровизация, култура, медии и спорт (2001) - Музика -Сценични изкуства	Hesmondhalgh (2002) <i>Основи културни индустрии:</i> - Музика <i>Периферни културни индустрии:</i> - Творчески изкуства	Throsby (2001, 2008) <i>Основни творчески изкуства:</i> - Музика -Сценични изкуства	<i>Отрасли в основни сфери на културата:</i> - Изпълнителни изкуства	Световна организация за интелектуална собственост (2003 г.) Основни индустрии : - Музика - Театър и опера

Една от характеристиките на специалните събития е тази, че освен нерутинни занимания, те съчетават отдих и култура, забавление и преживяване. Освен това, те просвещават и имат елемент на церемония поради това, че някой трябва да ги открие. В Таблица 4 са изложени резултатите от потребностите на публиката, които двата фестивала задоволяват.

Специалните събития обхващат всякакъв вид човешка дейност. Мащабът и сложността например на фестивалите „Опера Оупън” и „Опера в Летния театър” не биха могли да се сравнят с тези на Олимпийските игри, но далеч надхвърлят обикновените тържества, които биха могли да се организират без да изискват работна сила, мениджмънт и публика. Културата и свързаната с нея церемония и традиции, играе роля във всички видове социална дейност: и за всички видове хора, организации и институции .

Таблица 4

Какви потребности считате, че задоволява фестивала	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %	ОПЕРА ОУПЪН %
Духовни	11,7	1,8
Емоционални	61,3	67,4
Културни	48,9	57,1
Нужда от изкуство	6	5,8
Естетически	3,2	2,8
Социални	22,3	29,1
Интелектуални	3,5	6,8
Музикални	9,6	17,3
Развлекателни	37,2	37,8
Не е отговорил	6,4	4,8
Образователни	3,5	

Като следвам категоризацията и моделите изложени по-горе за културните и творчески индустрии, ще разгледам и характеристиките на специалните събития, основани на свободното време, лични, културни или организиран с произход.

Събитията имат много общи характеристики с всички видове индустрии. Те включват: уникалност, нетрайност, интензивност на труда, фиксирани срокове, неосезаемост, лично взаимодействие, атмосфера, ритуал или церемония.

Най-важният елемент на специалните събития е тяхната уникалност: всяко едно от тях е различно.

Това означава, че едно и също събитие може да се повтаря многократно, но участниците, публиката или други фактори правят събитието уникално.

Да вземем за пример два музикално-сценични фестивала- „Опера оупън” и „Опера в Летния театър”. Тези два фестивала представят нещо, което не е рутинно, шаблонно или обикновено, въпреки, че се повтарят многократно. Независимо от това, че се повтаря един и същи формат, атмосферата на всяко едно събитие е уникална, а публиката е част от процеса и освен, че създава атмосферата е и част от цялото преживяване. Външните фактори също оказват своето влияние върху нагласите на публиката. В изследване, проведено пред 2021г. и 2022г. са анкетирани 402 души на „Опера оупън” и 283 души на „Опера в Летния театър”. В Таблица 5 са представени нагласите на публиката.

Уникалността обаче сама по себе си не е предпоставка за успешно събитие. Затова е необходимо да бъдат разгледани и другите характеристики на специалните събития.

Нетрайността е една от основните характеристики на събитията. Съществуват събития с определено ниво на стандартизация, но въпреки това те не могат да бъдат повторени по абсолютно същият начин. Освен

това винаги зависят от времето, защото съществуват кратко. Това се отнася и за съоръженията, които се използват. Конкретно за сценичните изкуства, за всяка постановка се изискват нови декори, костюми и съоръжения.

Таблица 5

Атмосферата на Античния/ Летния театър допринесе ли за успеха на фестивала	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %	ОПЕРА ОУПЪН %
Да	96,4	86
Не	0	0
Не е отговорил	3,6	14

Ако добавим и гост- артисти или режисьори, които придават допълнителен имидж на събитието, ще засегнем няколко аспекта.

Неутрайността също се отнася и до използването на съоръженията за събитията. Да вземем за пример два музикално- сценични спектакъла- декорите, костюмите, мултимедията- повечето от елементите се произвеждат и използват еднократно и не могат да бъдат използвани отново, вследствие на което тези събития са скъпи за осигуряване и тук ключов фактор е добрият мениджмънт.

Но това не е единствено. При събитията дейността е повече или по- малко неосезаема.

Ако отидете на опера или на балет, ще преживеете емоцията, ще се забавлявате и ще го запомните, но има само няколко осезаеми неща, които може да имате от нея- например ветрило с либретото на операта, или ще запазите билета. Това са опити да направят преживяването от събитието по-осезаемо: спомен, че преживяването се е случило. За мен беше важно да разбера дали зрителите изпитват необходимост от нещо по- осезаемо, което да направи преживяването им по- трайно.

За да изследвам тази характеристика, на анкетираните бе зададен въпроса: „Бихте ли желали да отнесете осезаем спомен от събитието”. В таблица 6 са изложени нагласите на публиката.

Таблица 6

Бихте ли желали да отнесете осезаем спомен от събитието	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %	ОПЕРА ОУПЪН %
Да	35,9	64,2
Не	60,1	29,6
Не е отговорил	3,9	6,3

За мен беше изненадващо, че по- голямата част от респондентите на

„Опера в Летния театър” отговарят, че нямат нужда от осезаем спомен. Една анкета обаче обясни този резултат. Зрител на спектакъл на „Опера в Летния театър” беше отговорил, че преживяването му от постановката е осезаемо в паметта.

Що се отнася до церемониалния характер, двата фестивала се откриват и закриват с присъствието на различни управници на градовете, които държат речи и изтъкват ролята на фестивала за градското развитие.

Колкото по-сложно и по-уникално е едно събитие, толкова е и по-трудоемко, от гледна точка на организация и работата.

Относно интензивността на труда и фиксираната времева скала, това са предизвикателства пред мениджърите на фестивала, които според зрителското мнение са постигнали желаният резултат. Резултата от тяхното преживяване е изложен в Таблица 7.

Таблица 7

Степента на удовлетвореност от посещение на постановка на Опера Оупън/ Опера в Летния театър	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %	ОПЕРА ОУПЪН %
Изключително удовлетворен	59,3	63,1
Удовлетворен	34,3	24,4
Задоволително	1,4	1,7
Незадоволително	0	0
Не съм удовлетворен	0	0
Не е отговорил	5	10,7

В заключение, въз основа на отговорите на публиката, бих могла да твърдя, че фестивалите „Опера в Летния театър” и „Опера оупън”, като част от културните и творчески индустрии, съдържат характеристиките на специалните събития, което от своя страна води до извода, че фестивалът, освен форма на специалните събития, би следвало да се определя и като форма на културните и творчески индустрии.

Използвана литература

- 1.Creative Industries Economic Estimates Methodology DCMS (CIEE) https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/499683/CIEE_Methodology.pdf (Последно посетен на 18.08.2020)
- 2.Getz, D, (2005) Event Management and Event Tourism, New York: Cognizant (2 end) p.6
- Robinson, P., Wale, D. and Dickson, G (2010) Events Management,

Wallingford: CABI, p 4-21

3. Goldbaltt, J.J. (2011) *Special Events: a New Generation and the Next Frontier*, Hoboken: Wiley (6 end) pp 5-12

4. Moorea Ieva, *Cultural and Creative Industries concept – a historical perspective*

Contemporary Issues in Business, Management and Education, 2013

https://www.researchgate.net/publication/275543206_Cultural_and_Creative_Industries_Concept_-_A_Historical_Perspective (Последно посетен 14.08.2020)

5. Pratt, C., Andy, „The cultural industries sector: its definition and character from secondary sources on employment and trade”, Britain 1984-91 <https://www.researchgate.net/publication/277155095> (Последно посетен на 17.08.2020)

6. Throsby, D. (2008). *Modeling the cultural industries*. *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 217–232.

ДОБРИ, НО „ЗАТВОРЕНИ“ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ СЦЕНИЧНИТЕ КУЛТУРНИ ИНСТИТУТИ У НАС

Стойо Тинков, докторант
АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“ – Пловдив

Анотация: Статията разглежда част от взаимоотношенията между сценичните културни институти у нас, които от една страна са добри, но често биват повлияни от различни фактори. Изнесената информация показва как пазарния принцип на финансиране на сценичните културни институти у нас може да променя взаимоотношенията между мениджърите и екипите на тези институции. В България, сценичните културни институти са в неравностойно положение помежду си, съответно от тях не може да се очаква да са равнопоставени пред пазарния принцип, на който те функционират в момента.

Статията се опитва да покаже една от слабите страни на този вид финансиране на сценичните изкуства у нас, като едновременно с това се прави опит за намиране на работещи решения в настоящата ситуация, или в едно евентуално по-добро бъдеще за сценичните изкуства.

Ключови думи: сценични културни институти, взаимоотношения, комуникации, финансиране на културните институти, проблеми с взаимоотношенията, затворени взаимоотношения, неравностойност между културните институти.

GOOD, BUT "CLOSED" RELATIONS BETWEEN STAGE CULTURAL INSTITUTIONS IN OUR COUNTRY.

Stoyo Tinkov. PhD student
AMDFA „Prof. Asen Diamandiev“

Abstract: The article examines some of the relationships between stage cultural institutes in our country, which are largely good, but are often influenced by various factors. The presented information shows how the market principle of financing the stage culture institutes in our country can change the relationship between the managers and the teams of these institutions. In Bulgaria, the performing arts institutes are in an unequal position among themselves, accordingly, they cannot be expected to be equal before the market principle on which they currently function.

The article tries to show one of the weak sides of this kind of funding of the performing arts in our country, while at the same time, an attempt is made to find workable solutions in the current situation, or a possibly better future for the performing arts.

Keywords: stage cultural art organizations, relationships between stage art

organizations, finance policy, problems with communications, closed community, inequality;

Под общият знаменател „сценични културни институти“ или държавни културни институти в областта на сценичните изкуства се вписват: държавни театри, куклени театри, драматично-куклени театри, музикално-драматични театри, музикални театри, театрално-музикално продуцентски центрове, държавни опери, симфонии, филхармонии и държавен фолклорен ансамбъл „Филип Кутев“. Всички тези културни институти в областта на сценичните изкуства се финансират от Държавния бюджет, чрез Министерство на културата на Република България, чрез Закона за развитие и закрила на културата и методика за разпределение на средствата по член от този закон. Според Националния статистически институт – НСИ, 49 е броят на сценичните културни институти, финансирани от държавния бюджет. [5] Културните институти са вторични разпоредители на бюджетни средства, имат делегирани бюджети, управлявани са от директори с делегирани права, избирани с конкурс и мандат на управление от 4 години. Контролът на тяхната дейност е поверен на дирекция Сценични изкуства и художествено образование (СИХО) и други дирекции към Министерство на културата.

Министерство на културата дава възможност за регистрация на така наречените културни организации, които до голяма степен са на собствено или проектно финансиране. Често те се регистрират като ЕООД, ООД, сдружения, НПО или други най-разнообразни правни форми, като в предметите си на дейност изрично посочват, че извършват културна дейност. Обществото и гилдията често използват към тях словосъчетанието „независим културен сектор“, но голяма част от тях разчитат на проектно финансиране от държавните финансови инструменти в областта на културата или работят съвместно с държавните културни структури. Малка част от тях съответно се самоиздържат или представят по-комерсиална продукция, която формира техните бюджети и постановъчни разходи. Въпросните културни организации обаче нямат ясно направление към кои точно изкуства се насочват. По лични наблюдения смятам, че около 40-50 % от тези културни организации имат нещо общо със сценичните изкуства и то по-конкретно с театър или музика, но в доста ограничена форма – предимно камерни форми, с по-малко артисти и по-малка нужда от техническо обезпечаване на продукцията.

Взаимоотношенията между културните институти в момента са привидно добри. Поради малката численост на артистичните гилдии у нас, може да се каже, че почти всички членове на тези общности се познават. Същото важи и за структурите на културните институти у нас - почти всички, които работят в една сфера (например театър) се познават и поддържат контакти. Държавните театри често си гостуват помежду си на „разменни начала“, в които представят продукциите си на сцените на

други държавни културни институти, като между страните не се дължи наем за ползване на сценичните пространства и техническите екипи. Това е един от примерите за добри практики между културните институции, като от това се извличат много ползи. Освен между театри, такива взаимоотношения се наблюдават и между оперите, различните форми на оркестри, в част от читалищните структури и т.н. Много често се наблюдават и взаимодействия между опери и театри, театри и продуцентски центрове, между театри и частни културни организации.

Екипите, които програмират спектаклите на театрите у нас са в почти постоянна комуникация помежду си, тъй като много често работят с едни и същи артисти в сценичните си продукции и сравнително успешно съгласуват програмите си, така че тези артисти да участват във всички планирани заглавия. Това разбира се невинаги е успешно и се получават разногласия в екипите, но може да се определи като наложена се практика. Актьорите по правило първо поемат ангажименти в сценичните институти, в които имат постоянни трудови или по-обвързващи договори, а в последствие имат възможност да поемат странични ангажименти. Артистите на свободна практика често изчакват ангажиментите на своите колеги по държавните структури и тогава поемат ангажименти. Същото важи и за режисьорската гилдия, като до голяма степен тя е основно на свободна практика.

Категорично може да се каже, че между повечето културни институти в сценичните изкуства има сравнително добра работна среда и комуникация, добри и ползотворни работни взаимоотношения, желание за развитие на сектора и средата като цяло. Екипите на културните институти имат добра и бърза комуникация помежду си особено при дискутиране на проблемите си и често заемат единна позиция по конкретни проблеми и въпроси.

Добрите взаимоотношения обаче са факт само между малка част от сценичните културни институти у нас. По-големите сценични културни институти комуникират със сродните по големина институти, а по-малките често остават изолирани. Голяма част от извънстоличните културни институти остават без сцени или много трудно намират такива, на които да показват продукцията си. Често те биват изолирани от колегите си в по-големите градове и не срещат подкрепа при представянето на продукцията си. В много градове, в които има работещи театри например при опит за комуникация често се отбягва комуникация или не се допускат гостуващи заглавия под предтекст, че е възможно публиката да посети гостуващия спектакъл, а не спектаклите на местния културен институт. Срещат се и други формалности, като например цялостна липса на публика за гостуващите спектакли в даден град и т.н. По този начин театрите биват стимулирани да търсят външни сцени, на които да реализират гостуванията си и навлизат в по-остра конкуренция и в по-лоши взаимоотношения с колегите си.

Има няколко категорични знака за недобри взаимоотношения

между културните институти от сферата на сценичните изкуства у нас.

- Липса на копродукции.

За последните години (от 2019 година насам), откривам данни за точно 3 копродукции в цялата страна, които могат дори да се изредят поименно: театрален спектакъл „По-полека“ - копродукция между Драматичен театър – Пловдив и Младежки театър „Николай Бинев“, театрално-музикален спектакъл „Компания“ - копродукция между Народен театър „Иван Вазов“ и Държавна опера Пловдив и театрален спектакъл „Самотата в съвременния човек/свят“ - копродукция между Държавен куклен театър Стара Загора и Драматично-куклен театър – Плевен. Като в последните 2 години факт е станала само последната изброена копродукция.

Според нормативната уредба държавните културни институти в областта на сценичните изкуства не могат да правят копродукции с частни културни организации, което още повече ограничава възможностите за комуникация и взаимоотношение между частния и държавния сектор в областта на изкуствата. Проблем е обаче, че това ограничение изобщо не увеличава стимула за работа по копродукции между държавните културни институции в сферата на сценичните изкуства. Липсата на копродукции е сигурен знак, че има проблеми в нормативната уредба, в комуникациите между културните институти, както и в договореностите между тях. Един от тези проблеми освен многото организационна работа са финансовите аспекти и измерения на едно такова начинание.

- Липса на комуникация и съгласуваност при изготвянето на репертоарните планове на държавните културни институти в сферата на сценичните изкуства.

Това е съществен проблем при действащата в момента методика на финансиране на културните институти, тъй като пазара на регионалните институти е силно ограничен. Честа практика е да се поставят едни и същи пиеси и заглавия в театри, които са много близо едни до други и делят един пазар. Понеже пазара за културна продукция изначално не е голям, то като цяло се получава ситуация, в която голяма част от театрите имат в репертоарите си едни и същи заглавия, често поставяни от едни и същи режисьори. А дори има случаи, в които заглавия на различни културни институти са с участието на едни и същи артисти. Такъв пример е комедийно заглавие от автора Миро Гавран, което през последните няколко години бе в репертоара на Драматичен театър – Ловеч, две частни театрални организации, а в момента е едновременно в репертоарите на Драматично-куклен театър – Пазарджик и Драматичен театър – Бургас, като актьорския състав е еднакъв или с много малки промени. Като добавим и предлагането от частни разпространители, вероятно това ще се окаже един от най-играните спектакли през последните няколко години. Подобна ситуация има с Драматичен театър – Стара Загора, Младежки театър – София и частна културна организация, които предлагат в

идентични сезони заглавието „Пижама за шестима“, този път с различни актьори. Често в един сезон от близки театри виждаме и реализацията на едни и същи пиеси на Шекспир например, или пиеси от български автори.

При несъгласуване на репертоарите си културните институти с близко географско разположение автоматично навлизат в ситуация на деструктивна конкуренция, което пък от своя страна води до допълнително влошаване на взаимоотношенията между екипите на културните институти.

- Ограничен прием на гостуващи спектакли.

Голяма част от сценичните културни институти не приемат колеги – други сценични културни институти, които да гостуват на сцената на даден културен институт. Тук не можем категорично да заявим какви са причините, но често се изтъква невъзможност, липса на подобна практика или прекалена ангажираност на екипите в дадената културна институция. Зад тези причини обаче често стоят реалните причини – страх от повече посещение на чуждия спектакъл, загуба на публика на собствена сцена, липса на организатори (експерти, които работят с публиките лично) и други.

Отхвърлянето на гостуващ спектакъл води до търсенето на сходни сцени за реализация на даденото и заглавие и в крайна сметка се стига до несъгласуваност в дати, конкуренция и пряка конфронтация между екипите на културните институти.

При направено проучване сред програмите на няколко държавни театъра у нас за 2022 година установих, че има театри у нас, които не са допуснали нито едно гостуване на тяхна сцена за цялата година. Най-масовата практика е по 1 до 2 представления месечно, като говорим само за активните сезони – септември-декември и март-юни. В столицата нещата стоят по доста по-различен начин. Има театри, които имат традиции в приемането на извънстолични театри, но те са единици. Има и такива театри, които от години не са показвали гостуващи спектакли на сцените си.

Какво още забелязваме като недобри практики от едни екипи в културни институти към други:

- Неглижиране на работата на колегите от други културни институции;
- Постоянно създаване на условия за съревнование и препокриване на пазари;
- Разделение между столични и извънстолични културни институти;

Всички тези показатели, които изкарват наяве едни несъвсем добри взаимоотношения между културните институти у нас, ни дават категоричен знак за липса на равнопоставеност между културните институти.

За това се налага да се върнем към Закона за развитие и закрила на културата, който още в своето начало гласи:

Чл. 2. Основните принципи на националната културна политика са:

1. демократизъм на културната политика, свобода на художественото

творчество и недопускане на цензура;

2. децентрализация в управлението и финансирането на културните дейности;

3. равнопоставеност на творците и на културните организации;... [2]

Липсата на равнопоставеност между творците и културните организации е категорична. За нея свидетелстват не само изброените по-горе данни. Липсата на равнопоставеност е видима на всички нива – от обикновения зрител, през артистичните екипи и накрая до всеки един от екипа на културната институция.

Фактори, които водят до неравнопоставеност в културните институти от сферата на сценичните изкуства:

- Собственост и състояние на сградите, в които се помещават културните институти;

По отношение на сградите, в които се помещават държавните културни институти може да се пише и говори много. Същественото е липсата на картотека на тези сгради - кой институт в каква сграда се помещава, кога е построена, какви са условията за работа в тези сгради, какви са условията за публика, какво е състоянието им, отговарят ли на нуждите на екипите, годни ли са за производство на културна продукция и много други въпроси.

Културните институти у нас се помещават в сгради с различна собственост, затова някои от тях например заплащат наем, за да могат да реализират продукцията си в конкретни зали или се съобразяват по друг начин със собствениците на сградите, за да могат да реализират своята продукция.

Всички тези особености водят до големи различия в работата на всеки един културен институт - най-вече защото едни от мениджърите трябва да се съобразяват с тези условия при реализацията на своите програми, а други нямат съответните проблеми. Като примери могат да се дадат Държавна опера Пловдив, която няма собствена сграда и съобразява програмата си с община Пловдив, за да делят заедно Дом на културата “Борис Христов”. Друг подобен случай има с Драматичен театър “Невена Коканова” - Ямбол и Драматичен театър “Рачо Стоянов” - Габрово, които заплащат наем за ползване на сгради, собственост на читалища.

Проблемите със сградите не дават възможност за пълно разгръщане на потенциала на културната институция и често може да доведе до ограничения в планиране на събития и репертоар, което пък от своя страна да бъде разглеждано от принципала на тези културни институти като невъзможност да се справят със ситуацията, в която се намират и да бъдат сравнявани по показатели с други културни институти, които нямат подобни проблеми.

- Техническо обезпечаване на сцените и сградите;

Различните условия водят до различно техническо обезпечаване на сцените и сградите, в които се помещават културните институти. Липсата или наличието на долна и горна сценична механизация например води до

производство на различни спектакли, което пък трябва да бъде съобразено с това къде могат да се изиграят. Това освен, че носи проблеми за мениджърите, означава и че не навсякъде публиката може да види конкретен спектакъл без да се направят компромиси с качеството му. Осветителната и озвучителна техника също е от голямо значение при реализацията на съвременни спектакли. Въпреки еднаквата система на финансиране на институтите, всеки от тях има различни възможности за техническо обезпечаване на сцените си, което е още един проблем в актива на директорите на културните институти и още един знак, че има проблем и неравнопоставеност между различните културни институти.

- Човешки ресурси и специалисти, с които се покриват изискванията за производство на културни продукти;

У нас има огромна липса на специалисти в областта на техническото обезпечаване на културната продукция. Това са художествени осветители и озвучители, театър майстори, помощник-режисьори и други. В частния сектор тези специалисти са добре заплатени и не желаят да мигрират към държавните културни институти, тъй като освен, че ще получават по-малко средства, те ще трябва да работят при по-лоши условия. За съжаление в последните години ние сме на етап, в който вече няма и кой да обучава бъдещи специалисти в тези области. В тази ситуация културните институти, които се намират в по-големите градове имат предимство, тъй като могат да предложат по-добра среда за развитие на тези специалисти. Отново културните институти, които имат по-добри финансови показатели могат да си позволят и по-голям екип и повече средства за него, за да реализират повече продукт, с който пък от своя страна да натрупат повече ресурс.

- Пазар;

Ситуацията с пазара и потреблението на културни продукти у нас е може би един от най-големите фактори, които водят до неравнопоставеност на културните институти у нас. Демографската криза в цялата страна категорично води до по-малко възможна публика в салоните, колкото и опити за привличането ѝ да се правят. Финансовите възможности на населението и икономическата ситуация в конкретни области са най-сериозния фактор, който определя възможността на публиката да консумира културни продукти. Има региони в страната, които пък трябва да съобразяват културната си продукция с етническото разнообразие - например областите Кърджали и Разград, характерни с население предимно от етнически турци.

Посочените различия спрямо по-горе споменатите фактори между всички културни институти у нас, не са фактор при оценките за тяхната работа, формирането на бюджетите и покриването на критериите от тяхна страна. Единственият критерий, по който принципала ги дотира и оценява е финансов приход от брой зрители. Опитът да се равнопоставят културните институти на база финансирането им от своя страна може да

доведе до доста съмнителни резултати от техните дейности.

Когато най-важният компонент за съществуването на културния институт - финансирането му, се крепи на пазарния принцип, то неминуемо следват редица събития и фактори за този културен институт, които могат да променят политиките вътре в него, начина на работа, културния продукт, който той произвежда и много други. В случая оцеляването на културните институти у нас е пряко зависимо от пазарната ситуация в страната и възможността на публиката да плаща за културния продукт, който получава.

От няколко години ние сме в парадоксалната ситуация на това културните институти да получават финансиране на пазарния принцип - колкото повече билети продадат и колкото повече финансови средства изкарат чрез продукцията си - толкова повече субсидия ще получат - спрямо условия, валидни за всички културни институти, без да се вземат предвид описаните по-горе фактори, на базата на които културните институти изпадат в конкуренция, тъй като условията на средата не са еднакви и културните институти не са равнопоставени в тях.

