

## ЗАД КУЛИСИТЕ НА ТЕАТРАЛНИЯ PR. SELFIE И BACKSTAGE СНИМКИ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ КАТО PR ТЕХНИКА

Николай Пламенов Недеков

## BEHIND THE SCENES OF THE THEATRICAL PR. SELFIE AND BACKSTAGE PHOTOS ON SOCIAL NETWORKS LIKE A PR TECHNIQUE

Nikolay Plamenov Nedekov

**Резюме:** Докладът разглежда провокирането на интереса на публиката към живота извън сцената в театъра, като способ и PR техника. Мащабното използване на социалните мрежи като канал за комуникация между културните институции и аудиторията им предполага употребата на съвременни методи за общуване. Това предполага „надигането на завесата“ и виртуалното допускане на публиката до „тайните“ моменти зад кулисите, репетиционния процес, забавни случки, лични празници на актьорите и много други, споделени чрез селфи снимки, непринудени кадри и лични коментари към тях.

**Ключови думи:** театър, PR, социални мрежи, селфи, снимки

**Abstract:** The report examines provoking interest of the audience to life outside the stage in the theater as a means and PR technique. Large-scale use of social networks as a channel of communication between cultural institutions and their audience suggests the use of modern methods of communication. This suggests "the rise of the curtain" and virtual admission of the public to the „secret" moments backstage rehearsal process, amusing anecdotes, personal holidays and many other - shared by Selfies, unformal photos and personal comments to them.

**Keywords:** theater, PR, Social Networks, Selfies, photos

PR в областта на културата е сравнително новоизследвана за България аспект на PR дейностите. В общ план дълги години PR остава със статут на социална практика, без теоретични основи. (Марков 2013). С течение на годините PR дейността започва да придобива вид на наука, в която обаче културния PR остава все още не дотам добре изследван. Това се дължи и на живият интерес към по-значими сфери от обществения живот като икономика, политика, финанси и др. В последните години в България бе проведена реформа в културната сфера, която постави съществуването и на пазарните принципи. Това донякъде доведе и до по-остра нужда от активни и добре обмислени PR стратегии в новата реалност, в която театърът и другите изкуства бяха извадени от ореола на елитарни занимания и „хвърлени“ във финансовата вихрушка на пазарния модел на поведение. В условията на пряка конкуренция между театрите, която се обуславя от принципа на финансиране на база продадени билети, доста от театралните институти потърсиха нестандартни начини за провокиране на своята публика. Появата на социалните мрежи като комуникационен канал откри пред всички театрални институции неограничен набор от възможни послания. Безспорно театрите и техните PR

кампания започнаха да включват в своя „арсенал“ от комуникационни канали и провокации към публиката и общуването в социалните мрежи. Преди да започнат да изграждат своите PR кампании театрите имаха задача да отговорят на въпроса „Какво мотивира хората да бъдат в социалните мрежи?“ (Томс-Георгиева 2011, с.28). След анализ на поведението на публиките се откри основния мотив – комуникацията и споделянето в реално време. Споделянето на създадено съдържание като послание – текст, изображения, видео са основните способи за интерактивен диалог в социалните мрежи. (Томс-Георгиева 2011, с.14)

Като сценично изкуство театърът впечатлява със своите визуални средства, освен със словото и драматизацията. Години наред театралното изкуство се развива като представяне на краен продукт пред публика. Самият процес на създаването на тези продукти остава едно тайнство. Не случайно и случващото се на сцената, начинът, по който то влияе върху нас като зрители често се обяснява с метафората „магията на театъра“. Тази мистичност около случващото се преди премиерата на сцената, около процеса на репетиции, около тайните кърчета на театралната сцена, техническите трикове, осветление, грим, прически, костюми и т.н. години наред будят любопитството у публиката. Социалните мрежи и профилите на театри и актьори в тях в един момент осъзнават невероятната възможност за допълнителна PR техника, като започват съзнателно да „надигат завесата“ около мистичните моменти на създаване на спектаклите с поредици от Backstage снимки (от англ. backstage – зад сцената, зад кулисите). Този момент PR кампаниите, провеждани от институциите се комбинира с друг новопоявил се силен провокатор, а именно селфи снимането (селфи от англ. selfie – автопортретна снимка). Този бум на способ на самозаснимане с фотоапарат или телефон придоби невероятна популярност сред млади и стари. Тя набра бърза скорост, благодарение на редица подобни снимки на известни американски кино звезди, телевизионни водещи, спортисти и дори политици, показващи ежедневието си чрез селфи снимки в социалните мрежи. Екстремни младежи по целия свят започнаха състезание в социалните мрежи за най-екстремно селфи – от върха на небостъргачи, най-многобройно селфи, селфи с известна личност и т.н. и