В условията на конкурентна пазарна среда и с поставена цел - повече средства от продажби, за да покриват своите разходи, културните институти често занижават критериите по които работят, започват да създават повече комерсиални спектакли с цел привличане на повече публика, която от своя страна привлича повече средства.

Със сигурност има ползи за културните институти при функционирането на системата на финансиране на базата на пазарния принцип. На този етап, тези ползи може би трябва да бъдат обект на проучване на други колеги.

Вероятно пазарния принцип е подпомогнал до голяма степен дейностите на институтите. По-високите приходи от пазарната дейност спомагат за обновяването на сградния фонд, подобряването на условията на труд, подпомагат кариерното развитие на артистите, институтите получават независимост при работата си, привличат повече кадри и т.н. Това обаче единствено обостря различията между културните институти работещи в по-добри пазарни условия и тези, които работят в по-лоши такива, тъй като те не успяват да постигнат същите резултати поради неналичието на същата пазарна среда, като при културните институти реализиращи високи приходи.

- Финансиране

Единствения фактор, пред който всички сценични културни институти са равнопоставени е финансирането, тъй като според закона те се финансират по един и същи начин, а именно на пазарен принцип. И както вече по-горе описах, този пазарен принцип развива изключително неблагоприятна среда за културата у нас тъй като:

- Намалява броят на спектаклите с художествени търсения за сметка на спектаклите с комерсиален характер.

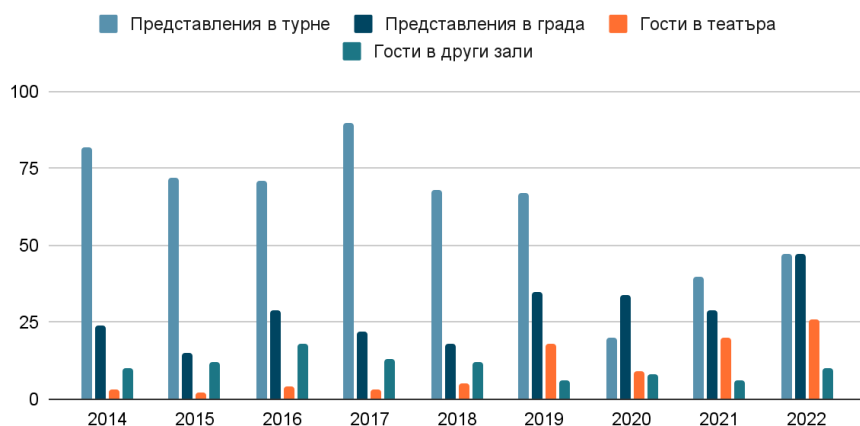
- Води до налагане на комерсиалните продукти поради изискването или нуждата от по-високи приходи.
 - Всички стъпки водят до избор за реализация на комерсиален културен продукт, вместо продукт с висока художествена стойност, който може да генерира добавена стойност.
 - Вследствие на по-честата реализация, комерсиалния продукт става водещ и за организацията и за нейната публика.
 - По този начин стигахме до занижаване вкуса и очакванията на публиката, което много често пък може да доведе до констатации от типа на: “Театърът е единствено и само средство за забавление...”
 - Влошаване на отношенията и работната среда в културните институти, които си поставят изисквания за продукцията, която да изпълнява определени финансови цели.
 - Културните институти се ограничават в малък брой комерсиални заглавия, които започват да се повтарят от различните институти.
 - Блокират се възможностите за обмени, създават се условия за съревнование, за покритие на определени пазари.
 - При влошени взаимоотношения и комуникация се правят гастролни в различни зали, несъобразени с програмите на културните институти.
 - Създават се условия за неравностойно съревнование на репертоарите
 - едно и също заглавие с различни актьори, някои от които популярни.
 - Целите на културните институти се изместват, престижът и високата културна стойност губят покритие.
 - Пазарният принцип на финансиране на културните институти у нас създава деструктивна конкуренция между културните институти.
 - Допуснато и формирано е силно разделение на столични и извънстолични културни институти, силно разделение по финансови и материални показатели.
 - Създава се трудност при желание за разнообразяване на репертоарния афиш на един град.
 - Достига се масово влошаване на взаимоотношенията между културните институции, тъй като винаги са налице фактори за това.
- Ако приемем, че културните институти имат следните основни цели:
- Съхраняване на националната идентичност и език;
 - Да бъдат средища за развитие на култура и изкуства;
 - Да се грижат за развитието на вкус към изкуството и повишаване на общата култура;

Съблюдавайки факторите, които водят до неравнопоставеност между културните институти, можем да констатираме, че те не изпълняват изцяло целите си, защото в момента културните институти у нас биват разглеждани като отделни единици, всяка със собствена задача, която се изразява в покриването на определени финансови параметри, тъй като финансовият фактор в тяхната дейност е един от най-значимите и винаги поставя въпросът за всички останали показатели на културния институт.

Какви мерки могат да се вземат по повод подобряване и „отваряне“ на взаимоотношенията между културните институти у нас:

- Повишаване на собствената публика чрез повишаване броя на изиграните собствени и гостуващи спектакли. В приложение 1 се вижда таблица, при която за последните няколко години се забелязва повишаване на изиграните собствени и гостуващи в Габровския театър спектакли спрямо предходни години, което пък от своя страна води до по-дълъг живот на представленията на театъра и по-голяма посещаемост.
- Горните два фактора водят до по-голямо стимулиране и развитие вкуса на публиката чрез по-голям брой и разнообразни по жанр спектакли. Води до развитието на нови публики, което категорично към този момент е един доста negliжиран фактор.
- Сегментиране на публиката. Чрез по-голямото предлагане се сегментира публиката на базата на вкуса, който тя вече е изградила.
- Въвличане на публиката в процесите по производството на културен продукт.
- Възможност за зрителя да види спектакли на по-високо ниво, без да пътува стотици километри.
- Създаване на по-качествени културни продукти с по-висока стойност. Създаване на копродукции.
- Създаване на по-добри условия за реализация на продукциите.
- Създаване на благоприятна конкурентна среда за работа.

Представления в турне, Представления в града, Гости в театъра и Гости в други зали



Приложение 1: Статистика на изиграните в Габровския театър представления за последните години, която показва повишаване на изиграните собствени и гостуващи спектакли в залата на театъра, за разлика от годините до 2017, когато основната част от изиграните представления на театъра бяха в турне.

За да се случи истинско развитие и закрила на културата у нас, трябва да се работи в посока на истинска равнопоставеност между творците и

културните институти. Това може да се случи чрез създаване на устойчив и сигурен модел на финансиране на културните институти, небазирани на пазарния принцип. Картотекирането на културните институти и сцените пък, би имало незабавен ефект в равнопоставеността помежду им, тъй като техническите параметри на спектаклите няма да бъдат пречка при осъществяване на турнета в населени места, където инфраструктурата не може да повлияе на реализацията на спектакъла.

Използвана литература

1. Министерство на културата на Република България – официален уебсайт - <https://mc.government.bg/>
2. Нормативна уредба, Закон за закрила и развитие на културата. Виж. <https://www.lex.bg/laws/ldoc/2134664704>
3. Методика на финансиране на държавните културни институти в областта на сценичните изкуства
4. Интернет и фейсбук страници на Драматичните театри в Бургас, Плевен, Стара Загора, Пловдив, Варна, Благоевград, Народен театър „Иван Вазов“, Театър Българска Армия и др.
5. Уебсайт на НСИ – Театри <https://www.nsi.bg/bg/content/3657/%D1%82%D0%B5%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B8>

СЪВРЕМЕННИ УПРАВЛЕНСКИ ПРАКТИКИ МЕЖДУ НУМСИ „ХРИСТИНА МОРФОВА“ И НЯКОИ КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ В СТАРА ЗАГОРА

Стефка Г. Минкова
НУМСИ „Христина Морфова“

Анотация: Настоящият доклад представя съществуващи и планирани управленски практики на НУМСИ "Христина Морфова", които са подчинени на необходимостта от професионална реализация на художествени продукти на базата на изучаваните професии и специалности. Сътрудничеството между културните институти чрез проектно финансиране дава възможност за многоспектърно развитие не само на НУМСИ „Христина Морфова“, но и на неговите настоящи и бъдещи партньори. Дадените примери могат да се използват като добри практики от други подобни училища и културни институти.

Ключови думи: артмениджмънт, музикално изкуство, проектни дейности

CONTEMPORARY MANAGEMENT PRACTICES BETWEEN NATIONAL SCHOOL FOR MUSICAL AND SCENOGRAPHIC ARTS “HRISTINA MORFOVA” AND SOME OF THE CULTURAL INSTITUTIONS IN STARA ZAGORA

Stefka G. Minkova
NSMSA “Hristina Morfova”

Abstract: This report presents existing and planned management practices of "Hristina Morfova" secondary school, which are subordinated to the need for professional realization of artistic products based on the studied professions and specialties. Cooperation between cultural institutes through project funding enables multi-spectral development not only of NUMSI "Hristina Morfova", but also of its current and future partners. The given examples can be used as good practices by other similar schools and cultural institutes.

Keywords: arts management, musical art, project activities

Необходимостта от промяна на управленските практики води до колаборации между различни арторганизации, държавни и общински институции, училища по изкуствата, бизнес организации. За да разгледаме практиката в този аспект на НУМСИ – Стара Загора нека проследим в резюме неговата история.

През 1974 г., със Заповед Д-3/626 на Министерството на просветата е открито Средно музикално училище, Стара Загора. със Заповед Д-3/626 на Министерството на просветата е открито Средно музикално училище, Стара Загора. От 1976 г. патрон на училището е българската оперна певица Христина Морфова (1887-1936). От 2006 г. училището е със статут на национално. През 48-те години на развитие, НУМСИ „Христина Морфова“ създава свой специфичен имидж, чрез който придобива разпознаваемост. Има значим принос в музикалния живот на Стара Загора и страната. Немалко наши възпитаници днес прославят българската култура и извън пределите на родината.

Статут. НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора е държавен културен институт. „Държавни културни институти са и училищата по изкуствата и културата. Те осигуряват професионална подготовка под прякото управление и методическо ръководство на министъра на културата, като се финансират от бюджета на Министерството на културата. [1, чл. 13] Като държавен културен институт, училището е юридическо лице на бюджетна издръжка, което се финансира изцяло от бюджета на Министерството на културата. [1, чл. 5, ал. 1, 2]

Финансиране. Държавата е основен източник на финансиране на НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора. Училището прилага система на делегиран бюджет и е юридическо лице на бюджетна издръжка, второстепенен разпоредител с бюджетни кредити към Министъра на културата (нашия първостепенен разпоредител на бюджет). Поради държавното финансиране, това скъпо професионално образование е достъпно за нашите потребители.

Мисия. НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора е модел на висококачествен образователно - възпитателен и художествено-творчески процес, адекватно организиран към динамично променящия се съвременен свят, съобразен с Държавните образователни изисквания и стандартите на Европейския съюз в духа на демократичните ценности. Изгражда личности с ярко изразено гражданско съзнание и отговорно лично поведение за активно включване в обществения живот, готови да приемат предизвикателствата на новите технологии, с изключителна нагласа и готовност за експериментиране, адаптивни към бързо променящата се външна среда.

Стратегия. НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора се утвърждава като успяващ и притегателен център, който предлага високо равнище на качествено обучение, овладяване на знания и умения. Това е училище, подготвящо качествени специалисти в сферата на музикално-сценичните изкуства – креативни и социално отговорни, които след завършване успешно се реализират във ВУЗ, на пазара на труда в страната и Европа.

Цели. Повишаване качеството на образователната услуга чрез утвърждаване на престижа на училището. Формиране на потребности, интереси и нагласа за учене и повишаване на професионалните умения и

компетенции. Повишаване ефективността на сътрудничеството между професионалното образование и бизнеса в региона. Повишаване ефективността на сътрудничеството с културно-образователните институции и с тези, имащи отношение към професионалното образование.

Образователни услуги. Училището „осигурява общообразователна подготовка, специализирана подготовка в областта на изкуствата и професионална подготовка в съответните професионални направления“. [2, чл. 48, ал. 3] Образователните услуги, които се предлагат са за придобиване на:

- ☐ основна образователна степен;
- ☐ средна образователна степен;
- ☐ трета степен професионална квалификация.

Професионална подготовка. „Професионалната подготовка за всяка професия е обща, отраслова, специфична и разширена и включва обучение по теория и практика на професията“. [2, чл. 84, ал. 3] „Професиите и специалностите се класифицират в професионални направления и по степен на професионална квалификация – трета, учениците ни придобиват професионални знания и умения и компетентности за упражняване на професии, включващи дейности с комплексен характер, извършени при изменящи се условия, както и поемане на отговорности за работата на други лица“. [2, чл. 283, ал. 1 и 7] Обучението се провежда по учебни планове и програми, които са съобразени със съвременните тенденции за развитие на изкуствата, с потребностите на културните институти и на българската култура. Приемането на ученици се извършва по държавен план-прием и по наредби на министъра на културата. [3, с. 3]

Професионалното направление на изучаваните професии и специалности за НУМСИ „Христина Морфова“ е „Музикални и сценични изкуства“ с код 212. Изучаваните професии и специалности са:

- ☐ Професия: код 212030 Музикант – вокалист.

Специалности: Класическо пеене; Поп и джаз пеене;

- ☐ Професия: код 212010 Музикант – инструменталист.

Специалности: Пиано, Цигулка, Виолончело, Контрабас, Класическа китара, Флейта, Обой, Кларинет, Фагот, Саксофон, Тромпет, Ударни инструменти;

- ☐ Професия: код 212050 Танцьор.

Специалност: Български танци;

- ☐ Професия: код 212040 Балетист.

Специалност: Класически танц;

- ☐ Професия: код 212070 „Актьор“.

Специалност: Драматичен театър.

Основание за потребността от съвременни мениджмънт практики между НУМСИ „Христина Морфова“ и някои от културните институти в Стара Загора дават самите арт организации. Между тях съществуват не

малко допирни точки в областта на културата. Реализирани са и някои успешни примери на колаборации между част от тези водещи културни институти. Практиката показва, че като културна организация, НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора, може да бъде избрана за траен ключов участник и партньор в реализирането на проектните дейности. Нашето училище има многоспектърни възможности за партньорско развитие чрез сътрудничество, споделяйки опита на културните институти. Учениците ни, участвайки в реална работна среда, могат активно да стимулират своето професионално развитие, а културно-образователната ни институция - да стане много по-видима, утвърждавайки се като притегателен образователен център в областта на културата.

Държавна опера Стара Загора има своята забележителна многогодишна предистория. През 1925 г. в Стара Загора е създадена първата извънстолична опера, която през 1928г. приема името Южнобългарска районна опера. Одържавена е през 1946 г., а през 1971г. е построена първата сграда в България, предназначена за оперни представления. От града са произлезли световно известните оперни творци: Христина Морфова, Анна Томова-Синтова, Стефка Минева, Веселина Кацарова и много други, както и изключителните музиканти: Марин Големинов, Ромео Райчев, Симеон Фетваджиев, Катя Спиридонова, Стойко Диков и много други. Държавна опера Стара Загора е културен институт с дългогодишни традиции в оперното и балетно изкуство. През последните години за нейната сцена специално се пишат произведения. През 2018г., Държавна опера Стара Загора, заедно с Държавен куклен театър продуцират новаторската за България копродукция „Турандот“ от Джакомо Пучини. Използват за първи път в България кукли в оперен спектакъл. Подписват Договор между двата културни института. Съгласно методиката за финансиране на отделните изкуства от държавата, те процентно разпределят постъпленията, чрез което получават своите настоящи и бъдещи субсидии. През 2022 г., в постановката на операта „Фауст“ от Гуно, Държавен куклен театър осъществява логистиката, като изпълнява поръчка на Държавна опера Стара Загора за кукли, както и осигурява възможността за участие на свои актьори на сцената по време на репетициите и спектаклите при водене на куклите. През 2020 г. Държавна опера възстановява своята постановка за деца „Макс и Мориц“ от композитора Александър Йосифов. Тя е съвместен проект с НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора. Заедно с певци от операта, ученици на училището, бивши възпитаници на НУМСИ „Христина Морфова“, в този момент студенти в НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“, както и студенти от НМА „Проф. Панчо Владигеров“. През 2021 г. Държавна опера Стара Загора, съвместно с НУМСИ „Христина Морфова“ възстановява мюзикъла за деца „Робинзо Крузо“ от Александър Йосифов, отново с участието на ученици от НУМСИ „Христина Морфова“. През 2021 г. Държавна опера Стара

Загора, съвместно с детски хор при НУМСИ „Христина Морфова“, както и с хора на пловдивските момчета, реализира Международен проект с международен екип при концертното озвучаване на филма „Властелинът на пръстените“ в Пловдив.

Сред възможните мениджмънт практики между Държавна опера Стара Загора и НУМСИ „Христина Морфова“ се откроява потребността от:

- ☐ качествено реализиране на производствената практика на нашите ученици. Необходимо е създаването на реални условия за осъществяване на практикумите, включително и на сцена. Така професионално и в дълбочина ще се изучават и прилагат в реални условия изучаваните от тях музикално-сценични изкуства;

- ☐ разнообразен репертоар от деца за деца в областта на образователните направления;

- ☐ традиционните концерти (патронен концерт, тромпетов конкурс);

- ☐ експериментални спектакли и концерти с цел привличане на нови таргет групи и създаване на трайни интереси и потребности на участниците в съвместните проекти.

През октомври 2022 г. бе подписано Споразумение за сътрудничество и съвместна дейност между Държавна опера Стара Загора и НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора. Двете културни институции са водени от взаимно намерение за подпомагане, културен обмен и взаимопомощ, както и за съхраняване и развитие на музикалния живот чрез организиране и реализиране на концерти, свързани с българското музикално творчество и изпълнителско изкуство.

Държавен куклен театър е създаден през 1957 г., а през 1962г., придобива статут на държавен. През последните години мениджмънтът е фокусиран в осъществяване на новите управленски парадигми, чрез които постига организационно съвършенство и има структуроопределяща роля в създаването и продуцирането, както и в разпространението и грижата за развитието на българското куклено-театрално изкуство. Държавен куклен театър е със статут на държавен културен институт. Мисията му е създаване и разпространение на куклено-театрално изкуство за деца и възрастни с висока художествена стойност, стимулиращо духовното и личностното развитие на зрителските аудитории и популяризиране на българското куклено изкуство.

Държавен куклен театър и НУМСИ „Христина Морфова“ могат да реализират съвместни мениджмънт практики от взаимно полезен характер:

- ☐ при провеждане на производствената практика на учениците ни от специалност „Драматичен театър“, те могат пасивно или активно да бъдат включени в подходящи за това постановки;

- ☐ изучаваните специалности могат да се изиявят пред публика преди представленията във фоайето, закритата или откритата сцена;

Държавен куклен театър предоставя своята сцена за реализирането и на самостоятелни проекти на НУМСИ „Христина Морфова“.

Драматичен театър „Гео Милев“, Стара Загора е сред най-старите и престижни театрални институции в България с над 150 годишна история.. От 1954 година е със статут на Държавен драматичен театър. През 1970 г.е преименуван в Драматичен театър „Гео Милев“.

През месец октомври 2022 г. между Драматичен театър „Гео Милев“, Стара Загора и НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора се подписва Споразумение – договорно отношение за съвместно сътрудничество и взаимопомощ. Реализиран бе и първи съвместен проект между двата културни института – музикално-поетичен спектакъл „Малка родина“. Заедно с актьорите, на сцената участваха и ученици от специалност поп и джаз пеене, които представиха популярни български песни. Този добър пример за колаборация дава реална възможност да продължат съвместните проекти. Могат да се реализират и други мениджмънт практики между Държавен драматичен театър „Гео Милев“ и НУМСИ „Христина Морфова“. Възможно е:

- всяка учебна година ще бъде създаван по един спектакъл, изцяло създаден от учениците от специалност „Драматичен театър“. Ще се изберат актуални за тях теми и с помощта на професионални актьори и режисьори от Драматичен театър, ще се осъществят на сцена. Така може да се реализира производствената практика на учениците от втори етап на гимназиална степен;

- ще се обсъждат евентуални заглавия на Драматичен театър, в които също ще могат, макар и епизодично, да се включат ученици като активни или пасивни участници;

- по линия на „Активното включване“ на младите хора ще участват в творческия процес на театъра;

- учениците ще бъдат включени в поредица уъркшопи, част от бъдещата инициатива на ДТ „Гео Милев“ „Младите в театъра“, целта на която е практически знания и натрупване на професионални знания и умения на самата сцена с преподаватели от НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“, НБУ, СУ.

Общински фолклорен ансамбъл „Загоре“ възниква през 1955г. От 2012г. е със статут на Общински фолклорен ансамбъл „Загоре“, като на щат има назначени солисти певци, хоров и танцов състав, оркестър. Възможността от подбор на професионалисти в ансамбъла се осъществява благодарение на училищата по изкуствата, както и на АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“. Високото професионално равнище е благодатна предпоставка за активната концертна дейност, телевизионните изяви и звукозаписна дейност на ансамбъла. Основна цел на ансамбъла е да изследва, съхранява и разпространява българския фолклор. Сценичните произведения, включващи автентични и съвременни интерпретации, показват красотата на българското изкуство.

На този етап липсват мениджмънт практики между Общински

фолклорен ансамбъл, Стара Загора и НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора. Не е подписано и Споразумение между двата културни института, а това е важно, както за училището, така също и за ансамбъла поради следните причини:

- ☐ в НУМСИ „Христина Морфова“ се изучава професия „Танцър“, специалност „Български танци“. Общински фолклорен ансамбъл „Загоре“ е професионалната организация, която може да предложи на учениците осъществяване на производствената им практика. След придобиване на средно образование и на трета степен професионална квалификация, те могат да задоволят потребностите от квалифицирана работна сила. [4, чл. чл. 1, ал.2, чл. 5, ал. 3, чл. 8, ал.3, (3).];

- ☐ учениците могат да бъдат включени в някои от сценичните проекти на Общински ансамбъл „Загоре“;

- ☐ учениците могат да участват в открити уроци;

- ☐ за училището може да се договори използването на репетиционните зали на ансамбъла в удобно и за двете арт организации време.

Регионална библиотека „Захарий Княжески“, Стара Загора е сред културните институции, преобразувани от окръжни в регионални с ПМС № 80 от 07.04.2006 г.

Мениджмънт практики между Регионална библиотека „Захарий Княжески“, Стара Загора и НУМСИ „Христина Морфова“, Стара Загора могат да бъдат изградени на основата на бъдещо Споразумение. Възможно е двата културни института да имат партньорство:

- ☐ в проектната дейност на библиотеката. Например в участие по проект „Библиотеката като образователна среда“. Необходима е съгласуваност при кандидатстването;

- ☐ в проектната дейност на библиотеката, при представяне на автори, техните нови авторски книги, при отбелязване на празници (национални и местни), други;

- ☐ в Европейска нощ на литературата и Европейска нощ на музеите, в които библиотеката предлага партньорство при осъществяване на концертна дейност и музикално-поетични спектакли. Тези проекти имат взаимноизгоден характер. Дават възможност за видимост и „жива“ реклама на нашата културна институция;

- ☐ сцената на библиотека „Захарий Княжески“ е подходяща за провеждане на нашите национални конкурси (Клавирен конкурс и Конкурс за млади джаз изпълнители), Международния тромпетов конкурс, майсторските класове и музикални форуми.

Градска художествена галерия, Стара Загора е общински културен институт. В стогодишната си история Градска художествена галерия, Стара Загора е организираща над хиляда и двеста експозиции и изложби, които са участвали почти във всички галерии на България, както и в музеи на изкуствата и в други страни. След установяване в новата сграда

през 2000 г., експозиционната площ на галерията е 1200 кв.м., както в сградата има и самостоятелни хранилища за всичките ѝ фондове. Един от най-успешните проекти на Градска галерия, Стара Загора е организирането на Балканското квардинале на живописиста „Митовите и легендите на моя народ“. С богатите си фондове, чрез активна експозиционна дейност, галерията е сред най-значимите в България.

Градска художествена галерия, Стара Загора е традиционен домакин на Рождественски концерт на Хор при НУМСИ „Христина Морфова“ и приятели. За осъществяването на този концерт съдейства и Държавна опера Стара Загора, като подсигурава практикабли. Възможни мениджмънт практики между Градска художествена галерия и НУМСИ „Христина Морфова“, които могат да имат взаимноизгоден характер за двете арт организации са:

- ☐ съвместна проектна дейност, кандидатствайки например в сесия на Министерството на културата („Музика и изобразително изкуство“);
- ☐ концерти, свързани с големи национални и християнски празници;
- ☐ възможност за включване в Европейска нощ на музеите;
- ☐ поетичен концерт-изложба;
- ☐ други.

Традиционните мениджмънт практики между културните, образователните институти и НУМСИ „Христина Морфова“ създават благоприятна възможност за това, учениците да създадат своя професионална ориентация, да осъществяват производствената си практика, а учителите допълнително да се квалифицират. Съвместните проекти с културните институти създават условия за много по-голяма видимост на институцията ни. Важно условие е мениджмънт практиките да бъдат изградени на основата на диалога и партньорството, за да има промяна към взаимно разбирателство и уважение. Необходимо е директорът на институцията ни да осъществи традиционна съвместна проектна дейност с директорите на останалите културни институти. Съвременните мениджмънт практики изискват договориране и осъществяване на взаимно ползотворни културно-образователни проекти, както и практикумите (производствената практика) на учениците от гимназиална степен.

В емпирично изследване бяха направени 8 онлайн анкети, в които участваха 212 респонденти. Включени са вътрешни публики (родители на ученици от 1 до 4 клас; родители на ученици от 5 до 12 клас; ученици от 5 до 7 клас /основна степен – прогимназиален етап/; ученици от 8 до 12 клас /средна степен – 1 и 2 гимназиален етап/; учители), както и външни публики (родители, чиито деца кандидатстват за подготвителна група и първи клас; представители на културните институти от Стара Загора и региона; всички останали външни публики). Направена е статическа обработка, на първоначалната информация. Индивидуалната бе

трансформирана в съвкупна, като се установиха основни мнения, валидни за групите респонденти. Общуването и диалогът са в основата на дейността на нашата културна институция. За тяхната успешна реализация е необходимо обществено представяне, достъп и провокиране на интерес. Училището ни има положителен имидж сред широките обществени кръгове и това е ключова предпоставка за изграждане и поддържане на доверие. Културните институти предлагат възможности за партньорство и осъществяване на традиционна проектна дейност.

Докладът създава реална представа за възможните съвременни мениджмънт практики между НУМСИ "Христина Морфова", Стара Загора и водещите културни институти в Стара Загора. Той може да бъде практически полезен и за останалите арт организации. Пътят към придобиване на професионална подготовка за всяка една от професиите, съответно - специалностите, преминава и през възможността да бъдат създадени и реализирани професионални творчески проекти в колаборация с културни институти от Стара Загора.

Използвана литература

1. Закон за закрила и развитие на културата. (1999).
2. Закон за предучилищното и училищното образование. (2015).
3. Справочник за училищата по изкуствата и културата 2020/2021. (2020).
4. Закон за професионално образование и обучение, 1999 г.

IMPROVING SELF-ESTEEM IN PREADOLESCENTS WITH VISUAL IMPAIRMENTS THROUGH COMBINED ARTS

Senior Lecturer, Phd. Viorel Agheana
University of Bucharest

Abstract: The aim of this study was to highlight the role of combined arts in increasing the level of self-esteem in visually impaired preadolescents. Most visually impaired people have a confused, vague, rigid self-image, resistant to change, dominated by impressive-subjective criteria, to the detriment of cognitive-objective ones. Combined arts therapy can be a valuable tool for children with visual impairments as it provides a way for them to explore and express their emotions and experiences in a creative and supportive environment. The analysis of experimental research results confirmed that participation in a combined arts optimization program can result in increased self-esteem in visually impaired preadolescents.

ПОДОБРЯВАНЕ НА САМОУЧУВСТВИЕТО ПРИ ЗРИТЕЛНО УВРЕДЕНО ПРЕДЮНОШЕСТВО ЧРЕЗ КОМБИНИРАНИ ИЗКУСТВА

Ст. преподавател д.ф.н. Виорел Агеана
Университет на Букурещ

Анотация: Целта на това проучване беше да подчертае ролята на комбинираните изкуства за повишаване на нивото на самочувствие при зрително увредено предюношество. Повечето хора със зрителни увреждания имат объркан, неясен, ригиден образ за себе си, устойчив на промени, доминиран от внушително-субективни критерии, в ущърб на когнитивно-обективните възприятия. Комбинираната арттерапия може да бъде ценен инструмент за деца със зрителни увреждания, тъй като им предоставя начин да изследват и изразят своите емоции и преживявания в творческа и подкрепяща среда. Анализът на резултатите от експерименталните изследвания потвърди, че участието в комбинирана програма за оптимизиране на изкуствата може да доведе до повишено самочувствие при зрително увредено предюношество.

Introduction

Visual impairment presents, from the total loss of visual capacity to amblyopia, in different degrees, so that between absolute blindness and amblyopia there is also a "relative blindness". Blindness (blindness) therefore represents a major or total handicap of sight, assuming a complete lack of sight.

In determining the degree of visual defect, not only visual acuity is taken into account, but also other elements of visual capacity. Thus, the equivalence of blindness is considered, the visual deficiency resulting from a reduction of the binocular visual field to less than 20°, even if the central visual acuity is unchanged.

In the period of adolescence and preadolescence, the basic characteristics of the personality crystallize. The preadolescent is no longer considered a child, but he is not yet an adult, he is facing somatic, physiological, affective, and behavioral maturation, especially under the conditions imposed by the new roles, as a young man and a young woman.

Preadolescence is particularly affected by the identity crisis. The main developmental task during this period is the structuring of an identity, resolving the conflict between identity formation and the multitude of roles that the preadolescent and adolescent will fulfill.

One of the main acquisitions of the preadolescent is the formation of personal identity, that is, the integration of one's own person as distinct from all others, but coherent in different life situations. New and more complex interpersonal contacts, richer emotional life, development and maturation of the inner life, lead to a change in the way of relating to others. Affective diversification is easily observed in preadolescents, manifesting itself through protesting, oppositional attitudes, sometimes guilt or rejection, as well as the consideration of politeness requirements as absurd. Pre-adolescents begin to place more value on the opinion of the groups of friends and peers, of which they are a part, parents and teachers begin to have less influence.

Physical appearance (physical attractiveness) and athletic (sports) competence are areas considered very important by preadolescents (Harter, 1983). Boys want a harmonious, well-shaped body, they want to be tall and well-proportioned. Girls want to be tall and skinny with perfect mannequin sizes. In preadolescents, self-esteem is in decline, physical appearance being frequently the source of devaluation. Girls' self-esteem declines more than boys (Kling et al., 1999), and girls tend to be more likely to have lower self-esteem than boys, perhaps due to increased social pressure, which emphasizes physical appearance rather than intelligence.

Like any other person, the visually impaired person perceives, self-analyzes, and self-interprets himself as a psycho-social reality, forming a more or less faithful image of his psychic, spiritual self, depending on the social status, associated with value judgments (capable - incapable, gifted - not gifted, tolerant - intolerant, good - bad, etc.). Most visually impaired people have a confused, vague, rigid self-image, resistant to change,

dominated by impressive-subjective criteria, to the detriment of cognitive-objective ones. The feelings of inferiority, insecurity, doubts, and the inability to be aware of one's qualities, achievements, and successes, determine low self-esteem in the visually impaired. In the case of the visually impaired preadolescent, a poorly defined or distorted self-image creates the feeling that he is wronged, persecuted and lacks confidence in his abilities, and, obviously, low self-esteem. As some studies show, age and the degree of visual impairment influence the formation of self-concept and self-esteem in children with visual impairment. Added to these are the degree of independence in mobility, the way they were raised by their parents, social support, and friendships. The connection between the level of self-acceptance and self-esteem is important. In addition, the specific skill domains in which self-esteem is assessed, as well as the academic, social, athletic, mental, and behavioral skill domains, may differ by age, gender, or diagnosis. Visually impaired children may be less emotionally and socially mature and more selfish than other children because they often have difficulty observing and imitating sighted peers, which in turn may interfere with visually impaired students' ability to develop positive self-esteem (Tuttle & Tuttle, 2004). Self-evaluation, social comparison, and self-concept may vary among people with different visual statuses. Moreover, the self-perception of preadolescents and adolescents with visual impairments can be undermined by negative attitudes of those around them (peers, parents, teachers). On the other hand, overprotection can make them feel less attractive and less competent, and thus additional frustrations and emotional or behavioral problems can occur (Hurre & Aro, 1998). Other visually impaired students may have a distorted level of self-esteem, in the sense of very high self-esteem. This may be because teachers use positive superlatives towards them, praising them excessively. Another explanation could be that people with special needs are likely to develop ideal self-esteem, as a means of defense, in order not to face feelings of inferiority (Beaty, 1991).

Visually impaired students who, in the past, have been discriminated against by others in their immediate or social environment tend to have distorted, low or high self-esteem (Hess, 2010).

Children's self-esteem and emotional well-being are important domains that should be closely monitored in children considered to be at higher risk for adjustment problems (Saigal et al., 2002). In addition, self-perception and feedback from significant others are factors that affect high or low self-esteem.

Parents and teachers play important roles in the development of identity, moral judgment, social relationships, and behavior among children with visual impairments (Bowen, 2010). Social support, the support of parents and teachers, friendships, and independence in mobility, contribute to the increase of self-esteem and the formation of a positive self-concept in visually impaired preadolescents. Alexander (1996) argues that because of the social impact of vision loss, it is necessary for the person concerned to adapt to the

demands of life in order to maintain a positive self-concept.

Opportunities for visually impaired children to participate in various recreational, leisure, or other social activities with peers and friends are especially important (Huurre & Aro, 1998). The development of self-esteem of children and young people with visual impairments requires an environment that is safe and that gives them the freedom to explore (Griffin-Shirley & Nes, 2005). Thus, a better understanding of the emotional and social needs of visually impaired preadolescents is needed in order to improve their self-esteem and well-being.

The concept of combined arts (or expressive arts) represents a set of techniques for stimulation and personal development that involves carrying out therapy sessions through various combined forms of art: painting - (visual arts in general, including modeling), music, dance, and movement, theater, play with an impact on the psyche, the emotional and the physical.

The components of combined art therapy, as conceptual identities, are defined as follows (Paşca&Banga, 2016):

- visual arts therapy (or graphic and plastic expression therapy) – involves going through a complex program of creative activities, which allow the development of imagination and self-confidence; as techniques, the following are used: drawing, painting, modeling, collage, sculpture, graphics;
- music therapy – involves going through a structured program of musical activities, which contribute to the development and expression of the beneficiary's personality, using: rhythm, melody, voice, and instrument;
- dance and movement therapy – involves going through a complex program of physical activities, which contribute to the psychomotor development of the beneficiary, the purpose of these programs is to make the whole body aware of the coordination of movements;
- theater therapy – involves going through a complex program of theater-specific activities that allow the beneficiary to stimulate the expression of feelings; as techniques, we mention: puppet theater, forum theater, shadow theater, creating stories, dramatizations, improvisations on different themes;
- play therapy – involves going through a complex program of playful activities, which helps the psychomotor development of the beneficiary; as techniques, the following are used: knowledge games, movement games, ice-breaking games, etc.

Therapies through combined arts or art therapy - in a broad sense, "presupposes the bringing together of several creative activities for therapeutic or re-educational purposes. The generic expression "art therapy" includes all forms of art: dance therapy, music therapy, drama therapy, plastic arts. In a narrow sense, art therapy involves the use of visual arts (drawing, painting, modeling, sculpture), having the same objective. In both meanings, art therapy takes place in a therapeutic setting either between two people or within a group" (Vatavu, 2014).

Method

This study aimed to highlight the role of combined arts in increasing the level of self-esteem in visually impaired preadolescents.

The present research is carried out in the Special High School for the Visually Impaired in Bucharest (Romania) and the initial sample was composed of 30 subjects, preadolescents, selected from the 5th, 6th, and 7th grades of the school population, aged between 12 and 16 years.

From the 30 subjects of the sample, only a part of the pre-adolescents will be selected for the experimental phase, who, following the application of the psychological tests, obtained a low and medium level of self-esteem and a weak or medium defined self-image. These visually impaired pre-adolescents will be included and will participate in a program to optimize their level of self-esteem through the combined arts.

Table 1. Distribution of the research group

Group type	No. of subjects	Sex		Average age	Degree of visual impairment (amblyopia)		
		M	F		AU	AM	AA
Research batch	30	16	14	13,5 ani	12	11	7
		53,3%	46,66%		40%	36,66%	23,33 %
Experimental batch	10	6	4	13 ani	1	3	6

As I mentioned above, the therapeutic group was selected according to the criterion of the level of self-esteem, but also of the self-image, evaluated in the initial stage (the therapeutic group is usually composed of 8-10 subjects). The therapeutic group consists of 10 subjects (4 girls, 6 boys), and the average age is 13 years. From the point of view of the degree of visual impairment, 1 subject presents mild amblyopia, 3 subjects – medium amblyopia, and 6 subjects – accentuated amblyopia.

The research tools were:

- The personality questionnaire "How strong is the self-image?" (Chelcea, 1997)

As the name suggests, the questionnaire highlights the level of self-image. The questionnaire includes 40 items, which elicit dichotomous, affirmative, or negative answers.

The rating is done according to the coincidences between the subject's answer and the answer in the rating grid. These coincidences are added up, obtaining a score, depending on which it can be considered that the individual has a high, medium, or low level of self-image, respectively:

25-40 – higher level self-image

12-24 – medium level self-image

0 - 11 – lower level self-image

- The Rosenberg Self-Esteem Scale. The Rosenberg Self-Esteem Scale was originally developed to measure the overall sense of personal worth and self-acceptance.

The scale includes 10 items with 4 possible answers, between total disagreement (1 point) and total agreement (4 points). For each item, the subject can select one of four response options – absolutely agree, agree, disagree, or strongly disagree.

- Scale for assessing psycho-emotional maturity – Friedmann scale. The Friedmann Emotional Maturity Scale measures the level of emotional intelligence. The scale comprises 25 items, which are answered with Yes or No and each answer has several points associated with it.

Results

*Table 2. Distribution after the initial assessment
"How strong is the self-image?"*

Subjects	Low	Medium	High
M	2	10	4
F	4	5	5
Total	6 20 %	15 50%	9 30%

It is observed that following the application of the questionnaire "How strong is the self-image?" of the subjects in the research group, 50% of the subjects have an average self-image, not very well-defined, 30% have a well-defined self-image, and 20% have a poorly defined self-image. We believe that this is due to the correspondence between the degree of visual impairment and the level of self-image, a self-image, which, in visually impaired people, can have a rather confusing and vague character. It is also observed that the number of girls with a higher level of self-image is almost equal to that of boys with a higher level of self-image, while the number of girls with a poorly defined self-image is significantly higher (double) than boys (5 girls and 4 boys have a well-defined self-image, and 4 girls and 2 boys have a poorly defined self-image). Things are different in the case of the average level of self-image when the number of boys is twice that of girls (10 boys and 5 girls). A possible explanation would be that girls scored higher on self-image in social relationships but lower on their physical appearance due to increased social pressure that places more emphasis on physical appearance than on intelligence.

*Table 3. Distribution after initial assessment
"Rosenberg Self-Esteem Scale"*

Subjects	Low self-esteem	Average self-esteem	High self-esteem
M	3	12	1
F	4	6	4
Total	7 23,33%	18 60%	5 16,66%

We found that after applying the Rosenberg self-esteem scale to the subjects in the research group, 60% of the subjects have an average level of self-esteem, 23.33% have low self-esteem and only 16.66% have the self-esteem of high self. It is possible that this is a consequence of the correspondence between the degree of visual impairment and the level of self-esteem, self-esteem, which, in visually impaired preadolescents, tends to decrease due to feelings of inferiority, insecurity, and the inability to be aware of their own qualities and achievements. The number of girls with high self-esteem is higher than that of boys with high self-esteem, while the number of girls with low self-esteem is slightly higher than that of boys (4 girls and 1 boy have high self-esteem, and 4 girls and 3 boys have low self-esteem). On the other hand, in the case of the average level of self-esteem, the number of boys is double that of girls (12 boys and 6 girls).

There are studies (Bowen, 2010) that found that girls with visual impairments scored better than boys with visual impairments on the level of self-esteem in children with visual impairments. On the other hand, Al-Zyoudi (2007) found that compared to visually impaired boys, visually impaired girls appeared to have lower self-esteem and a lower sense of self-concept compared to sighted boys low. J. Santrock considers that, in general, in typical preadolescents, the self-esteem of girls is in a phase of decline more accentuated than that of boys (Santrock, 2008).

*Table 4. Distribution after the initial evaluation of the Friedmann scale for
the assessment of psycho-emotional maturity*

LEVEL OF EMOTIONAL MATURATION	m Low level of emotional maturity	Md Average level of emotional maturity	M High level of emotional maturity
No. of Subjects	5	16	9
Frequency	16,66%	53,33%	30%

We found that at the level of the investigated group, namely the research group, following the application of the Friedmann scale for evaluating the level of emotional maturity, the subjects generally have an average level of emotional maturity - 53.33%, 30% have a high level and 16.66% of the subjects have a low level of socio-affective maturation. The results are consistent with empirical observations that visually impaired preadolescents may be less emotionally and socially mature and more selfish than other children because, among other things, they often have difficulty observing and imitating sighted peers or understanding the emotions of their facial expressions or their gestures. Blind children and those with severe visual impairment have reduced mobility, and fewer opportunities to develop social skills, which can lead to isolation and socio-emotional immaturity.

In the next stage of the research, from the 30 subjects in the initial sample, only 10 pre-adolescents were selected, who, following the application of psychological tests, obtained a low level of self-esteem, a weak self-image, and a low level of emotional maturity.

Table 5. Distribution of results from the initial assessment for subjects in the experimental group

	Friedmann scale		"How powerful is self-image"		Rosenberg scale	
	m Low level of emotional maturity	Md Average level of emotional maturity	Low	Average	Low self-esteem	Average self-esteem
No. of subjects	5	5	6	4	7	3
Frequency	50 %	50%	60 %	40%	70 %	30%

In the next stage of the research, the program was created and implemented to optimize the level of self-esteem of visually impaired preadolescents.

Self-Esteem Optimization Program in Visually Impaired

Preadolescents Through Combined Arts

The problems caused by visual impairment, together with the difficulties encountered in preadolescence, give rise to psychosocial peculiarities, with a strong influence on the personality, self-image, and self-esteem, on the relationship of the visually impaired preadolescent. With visual impairment, personality traits are strongly influenced by the degree of emotional maturation and social adaptation.

Many visually impaired people have a diffuse, vague, rigid self-image, resistant to change, and have low self-esteem, they can manifest the feeling of inferiority and lack of confidence in their own strength, increased shyness, they are not satisfied with their physical appearance and are aware that there are things they will never be able to do. Sometimes they show dependence, they need co-confirmation and counseling when they have to make important decisions. They are characterized by lower availability of relationships and communication.

These conditions and manifestations can be determined directly by the visual impairment or they can have other causes: inadequate and undervalued psychosocial relationships of the visually impaired, educational mistakes, or an emotionally insecure psycho-affective climate.

In the visually impaired, if the self-regulatory and organizing components of the activity work optimally, then the relational-value subsystem of the personality is saturated with positive character traits and with a realistic and constructive motivational system, "a growth motivation" based on the tendency of esteem, self-esteem, and self-realization, based on high but realistic aspirations and ideals, in accordance with one's own cognitive skills and interests (Rozorea, 2003).

In this context, compensation through art is an important resource in the therapy of people with disabilities (Kranowitz, 2012). The greatest benefit that combined art therapy brings to these people, especially preadolescents with visual impairment, is the experience of well-being during the workshops, which provide a relaxing environment, a favorable affective climate, in which it is satisfied the need for security and affectivity, in which they can manifest their own personality, express and value themselves, experience the feeling of pride and satisfaction when their works are appreciated by their peers. The feeling of mastery, which is an extremely rewarding feeling, can have a major impact on the sphere of self-image, and self-esteem in children with C.E.S. Especially the visually impaired are those for whom the feeling of mastery has strong transformative valances, especially in the context of which they frequently experience contradictory feelings, such as that of helplessness or that of a lack of personal value. If visually impaired tweens are encouraged to do a certain thing, as well as they can, they will experience the mastery and motivation to do that thing better and better, thus increasing their self-esteem.

Through creative therapies, children can access their resources in a non-formal way; they can maximize their creativity, spontaneity, and abilities to develop symbolic play (Mitrofan&Vasile, 2007).

The program to optimize the level of self-esteem of visually impaired preadolescents lasted 6 weeks, 2 sessions per week and the activities included: completing a visual diary (Art diary), musical auditions, modeling in clay, painting, and drawing, making puppets and then puppet theater, paper collages, leaves, sticks, colored sand, musical improvisations with various instruments.

Blended art therapy can be a valuable tool for children with visual impairments because it gives them a way to explore and express their emotions and experiences in a non-verbal way. Here are some examples of how combined art therapy has been used with visually impaired children:

- music was used to help the child explore his emotions and experiences. For example, the therapist used instruments such as drums or keyboards to create different sounds and rhythms or might encourage the child to sing or hum along to familiar tunes.
- dance or movement helped the child explore their body awareness and physical sensations. For example, the therapist encouraged the child to listen to different types of music and used props such as scarves or balls to help the child train their sense of touch and movement.
- theater or role-playing was meant to help the child explore different perspectives and scenarios. For example, I encouraged the child to discover and show different emotions in different situations. Puppets were also used to help the child express themselves freely both verbally and in a non-verbal manner.
- tactile art forms, such as modeling clay or collage, to help the child express themselves in a visual way. The therapist encouraged the children to create a sculpture or collage using different textures and materials and used braille or raised lines to help the child create visual art in a way they could perceive.

Before the therapy process started, each child was assessed. Depending on his needs, the objectives to be achieved were designed. This was done by studying the student's file, through information acquired from the family, and other teaching staff, observing the artistic preferences, and knowing the previous experiences in the field of music, drawing, painting, dance, and theater. The introduction to different activities was done gradually, depending on their type and compatibility. Thus, rhythmic activities, in the case of music, which is based on the use of percussion instruments, are good to be introduced before other categories of activities, because it has been shown that the introduction of rhythm is less anxious for the subjects.

The purpose of this program is to develop artistic skills, to improve skills and the pleasure of practicing, but, first of all, to give free rein to creativity and free expression, with a beneficial effect on personality and the development of self-esteem.

After the implementation of the optimization program, we evaluated and compared the differences between the initial evaluation of preadolescents with

visual impairment and the final evaluation.

To the questionnaire "How strong is the self-image?" the results were as follows:

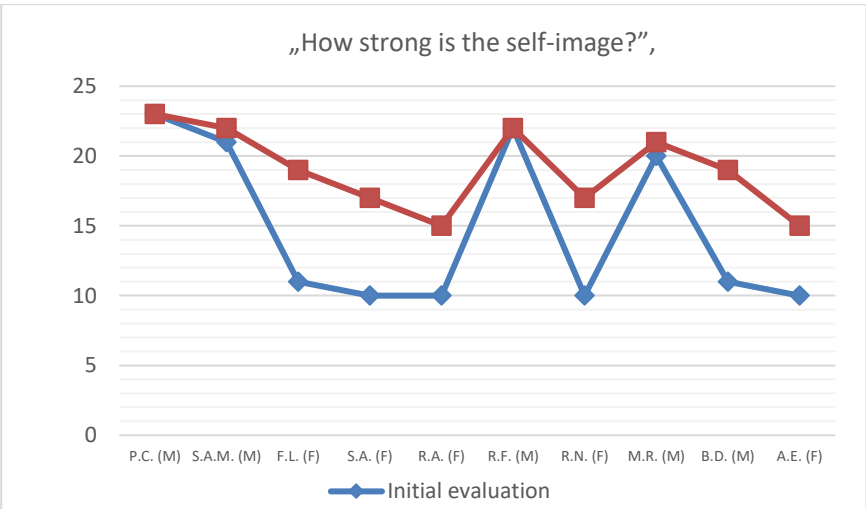


Fig. 11. Comparative graph of the levels of self-image obtained by the therapeutic group between the final stage and the initial stage

In fig. 11 it is observed that in the case of 8 subjects from the therapeutic group the level of self-image evaluated in the final stage is higher than in the initial stage, and for 2 subjects the level remains the same. For the vast majority of children participating in the program, the scores have improved in a positive sense, so they present a stronger self-image

We used the same type of analysis for self-esteem, comparing the results before and after implementing the optimization program.