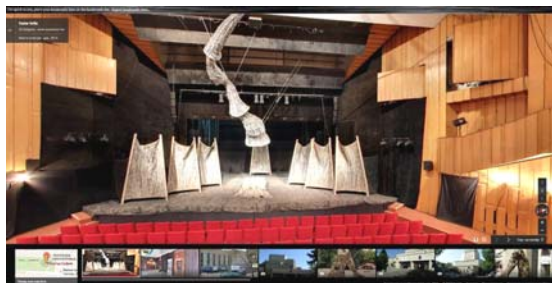


т.н. Селфи манията заля света, като размера на вариациите на този самозаснимащ способ се увеличава всеки ден. Безспорен пик в селфи течението бе и най-ефектното такова, което водещата на церемонията за наградите „Оскар“ през 2014 г. Елън Дедженърс си направи на сцената с актьорите Мерил Стрийп, Брад Пит, Анджелина Джоли и др. Елън веднага „постна“ своето селфи в социалните мрежи, като за броени минути в реално време снимката набра невиджан брой харесвания и споделяния. В България PR специалиста Максим Бехар успя да направи и първото „кралско“ селфи, редом до Симеон Сакскобургготски, което предизвика вълна от споделяния и коментари.

Тази огромна по влияние мода в комуникирането в социалните мрежи не може да остане неизползвана от редица PR експерти, работещи за театрите в страната. До този момент в сайтовете на институциите бяха публикувани само снимки от самите

представления, снимки, правени за плакат и т.н. Но създадените страници и профили на институциите главно във Фейсбук предполагаха едно по-свободно държание на театрите, една по-успешна провокация, едно по-приятелско отношение с публиките там. На помощ на театралните PR-и се притекоха снимките зад кулисите и селфитата. Те в комбинация доведоха до огромен брой харесвания на публикации, споделяне на мнения, привличане на нови почитатели. В един момент публиката усети, че театърът ѝ позволява да се доближи до своите любимци, да докосне част от личните им преживявания, да надникне в личните им албуми със снимки, за които до скоро беше немислимо да бъдат публикувани в общественото пространство. Като цяло снимките са едно от „най-мощните оръжия“ на всеки PR експерт. Добрата снимка има много въздействия. Тя често говори сама. Социалните мрежи дават възможност да качваме и споделяме своите снимки, достигайки до огромен брой хора. Един от най-успешните начини за достигане до многобройна аудитория е споделянето на снимки, които са желани за споделяне от Вашата потенциална публика. Снимките са чудесен способ за достигане до други фенове, чрез споделянето на публикуваното от вас от хора, които са били заинтригувани от Вашия пост със снимка. (Томс-Георгиева 2011, с.320)

Тези аспекти от комуникацията в социалните мрежи, съчетани със силта на Selfie и Backstage снимките позволи на PR експертите в театрите да предоставят възможност на публиките да съпреживяват, да изразяват мнение, оценка, емоция, да надникнат в човешкия образ на актьорите, което ги пленяваше. Разглеждайки многобройните примери за подобни публикации, тук ще се спрем само на няколко ярки момента от този нов тип комуникиране.



идвали в #Театър "София" – можете да разгледате отвътре и чрез виртуална обиколка [smile emoticon http://goo.gl/DYtafL](http://goo.gl/DYtafL) Благодарим за това на S2Bulgaria!