Thus, on the Rosenberg scale for self-esteem, after implementing the optimization program, we found:

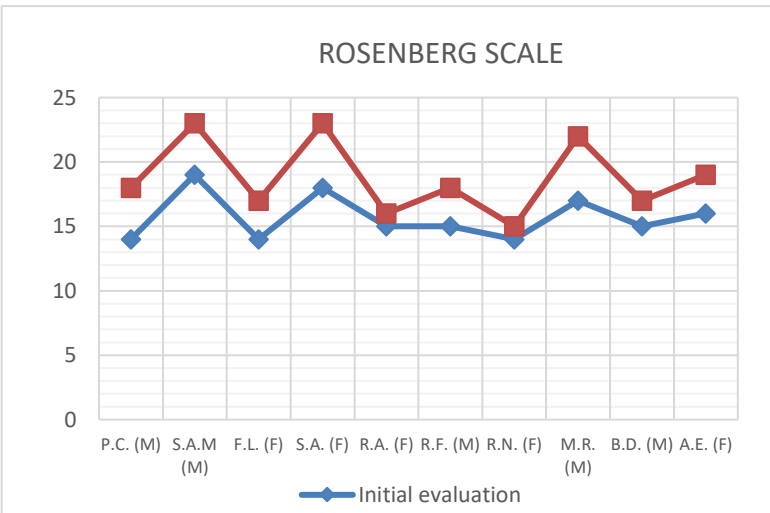


Fig. 12. Levels of self-esteem obtained by the therapeutic group, comparison between the final stage and the initial stage

It is observed that, in the case of all 10 subjects in the therapeutic group, the level of self-esteem assessed in the final stage is higher than in the initial stage, which confirms that participation in a combined arts optimization program can increase the level of self-esteem.

Conclusions

The premises that substantiated this research were confirmed by the results of the applied tests, which is consistent with the fact that there are correspondences between the degree of amblyopia and the dependent variables (level of emotional maturity, level of self-image, level of self-esteem) in the sense of a correspondence between the degree of visual impairment (mild/medium/pronounced) and the level of self-image (high/medium/low), a self-image, which, in visually impaired people, can have a rather confusing and vague character. Self-esteem, in visually impaired preadolescents, tends to decrease due to feelings of inferiority, insecurity, and the inability to be aware of one's own qualities and achievements. They show some self-confidence, which is also a consequence of the fact that they feel loved and quite appreciated, many of them are talented in music or drawing, and they have a good memory - a characteristic specific to the visually impaired. Sometimes they show dependence, they need confirmation and counseling when they have to make important decisions, they are not satisfied with their physical appearance and they are aware that there are things they will never be able to do. On the other hand, there are also cases in which self-esteem has a high level, and visually impaired students overestimate themselves, this may be a defensive reaction or a consequence of the fact that they do not accept their deficiency or that they are overprotected.

Another conclusion is related to the correspondence between the degree of visual impairment (mild/medium/severe) and the level of emotional maturity (high/medium/low). Visually impaired preadolescents may be less emotionally and socially mature and more selfish than other children because, among other things, they often have difficulty observing and imitating sighted peers or understanding emotions from their facial expressions or gestures. Blind children and those with severe visual impairment have reduced mobility, and fewer opportunities to develop social skills, which can lead to isolation and socio-emotional immaturity.

The comparative analysis of the results of the tests applied in the ameliorative intervention group in the initial, diagnostic stage and, respectively, in the final, re-diagnostic stage, confirmed that participation in a combined arts optimization program can result in an increase in self-esteem. Thus, in the case of all 10 subjects in the therapeutic group, the level of self-

esteem assessed in the final stage is higher than in the initial stage, a phenomenon also observed in the case of self-image.

In conclusion, the combined arts can play an important role in the emotional balancing of visually impaired preadolescents, in optimizing the level of self-esteem and self-image, in optimizing their personal development, family, school, and social integration, all having repercussions on success in school and in life.

Visual impairment induces various peculiarities in the planes of development, influencing both the primary psychic processes and the higher psychic processes. Cognitive, behavioral, relational, affective and personality changes may occur. These changes can be diminished or even eliminated through therapeutic educational interventions. The problems caused by visual impairment, together with the difficulties encountered in preadolescence, give rise to psychosocial peculiarities, with a strong influence on the degree of emotional maturation, self-image, and self-esteem. Very few pre-adolescents are emotionally stable. This situation is due to several factors: lack of communication, lack of affection, traumas that happened in the family, and the social environment.

The optimization program offered the participants a relaxing environment, a favorable affective climate, in which their need for security and affectivity was satisfied, in which they could express and value themselves, and manifest their own personalities. The intervention carried out through the self-esteem optimization program through combined arts led to an obvious increase in the level of self-esteem and to a better shaping of the self-image of visually impaired preadolescents, but also to their emotional balancing, in order to optimize their personal development.

We can appreciate that, for the success of the education of visually impaired students, for their good socio-professional integration, and to improve their quality of life, it is essential to implement therapeutic programs that strengthen and perfect compensatory mechanisms, optimization programs, and personal development, which will contribute to the shaping of personal identity, the formation of a favorable self-image and an adequate level of self-esteem, the improvement of social and communication skills, the correct perception of reality and greater independence.

Overall, combined art therapy can be a valuable tool for children with visual impairments because it provides them with a way to explore and express their emotions and experiences in a creative and supportive environment. Using a variety of art forms, therapists can help these children develop self-awareness, emotional regulation, and personal growth in a way that is tailored to their unique needs and abilities.

Bibliography

1. Alexander, F. (1996). Self-concepts of children with visual

impairments. *Re: view*, 28, 35–43.

Al-Zyoudi, M. (2007). Gender differences in self-concept among adolescents with low vision. *International Journal of Special Education*, 22, 132–136.

2. Beaty, L. A. (1991). The effects of visual impairment on adolescent self-concept. *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 85(3), 129–130.

3. Bowen, J. (2010). Visual impairment and self-esteem: What makes a difference? *British Journal of Visual Impairment*, 28, 235–243.

4. Griffin-Shirley, N., & Nes, S. (2005). Self-esteem and empathy in sighted and visually impaired preadolescents. *Journal of Visual Impairment & Blindness*, 99, 276–285.

5. Harter, S. (1983). Developmental Perspectives on the Self-system. In E.M. Hetherington (Ed.), *Handbook of Child Psychology*, Vol.4, (pp. 275–386). New York: Wiley.

6. Hess, I. (2010). Visually impaired students in mainstream schools in Israel: Quality of life and other associated factors. *British Journal of Visual Impairment*, 28(1), 19–33.

7. Huurre, T. M., & Aro, H. M. (1998). Psychosocial development among adolescents with visual impairment. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 7, 73–78.

8. Kling, K. C., Hyde, J. S., Showers, C. J., & Buswell, B. N. (1999). Gender differences in self-esteem: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 125(4), 470–500. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.125.4.470>

9. Kranowitz, C. (2012), *Copilul desincronizat senzorial*, Editura Frontiera, București.

Mitrofan, I., Vasile, D. (2007). *Terapii de familie*, Editura SPER, București

10. Pașca, M. D., Banga, E. (2016), *Terapii ocupaționale și arte combinate – repere creative*, University Press, Tg. Mureș.

11. Rozorea, A. (2003). Deficiențele senzoriale din perspectivele psihopedagogiei speciale, Ex. Porto, Constanța.

12. Saigal, S., Lambert, M., Russ, C., & Hoult, L. (2002). Self-esteem of adolescents who were born prematurely. *Pediatrics*, 109, 429–433.

13. Santrock, J. W. (2008), *Life-Span Development* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.

14. Tuttle, D. W., & Tuttle, N. R. (2004). *Self-esteem and adjusting with blindness* (3rd ed.). Springfield, IL: Charles C Thomas.

15. Vatavu, N., (2014). *Artterapia, creatorul uman și sentimentul de măiestrie*, *Revista de terapii creativ-expresive și dezvoltare personală unificatoare*, Vol.1, Nr. 1, (p.1 – 7).

АРТМЕНИДЖМЪНТЪТ ВЪВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОБРАЗОВАНИЕТО

Десислава Я. Атанасова
Докторант, УниБИТ

Резюме: Съвременната силно конкурентна среда налага появата и развитието на нова дисциплина: артмениджмънт. Тя има изключителна роля за успеха и развитието на арт индустрията и най-вече за бързата ѝ адаптация. Арт организациите имат своя специфична система на управление, която изисква нови подходи (маркетингови и PR технологии).

Ключови думи: артмениджмънт, арт индустрия, изкуство, образование, PR

ART MANAGEMENT IN INTERACTION WITH EDUCATION

Desislava Ya. Atanasova
PhD student, UniBIT

Abstract: Today's highly competitive environment forces the emergence and development of a new discipline: art management. It has an exceptional role for the success and development of the art industry and above all for its rapid adaptation. Art organizations have their own specific management system, which requires new management approaches (marketing and PR technologies).

Key words: art management, art industry, art, education and PR

Много преди да бъде установена и формулирана връзката между изкуствата, арт мениджмънта и PR, тя вече е съществувала. От самото начало визуалните изкуства са се използвали за влияние върху общественото мнение. Впечатляващата архитектура на древен Египет (храмове, статуи и пр.) е прославяла величието на властимащата класа. Днес голям брой компании също използват изкуството с идеята да получат положително медийно отразяване, а изкуството и арт индустрията използват този интерес с цел да бъдат субсидирани и да добият по-голяма публичност и съответно да генерират по-голяма приходност. Пример за подобна компания е Телеком Нова Зеландия, която е спонсор на международния фестивал на изкуствата, на Градската галерия в Уелингтън, Филхармонията в Окланд и др.

Съществува очевидна нужда от дисциплина, която да моделира изкуството организационно, но все пак да отразява същността и творческия характер на тази дейност. В този контекст културният

мениджмънт включва създаването на условия за художествено творчество и производство на културни блага (идеи и ценности), както и за тяхното проектиране в произведения, които са достъпни за публиката и за приемането им в културната общност.

И така, последното десетилетие на миналия век на сцената излиза една нова академична и управленска дисциплина: Управление на изкуствата. „Тази поява може да е свързана с нарастващото икономическо значение на изкуството и културата в постмодерните общества. Културните дейности вече не се ограничават до традиционните форми на изкуство, а включват и продукти на културните индустрии и услуги на новите комуникационни средства. Технологичното движение на цифровизацията създава връзки между изкуството и управлението. В тази посока е много важно да се отбележи, че първото голямо икономическо събитие на новото хилядолетие е „мегасливането“ между Time-Warner и AOL (т.е. между традиционния културен контекст като музика или книги и нов начин на разпространение, Интернет). Това е пълен разрыв със старата визия за изкуството като силно субсидиран публичен сектор, който все още е преобладаващ в някои европейски страни“ (Evrard & Colbert, 2000). И според тях това е науката на третото хилядолетие.

Мениджмънтът на изкуствата, наричан още администрация на изкуствата, е специализирана област, която в сферата на изкуствата прилага управленски и бизнес функции. Но той определено не е само набор от технически процедури и методи, а специална субкултура, изпълнена със собствени ценности, норми и закони. Ако се разгледат поотделно двете думи „арт“ и „мениджмънт“, то е видно, че акцентът пада върху изкуството, което от своя страна дава основната насоченост на тази сравнително нова дисциплина, както и на специалистите, които тя подготвя.

Някои автори и изследователи твърдят, че когато повечето хора от сферата на изкуството говорят за мениджмънт на изкуствата, то те имат предвид предимно чисто административните функции на организацията, насочени към потребителя и публиката, а не към управленските практики, включени в създаването на художествената творба. Дан Мартин идентифицира пет управленски отдела – стратегическо планиране, управление на финанси, набиране на средства, маркетинг и управление на съоръжения или физическо предприятие – в подкрепа на изкуството, за което е създадена организацията. Той, също така, предлага две различни, но свързани сфери на дейност: публична, с нестопанска цел; и частна, със стопанска цел. Публиката, посетителите или зрителите се възприемат като потребители по линия на основното корпоративно маркетингово управление. Пример с изключителна тежест е Фондация Соломон Р. Гугенхайм, която заема водеща роля, попивайки от опита и практиката на заведенията за бързо хранене, като се включва в глобален културен франчайзинг (Ню Йорк, Венеция, Билбао, Берлин и

Лас Вегас) признава, че стойността на активите на нейната постоянна колекция може да се използват като финансов инструмент (Martin, 1998).

От друга страна, Т.Н.Суминова твърди, че „... управлението на изкуството може да се възприема по различни начини, например като: 1) изкуството, да се управлява изкуството, (т.е. висока степен на умение и майсторство); 2) изкуството да се управляват интелектуални финансови и материални ресурси; 3) наука, която има свой обект, предмет, набор от концепции, теории, принципи, проблеми и методи за тяхното решаване; 4) дейности основани на система от принципи, функции, методи и организационна структура на управление на организацията, съответстващи на социокултурните условия, както и на икономическата и правна реалност и др.“(Суминова, 2011).

Пазарните условия, в които съществува и се развива съвременното информационно общество налагат и придобиването на знания, умения и компетенции, които да отговарят на новата обстановка. В този смисъл, е важно да се каже, че основната задача на артмениджмънта е обединението на информацията, знанието и опита, и превръщането им в продуктивна сила, така че да се осигури успешното развитие на всяка организация от сферата на изкуството. Арт организациите са подложени на различни вътрешни и външни сили, които оказват натиск върху тях и ги карат да предприемат големи трансформации, за да гарантират оцеляването си. Като цяло арт индустрията споделя едни и същи основни проблеми: създаване или представяне на артистично удовлетворяващи произведения в съответствие с техните мисии, намиране и задържане на публика, осигуряване на финансовото и творческо благополучие на организация или продукция и поддържане на добър персонал и връзки с обществеността.

В 21-ви век в световен мащаб има огромна нужда от основни познания за управление в културния сектор. Има много изследвания за това как успешно да се управлява търговски бизнес, но литературата за управление на културни организации е сравнително оскъдна. През последните няколко десетилетия се наблюдава постоянно нарастване на публикациите в областта на управлението на изкуствата. През 1991 г. е организирана първата голяма научна конференция в областта на управление на изкуствата. Освен това, вече над 400 програми за обучение по културен мениджмънт се предлагат от различни организации и институции по целия свят. Всички те показват наличието на значителна изследователска дейност и развитието на силен интерес към управленските практики в секторите на изкуствата и културата (Evrard & Colbert, 2000). Процесите на управление, в различни времена, носят своята специфика, което определя основните характеристики в обучението на специалисти в областта на мениджмънта на изкуството. Той е насочен към стимулиране на интереса към областта на управление на изкуствата, като представя нещо от неговия основен характер в увлекателна форма.

Силата на публичността или казано по друг начин, силата на успеха, определено не подминава сферата на изкуството. Връзките с обществеността (PR) за изкуството не са нещо ново. Преди малко по-малко от век Елеонор Ламбърт, легендарна публицистка за изкуство и мода, представлява успешни артисти като Джаксън Поллок, Джейкб Епщайн и Исаму Ногучи. Художници като Анди Уорхол, от друга страна, се явяват като естествени експерти, с природен усет, в това как да използват публичността и маркетинга, за да издигнат марката си и да генерират растеж на приходите. Уорхол интуитивно е открил как да претвори творческата си визия, за да привлече вниманието на медиите.

Съществуват убедителни аргументи в полза на сътрудничеството на художниците и галериите с мениджърите за връзки с обществеността. Първо, тези експерти могат да помогнат при определянето на целевите аудитории и намирането на начини за работа в мрежа с тях. PR планът също така се състои от създаване на марката и разработване на времевата линия за артистични цели. Тези дейности структурират работата и определят посланията и целите. Второ, PR може да помогне на артистите да разширят своята аудитория, да представят произведенията на изкуството онлайн, да комуникират с конкретни арт журналисти и медии. Също така PR мениджърите могат да съдействат при организирането на събития и да изградят мрежа от контакти за професионално развитие.

Но първо, какво точно е PR? PR се отнася до „спечелената“ медийна част в триадата „притежавани“, „платени“ и „спечелени“. И трите елемента са необходими за успешна маркетингова кампания. Просто казано, притежаваните медии се възприемат като свои собствени канали, а платените медии се възприемат като рекламно пространство, като плакати или реклами в печатни и онлайн медии, което всъщност купувате. Интересен и забавен случай в тази посока е поканата отправена от Музея Уитни към Джеф Кунс, през 1989 г., да създаде открит билборд за Image World, изложба, изследваща връзката между изкуството и медиите. Самият Кунс разказва: „Помислих си: Знаеш ли какво ще направя? Ще създам този билборд, който рекламира филм. Ще го нарека Made in Heaven и в него ще участвам аз, Джеф Кунс и Чичолина. Сякаш съм друга звезда.". Това се оказва доста провокативна и нетрадиционна творба. Всъщност този билборд напълно надминава функцията си, предизвиква шум и води до изключителна публичност. Разбира се, Кунс е имал предвид това като рекламен трик, което води до спечелените медии.

В настоящата онлайн реалност спечелените медии разчитат в голяма степен на онлайн предаване от „уста на уста“, което може да придобие формата на „вирусна“ тенденция, споменавания, споделяния, повторни публикации, рецензии и препоръки. Силата на безплатната публичност се състои в това, че отразяването често е редакционно, автентично и следователно се възприема като надеждно и се счита за одобрение.

PR може да бъде невероятен инструмент за артисти и други агенти на културната индустрия за създаване на достатъчно шум около тяхната работа. „Този шум“ може да е свързан с изложба, събитие, издание или сътрудничество, но може също така да се отнася до изграждането на генерален профил на художника. За създаването на успешен, полезен, но и достатъчно силен „шум“ добрият PR агент ще знае кога, какво да каже и най-важното на кого. PR агенциите поддържат база данни с автори на изкуството, журналисти, издатели, блогъри, влиятелни лица и др. Взаимоотношенията се развиват, за да се поддържат силни връзки с тези лица чрез редовна комуникация и работа в мрежа.

През последните петдесет години мениджмънтът на изкуствата постигна значителен напредък към превръщането си в ценна академична дисциплина и професия в световен мащаб (Evard&Colbert, 2000). Асоциацията на педагозите по администриране на изкуствата (AAAE) държи управлението на изкуствата да се третира като следдипломен курс на обучение. Мениджмънта на изкуствата за студенти, според AAЕ, трябва да бъде „здравео базирано на учебна програма по либерални изкуства, чиято цел е широкото развитие на студентите като човешки същества, способни на анализ, разсъждение, комуникация и преценка“ (Chong, 2002).

Администрирането или управлението на изкуствата се превръща в „жизнеспособна“ и устойчива кариера в много части на света, включително по-голямата част от Северна Америка, Азия, Европа и Южна Америка. Университетът на Торонто Скарбъроу, например, създава и развива най-продължителната бакалавърска програма по мениджмънт на изкуствата в страната (активна от 1984 г.), с идеален баланс между курсове по изкуства и бизнес, както и богатство от курсове, специфични за мениджмънт на изкуствата, които продължават да се използват като модел за други подобни програми по света. Висококачествени стажове и други възможности за обучение чрез опит позволяват на студентите да придобият професионален опит, да се свържат с хора в областта, за бъдеща работа, да практикуват и прилагат наученото за по-задълбочено разбиране на предмета. Christie's education предлагат курс, макар и кратък (петдневен). Ценното тук е, че курсът е воден от професионалисти, представители на галерии, но и специалисти от самата аукционна къща; също така предлага начини за работа с различни маркетингови и PR канали, с цел постигане на пълна удовлетвореност и успех в постигане на целите на всички заинтересовани страни.

Не липсват добри примери и от България, НБУ (Нов български университет) и АМТИИ (Академията за музикално, танцово и изобразително изкуство). Преподаваната дисциплина в НБУ е с акцент на теория на изкуството, докато АМТИИ набляга повече на маркетинга, нормативна база и културни политики, предприемачество и културни индустрии, реклама и изкуство, комуникации, изкуство и медии, връзки

с обществеността. Много са примерите на университети, колежи и организации, които предлагат бакалавърски, магистърски програми и професионални курсове, които подхождат гъвкаво, предлагат адекватни на новата среда обучителни програми, така че да отговорят на съвременните изисквания на арт съсловието и арт индустрията, която има крещяща нужда от добре подготвени, знаещи и мислещи професионалисти, които са в крак с новите технологии и модни тенденции в употребата на нови канали на комуникация, но и ценят изкуството, неговата същина.

Използвана литература

1. Evrard. Colbert, (2000). Arts Management: A New Discipline Entering the Millennium? // International Journal of Arts Management, № 2, 4-13 // https://www.jstor.org/stable/41064684?read-now=1&seq=1#page_scan_tab_contents
2. Martin D. (1998) 'Arts administration (arts management)', in Encyclopedia of Public Policy and Administration, four volumes, (ed.) J. Shafritz, Boulder, CO: Westview Press (1998): 128–33 // https://www.researchgate.net/publication/228323144_Art_Management_An_Informative_Prospective
3. Суминова (2011) Арт-менеджмент как социокультурный концепт // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2011. № 3. С. 117-123. // <https://cyberleninka.ru/article/n/art-menedzhment-k-opredeleniyu-ponyatiya/viewer>
4. Chong D, (2002). Arts Management, London ; New York : Routledge, 2002. - XI, 156. С. 5-12. // https://www.academia.edu/28030105/Arts_Management

ОРГАНИЗАЦИОННИ АСПЕКТИ НА ТЕАТРАЛНОТО ТУРНЕ

Боян Л. Желязков, докторант
НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“

Резюме: Докладът има за цел да разгледа особеностите при организацията на театрално турне - етапите на подготовка и задачите за изпълнение при реализирането му, миксът от промоционални дейности и ресурсите.

Ключови думи: театър, турне, организация

ORGANIZATIONAL ASPECTS OF THEATRICAL TOUR

Boyan L. Zhelyazkov, PhD student
NATFA Krastyo Sarafov

Abstract: The report aims to examine the peculiarities of the organization of a theater tour - the stages of preparation and the tasks to be performed during its implementation, the mix of promotional activities and resources.

Keywords: theater, tour, organization

Едно от основните значения на думата „театър“ е помещение, здание.[1] Театърът основно се свързва с определено място и локация. Думата „гастрол“ (от немски *gastrolle* през руски гастролъ) в Речника на българския език се среща като гостуване на театрален състав или на отделен сценичен изпълнител на чужда сцена. Отново в речника от френски значението на думата „турне“ се описва като обиколка, пътуване до различни населени места, предприета от артист или артистична труппа за изнасяне на представления. От изложеното дотук можем да направим извода, че двете думи „турне“ и „гастрол“ са синоними. Като такива те са придобили популярност и в българската театрална практика. Можем да обобщим също, че турнето представлява разпространение на театрална продукция извън основната сцена на театъра. Трябва да обърнем внимание, че театралното турне може да се реализира в различни населени места в страната и чужбина – градове и извънградски райони, но може да се осъществи и на друга сцена в същото населено място, където е базата на театъра.

Настоящата разработка се фокусира върху организационните аспекти на театралното турне – неговата цел, етапите на подготовка, графикът и задачите за изпълнение на дейностите, миксът от промоционални активности, необходимите ресурси за реализацията му и отчитането на резултатите след неговото провеждане. Методът, който е използван е включено наблюдение и интервюта с театрални продуценти.

Стратегията за развитие на българската култура, която включва в

рамките на изпълнителските (сценични) изкуства театърът и прави разделение на държавните театри според художествения им профил - драматични, драматично-куклени, куклени, театрално-музикални. Друго разделение на театрите е според щатното разпределение – репертоарни с пълен щат; репертоарни театрални продуциращи центрове, в които на щат са само административните и техническите служби, а творческите екипи се наемат по договори за всеки отделен проект; театрално-музикални центрове с постоянен творчески състав от музиканти, актьори и танцьори, технически и административен персонал.

Според данни на Националния статистически институт в момента има 35 драматични, 7 драматично-куклени и 20 куклени театъра.[2] В областта на театъра функционират 37 държавни театри, 10 общински театри и променлива бройка частни театрални организации.[3]

Изброените разделения и групирания на театралните организации обуславят определени специфики в работата, които се забелязват и при организацията на турне. Докладът се концентрира и извежда общите характеристики и особености при реализацията на театрално турне.

В Методиката за разпределяне на средствата по чл.23а, ал.1, т.1 от Закона за закрила и развитие на културата е посочено, че за целите на документа под „турне“ се разбира всяко представление извън залата на съответния културен институт в същия или друг град на страната. Отново там съществува Приложение №6 чл. 10, ал. 1, т. 1, което представлява Справка за изиграните представления на държавните културни институти в областта на сценичните изкуства извън собствената сцена. Този документ е свързан с отчетността и мониторинга на дейността на културните институти, както и с разпределянето на средства.

Реализирането на турнета е тясно свързано с основни мениджърски функции като прогнозиране и планиране, координиране и организиране. Турнетата по своята същност представляват средносрочно или проектно планиране. Седмичната програма на театралните организации е официален документ за краткосрочно планиране на дейностите, който регламентира работата на театъра. Необходимо е програмираните турнета да бъдат обозначени и в нея.

Организатор на турнета е театралният продуцент. Основният екип, който планира и организира турнетата на театъра зависи от големината на организацията. Най-често организационният екип включва театралния директор, заместник-директор по административните въпроси, мениджър „Маркетинг“, мениджър „Продажби“, експерт „Връзки с обществеността“, административен секретар, главен счетоводител, както и екип относно техническите аспекти като заместник-директор по техническите въпроси, театър-майстор, ръководител „звук“ и ръководител „художествено осветление“. В някои организации като например Драматичен театър „Н. О. Масалитинов“ – Пловдив е обособена конкретна длъжност мениджър „Гастроли“, чиято

основна функция е програмирането, организирането и провеждането на турнета извън основната сцена. Турнетата могат да се осъществяват и от външен организатор, който е частно лице или частна организация. Съществуват частни организации, които разпространяват театрални спектакли. Това най-често са продуцентски компании, които имат импресарска и промоутърска дейност. Ако турнето се осъществява по покана на фестивал/театрален форум, то организационната логика е различна и затова те не са акцент в разработката. В този случай организационните и маркетингови дейности се реализират от организаторите. Особено при държавните културни институти има разлика, защото при селекция, награди и участие на конкретни фестивали има допълнителен финансов компонент. Спецификата при турнетата е, че се субсидират приходи от билети до броя на местата на залата, за която спектакълът е създаден. При турнета в страната държавните културни институти имат задължението да продават собствени билети и да отчитат приходите от тях.[4]

В процеса на работа за успешното провеждане на турне се осъществява взаимодействие между службите на гостуващата и приемащата организация. Като предимство на турнетата може да се изтъкне, че предполагат създаването и поддържането на дългосрочни партньорски взаимоотношения за реализиране на турнето в организационен и маркетингов аспект, както и обективната възможност за разширяване на потенциалната зрителска аудитория.

Най-често срещаните варианти за финансиране на турне са: собствени средства, проекто-програми, спонсорство. Национален фонд „Култура“ реализира програма „Мобилност“[5], както и Столична програма „Култура“ – направление „Мобилност“[6], които имат ежегодни сесии и са отворени за кандидатстване.

Една от основните особеностите на театралното изкуство е, че аудиторията е ограничена – количеството зрители, които могат да присъстват на театрално представление за определен период от време е много по-малко, отколкото общия брой, които са заявили потенциален интерес и желание за присъствие.[7]

Турнето представлява възможност за:

- достигане на нови публикации;
- реализиране на допълнителни приходи;
- подобряване достъпа до културни продукти и децентрализация на културния живот;
- популяризиране на творчеството;
- представяне на културния продукт на международна сцена;
- разпространение и представяне на художествения продукт извън основната сцена;
- обмен на практики и опит между организации и екипи в областта на културата.

Едни от най-често срещаните варианти на театралното турне могат

да бъдат:

- Един град - едно представление. Този вариант представлява еднократно пътуване до дестинация и изнасяне на едно представление с отиване и връщане в рамките от един до два дни в зависимост от отдалечеността на основната сцена.

- Един град – две и повече представления. Този вариант предполага изнасяне на повече от едно представление в рамките на един град. Този вариант е особено подходящ за детски представления, поради тяхното времетраене и мобилност.

- Повече от един град. При този вариант се програмират посещения на повече от един град, в които да бъдат изнесени представления (например: национално турне, регионално турне, есенно турне, лятно турне).

Активни сезони за турнета са пролетта и лятото в периода април-юли и есента в периода септември – ноември. Тези времеви периоди представляват възможност, поради добрите метеорологични условия, заетост на актьорските екипи, както и осъществяваните тогава театрални фестивали.

Маркетинговият микс (4Ps) представлява съвкупност от четири елемента - продукт (product), дистрибуция (place), цена (price), промоция (promotion), които съставят концептуалната рамка за прилагане на маркетингови техники. Моделът е изработен от Джеръм Маккарти през 1960 г. и до днес намира широко приложение във формирането и прилагането на маркетингови стратегии.[8]

Маркетинговият микс представлява набор от инструменти, които една организация може да използва, за да преследва целите си.[9] Прилагането на тази концепция можем да забележим и в маркетинга на сценичните изкуства. Тук можем да отбележим, че турнето представлява дистрибуционен канал на театрална продукция. Дистрибуционни канали са още онлайн платформите за продажба на билети, билетните каси, външни организатори и дистрибутори на билети.

При организацията на турне е необходимо да бъдат взети предвид редица обстоятелства. Една от основните задачи е да се аргументира изборът на заглавие, с което да се пътува. Сред най-честите причини могат да бъдат:

- мобилност на сценографията;
- популярност на творческите екипи;
- популярност на постановката (награди).

Програмирането на турне зависи от заетостите на актьорските екипи и датите, в които те имат възможност да се включат, затова след като сме уточнили заглавието е необходимо да бъдат фиксирани дати заедно с актьорските екипи и спрямо техните възможности (театрите без щатни творчески трупи).

Уточняване на сроковете на турнето също е необходимо. Трябва да конкретизират: период на турнето; дата и час на заминаване; дата и час

на връщане.

При организацията на турне е необходимо да се вземат предвид времето за разтоварване и строеж на декора, адаптация на осветлението и звука на спектакъла, да се уговорят конкретни часове за реализирането на строежа на сцената и осветлението. Предварително е необходимо да бъдат уточнени часовете за строеж, както и за репетиция, ако е необходима такава. Времетраенето на спектакъла и времето за разваляне на декора на сцената и осветлението също са от значение. Залагането на реалистични срокове за изпълнение на задачите и целите на турнето са необходимост за безпроблемното му протичане.

Важна стъпка е сключването на договори и уточняване на финансовите параметри и ангажименти за реализирането на турнето. Трябва да се вземат предвид редица разходи ако са приложими:

- командировъчни (пътни и дневни) регламентирани чрез Наредбата за командировъчните в страната и Наредбата за командировъчните в чужбина;

- транспорт (служебен транспорт, личен автомобил, транспорт под наем или обществен транспорт);

- наем на зала;

- хонорари на творческия екип;

- настаняване и престой (нощувки);

- маркетингови разходи.

Необходимо е екипите да бъдат в непрестанна връзка. След предварителните уговорки за гостуването, е наложително изпращане на грудрис на приемащата сцена, което в превод от немски означава чертеж на сцената отгоре и техническите параметри на осветлението и звука.

Промоцията на турнето е важен аспект. Маркетинговата стратегия включва изясняване на целта на турнето, идентифициране на аудиторията и комуникационните канали, които ще се използват. При изясняването на целта на турнето, трябва да се вземат предвид стратегическите мисия, визия и цели на организацията, както и посланието, което ще се комуникира чрез турнето. За достигане до аудиторията е необходимо да се ползват набор от маркетингови инструменти като традиционни канали – телевизия, радио, вестници и списания; печатни рекламни материали – билборд, флаери, плакати; дигитална реклама – социални медии, имейл маркетинг и връзки с обществеността – интервюта и публикации.

От написаното до тук можем да открийм, че при организацията на театрално турне е необходимо да се има предвид състава на пътуващия екип, както и времеви период, в който ще се осъществи пътуването. Настаняването и транспорта са също други важни аспекти. Разходите са друго перо, което трябва да бъде калкулирано – транспорт, нощувки (ако е приложимо), хонорари на екипа и авторско право, наем на зала (ако е приложимо), маркетинговите разходи. Промоцията на турнето, както и комуникационните канали за достигането до аудиторията са свързани с

идентифицирането на аудитория, както и изясняването на целта на турнето. Ценообразуването зависи от отговорите на няколко въпроса, които не претендират за изчерпателност:

- Каква е цената за наемането на залата?
- Какъв е максималният капацитет на салона и каква е видимостта от местата?
- Защо е избрана конкретната сцена за гостуването?
- Колко ценови пояса ще има и какви ще бъдат цените на билетите?
- Ще се предлагат ли отстъпки?
- Как ще се продават билети – на каса, чрез дистрибутори или онлайн?
- Какъв е максималният приход от турнето и какъв е разходът по организацията му?

Нека да направим уточнението, че два театъра могат да си партнират и да реализират турнета на разменни начала без да заплащат наем на залата. Това се легитимира чрез двустранни договори.

Дотук можем да откروим четири етапа при организацията на театрално турне: **подготовка, промоция, реализация, отчитане/мониторинг.**

В следващата таблица можем да систематизираме част от необходимата информация от най-общ характер по отношение на организацията на театрално турне.

Таблица 1.

Заглавие:	
Пътуващ екип	
Творчески екип: актьори, режисьор, сценограф, композитор	
Художествено-технически екип: осветител, звукооформител, сценични работници, помощник-режисьор, шофьор	
Административен екип /ръководител група/ директор, зам.-директор, счетоводител, мениджър „Маркетинг“	
Мъже/жени:	
Време и период на турнето	
Час на заминаване:	
Час на връщане:	
Време за строеж на декора и осветление:	
Час за строеж на декора и осветление:	

Време за репетиция:	
Времетраене на представлението:	
Време за развяляне на декора:	
Настаняване	
Оферти за нощувки:	
Колко стаи са необходими спрямо мъже/жени:	
Общ брой нощувки:	
Транспорт:	
Градове:	

Разходи			
Транспортни разходи	Вид автомобил на театъра	гориво/литър	в случай на наст транспорт - наеми
Хонорари			
Авторски права			
Наем на зала			
Нощувки			
% за външно разпространение			
Заплащане на обслужващите екипи на приемащата страна			
Наемане на допълнителна техника			
Маркетингов и разходи:	Традиционна реклама: TV, радио, билборд, плакати, флаери Дигитална реклама: спонсориран публикации, реклама Връзки с обществеността		

Промоция и комуникационни аспекти	
Мисия, визия, цел на турнето и послание, което ще се комуникира	
Аудитория	
Комуникационни канали	
Ценообразуване	

Във връзка с изложеното можем да заключим, че турнето представлява основна дейност и метод за разпространение на театрална продукция, който има своите организационни особености. Екипът, който участва в организацията и провеждането му е необходимо да бъде в непрекъсната връзка и координация за успешно разпределение и изпълнение на задачите. Програмирането е необходимо да бъде съобразено със заетостите на творческите екипи, заетостта на театъра и художествено-техническия екип и спецификите на спектакъла. Финансовите параметри и разходите за организирането и провеждането трябва да бъдат уточнени (включително хонорари, наем, транспорт и настаняване) и съобразени с очакваните приходи.

Основните канали за промотиране са традиционни и дигитални. В традиционните се включват печатни материали, телевизия, радио, вестници и списания. Дигиталните канали могат да бъдат собствени, спечелени и платени канали.[10] Собствените канали са уебсайта на театъра, в който може да се публикува информация за предстоящите турнета на театъра. Инструмент за акцентиране на турнетата може да бъде отделно меню, в което да се публикува програмата на предстоящите пътувания. Имейл маркетингът също е канал за достигане до потенциална и реална аудитория ако има изградена база данни от предишни гостувания. Социалните медии като фейсбук и инстаграм също са сред най-често използваните инструменти. Спечелените канали са публикации в пресата и отзиви от зрители, които носят допълнителна стойност и внимание към събитието. Платените канали могат да представляват платена реклама в социалните медии, платени публикации в пресата и други.

Няма унифициран подход за промотиране на турне. Необходимо е да се проучи и анализира аудиторията и възможностите за популяризиране на съответната локация.

Продажбата на билети е също дистрибуционен канал, но трябва да

се проучат възможностите – онлайн платформи, лични продажби и външни дистрибутори.

Цената на билетите е елемент от маркетинговия микс, който носи приход от дейността. Необходимо е да се вземе предвид зрителната зала, в която се реализира гостуването и да се уточни ценовата стратегия спрямо аудиторията и локацията. Необходимо е да се направи анализ на цените на билетите от конкуренти, разходите и аудиторията, за да се направи по-добро ценообразуване.

Най-важната задача в началото е да се определи цел на турнето и да се аргументира изборът на постановка, с която ще се пътува. Задължително е след провеждането му да се направи анализ на постигнатите резултати.

Използвана литература

1. Речник на българския език. <https://ibl.bas.bg/> [Последно посетен: 18 ноември 2022 г.]
2. Национален статистически институт. <https://www.nsi.bg/> [Последно посетен: 18 ноември 2022 г.]
3. Стратегия за развитие на българската култура 2019-2029. https://mc.government.bg/files/5495_Strategy_culture_.pdf [Последно посетен: 18 ноември 2022 г.]
4. Методика за разпределяне на средствата по чл. 23а, ал. 1, т. 1 от Закона за закрила и развитие на културата. https://mc.government.bg/files/6265_convertZapoved%20za%20utvyrjdavane%20na%20Metodika%20za%20finansirane%20na%20dyrjavni%20scenichni%20instituti%20za%202020.pdf [Последно посетен: 18 ноември 2022 г.]
5. Национален фонд „Култура. <https://ncf.bg/> [Последно посетен: 18 ноември 2022 г.]
6. Столична община – дирекция „Култура“. <https://kultura.sofia.bg/> [Последно посетен: 18 ноември 2022 г.]
7. Стратегия за развитие на българската култура 2019-2029. https://mc.government.bg/files/5495_Strategy_culture_.pdf [Последно посетен: 18 ноември 2022 г.]
8. Кръстева, Н., Потенба, А. Дигитален маркетинг. Авангард Прима, София, 2019, стр. 46.
9. Котлър, Ф. Управление на маркетинга. „Класика и стил“, София, 2002 г., стр. 20.
10. Христов, А. Дигиталните медии и компаниите: свобода и автентичност. Медиите на 21 век, 2016 г. ISSN 1314-3794 <https://www.newmedia21.eu/analizi/digitalnite-medii-i-kompaniite-svoboda-i-avtentichnost/> [Последно посетен: 18 ноември 2022 г.]

РОЛЯ НА МУЗИКАЛНО- СЦЕНИЧНИТЕ ФЕСТИВАЛИ КАТО ФОРМА НА КУЛТУРНИТЕ И ТВОРЧЕСКИ ИНДУСТРИИ

Томи Попечкин, докторант
ПУ „Паисий Хилендарски“

Анотация: В настоящия доклад са разгледани два извън столични музикално- сценични фестивала – „Опера Оупън“, Пловдив и „Опера в Летния театър“, Варна, въз основа на проучване, проведено през 2021г. и 2022г. На база на получените данни е разгледана тяхната роля в социален, емоционален, образователен, развлекателен и икономически аспект. Резултатите от анкетите доказват тяхната значимост както в личностно отношение, така и като градски актив.

Ключови думи: музикално-сценични фестивали културни и творчески индустрии, Опера Оупън, Опера в летния театър

ROLE OF MUSIC AND STAGE FESTIVALS AS A FORM OF CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES

Tommy Popechkin, PhD student
Plovdiv University "Paisiy Hilendarski"

Abstract: In this report, two music and stage festivals outside the capital city - "Opera Open", Plovdiv and "Opera in the Summer Theater", Varna - are considered, based on a study conducted in 2021. and 2022 On the basis of the obtained data, their role in social, emotional, educational, entertainment and economic aspect was examined. Survey results prove their importance both personally and as a city asset.

Key words: music and stage festivals, cultural and creative industries, Opera Open, Opera in the summer theater

Независимо от факта, че термина културни индустрии възниква още в началото на 40-те години на миналия век в на книгата „Диалектика на просвещението“ (1944) от Теодор В. Адорно и съавторът Макс Хоркхаймер³, а концепцията за творчески индустрии е документирана за първи път през 1994 г. в Австралия, когато правителството пушна

³ Moorea Ieva, Cultural and Creative Industries concept – a historical perspective Contemporary Issues in Business, Management and Education, 2013
https://www.researchgate.net/publication/275543206_Cultural_and_Creative_Industries_Concept_-_A_Historical_Perspective (Последно посетен 14.08.2020)

новата си културна политика „Творческа нация“⁴, все още има дебати около обхвата и определението за културни и творчески индустрии.

От друга страна, определенията а понятието „фестивал“ са още многобройни, в зависимост от гледната точка на автора.

Джо Голдблат разглежда фестивалите като „модел на празнуване“⁵, а в изданието „Европейски фестивали“ от 1995 г. понятието „фестивал“ се дефинира като „празнично събитие, обединена програма от художествени изпълнения“, която „над-хвърля качествата на всекидневното програмиране, за да постигне ниво на изключителна празничност на определено място“⁶.

Аз разглеждам фестивала като част от Специалните събития, като обосновката за това е аргументирана в доклада „Характеристики на музикално- сценичните фестивали като форма на специалните събития“⁷ и разглеждам тяхната роля, на базата на получените данни от мое проучване, на два извън столични музикално- сценични фестивала – „Опера Оупън“, Пловдив и „Опера в Летния театър“, Варна, проведени през 2021г. и 2022г.

Избрах да изследвам тези два фестивала поради сходните характеристики, не само като продукти на Опера Пловдив и Опера Варна (институционално ТМПЦ, а както го наричат самите те- оперен театър), а и поради туристическата ориентираност на двата града, откритите пространства, на които се провеждат, както и изразената мултижанровост на фестивалните репертоари.

Поради голямото ми уважение към постиженията на двете ръководства, ще направя кратък анонс по азбучен ред, тъй като не само по мое мнение, а и по зрителска оценка ги определям като еднакво креативни, иновативни и успешни.

„Опера в Летния театър“ Варна е рожба на директора на ТМПЦ Варна- Даниела Димова. Тя споделя, че когато става директор, концепцията ѝ е да възобнови летните представления на открития летен театър, които са спрени за повече от 20 години и които никога не са били регулярна традиция, а спорадични- по едно, две, три на лято, но не и цял сезон.

⁴ Пак там

⁵ Голдблат, Джо 2006: Голдблат, Д. Специални събития. Глобален мениджмънт през XXI век. София: Roi Communication. //Goldblat, Dzho 2006: Goldblat, D. Specialni sabitiya. Globalen menidgmant prez XXI vec. Sofiya: Roi Communication.

⁶ European festivls 1995: Geneve.

⁷ Виж. в „Управленски и маркетингови проблеми в изкуството“, Изд. АМТИИ „Проф. Асен Диамандиев“, Сборник доклади, Пловдив, 2022.

Днес, 13 години по-късно Даниела Димова определя „Опера в Летния театър”, като „нашият апогей”. Всичко от миналия опит е взето и е обработено. Но е направено надграждане, абсолютно преобръщане на парадигмата, лятната парадигма на културни развлечения и съобразяване със средата в която живеем. „Опера в Летния театър” е член на Българската фестивална асоциация и е в партньорски отношения с ММФ „Варненско лято”, където участва с утвърдени модули, които надгражда със все по- амбициозни залози за по- добри и по- добри постановки.

Като курортен град, юни, юли и август месец е времето, в което Опера Варна могат да покажат на всички български и чуждестранни туристи тяхното изкуство.

За да обгрижат всички, които имат такова желание в сферата на класическата музика от самото начало ръководството залага на мултижанровост и многопластовост, като развива четири модула- опера, балет, мюзикъл и симфонични концерти. Разбираемо, оперните представления са най- многобройни, но въпреки това Даниела Димова споделя:

„Операта обхваща някакъв ресор от публиката, която иска да дойде и да чуе хубава музика, нещо интересно сценично. С всички тези премиери ние обгрижваме една по- младежка аудитория, освен нашите постоянни ценители и също така обгрижваме по- широк кръг публика. На мюзикъл влизат зрители, които никога дори не са били на опера. Това предизвиква техния интерес към нашата институция, към нашите колективи и те почти всички след това идват и си купуват билети да гледат и опера.”

Фестивалът „Опера Оупън” от друга страна, възражда едни много дълги традиции. Повече от 40 години на Античен театър се е развивал оперен фестивал, който се е наричал Вердиев фестивал и неговият патрон е бил Маестро Борислав Иванов.

Доц. Нина Найденова, настоящият директор на Пловдивска опера споделя, че в момента в който са постъпили на работа, идеята на ръководството е била фестивала да надскочи жанра „опера” единствено и само, да бъде много по- отворено към различните жанрове и публики, още повече, че Опера Пловдив е приемник и на един голям симфоничен оркестър на пловдивска филхармония при сливането им преди години.

Възможността да изпълняват и симфонична музика на Античния театър и амбицията на екипа за различна музика и различна публика налага тази концепция за отворена опера.

Докато първите години названието на фестивала е „Опера Оупън- Продължението на Верди фестивал”, сега към „Опера Оупън е добавено „на Античния театър”, защото това пространство, този вековен театър всъщност дава и идеите за програмите, които правят.

Така, от години Опера Пловдив върви в посока да направи операта

наджанрова, да създава мета спектакли или спектакли, които включват синтеза от различни жанрове като танц, музика, поезия, визуални изкуства, нови технологии и звукове и медийни спектакли като „Поетите и музиката”, „Огънят и празникът” с обърнатата перспектива, с търсенето на наистина различния поглед в музикално- сценичното изкуство и го прави така, че да отхвърли всички предразсъдъци на публиката, която не е изкушена да посещава оперни представления.

„Ние сме приемник, ние продължаваме традиции. Всъщност догодина ще бъдат 10 години на този формат на фестивала, в който не се играе предимно и само Верди и в който сме отворени към различните програми. Той си идва с опита, със самочувствието.” – казва Доц. Нина Найденова.

Докато преди 20 години можехме да говорим, че публиката, която ходи на опера, счита себе си за елитарна, тази мултижанровост води до своите различни публики, които са обединени от професионализма. Въпреки, че все още съществува тази догма, ръководствата на двете опери залагат на различните потребности на публиката, обхващайки всичко което може да бъде в посока музикално- сценично изкуство.

Усилията и на двете опери са насочени към привличане на младата публика, но във Варна тенденцията е да бъде привлечена и присъстващата туристическата таргет група, а в Пловдив залога е да се привличат туристи специално за летния фестивал с амбициозната цел да се достигне изразен оперен туризъм.

Анализирайки данните, установих, че усилията на двете ръководства се потвърждават от проведените анкети.

В Пловдив бяха анкетирани 402 души, а във Варна 283. Процентното съотношение във възрастовите групи са показани в Таблица 1.

Таблица 1

Възраст	Опера Оупън	Опера в Летния Театър
Под 18г.	3,70%	11%
18-29г.	13,20%	11,70%
30-60г.	63,80%	57,80%
Над 60г.	18,20%	19,50%
Не е отговорил	1%	0%

„Аз съм изключително горд директор, защото нашата публика е предимно от млади хора”- казва Доц. Найденова. Изследването на възрастовата група показва, че най- висок процент и на двата фестивала е групата между 30-60 години, но също така има и изразен процент от 18-29 годишна възраст.

За да изведе ролята на фестивалите подготвих няколко въпроса, които ще разгледам по-долу.

На въпроса „**Причината за Вашето посещение**” са отговорили 400 респондента в Пловдив и 282 във Варна, с избор на множество отговори. Обобщените резултати са представени в Таблица 2.

Таблица 2

Причина за Вашето посещение	ОПЕРА ОУПЪН %	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %
Специално за да гледам постановка на	53,8	49,3
Разходка в Пловдив, съчетана с преживяване	12,5	-
Туризм	10,8	-
Бизнес, съчетан с преживяване	2,8	-
Морски туризм, съчетан с преживяване	-	22,3
Развлечение и разнообразие	26,5	44,3
Харесвам постановки на открито	25,8	8,2
Известен гост-артист	16	9,2
Диригент	6	3,5
Режисьор	5	13,1
Балет	14	13,8
Музика	30	9,9
Емоционално преживяване	38,8	47,9
Професионален интерес	6	8,9
Среща с интересни хора	5	7,4
Красота	0,8	*
Ценност	0,3	*
Незабравим момент	0,8	*
Нестандартен формат	3,3	*
Обстановката е приятна и емоционална	8,3	0,4
Познавателни	0,3	*
Известно заглавие	1,5	16
Обичам класическата музика и операта	4,5	6
Покана	0,8	-
По желание на детето	*	1,1
Обща култура	*	1,4
Не е отговорил	0	0,4

*- Отговор на въпроса „Друго”.

В тази връзка е зададен и въпросът „*Какви потребности считате, че задоволява фестивала?*”. Таблица 3 представя резултатите:

Таблица 3

Какви потребности считате, че задоволява фестивала	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %	ОПЕРА ОУПЪН %
Духовни	11,7	1,8
Емоционални	61,3	67,4
Културни	48,9	57,1
Нужда от изкуство	6	5,8
Естетически	3,2	2,8
Социални	22,3	29,1
Интелектуални	3,5	6,8
Музикални	9,6	17,3
Развлекателни	37,2	37,8
Не е отговорил	6,4	4,8
Образователни	3,5	

За да внесе яснота е необходимо да направя някои уточнения. Като пропуск на анкетите бих посочила, че не обхващат детската публика, затова ще споделя личните си впечатления от музикълът „Цар Лъв” във Варна.