Подобна провокация с разкриване на задкулиското пространство откриваме и в постовете на спектакъла „Агенти“ на ДКТ „Васил Друмев“, показващи гримьорната при гастрол на звездите от постановката. Страницата на спектакъла предоставя и други снимки, разкриващи части от подготовката на целия продукт – от снимки от фото сесията за плаката, през избиране на костюми за спектакъла, първа репетиция на маса,

Нека започнем с театър „София“ и снимките, публикувани в страницата на институцията във Фейсбук. Веднага успяваме да открием снимка, показваща възможността за виртуален тур из всички кътчета на театъра. Постът във Фейсбук гласи :

„Ако все още не сте

Веднага забелязваме уелото използване на това желание у публиката за разгадаване на всички тайни на театъра. Само да припомним, че театър „София“ използват това любопитство на своите зрители и организират и провеждат специално турове в сградата с актьор, който показва на желаещите зрители тайните на театралната магия, техническите трикове, пространствата зад кулисите, гримьорните, гардероби и въобще всичко онова, което за „простосмъртния“ зрител остава скрито.

снимки от пътувания, репетиции и други. PR експертът, отговарящ за страницата на „Агенти“ успява да провокира зрителите и със снимки от лични моменти на звездите Ивайло Захариев, Пламен Манасиев, Владо Пенев, Михаил Билалов...



„Агентите“ се сбогуват със своята публика преди края на сезон 2013/2014 именно с впечатляващо селфи на актьорския екип, придружено от текст, публикувани на 16.07.2014 г.:

*Излизаме в #точивка!!! До края на #август ще се насладим на лятото, доколкото го има, а след това се връщаме за още от Вашите сладки #аплодисменти!*

*Очаквайте ни из цяла #България и не забравяйте за следите страницата за актуалното около нас!*



Vasilena Kuneva и Михаил Сървански. – 01.12.14

Оставяйки на вълна Selfie и Backstage снимки като комуникационен канал, може да разгледаме поредица от такива на актьори, публикувани през профилите им в социалната мрежа или официалните страници на театрите, по различни поводи, но обединени от идеята за съпреживяване на лични моменти с публиката като PR техника:

*Хайде на добър час на ШУМЪТ НА ВЪРБИТЕ! — с Александра Сърчаджиева, Plamen Velikov, Мартин Каров, Bistra-Ijeoma Okereke, David Krumov,*



*НА ДРУГАТА СУТРИН  
от Питър Култър  
Сатиричен театър  
Утре 27 май 19.30*

*Вчера, зад ку-  
лисите, няколко ми-  
нути преди откри-  
ването на Независим  
театър и началото  
на представлението  
"Омайна ноц"!*



Друг важен момент от публикуването на снимки в социалните мрежи от PR експертите в театрите е при стартиране на нови проекти. До преди няколко години обичайната практика при започване на нов проект в театрите бе подаване на прес-съобщение до медиите с информация за стартиране на репетиции на ново заглавие, биография на режисьора, негова портретна снимка и т.н. Днес тези практики са отживелица. В настоящия момент започването на репетициите на дадена постановка върви ръка за ръка със стартирането на PR кампания за предстоящата премиера на новото заглавие. Един от основните моменти при началото ѝ е публикуване на снимки от първата репетиция, интересни моменти от следващите такива, небрежни снимки на актьорите в почивка и т.н. възможности за провокиране на интереса у публиката.



театрите или постановките, лични празници или казано общо парти снимки. Те открехват още по-широко вратата между публиката и актьори. Феновете в социалните мрежи съпреживяват случващото се след спускането на завесата, над-

За финал ще разгледаме друга категория от снимките, споделяни от театралните институции в социалните мрежи. Това са колажите по случай рождени дни на актьори от трупата, снимки от партита на актьорите, годишнини на



никват в личния живот на своите любимци, виждат ги без театралния грим и сценичен костюм, често в доста близки до тях самите ситуации. Всичко това, подредено в една целенасочена и последователна PR кампания, води до засиления интерес към даден театрален продукт, за който експертите в театъра успяват да работят професионално, поднасяйки на своите фенове това, от което те се интересуват – надникване в тайните къччета и събития от живота на своите любимци.



#### Литература:

1. Марков, С., Теоретични модели и парадигми в съвременния PR, Сиела, София 2013
2. Томс, Ж., Георгиева, К., Инструменти за социални мрежи, Сиела, София 2011