Концепцията на опера Варна е не само да предлага най- дългия сезон, а в него да бъдат включени заглавия, които да достигнат до всички възрастови групи. Докато провеждах анкетите, присъствах на музикъла „Цар Лъв”. Не се наемам да правя изводи коя концепция е по-успешна, защото всяка една, сама по себе си има своите достойнства, но мога да споделя моите впечатления. Искях да си отговоря на въпроса дали „Опера в летния театър” и „Опера оупън” имат познавателна и образователна роля, дали са ценни за подрастващите, 3,5 % от анкетираните отговарят, че „Опера в летния театър” има образователна роля. Процента на пръв поглед не е впечатляващ, но е необходимо да се отбележи, че анкетите се попълват предимно от родителите, които залагат на емоционалната и развлекателната роля, която ще разгледам по- долу.

Музикълът не е традиционен жанр за българската публика. Въпреки това, във Варна брандът „морска столица” не без основание се преплита с бранда ”столица на музикъла”. Попитах някои деца кой ги е довел-

мама или баба отговаряха. Попитах ги дали ще дойдат пак- те вече очакваха „Красавицата и звяра”. Макар и не математически доказан, намерих отговора в искрящите очи на преобладаващата детска публика, която пееше с артистите и съпреживяваше историята. Те ще дойдат пак, те очакват още.

От друга страна, „Опера оупън” има разработена ниша за детски представления „Графити”, които се провеждат в двора на Техническия университет. Това обяснява близо една трета по- ниският ръст на присъствие на възраст под 18г. Спектаклите на „Опера оупън” са насочени към възрастната публика, което обяснява 0.5% от анкетираните посочили познавателната роля на фестивала.

Най-голям процент от публиката счита, че фестивалите задоволяват емоционални, културни, социални и развлекателни потребности, което е показателно за ролята на фестивалите в това отношение.

Същият резултат показва в Таблица 4 и въпросът **”Считате ли, че фестивалът е обществено благо?”**

Таблица 4

ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР			ОПЕРА ОУПЪН		
Да%	Не %	Не е отговорил %	Да %	Не %	Не е отговорил %
83,8	0	16,2	95,4	0	4,6

Нито един отрицателен отговор и при двата фестивала е показателен за ролята им не само в личностно отношение, а и като градски актив.

Големият зрителски интерес има и своето финансово изражение. Откритите пространства на Античния и Летния театри дават възможност да бъде посрещната много повече публика. С условията, които предложи Пловдив 2019г. на Античния театър бе достигната публика от 7000 зрители само за две постановки. Това обаче не е изключение, а става тенденция. Тук бих искала да вметна, че анкетите във Варна са провеждани и по време на премиерата на „Дама Пика” на режисьорката Вера Немирова, което има особено значение да бъдат посочени като причина за посещението „режисьор” 13,1% . Споменавам този резултат тук, туй като в Пловдив, като причина за посещението „режисьор” са посочили 5% от публиката. Както отбелязах по- горе, анкетите в Пловдив са провеждани през 2021г., а във Варна през 2022г. За достигната публика само за две постановки на Античен театър от 7000 зрители, не само условията, които предложи Пловдив 2019 са причина, а постановката „Орфей и Евридики” на италианският режисьор Стефано Пода, което би довело до промяна в процента и поради тази причина приемам, че резултатът би бил еквивалентен.

Но да се върна на икономическата роля. За тази цел, бяха зададени два въпроса: „*Къде сте се настанили*” и „*Каква сума похарчихте за Вашият престой (включително хотел, храна, напитки)*”, резултатите от които са обобщени в Таблица 5 и Таблица 6.

Таблица 5

Вие сте се настанили в:	ОПЕРА ОУПЪН %	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %
От Пловдив/ Варна съм	55,6	70,4
Няма да ношувам (еднодневно посещение)	20,1	1,1
Хотел	12,3	6,8
Air BnB	5	4,6
Приятели	1,8	3,2
Роднини	2,3	0,7
Временно живея в Пловдив/Варна	1,3	11,1
Не е отговорил	1,8	2,1

Таблица 6

Каква сума похарчихте за Вашият престой	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %	ОПЕРА ОУПЪН %
До 20 лв.	24,5	26,6
До 50 лв.	39	29,6
До 100 лв.	12,8	13,3
Над 100 лв.	8,5	12,3
Не е отговорил	15,2	18,1

Резултатите от анкетите доказват връзката на „Опера в Летния театър” и „Опера оупън” с икономиката на града, следователно може да се заключи, че двата фестивала имат изразена икономическа роля и връзка с туристическата индустрия.

Интересно е и разнообразието от професии, на посетителите, но над 90- процентният дял на вишистите доказва, че широкото ветрило от предлагане на различни жанрове е произвело своя резултат и при двата фестивала.

В полуструктурирано интервю с Даниела Димова, зададох въпроса: „Какво Варна дава на фестивала?“ и отговорът е:” *Варна дава своята публика и възторг!*”

Това твърдение се потвърждава и при двата фестивала, с отговора на въпроса: ”**Причината за Вашето посещение?**”. Най- голям процент от анкетираните са отговорили, че причината е специално за да гледат постановка на фестивала.

Наред с всички позитивни отговори, не подминах и темата за Пандемията. Отговорите на въпроса ”**Как Ви се отрази ограничението по повод COVID19, относно посещенията на културни събития**” показани в Таблица 7, звучат тъжно и в контраст с общия резултат от анкетите.

Таблица 7

Как Ви се отразиха ограниченията по повод COVID-19, във връзка с посещения на културни събития	ОПЕРА ОУПЪН %	ОПЕРА В ЛЕТНИЯ ТЕАТЪР %
Липса на социални контакти	35,3	33,8
Липса на емоционални преживявания	55,9	43,4
Липса на култура	3,3	2,1
Увеличи удоволствието от последващи срещи с изкуството	-	0,7
Не ми се отрази	21,8	33,8
Не е посочил	6,5	3,9

Липсата на емоционални преживявания и на социални контакти са обратно пропорционални на изложените по- горе данни за причините за посещение на фестивалите. От всичко изложено до тук следва извода, че най- значимите роли на двата фестивала са емоционалната, социалната и икономическата.

Затова ще завърша със социалния контекст, който „Опера оупън” обединява всеки сезон в посланието си към публиката с думите на Нина Найденова:” В момента, в който се събираме за следващия фестивал, винаги сме в някакъв социален контекст, в който трябва да съберем всичко което правим в две думи за да имаме посланието към публиката си. За да можем и ние да сме аргументирани когато сме на сцена и в случая , този сезон, когато бяхме почти към финализиране на

програмата, избухна този военен конфликт, който засяга всички ни и като хора и като страхове и като емоции, които бушуват в това време и тогава най-логично се роди „Различния свят”, защото ние предлагаме различен свят. Свят в който облаците се размиват.”

Използвана литература

1. Голдблат, Джо 2006: Голдблат, Д. Специални събития. Глобален мениджмънт през XXI век. София: Roi Communication. //Goldblat, Dzho 2006: Goldblat, D. Specialni sabitiya. Globalen menidgmant prez XXI vec. Sofiya: Roi Communication.
2. European festivls 1995: Geneve.
3. Moorea Ieva, Cultural and Creative Industries concept – a historical perspective
Contemporary Issues in Business, Management and Education, 2013
https://www.researchgate.net/publication/275543206_Cultural_and_Creative_Industries_Concept_-_A_Historical_Perspective (Последно посетен 14.08.2020)

ЛЮБИТЕЛСКО ТВОРЧЕСТВО – МЕЖДУНАРОДНИ ПРАКТИКИ И ОБМЕН

Милена Н. Налбантова-Божилова, докторант
УниБИТ

Резюме: Същността на любителското творчество е в основата на културното развитие в страната. Важни са допирните точки с международната практика като функция на човешкото общуване. Любителската форма на практикуване на изкуство е в основата на израстването на бъдещия творец в професионална среда. Творческото обучение в любителската му форма се проследява в различни институции и организации с техните особености и методологии. Разглеждат се примери от ролята и подкрепата на държавата за съхраняване на творчеството. Проучени са някои международни практики, допирни точки и разлики по отношение на организация на работата, стимули, финансиране, материална база, реализация на творчеството в любителските му форми. Прави се анализ и паралел между любителското творчество в България и в някои други държави. Изводите са, че изкуството стои в основата на приобщаването на различни общности чрез вербални и невербални средства, а културните общности и националности разменят творчески идеи, опит, национално културно движимо наследство посредством форми на прояви на любителското творчество като форуми, фестивали, изложби и други прояви.

Анализът се базира на заключения на някои автори, изследвали проблематиката, както и на лични наблюдения, проучвания, анкети, в резултат на което са изведени и представени конкретни изводи.

Ключови думи: любителско творчество, развитие, международна практика, проблеми.

AMATEUR CREATION - INTERNATIONAL PRACTICES AND EXCHANGE

Milena N. Nalbantova-Bozhilova, PhD student
UniBIT

Abstract: The essence of amateur creativity is the basis of cultural development in the country. Points of contact with international practice are important as a function of human communication. The amateur form of art practice is the basis of the future artist's growth in a professional environment. Creative education in its amateur form is followed in various institutions and organizations with their peculiarities and methodologies. Examples of the role and support of the state for the preservation of creativity are considered. Some

international practices, points of contact and differences in terms of organization of work, incentives, financing, material base, realization of creativity in its amateur forms have been studied. An analysis and parallel between amateur creativity in Bulgaria and in some other countries is made. The conclusions are that art underpins the inclusion of different communities through verbal and non-verbal means, and cultural communities and nationalities exchange creative ideas, experiences, national cultural movable heritage through forms of amateur creative expression such as forums, festivals, exhibitions and other events .

The analysis is based on the conclusions of some authors who studied the issue, as well as on personal observations, studies, surveys, as a result of which specific conclusions were drawn and presented.

Keywords: amateur creativity, development, international practice, problems.

Въведение

Кога и как възниква твореството? На този въпрос е трудно да се намери еднозначен отговор. Творчеството е процес на човешка дейност, който създава качествено нови материални и духовни ценности. Творчеството е способността на човек да създава (въз основа на познаване на законите на обективния свят) нова реалност, която удовлетворява разнообразни социални потребности от материала, предоставен от реалността, възникнал в труда. Видовете творчество се определят от естеството на творческата дейност (творчество на изобретателя, организатора, научно и художествено творчество и др.[1] Творецът „бяга” от колективния ум. Първоначално несъзнателно, а в последствие напълно съзнателно влияе върху колективната психология. Пътят на съзнателният творец започва с приемането на любителското му измерение в осъзната професионална насоченост. Тази професионална осъзнатост със сигурност се подклажда от сферата на любителското творчество – от местните школи, организации или читалища до следващите стъпки към сцена на национално или международно ниво. Стига се до признаването на таланта сред авторитети, до изграждането на личност с изразена мисия за опазване и препредаване на ценностите в изкуството. Уникалният талант и качества на твореца са основният важен фактор за развитието на любителското творчество и обогатяването на човешкия ресурс с информация, културно-историческа памет, опазване на традиции и обичаи, и разработване на оригинални модерни подходи и осъвременяване на творческото визионерство.

Със своята уникалност културната идентичност на всяка националност се прокрадва във всяко произведение на автора. От особено значение е ролята на институциите в израстването на твореца и неговото творчество. Не е за подценяване ролята на държавните институции за подкрепа, стимул, възможности за реализация и финансиране на работещите в сферата на любителското творчество. В реална среда има значение дали се твори в България, Италия, Франция,

Швеция или САЩ, например. В това изследване ще разгледаме именно влиянието на институциите в подкрепа към любителското творчество с паралел между българската и международната практика на базата на анкета сред няколко държави и анализ на резултата особено по време на Корона-кризата.

От съществено значение е и международният културен обмен между страните, което най-често се случва чрез международни културни прояви – фестивали, форуми, ателиета, конференции, гастроли, турнета, изложби, обучения. Освен физическата реализация на обмена на изкуство между държавите, не трябва да се пропускат и стратегическите програми, които спомагат за обогатяването и развитието на творчеството сред различни или сходни по идеология и направление организации и творци, като например – европейски програми, национални програми или други от световен мащаб.

Методология на изследването

За целите на проучването на ролята на любителското творчество в ежедневието и културната политика на отделни държави в настоящия доклад са използвани различни разработки, в т.ч. анкети, анализи, проучвания, указания. Въпреки интереса към темата в публичното пространство и взаимното сътрудничество между различните организации и творци на международно ниво, реално съществени изследвания по тази тема са с неособен брой източници на информация. Не е налично научно изследване за паралел между развитието на любителското творчество на принципа на сравняването на международните практики и националната ни политика за опазване, стимулиране и подкрепа на този вид творчество. Темата обикновено е засегната частично, наблюдава се по-сериозен акцент върху ролята на професионалните среди в изкуството, отколкото да се прави проучване на първоизточника за професионална трансформация на бъдещия творец, а именно – пътят от любителското към професионалното поприще. Няма достатъчно дълбоки изследвания за ролята на любителското творчество като основополагащ фактор за опазването на културната идентичност. В този контекст обект на представяне са художествените и институционални практики в международен план, методите на реализация на творческия продукт и неговото развитие, неразделно от човешкия фактор, който създава този творчески продукт. Акцент е поставен върху опита в някои държави, достъпността до любителската среда на творчество, неговото съхраняване, предаване, осъвременяване и в същото време опазване като идентичност. Направените изводи основно са в резултат на лични проучвания и професионален опит.

Изложение

Любителското творчество в България и по света – практики и

анализ.

Творчеството се основава на знанията и уменията на твореца. Знанията и уменията са социален продукт. Креативността също не е въпрос само на един човек, а на цялото общество, още повече че те често творят не сами, а в цели екипи. Творчеството също е социален феномен. Освен това, тъй като творчеството е свързано с трансформацията на света около нас и следователно е фактор за неговата промяна, неговото развитие, неговата еволюция, оказва влияние върху целия свят, то може да се счита не само за социално, но и за универсално явление. [2]

Както в България, така и в други държави неразривна част от бита на населението е тяхното творчество. Именно народното творчество е най-важният отличителен белег и индикатор за национална принадлежност сред представители от различни националности. Наред с него се развиват и други любителски форми на изкуство, които са своеобразна арена за демонстрация и реализация на творчески потенциал или можем да го наречем „свободна сцена” за изява и популяризиране. В зависимост от географските ширини, всяка държава има свой уникален почерк и отношение към културата и привличането на любители в изкуството.

Народните читалища като институция и средище на развитие на любителско творчество са традиционни самоуправляващи се български културно-просветни сдружения в населените места, които изпълняват и държавни културно-просветни задачи. В тяхната дейност могат да участват всички физически лица без оглед на ограничения на възраст и пол, политически и религиозни възгледи и етническо самоопределение. Читалищата имат мисията задоволяват потребностите на гражданите, свързани с обогатяването на общественно-културния живот, социалната и образователната дейност, да пазят обичаи и традиции, да възпитават в национално самосъзнание и още много важни цели пред обществото. Те са единствените неправителствени сдружения с нестопанска дейност, които притежават собствен закон, който урежда механизмите на съществуване, организация и финансиране. Често се използва следното определение: „културна институция за разпространяване на знания и култура, особено активна през Възраждането“. За чужденците „читалище“ е не само трудно за произнасяне понятие, но съдържа в себе си и доста енигматичност. В повечето случаи те го свързват с организация, която работи предимно в сферата на доброволчеството и благотворителността. Приемат обаче, че тя е важна за българския народ и е изпълнена с елементи на народопсихология, което я прави специфична и характерна. Важно е да се отбележи, че винаги към названието на читалището присъства определението „народно“. От своя страна това в най-пълна степен определя разбирането за същността на институцията, както и за признанието, което ѝ е отделено. Подробно това се посочва от Венцислав Велев, който отбелязва, че в публичното пространство се налагат и мнения, че това е институция, която основно

следва да се отнесе в миналото, но тя е важна и значима, като има свои проявления и днес. Посоченото показва, че ролята и мисията на читалищата са важни не само за проследяване на процесите в миналото, но е и изключително актуално тяхното продължение да бъде разглеждано и като част от съвременieto.[3, р.35]

Нелек е пътят към процеса на създаване на творчество. Освен в читалищната мрежа, то все повече намира съвременна среда в различни структури – най-често частни организации и сдружения, алтернативни формирания на читалищната мрежа, в която младите намират по-добра възможност за реализация, поради липсата на законова практика управителните органи в читалищната мрежа да имат специфично образование. Многомандатността на управителния орган, липсата на образователен ценз, карат младите и образовани специалисти да търсят алтернатива на читалищата. Такива алтернативи са частни културни организации, които имат сериозни предизвикателства да се развиват и финансират. Трудности са известни не само в България, но и в други държави. От особено важно и съществено значение е общото възприятие към изкуството като цяло. В икономически по-напредналите страни, изкуството и културните събития са по-съществена част от житейския бит на населението. Културните прояви са ценени не само заради своята уникалност, но и заради труда на хората, които представят произведенията си. От особена важност са местата, на които се предлага „културен продукт“ като концерти, спектакли, изложби. Такъв пример можем да посочим с град Сиена, Италия, от където стартира Ренесансът в Европа от XII-XIV век. От особено важно значение в исторически и културен аспект е запазената архитектура, която свидетелства за грижата за материалното недвижимо културно наследство в града – театри, църкви, музеи, обществени и частни сгради. Teatro dei Rinnovati е строен през XIV век, работи и до днес, съхранява се под строги мерки за сигурност и безопасност, достъпът до него е контролиран, представленията са на високо професионално и качествено ниво от артисти и танцьори от цял свят. Въпреки претърпените през годините катаклизми – пожари, природни бедствия (земетресения), театърът в Сиена остава ярък пример за отношението на италианците към своето културно наследство.[4] Такива примери са многобройни по света. В такива исторически културни институции, културният продукт е високо ценен, не само от самите артисти, които гостуват, но и от публиката. Спектаклите са скъпо платени, а наемането на залите изисква сериозни финансови ресурси. Подобни културни обекти са трудно достъпни за хората, работещи в любителската сфера без подкрепа на общинско, областно или министерско ниво. В Сиена съществува танцово училище, което подготвя танцьори с професионални обучителни програми, с утвърдена учебна програма и специалисти в няколко направления – класически балет, съвременни танцови техники и характерни танци. Академията „Атенео делла Данца“ привлича танцьори – любители, на

които предоставя бъдещо професионално обучение и развитие и всеки по-голям танцов проект намира реализация на сцена, често в концертната зала на Театро ди Ринновати.[5] Тези прояви са пример за приемственост между институция, творци, изпълнители и общество.

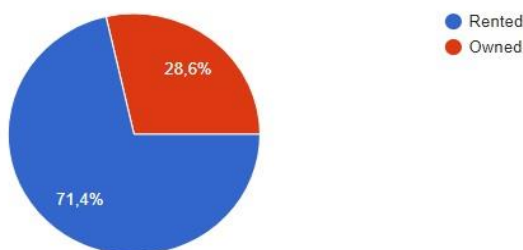
Любителското творчество по време на Ковид-кризата у нас и по света. Анкета и анализ.

За нуждите на този доклад се съществи анкетно проучване сред любителски школи и организации в изкуството в няколко държави – Италия, САЩ, Белгия, Гърция, Швейцария, Швеция и България. Поставените въпроси целят да осветлят начина на работа, финансиране, държавна намеса за подпомагане на любителското творчество, възможно кандидатстване по проекти и субсидиране, както и международен обмен и участия в събития в други държави. Повечето от анкетираните работят в танцовото изкуство, регистрирани са като сдружения с нестопанска цел и много по-рядко като стопански организации. Наестите лица - специалисти и помощен персонал, често не надвишават 20 души.

По отношение на собствеността на базата, в която работят и развиват дейността си, анкетираните отбелязват над 71 % наети помещения и едва 29 % собствено притежание (фиг. 1).

Your base and premises are:

7 отговора



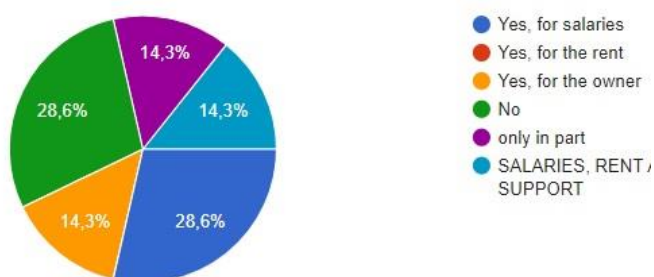
Фиг.1. Помещения, в които работят организациите в любителското творчество

На въпроса как финансират дейността в организацията си, отговорите красноречиво доказват, че дейността на хората, занимаващи се с любителско изкуство, е рядко финансирана от държавни или общински структури. Някои кандидатстват по европейски програми, в конкретната анкета само един (Италия) е посочил европейско финансиране. Едва 29% посочват финансиране от външни дарители, около 14% от анкетираните добавят към външното финансиране чрез дарители и свое лично финансово участие, 43 % посочват, че въобще не получават субсидии. Това доказва адаптивността и търсенето на различни механизми за съществуване и обезпечаване на разходите. От всички анкетирани, само участникът от България описва развиване на

дейност и чрез субсидии на проектен принцип от община, Министерство на културата или Национален фонд „Култура“. На въпроса дали получават държавна подкрепа за разходи за електричество, наем или други комунални услуги, само един отговаря, че е получил 40% намаление на наема си в рамките на 3 месеца. При възникналите Ковид ограничения и забрана за работа, само една част от анкетираните са получили обезщетение или подкрепа – основно за заплати, един отбелязва „за собственика“ (Фиг.2.)

Did you get Covid compensations because of lockdowns?

7 отговора

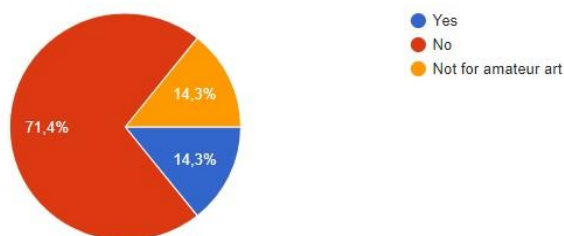


Фиг. 2. Ковид компенсация поради локдауна

Липсва държавна политика за стимулиране на концертната дейност и реализацията на културен продукт в областта на любителското изкуство чрез субсидии от продажби на билети в 86% от анкетираните. Едва 14% отговарят с „Да“, като тази организация притежава и професионален балетен театър (Италия) (Фиг.3.).

Do you get any state subsidies for the developing the art? Do you have any state policy motivation for bringing people to concerts, exhibitions, festivals?

7 отговора



Фиг.3. Държавни субсидии за любителското творчество

Всички участници в анкетата организират събития, които са главно финансирани с такси за участие или билети за публика. В инициативите се включват дарители, които често вместо финансови средства предоставят подаръци или храна за участниците. Участникът от България посочва частично финансиране на фестивал от община и

Министерство на културата на проектен принцип. Сто процента от всички анкетирани посочват, че участват в конкурси и фестивали в други държави. Това е явно доказателство за приемствеността и обмяната на опит, разрастване и обогатяване на международната мрежа на хората в изкуството, социализация, съпричастност и взаимопомощ.

Извод: Една от основните общностни ценности е приобщаването на хората около културната им идентичност. На лице е стремеж за съхранение, но в същото време и желание за модернизация наред с консервативността. Любителското творчество е естественият проводник на отразяване на ярки национални черти, в същото време се забелязва и стремеж към отворени граници между различни националности, програми за насърчаване културния обмен в Европа и света, както и взаимстване на опит по отношение на общоприемствеността между различни култури и етноси. От това изследване обаче, може да се направи извода, че частните организации, развиващи любителско творчество навсякъде по Европа, се самоиздържат и разчитат на собствената си политика за разпространение, обучение и реализация на кадри. Опитът показва, че организациите имат стремеж към гъвкавост и механизми, с които да се обогатяват базите, разраства потенциалът на специалистите, да се развива процесът на работа и краен продукт чрез финансови механизми от държавата, които в повечето случаи са тежки и бюрократично тромави.

Заклучение

За поддържането и развитието на културата във всяка държава, важна е самата политика за съхранение, подкрепа и финансиране в национален мащаб. В обединената общност на Европейския съюз културната политика цели единност в многообразието си, обмен на опит, идеи, култури, традиции. Една от най-важните роли с особено голямо значение обаче, е ролята на местната власт за достъп до културна среда. Похвална е практиката, когато администрацията се консултира със специалисти, прави работни срещи със заинтересованите страни, взаимства опит, мнения и предложения, подкрепя и финансира прояви на местни творци, организации и школи. Това е мотив за по-благоприятна среда на работа и взаимодействие, водещо до успешни творчески прояви.

За да се изгради устойчива културна среда и сцена за културния продукт, е необходима непрестанна актуална информация. Тя трябва да касае ежегодното състояние на организациите и институциите, предлагащи културен и творчески продукт като читалища, школи, организации, клубове, свободни артисти. Свободният достъп до сцена за всеки е основен приоритет в политиката на културното многообразие. Затова, в множество населени места у нас и по света се следва логиката

на построяване на културен календар, в който да бъдат заложени най-атрактивните и устойчиви събития за региона. Освен този културен календар се разглеждат различни кандидатури по програми за насърчаване на културни инициативи, обучения, читалищна дейност, млади творци. Примери за такива успешно работещи политики са Наредбите за подпомагане на културата в градове като Пловдив, Хасково, Бургас. Чрез подобни местни политики се окуражават повече творци, измежду които и много любителски състави и организации, работещи с любители, които имат добър стимул за повишаване нивото си на подготовка и на по-качествен краен продукт – концерт, спектакъл, академии, работилници, издаване на книги, на стихосбирки, изложби и още интересни местни прояви. Много от тях са успешни във времето и се превръщат в традиционни и от национално значение. Това е правилната стъпка за разкриване на повече творчески потенциал, за културна динамика и задоволеност на публиката. Успешният творчески продукт буди интерес и в международни проекти на сътрудничество, обмен и дообогатяване на знания. Международният опит в сферата на творчеството отличава ролята на всяка държава в многообразието на културна среда. В същото време дава по-ясен критерий за анализ на добрите и полезни практики, които могат да се взаимстват и да бъдат от полза на местно ниво. Богатството на културното многообразие по света е стимул за непрестанната човешка еволюция. Както Ранди Пауш казва: „Ако вие се окажете между две култури, то е напълно възможно, да ви се отдаде да вземете най-доброто от всяка”⁶, то Джеймс Редфилд сочи, че: „Ако историята ни казва нещо то е, че човешката култура и знания непрекъснато се развиват.”[7]

Използвана литература

1. (Портал за есета за всички поводи.) *Творчеството в човешкия живот*, Какво е творчество и как се проявява? Семинарна сесия. Какво е творчество и как да го развиваме // <https://kerchtt.ru/bg/chto-takoe-tvorchestvo-i-v-chem-ono-proyavlyaetsya-seminarskoe-zanyatie-chto/>. [14.11.2022]

2. (Портал за есета за всички поводи.) *Творчеството в човешкия живот*, Какво е творчество и как се проявява? Семинарна сесия. Какво е творчество и как да го развиваме // <https://kerchtt.ru/bg/chto-takoe-tvorchestvo-i-v-chem-ono-proyavlyaetsya-seminarskoe-zanyatie-chto/>. [14.11.2022]

3. Велев, В. (2022). Исторически преглед, развитие и съвременност на читалищното дело в България (подбрани моменти). София: За буквите - О писменех.

4. Официален сайт на Театро ди Ринновати, Сиена, Италия - <https://teatridisiena.it/teatro-dei-rinnovati/>. [13.11.2022]

5. Официален сайт на Атенео делла Данца, Сиена, Италия // <https://www.ateneodelladanza.it/>. [13.11.2022]
6. Пауш, Р. (1950) // <https://www.crossroadbg.com/randi-paush.html>. [14.11.2022]
7. Редфилд, Дж. (1950), <https://www.crossroadbg.com/djeims-redfild.html>. [14.11.2022]

ВИРТУАЛНИ ТЕХНОЛОГИИ И РЕАЛНИ ПРОБЛЕМИ НА АКТУАЛНОТО ТЕЛЕВИЗИОННО ПРОИЗВОДСТВО

Здравко Д. Ружев, докторант
НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“

Резюме: Съвременните дигитални технологии правят възможна за реализация доскорошната научна фантастика. С навлизането на добавената реалност, мултимедията и интелигентните системи за осветление, на малкия екран се показва една модерна и актуална визия, но същевременно се поставят сериозни предизвикателства пред реализацията и финансирането на телевизионното производство. Създаването на модерно виртуално изображение в реално време променя традиционния подход в производството на телевизионна продукция. Компютърно генерирани декори или елементи от тях заменят досегашните декори, изградени по класически способ. В телевизионните студиа се появяват виртуални образи, които комуникират с реалните водещи и гости в студиото. Интелигентни системи за осветление променят визуалния характер на светлината на снимачната площадка в зависимост от темата на предаването или промяната на виртуалния декор. Традиционни професии отстъпват място на технологични специалисти, боравещи с най-модерна компютърна техника. Телевизионното производство е изправено пред сериозни предизвикателства и проблеми в условия на реална медийна конкуренция, недостиг на време и финансови ресурси.

Ключови думи: телевизия, телевизионно производство, виртуални технологии

VIRTUAL TECHNOLOGIES AND REAL PROBLEMS OF CURRENT TELEVISION PRODUCTION

Zdravko D. Ruzhev, PhD student
NATFA „Krstyo Sarafov“

Abstract: Modern digital technologies make possible the realization of the recent science fiction - with the advent of augmented reality, multimedia and intelligent lighting systems, a modern and up-to-date vision is shown on the small screen. At the same time serious challenges are posed to the realization and financing of television production. Creating a modern virtual image in real time is changing the user approach in the production of television programs. Computer-generated sets or set elements replace the previous types of sets built in a classical way. In the TV studios appear virtual images that

communicate with the real hosts and guests in the studio. Intelligent lighting systems change the visual character of the light on the set depending on the theme of the show or the change of the virtual set. Traditional professions are giving way to technological specialists handling the most modern computer equipment. Television production faces number of challenges and problems in conditions of real media competition, shortage of time and financial resources.

Keywords: TV, TV production, Virtual Technologies

Съвременните дигитални технологии правят възможна за осъществяване доскорошната научна фантастика – с навлизането на добавената реалност, мултимедията и интелигентните системи за осветление, на малкия екран се показва една модерна и актуална визия, но същевременно се поставят сериозни предизвикателства пред реализацията и финансирането на телевизионното производство. Създаването на модерно виртуално изображение в реално време променя традиционния подход в производството на телевизионна продукция. Компютърно генерирани декори или елементи от тях заменят досегашните декори, изградени по класически способ. В телевизионните студиа се появяват виртуални образи, които комуникират с реалните водещи и гости в студиото. Интелигентни системи за осветление променят визуалния характер на светлината на снимачната площадка в зависимост от темата на предаването или промяната на виртуалния декор. Традиционни професии отстъпват място на технологични специалисти, боравещи с най-модерна компютърна техника.

Телевизионното производство е изправено пред сериозни предизвикателства и проблеми в условия на реална медийна конкуренция, недостиг на време и финансови ресурси.

Напредъкът на компютърните технологии води до съществени промени в ежедневието на съвременния човек – навлизането на смартфоните и приложенията за тях, широкото използване на интернет, мобилното комуникиране и много други. Съвременната телевизия не остава встрани от този глобален процес - дигитализацията на комуникационната среда и цифровите платформи за предоставяне на филмово съдържание разширяват неимоверно границите на разпространение на телевизионното съдържание. Актуалните тенденции в реализацията на телевизионна продукция стават мигновено достояние на милиони зрители, при това без доскорошните географски ограничения за нейното разпространение. В преследване на разширената потенциална зрителска аудитория големите телевизионни канали влагат големи усилия и финансов ресурс за постигане на актуална визия на своята програма, едновременно определяйки и следвайки най-новите технологични тенденции за телевизионно производство.

Мултимедийните похвати не са новост в областта на телевизията. В

студиата отдавна срещахме най-различни варианти на екрани, най-често големи монитори, на които се показва логото на предаването или някаква визуализация на темата – снимки или колажи. Тези екрани най-често са вградени в декора или са рамкирани с декорни елементи. Те внасят динамика и разнообразие по време на разговора в студиото и са станали неразделна част от телевизионното ежедневие. Напредъкът на светодиодните технологии е на път да промени характера и начина на приложение на мултимедийната телевизионна среда. Производителите на светодиодни екрани създадоха модулна система на изграждане на светодиодни видеостени, която позволява създаване на почти произволни форми и размери на видеостена с висока резолюция. Градивните елементи на стената са панели най-често с размери 0.5x0.5 метра и се сглобяват подобно на кубчета ЛЕГО до получаването на желания размер. За разлика от стандартните телевизионни екрани тази система няма ограничения в размера и лесно може да бъде изграден светодиоден екран например с размери 3x10 метра, нещо непостижимо за плазмен или светодиоден телевизор. Големият брой самостоятелни панели се обединяват в софтуерна матрица и възпроизвеждат общо изображение, превръщайки се в огромен мултимедийен екран. Разделителната способност на подобен екран е много висока и позволява без проблем да се обособяват множество по-малки вътрешни екрани, или цели зони с определено изображение, а останалите части от екрана – с друго. Възможностите за изграждане на различни слоеве с визуална, статистическа и графична информация са огромни и пред творческите екипи на телевизионните предавания се разкриват множество варианти за оформяне на оригинални концепции за визуално поднасяне на мултимедийно съдържание.

В допълнение, големината на получените екрани променя тяхното присъствие в телевизионното студио – те не са вече едно малко шарено украшение в ролята на аксесоар, а могат да заемат сериозно пространство в студиото и да надскочат досегашната си роля на допълващ декорен елемент. Нещо повече – самите видеостени вече се превръщат в декор – с големите си възможности за промяна на цветовете и формите, прожектирани върху тях, те могат коренно да променят характера, цвета и формите на фона в студиото, съобразявайки го със сменената тема на предаването, а защо не и на някое друго предаване? Създаването на подобен виртуален фон променя ролята на екраните – те се превръщат в структуроопределящ фактор в актуалната студийна среда. Все повече телевизионни студиа вграждат огромни светодиодни екрани като основен елемент на бъдещите предавания, които ще се снимат там. Всяко отделно предаване оформя своя собствена дизайнерска мултимедийна среда – различна като цветове, графичност и динамика спрямо останалите предавания - и тогава с незначителни промени на реалните декорни елементи (например столове и маса) се реализира съществена визуална промяна между отделните телевизионни

предавания, независимо, че се снимат на едно и също място. Гъвкавостта и многофункционалността на големите светодиодни видеостени спестява време при смяна на един декор с друг, спестява разходи за производство на големи и тежки декори, като същевременно дава възможност за реализиране на телевизионен продукт със занижени производствени разходи, с високо качество и в крайна сметка с модерна визия.

Голяма част от телевизионната програма се реализира в студийна среда при използването на изкуствено осветление. Телевизията винаги е разчитала на голям брой осветителни тела за постигане на технологично ниво на експозиция, в зависимост от използваните видеокамери и техните изисквания, а и за постигане на естетически критерии по отношение на характера на осветлението и неговото визуално въздействие. Смяната на позициите на осветителните тела, техните филтри и насочването им в необходимата посока за всяко телевизионно предаване е продължителен и трудоемък процес. Осветителят на студиото минава през всеки един прожектор, променя наклона му, сменя филтъра му, фокусира го в избраната посока. Тази процедура се повтаря със следващия прожектор, и с по-следващия - и така с десетки – до постигане на необходимата светлинна промяна за следващото предаване в същото студио. Съвременните интелигентни системи за осветление са базирани на хардуерна и софтуерна компютърна конфигурация, която позволява автоматизиране на процесите по контролиране на осветителните тела от разстояние. За осъществяването на подобен пълноправен контрол са необходими нов вид осветителни тела, които могат да променят вътре в себе си цветовете на светлинния сноп, формата и посоката му. Осветленията с подвижна глава са изобретени в края на 20-ти век, преминали са през съществено технологично усъвършенстване и вече навлизат като основно средство за осветление в телевизионните студиа. Тези модерни осветителни тела могат да сменят цвета си чрез вградени в корпуса им механизми, могат да се въртят и да насочват светлината в произволна посока, могат да събират и разсейват светлинния сноп, могат също така да мигат с голяма скорост. Управлението им става с модерни пултове за осветление, които контролират всички аспекти на техните светлинни характеристики.

С употребата на модерните системи за осветление, преминаването от светлинната схема на едно предаване към друга става много по-бързо и ефикасно, независимо от броя на осветленията, които промяната касае. Светлинната схема е запаметена в компютризирания осветителски пулт и той извършва прехода за няколко секунди, спестявайки време и усилия на осветителите, спазвайки прецизно заложените предварително параметри. Възможностите за бързата смяна на светлинния характер превръщат светлината в своеобразен виртуален визуален елемент, променящ обстановката в студиото, скривайки или показвайки избрани зони от декора или участниците. Динамиката на светлинната схема е

основен приоритет в телевизионни предавания като „Стани богат“, „Гласът на България“, „Музика безкрай“ и много други.

Комбинирането на високата ефикасност на модерните системи за осветление със съвременните мултимедийни светодиодни екрани е решителна стъпка към реализиране на телевизионни продукти с модерна визия, създадени с минимална загуба на време и висока производителност на труда, нещо което несъмнено радва телевизионните продуценти.

Един от най-актуалните способи за осъществяване на модерно телевизионно съдържание е добавената реалност. Базиран на мощни компютърни конфигурации от последно поколение, този метод позволява смесването на реална среда и виртуална действителност, отвеждайки по този начин телевизионната визия на едно ново, по-високо ниво на възприемане и емоционално въздействие. На телевизионния екран могат да съжителстват реални водещи и техните гости, заедно с несъществуващи в реалността елементи – компютърно анимирани елементи и персонажи, компютърно генерирани декори или елементи от тях. Добавената реалност и създадената от нея условна среда позволява един до друг да застанат водещите на предаването и техните живи и, забележете, не задължително живи гости. Телевизионното възкресяване на популярни звезди, които вече не са сред нас, е вълнуващ начин на експлоатиране на авангардните възможности на съвременната технологична среда.

Добавената реалност базира своето функциониране на специални камери, монтирани върху съществуващите такива в студиото, като целта им е да следят позициите в пространството на реалните камери. Посредством разположени на тавана специални светлоотразителни датчици, системата отчита и калкулира в три измерения разположение на камерите и наслажда върху тяхната картина създаденото от компютъра анимирано изображение. Прецизното проследяване на позицията на камерите в пространството позволява добавеното от

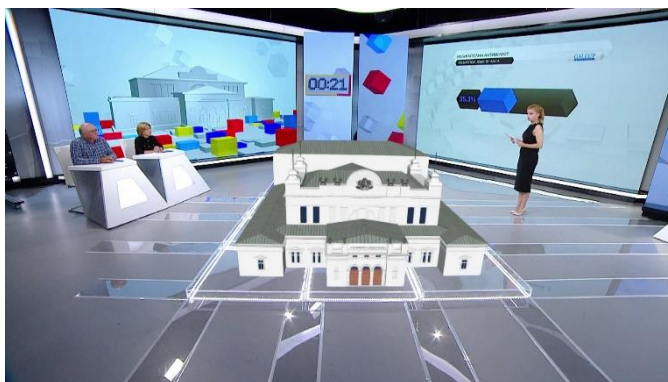


Изобр.1 - Добавена реалност в студиото на БТВ

компютъра изображение да се държи като реален обект, който се

уголемява с приближаването на камерата, премества се с нейното преместване, запазвайки постоянно своята позиция в реалността на телевизионното студио. Позиционирането на виртуален обект в реално пространство и адекватното му присъствие спрямо останалите елементи наоколо - декор, водещи и гости - е ключът към тоталната илюзия за истинското му присъствие на телевизионния екран.

Водещият на БТВ Боби Лазаров е категоричен: „Тази възможност за визуализация е сред най-интересните и впечатляващи системи, с които съм работил.“[2] Наслаждаването на илюзорния и действителния свят се случва в реално време, дори в предаване на живо, и е резултат от обработка на огромно количество информация, данни от сензори, телевизионно изображение с високо качество – всичко това, както се досещате, се реализира с помощта на мощни компютърни конфигурации и иновационен софтуер.



Изобр.2 Добавена реалност в студиото на БНТ

Технологията за постигане на добавена реалност разширява в огромна степен възможностите за постигане на интересна и завладяваща екранна визия, напълно в духа на модерните мултимедийни времена, в които живеем. Тази система позволява да се добавят около водещите на новините напълно реалистични таблици с резултати, рисувани герои, отдавна изчезнали динозаври и дори сградата на Парламента. Водещата на БНТ Аделина Радева подчертава: „Смятам, че в днешно време, в което се борим за бързината на информацията, за достъпността ѝ, за начина, по който тя е поднесена, така че да бъде максимално ясна и атрактивна за зрителя, добавената реалност е не просто задължителен инструмент, но тя е нещо, което трябва да се надгражда всеки ден в медиите.“[3] Възможностите на технологията провокират фантазията на телевизионните творци и ги водят до нови и непознати визуални територии, където технологичните средства са отдалечили границите на възможното до хоризонта на въображението.



Изобр.3 Добавена реалност в студиото на БНТ

В предаването на БНТ1 „С БНТ завинаги“ водещият Драгомир Драганов кани като виртуален гост в студиото великия и непрежалим Тодор Колев, който присъства заедно с останалите поканени на разговора, чиято тема е самият той. Фигурата на актьора стои напълно реалистично в пространството, и илюзията, че ще се включи всеки момент в разговора, е пълна. Допълвайки силата на ефекта, водещият непрекъснато се обръща към него и го въвлича в дискусията като визуален императив на темата на предаването. Водещият отбелязва: „Беше вълнуващо да гледам в пространството, представяйки си онова, което зрителите виждат, а именно гениалния актьор Тодор Колев.“[1] Разбира се хората пред телевизорите си дават ясна сметка за илюзорното присъствие на легендарния актьор, но провокацията към сетивата им е налице, привличането на зрителското внимание – също. А и защо съвременната телевизия да не се възползва от предимствата на технологиите за възвръщане на спомена към личности със значимост от такъв мащаб?

Всички описани дотук технологични чудеса създават една картина на телевизионно благоденствие, един виртуален свят-мечта на телевизионните продуценти, в който свят се сбъдват мечтите за висококачествено медийно производство, което се реализира за кратко време, от малко хора и на ниска цена. Както вече се досетихте нещата не са толкова прости – или както казваше знаменития Петко Бочаров: „Да, да, да, ама не!“

Наистина тези виртуални производствени методи постигат възложените им задачи – мултимедийните екрани наистина създават нова динамична студийна атмосфера, интелигентните системи за осветление наистина променят света на студийната светлина, а добавената реалност наистина потапя зрителите в една нова виртуална визуална среда. Но в този мечтан телевизионен свят е важен дребният шрифт, който всички ние пропускаме да прочетем навреме.

Мултимедийните светодиодни екрани са скъпо удоволствие, стойността им не е по джоба на всяка телевизия, но само закупуването им не достатъчно условие за постигане на тъй лелеяните мечти за евтина и престижна телевизионна продукция. За да функционира пълноценно тази модерна виртуална производствена площадка са необходими още инвестиции в мощни компютри, в специалисти и във време за създаване на анимирано съдържание. Екранът с размери 3x10 метра, който дадох за пример преди малко, на практика е с резолюция по-голяма от HD (High Definition), защото сумарният брой на пикселите, съставляващи изображението надхвърля общоприетия вече телевизионен стандарт - 1920 на 1080 точки изображение. Това означава, че компютърното анимиране на визуализациите за тези екрани изисква много по-мощни сървъри и много повече време за калкулациите, което от своя страна означава нови инвестиции или голямо забавяне при създаването им. Така честото осъвременяване на мултимедийните фонове, да речем всеки ден или на всеки 3-4 дни не е реалистично за постигане. В допълнение тези компютърно генерирани анимации се изпълняват от висококвалифицирани специалисти, които са трудни за намиране, а още по-трудни за финансово мотивиране. Липсата на достатъчно компютърни аниматори може частично да бъде компенсирана със закупуване на готово мултимедийно съдържание от глобални банки с предварително анимирани фонове и обекти, но това също струва пари, при това немалко.

Както вече разбирате, реализирането на красива мултимедийна визия изисква повече време и пари от очакваното. Ето как виртуалните технологии навличат реални проблеми на телевизионното производство, което зареяло поглед във висотите на модерната визия, не е отчело внимателно всички аспекти на нейната реализация. Това е и причината от съвременния телевизионен екран често да наблюдаваме модерни светодиодни екрани с неадекватно или повтарящо се съдържание, често неотговарящо на темата на предаването, но пък отговарящо на единственото необходимо условие – налично е и няма нужда да се харчат повече пари за него. Много често светодиодни екрани, които са с реална резолюция 4K и даже 8K, всъщност прожектират анимирани фонове с много по-ниска резолюция, защото са спестени пари от закупуване на мощни компютри, които да възпроизведат видео с толкова висока резолюция. Резултатът, който ние като зрители виждаме във фона зад гостите в студиото, е силно пикселизирана картина, защото камерата, която е с резолюция HD, вижда само част от големия екран, тоест вижда в най-добрия случай зона с резолюция SD или стандартна резолюция.

Интелигентните системи за осветление наистина са в състояние да променят визуалния облик на едно телевизионно студио. Те наистина могат да управляват дистанционно стотици осветителни тела с многобройните им функции и да залейт снимачната площадка с модерна

светлина – с нейните променящи се цветове, форми и снопове. Закупуването и инсталирането на подобна система, която е последната дума на техниката, не е достатъчно условие за постигане на търсения визуален ефект, защото за пълноценното ѝ функциониране са необходими съответстващ пулт за управление, квалифициран персонал и адекватна техническа поддръжка. Съвременните осветителни тела с подвижна глава имат толкова много параметри, подлежащи на контрол, че са необходими също толкова модерни компютризирани конзоли, които да поемат пълноценен контрол над възможностите им. Не е рядък случай в телевизионните студиа да има закупени и инсталирани съвременни осветителни тела, които са управлявани от далеч по-нисък клас пулт за управление, който далеч не използва всичките им възможности. По този начин главният оператор на телевизионното предаване може да използва само основните функции на осветлението, без да може да реализира наистина модерна светлинна схема, въпреки своето желание и въпреки съществуващите „на хартия“ възможности на най-съвременните осветителни тела. Така сериозната инвестиция в осветление се обезсмисля от спестяването на пари за нейната пълноценна експлоатация.

За съжаление дори закупуването на най-модерен пулт за осветление не е достатъчно за пълноценна експлоатация на осветлението, защото зад този пулт трябва да застанат добре обучени специалисти – лайт дизайнерите. Те са преминали сериозно обучение и владеят всички тънкости на управлението на толкова сложни системи за осветление. Това са високоплатени специалисти и привличането им за работа в телевизионно студио не е лесна задача, особено когато парите са изчислени само за закупуване на оборудването, а не е помислено за по-нататъшната му експлоатация. Всеобщата надежда, че ще бъде намерен някой, който да се научи бързо-бързо да работи с пулта, рядко върши работа, защото материята е специфична и отнема много време за обучение. Затова и не е рядко явление да се види модерно осветление, което изпълнява само основни задачи – да свети в бяла светлина в определена посока – и толкова. Няма и помен от възможностите за виртуална промяна на светлинната атмосфера в синхрон с определени моменти от предаването – например като в „Стани богат“, където светлината има сериозна повествователно-драматургична роля.

Така дори виртуалната роля на светлината като част от медийния продукт създава реални главоболия за телевизионното производство, особено когато не са отчетени всички аспекти на бъдещото ѝ пълноценно използване.

Добавената реалност наистина има потенциала да създава модерна визия, базирана на смесването на реална студийна обстановка и виртуални анимирани образи. Закупуването и инсталирането на подобна система е скъпо удоволствие, но пълноценното ѝ функциониране не приключва с нейното инсталиране. За да бъде реализирана така желаната

модерна визия са необходими специалисти по създаване на виртуалните обекти, които да изпълнят сложни процедури по генериране на образите, както и по-късно да ги разположат в реалното студио. Постигането на достоверна илюзия означава прецизна работа на висококвалифицирани компютърни специалисти за продължителен период от време. А ако за деня няколко предавания искат да използват добавена реалност, тогава броят на необходимите специалисти расте, достигайки повече от 10 човека, работещи по отделните етапи на създаване на виртуалните изображения. Както вече се досетихте, наемането на толкова голям брой хора рядко влиза в планове на телевизионните продуценти. Те трудно приемат идеята, че са необходими толкова много хора с висока квалификация и големи финансови изисквания, за да може да се осъществи тъй желаната модерна телевизионна визия. Така виртуалните амбиции водят със себе си доста реални бюджетни проблеми. За съжаление резултатът от този сблъсък е видим на екрана на нашите телевизори – статични и зле разположени в пространството виртуални образи, честа повтаряемост на обектите, както и неубедителното им визуално присъствие в студиото.

Използването на добавена реалност в телевизионните студиа е причина и за забавяне в снимачния график. За да функционира добре системата е необходимо време за напасване на реалното и виртуалното, което отнема ценни минути непосредствено преди началото на самото излъчване или запис. Камерите трябва да преминат специфично „нулиране“ преди да бъде въведен виртуалния образ, след което той да бъде правилно позициониран според всяка една гледна точка. В стандартните графици на телевизионните студиа няма предвиден прозорец за подобна дейност, което налага разместване и сгъстяване на продукционния график.

Не е лесно и на водещите в студиото, защото им се налага да комуникират с невидими образи, все едно са наистина около тях. Обичайната практика да се води разговор с реални гости в студиото се променя от наличието на новите виртуални обекти и образи. Водещият на БНТ Драгомир Драганов споделя: „Оказа се, че работата с добавена реалност е изпитание за професионализма дори на хора с дългогодишен опит като водещи в предавания на живо или на запис в БНТ, какъвто съм аз. Изисква се невероятна концентрация, изисква се въображение, защото трябва да можеш да общуваш с фигура, която хем е пред теб, хем не е.“[1] Новата виртуална реалност променя традиционните взаимоотношения водещ-гости, както и водещ-изобразителни средства, изправяйки истинските професионалисти в студиото пред неочаквани предизвикателства в името на актуалното поднасяне на информацията.



Изобр.4 - Добавена реалност в студиото на БТВ

Визуализирането на статистически данни става по необичаен начин, добавяйки още затруднения за водещия. Журналистът от БНТ Аделина Радева отбелязва: „Основната трудност, с която се сблъсквам при използване на добавена реалност естествено е в това, че аз не виждам това, което показваме на зрителите.“[3] Създаването на смесица от реално и виртуално изображение затруднява ориентирането в студийното пространство. Мария Цънцарова, водеща на БТВ, допълва: „Основната трудност е липсата на точно усещане, къде и как са разположени визуалните елементи.“[4]

Виртуалната реалност създава реални проблеми на телевизионните водещи, а и на телевизионната продукция като цяло. Необходимо е време и много репетиции, за да може целият екип да се адаптира към спецификите на технологичната новост. Всичко това забавя подготовката и снимачния процес, усложнявайки и без това напрегнатия продукционен график.

Съвременните тенденции в телевизионното производство налагат високи стандарти за създаденото програмно съдържание. Актуалната визия е един от най-важните аспекти за спечелване на зрителското внимание. Използването на най-напредналите технологии позволява да се постигне така необходимата симбиоза между пълноценно съдържание и модерна визия като необходимо условие за висококачествена телевизионна програма.

В заключение може да се каже, че новите технологии са интересни, сложни и с огромни технически и творчески възможности. Те са новият Deus ex machina. Те носят в себе си индустрията и изкуството, те са съвременните ин и ян. Те са едновременно болестта и лечението. А от нас, телевизионните работници, зависи да намерим верния баланс между реалното и виртуалното, като в името на продуцентите трябва да го направим качествено, бързо и както вече се досетихте - евтино.

Използвана литература

1. Драганов, Д. (31.10.2022 г.). "Съвременният водещ". (З. Ружев, Интервюиращ)
2. Лазаров, Б. (13.11.2022 г.). "Добавената реалност и новините". (З. Ружев, Интервюиращ)
3. Радева, А. (31.10.2022 г.). "Реални новини и виртуална реалност". (З. Ружев, Интервюиращ)
4. Цънцарова, М. (11.11.2022 г.). "Добавената реалност и новините". (З. Ружев, Интервюиращ)

NFT ПАЗАРИТЕ КАТО АЛТЕРНАТИВНА СРЕДА ЗА ГЕНЕРАТИВНО ИЗКУСТВО

Ивайло Саралийски, докторант
Нов български университет

Резюме: Като артистична практика, генеративното изкуство непрекъснато се развива по отношение на своята среда заедно с технологичните иновации. Blockchain технологията, която причинява значителни промени в социално-икономически план, също води до появата на нови практики в изкуството. Пазарите на NFT (незаменим токен) използват тази технология, за да прокарат границите на генеративното изкуство отвъд това, което не е било възможно преди, като изобразяване на реалистични 3D (триизмерни) графики в реално време, без използване на специфични хардуерни системи. Докато дигиталните галерии децентрализират традиционния пазар на изкуство, възникващите технологии освобождават генеративни произведения на изкуството, изискващи специфични хардуерни системи, като трансформират стандартно приложение за уеб браузър в изчислителна среда. Онлайн средите на NFT пазарите дематериализират генеративните произведения на изкуството, като трансформират обикновените уеб браузъри в изчислителни среди. Така базираните на код творения стават концептуално независими от допълнителни хардуерни системи. Тази иновация предлага алтернативно решение за продажба, транспортиране, запазване и запазване на уникалността на генеративните произведения на изкуството.

Ключови думи: артпазар, изкуство, иновации, NFT

NFT MARKETS AS AN ALTERNATIVE ENVIRONMENT FOR GENERATIVE ART

Ivaylo Saraliyski, PhD student
New Bulgarian University

Abstract: As an artistic practice, generative art is constantly evolving in terms of its medium and practice alongside technological innovation. Blockchain technology, which causes significant socio-economic changes, also leads to the emergence of new practices in art. NFT (non-fungible token) markets use this technology to push the boundaries of generative art beyond what was not possible before, such as rendering realistic 3D (three-dimensional) graphics in real time, without the use of specific hardware systems. While digital galleries are decentralizing the traditional art market, emerging technologies are unleashing generative artworks requiring specific

hardware systems by transforming a standard web browser application into a computing environment. The online environments of NFT markets dematerialize generative artworks by transforming ordinary web browsers into computational environments. Thus, code-based creations become conceptually independent of additional hardware systems. This innovation offers an alternative solution to sell, transport, preserve and preserve the uniqueness of generative artworks.

Keywords: Arts market, Art, Innovation, NFT

От 60-те години на миналия век художниците експериментират, за да разкрият нови възможности във визуалните и звуковите изкуства. [1] Повечето инженери и учени провели ранни проучвания върху компютърно генерирани графични произведения поради ограничените източници по това време [2]. След това в университетите постепенно се появяват катедри по компютърни науки, компютърна графика и компютърно изкуство. Благодарение на този континуум, дигитални художници използват изчислителни системи като среда за производство на своите произведения на изкуството.

Създаването на изкуство с изчислителни системи е непрекъсната дискусия. Би било полезно да започнем с определението на „изчисление“¹, за да изясним състоянието на компютрите като среда. Според дефиницията може да се каже, че изчислителните системи работят като помощници за разкриване на резултатите от исканите инструкции. Чару Прага задава въпроси в статията си „Защо художниците използват компютри, за да произвеждат произведение на изкуството?“ . [5] Като човешки същества ние имаме ограничен физически капацитет да реализираме няколко процеса за малко време. В този момент художниците се възползват от процесорната мощност на компютрите. Както заявява Кюгел, компютрите могат да помогнат на художниците да създават вариации на своите идеи, които имат процедурни работни процеси. [6] Например, рисуването на стотици успоредни линии върху хартия на ръка би било много отнемащо време и досадно поради повтарящия се процес на едно и също действие с жест. Всяко конкретно телесно или умствено действие, което е предсказуемо, има тенденция да става скучно и причинява липса на желание у индивида. [7] В този смисъл работата с компютри може да намали негативния ефект от повтарящите се действия за художник. Използването на процедурни работни процеси може лесно да се справи с тази досадна задача за художника. Така че художникът може да се възползва от използването на изчислителни системи.

Създаването на произведение на изкуството с помощта на изчислителни практики не се ограничава само до дублиране на едно и също графично изображение. Рекурсивният процес на изчислителни

¹ Акт или процес на изчисляване на отговор или сума чрез използване на машина.

среди отваря безкрайни възможности за художника. Използването на цикъла на процесора в компютърна програма позволява на художниците да променят съществуващите параметри на визуалната композиция, като използват компютърното време като динамична променлива. Например, художникът може незабавно да разпредели хиляди квадратчета на екранното пространство, като използва генератори на произволни числа. Вера Молнар се счита за един от пионерите в използването на изчислителни системи за създаване на произведения на изкуството, базирани на алгоритми. Молнар започва кариерата си като традиционен художник в Будапеща. По-късно тя започва да използва компютър и да създава изкуство, чрез него. В интервю Молнар заявява, че работата с компютри ѝ позволява да създава безброй комбинации, които не е възможно да направи с ръцете си във визуалното пространство. [2] Освен това компютрите могат да правят изчисления по-бързо от хората и имат предимства при разширяването на физическия капацитет на художника.



В литературата съществуват няколко описания за дефиницията на генеративното изкуство от критици, художници и учени. Общата точка на тези аргументи е автономната система, създадена от художника. Това явление обикновено създава вариации на съществуващата концепция чрез прилагане на повтарящи се действия частично, изцяло или като никога не се променят функциите на системата. Освен това художникът не трябва да използва технологични хардуерни системи, за да създаде генеративно произведение на изкуството. [8] Повтарянето на графично изображение с модификации в процеса с помощта на съществуващи компютърно-базирани феномени, като генератор на произволни числа, позволява на художника да създава различни резултати от една и съща идея. Чертежите на плотера на Молнар, наречени „Хипертрансформация“ – **Фиг. 1**, са ярки примери за тази практика (Molnar, 2021).

Фигура 1 - Вера Молнар, Отляво: „Малки квадрати“, 1973 г., „Хипертрансформация“, 1974, „Големи квадрати“, среда: мастило, хартия, рисунка на плотер.

В три различни платна зрителят може да наблюдава използването на

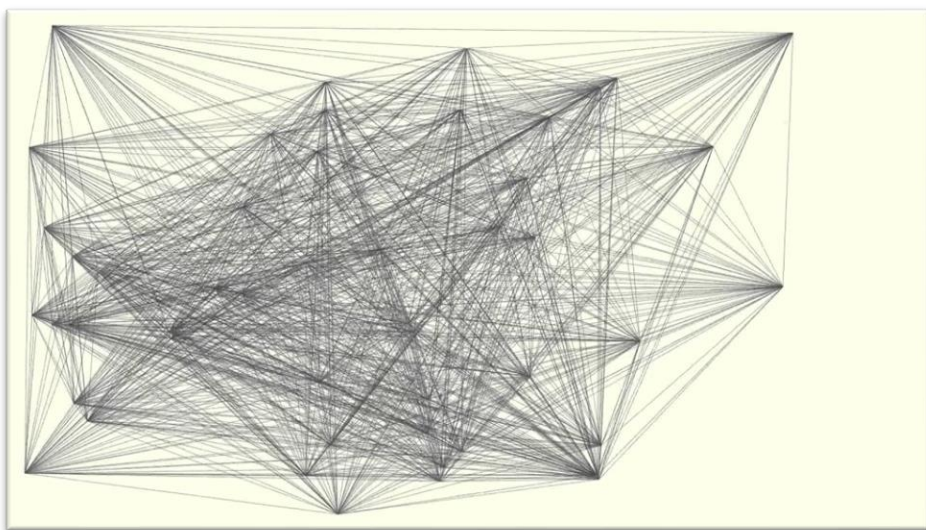
квадратни форми, които изграждат основната идея на произведението. Зрителят възприема няколко модификации на квадратните изображения. Квадратите са с малко еднакви размери и са разпределени по решеткообразен модел с малки позиции извън мрежата вляво. В средата размерите на квадратите са еднакви, но този път може да се каже, че позициите на формите са изцяло извън решетъчния ред. В последната работа вдясно е възможно да се види, че квадратните форми не са начертани нито в същия мащаб, нито в правилна структура на мрежата. Тези три плотерни чертежи на Молнар използват същата идея с няколко структурни модификации на формата. Всяка една форма принадлежи на квадратното изображение, но изчислителните системи позволяват да се създават безброй комбинации за художника за малко време. Използването на изчислителни програми като среда за производство и представяне на произведение на изкуството разкрива няколко възможности за художника. Благодарение на увеличената изчислителна мощност и надстройките на хардуера, компютрите имат по-висок капацитет на изчислителна мощност от преди. Това предоставя на художника по-голямо разнообразие от възможности, докато представя и произвежда произведенията на изкуството. Развиващите се технологични инструменти осигуряват ползи по отношение на времето за производство и отварят вратите за едновременно представяне на генеративни произведения в реално време, които не са били възможни в миналото. Много от програмистите-художници като Молнар използвали алгоритми за създаване на неподвижни изображения версии на своите художествени произведения. Цифровите технологии и изчислителните инструменти били недостатъчни за изобразяване на графики в реално време с висока разделителна способност на големи екранни рамки. Дори обикновените компютри са способни да изпълняват живи компютърни програми за създаване на генеративно изкуство днес. Следователно категоризирането на генеративните художествени продукции (днес) би било полезно за разграничаването на версиите на неподвижни изображения от тези на живо.

Днес художниците могат да представят своите цифрови произведения на изкуството в NFT² пазари в различни медийни формати, като неподвижни изображения, анимирани GIF файлове или видеоклипове. В този смисъл пазарните среди на NFT предоставят алтернативно решение за художниците да запазят оригиналността на своите произведения на изкуството. С появата на нови технологии, които използват Blockchain³,

² Незаменим токен (non-fungible token) е уникален запис. NFT могат да се използват за представяне на елементи като снимки, видеоклипове, аудио и други видове цифрови файлове. Достъпът до всяко копие на оригиналния файл обаче не е ограничен от NFT. Копията на тези цифрови записи са достъпни за всеки, независимо че NFT предоставя на собственика доказателство за собственост, отделена от авторските права.

³ Блокова верига или блокчейн (транслитерация от английски: blockchain, получено

се появяват нови парадигми за художника по отношение на процеса на създаване на произведението на изкуството. През април 2021 г., базиран в общността пазар на NFT с отворен код, наречен HCN⁴, работещ на



Tezos⁵ Blockchain, обяви, че поддържа копиране на интерактивни приложения, разработени с помощта на език за програмиране JavaScript. Този иновативен принос се превръща в чудесна възможност за дигиталните художници, които създават генеративни произведения на изкуството, които се нуждаят от изчислителна система, за да работят. В известен смисъл произведението на изкуството се освобождава от своята среда, без да губи концептуалната си идентичност. Инструкциите за рисуване на Сол Левит за създаване на неговата серия „Стенни рисунки“ биха били полезен пример, илюстриращ този аргумент. Левит е създал набор от инструкции за композиране на своите „Стенни рисунки“, които дават възможност на всеки, който има инструкции, да създава свои произведения на изкуството навсякъде по света – **Фиг. 2** [9].

Фигура 2 - „Стенна рисунка № 118“ на Сол Левит, преработена за MFA Бостън 2012 г.

Когато разглеждаме динамично произведение на изкуството, което изисква изчислителна система, за да изпълнява своите генеративни характеристики, могат да възникнат няколко опасения. Транспортирането на хардуерната система, техническите познания за

от block (на български: блок) и chain (на български: верига) е метод за съхранение на информация в компютърна мрежа, който представлява непрекъснато растящ списък от компютърни записи, наречени „блокове“, свързани помежду си и кодирани криптографски.

⁴ Hic Et Nunc е NFT пазар с отворен код, изграден върху блокчейн на Tezos с идеята за енергийна ефективност: <https://www.hicetnunc.xyz>

⁵ Tezos е платформа с отворен код за активи и приложения, подкрепена от глобална общност от валидатори, изследователи и строители: <https://tezos.com>

настройка на произведението на изкуството или периодичната поддръжка може да бъде по-предизвикателно от статичните произведения на изкуството. Благодарение на системите като Blockchain и уеб-базирани среди, тези проблеми могат да бъдат частично отстранени, свързани с генеративни произведения на изкуството, изискващи изчислителни среди. Онлайн медии като HCN позволяват на художника да използва съществуващите уеб технологии за излагане на генеративни произведения на изкуството. В този смисъл произведението на изкуството става независимо от своята среда и запазва концептуалното си значение във всяка система за показване. Новото поколение NFT пазари като HCN решават специфичните изисквания за изчислителен хардуер, като трансформират обикновените уеб-базирани браузъри в изчислителни среди.

Последните комуникационните технологии оформят съществуващото поведение на художниците и ги насърчават да експериментират с нови среди, за да подобрят рамката на съвременното изкуство. [3] Като медия, днес изчислителните системи се развиват бързо и насърчават трансформацията на съществуващите медии на новото медийно изкуство. Промяната в медиите също води до разкриване на нови икономически и политически аспекти. Всяко ново технологично развитие позволява на художника да развива нови форми на изразяване, които не са били възможни преди технически. Появата на алтернативни практики в традиционни среди като онлайн художествени галерии и NFT пазари също се отразява на условната стойност на произведението на изкуството. NFT пазарите предоставят алтернативни начини за закупуване, продажба и представяне на произведения на изкуството. [3] Докато съществуващият пазар на изкуство служи като авторитет, като открива цената и носителя на произведението на изкуството, пазарите на NFT позволяват на художниците да изброяват своите произведения на изкуството, както предпочитат. [4]

Бързото развитие на технологиите носи със себе си много дискусии относно опазването на произведения на изкуството на новите медии. Компютърна система, произведена преди петдесет години, днес може да не функционира поради различни технически или физически условия. Освен това би било почти невъзможно да се възпроизведат много от тези старомодни технологични устройства и софтуерни инструменти. Тази ситуация предизвиква няколко проблема за произведението на изкуството по отношение на неговата уникалност, автентичност и концептуално значение. Blockchain технологиите предлагат алтернативно решение на тези проблеми чрез използване на обикновени компютри и интелигентни технологии. Всяко едно устройство, което има приложение за интернет браузър, се трансформира в цифрова рамка. Вместо да инсталира произведението на изкуството в галерията, Сол Левит изпраща набор от инструкции, написани върху документ, до галерията, които трябва да се следват, за да се създаде произведението

на изкуството, позволявайки на самото произведение на изкуството да стане нематериално, като същевременно запази концептуалното си значение. Дематериализацията на произведението на изкуството предоставя решения за много въпроси като транспорт, консервация и условия за продажба. По същия начин, NFT пазарите еманципират динамичното генеративно произведение на изкуството, като елиминират неговата изчислителна среда. Тъй като няма нужда от специфични технологични хардуерни системи, потенциалните усложнения в бъдеще по отношение на опазването, консервацията и транспортирането на произведенията на изкуството ще бъдат елиминирани.

Използвана литература

1. Forbes, A. G. Interactive Cellular Automata Systems for Creative Projects, Cellular Automata in Image Processing and Geometry, (2014). с. 253–272.
2. Roe-Dale, R. R. Vera Molnar's Exploration of the Unimaginable, Math Horizons. (2019).
3. Sidorova, E. The Cyber Turn of The Contemporary Art Market, Multidisciplinary Digital Publishing Institute in Arts, (2019). vol. 8, с. 84.
4. Franceschet, M., G. Colavizza, T. Smith, B. Finucane, M. L. Ostachowski, S. Scalet, J. Perkins, J. Morgan, & S. Hernandez. (2020). Crypto Art: A Decentralized View, Leonardo, p. 1–8.
5. Pragma, C. Ontology, Phenomenology, and Other Aesthetic Conflicts of Generative Art. (2014).
6. Kugel, P. Artificial Intelligence and Visual Art, Leonardo, (1981). vol. 14, no. 2, с. 137–139.
7. Toohy, P. Boredom: A Lively History, Yale University Press. (2011).
8. Galanter, P. What is Generative Art? Complexity Theory as A Context for Art Theory, In GA2003–6th Generative Art Conference. (2003).
9. Carlin, J. Sol Lewitt Wall Drawings: 1968–1981, Art Journal, (1982). vol. 42, с. 62– 64.

Списък фигури:

Фиг. 1. Вера Молнар, Отляво: Малки квадрати, 1973, Хипертрансформация, 1974, Големи квадрати, Средни квадрати: мастило, хартия, чертеж на плотер.

Фиг. 2. „Стенна рисунка № 118“ на Сол Левит, преработена за MFA Бостън 2012г.

СЪДЪРЖАНИЕ

УВОДНИ ДУМИ.....	4
МОДЕЛИ НА РЪКОВОДСТВО НА АРТОРГАНИЗАЦИИТЕ В БЪЛГАРИЯ Проф. д-р Емилия Константинова	7
СТРАТЕГИЯ ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ТЕАТРАЛНИ ПУБЛИКИ Проф. д-р Любомир Караджов	15
ОТНОШЕНИЯТА ИЗКУСТВО – БИЗНЕС, УПРАВЛЕНИЕ ИСТОРИЧЕСКИ ПОГЛЕД И НАСТОЯЩИ ПРОЯВЛЕНИЯ Доц. д-р Живка Бушева.....	34
THE ROLE OF ARTS IN THE DEVELOPMENT OF THE HEARING IMPAIRED STUDENTS Florica Stoica, Cristina Boiangiu.....	42
РАЗВИТИЕ НА ПРОЕКТНОТО ФИНАНСИРАНЕ В АМТИИ „ПРОФ. АСЕН ДИАМАНДИЕВ” – ПЛОВДИВ В ПЕРИОДА 2008-2022 Г. Доц. д-р Васил Колев	49
BALANCHINE’S CONTRIBUTION IN SHAPING THE FUTURE OF AMERICAN BALLET IN THE FIRST HALF OF THE 20th CENTURY Dusanka Ivanova, PhD	57
ВАЛЕРИ ВЪЛЕВ И НЕГОВОТО ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНИЯ ЖИВОТ ВЪВ ВЕЛИКО ТЪРНОВО Доц. д-р Стефан Йорданов.....	68
ЕКИПНАТА РАБОТА В СДРУЖЕНИЕ „БЪДЕЩЕ ЗА ДЕЦАТА НИ“ ПРИ РЕАЛИЗИРАНЕ НА ОНЛАЙН ТВОРЧЕСКИ ФОРМАТИ Д-р Маргарита В. Димитрова	74
СОЦИАЛНИ РЕАКЦИИ КЪМ WEB 3.0 В СФЕРАТА НАВИЗУАЛНИТЕ ИЗКУСТВА Д-р Павлина Х. Обретенова.....	83

КРАТКИЙ ОБЗОР

„ГРАФИЧЕСКИЕ МАСТЕРСКИЕ ИЗРАИЛЯ“

Илья Богдановский..... 92

ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МУЗИКАЛНО-СЦЕНИЧНИТЕ ФЕСТИВАЛИ КАТО ФОРМА НА КУЛТУРНИТЕ И ТВОРЧЕСКИ ИНДУСТРИИ

Томи Попечкин 100

ДОБРИ, НО „ЗАТВОРЕНИ“ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ СЦЕНИЧНИТЕ КУЛТУРНИ ИНСТИТУТИ У НАС

Стойо Тинковски 109

СЪВРЕМЕННИ УПРАВЛЕНСКИ ПРАКТИКИ МЕЖДУ НУМСИ „ХРИСТИНА МОРФОВА“ И НЯКОИ КУЛТУРНИ ИНСТИТУЦИИ В СТАРА ЗАГОРА

Стефка Минкова 120

IMPROVING SELF-ESTEEM IN PREADOLESCENTS WITH VISUAL IMPAIRMENTS THROUGH COMBINED ARTS

Viorel Agheana, PhD. 129

АРТМЕНИДЖМЪНТЪТ ВЪВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОБРАЗОВАНИЕТО

Десислава Я. Атанасова 143

ОРГАНИЗАЦИОННИ АСПЕКТИ НА ТЕАТРАЛНОТО ТУРНЕ

Боян Желязков 149

РОЛЯ НА МУЗИКАЛНО- СЦЕНИЧНИТЕ ФЕСТИВАЛИ КАТО ФОРМА НА КУЛТУРНИТЕ И ТВОРЧЕСКИ ИНДУСТРИИ

Томи Попечкин 158

ЛЮБИТЕЛСКО ТВОРЧЕСТВО – МЕЖДУНАРОДНИ ПРАКТИКИ И ОБМЕН

Милена Н. Налбантова 168

ВИРТУАЛНИ ТЕХНОЛОГИИ И РЕАЛНИ ПРОБЛЕМИ НА АКТУАЛНОТО ТЕЛЕВИЗИОННО ПРОИЗВОДСТВО

Здравко Ружев 178

NFT ПАЗАРИТЕ КАТО АЛТЕРНАТИВНА СРЕДА ЗА ГЕНЕРАТИВНО ИЗКУСТВО

Ивайло Саралийски 190

