

#47 Innowacje w teatrze

Krótki opis

Odcinek jest przeglądownym wprowadzeniem do tematu innowacji w kulturze, ze szczególnym naciskiem na teatr. Autor omawia, czym w ogóle jest innowacja (produktowa i procesowa), pokazuje przykłady nowych rozwiązań scenicznych (wirtualna scenografia, AR/VR, interaktywność, dźwięk immersyjny, cyfrowe postacie) oraz „kulisy” – innowacje w procesach pracy, zarządzaniu, sprzedaży biletów i dostępności. Zwraca też uwagę na ryzyko: teatr może stracić swoją wartość jako spokojne, offline’owe spotkanie, jeśli zbyt bezrefleksyjnie przejmie wszystkie technologiczne „bajery”.

Temat i cel odcinka

Temat: innowacje w teatrze – od definicji i typów innowacji po konkretne przykłady technologiczne i organizacyjne oraz ich wpływ na widza i instytucję.

Cele odcinka:

- zdefiniować, czym jest innowacja (produktowa vs procesowa) w kontekście teatru;
- pokazać najważniejsze współczesne technologie i rozwiązania określane jako „innowacyjne” na scenie;
- zarysować innowacje „niewidzialne” dla widza – w produkcji, zarządzaniu, komunikacji, badaniu publiczności i dostępności;
- zasygnalizować potrzebę krytycznego myślenia: kiedy innowacja wspiera sztukę, a kiedy ją przesłania.

Główne wątki odcinka

1. Co to jest innowacja – definicja i dwa typy

- Autor sięga do definicji GUS: innowacja to wdrożenie nowego lub ulepszonego produktu (wyrobu, usługi) lub procesu biznesowego, wyraźnie różniącego się od dotychczasowych rozwiązań.
- Wyróżnia dwa główne typy:
 - **innowacja produktowa** – coś nowego dla odbiorcy (np. nowy typ spektaklu, forma scenografii, doświadczenia widza);
 - **innowacja procesowa** – zmiana „od kuchni”, usprawniająca działanie instytucji (produkcja, zarządzanie, komunikacja, sprzedaż).
- W teatrze innowacja może być:
 - widoczna na scenie (technologie, nowe formuły spektakli);

- ukryta w kulisach (sposób pracy, organizacja zespołu, narzędzia cyfrowe).
- Innowacja nie musi być rewolucyjna – często jest to mała ewolucyjna zmiana, która w czasie znacząco podnosi jakość.
- Kluczowe: innowacja powinna odpowiadać na realną potrzebę; kiedy staje się celem samym w sobie, zaczyna przeszkadzać zamiast pomagać.

2. Innowacje produktowe – to, co widzi widz

A) Wirtualne i hybrydowe scenografie

- Coraz częściej zamiast ciężkich, materialnych dekoracji pojawia się scenografia:
 - wirtualna (projekcje, mapping 3D, animacje reagujące na ruch, światło, muzykę);
 - hybrydowa – połączenie elementów fizycznych z cyfrowymi.
- Przykłady zastosowań:
 - ekran LED lub projekcja w tle rozszerzająca przestrzeń, zmieniająca miejsca, epoki, nastroje;
 - video mapping – projekcje „nakładane” na konkretne obiekty (np. kolumnę, która „pęka”, porasta mchem itd.);
 - użycie silników typu Unreal Engine do tworzenia interaktywnej, dynamicznie zmieniającej się scenografii.
- Korzyści:
 - łatwiejsza i szybsza zmiana przestrzeni i upływu czasu;
 - mniejsze koszty transportu i magazynowania;
 - potencjał ekologiczny (mniej fizycznych materiałów do produkcji/utylizacji).

B) VR i AR (wirtualna i rozszerzona rzeczywistość)

- VR – pełne zanurzenie w cyfrowym świecie (gogle, słuchawki), częściej stosowane w projektach performatywno-instalacyjnych niż klasycznym teatrze.
- AR – nakładanie warstwy cyfrowej na rzeczywistość:
 - widz, przez telefon lub specjalne okulary, może zobaczyć dodatkowe obiekty, informacje, sceny, „duchy” postaci;
 - może to być używane do rozszerzenia świata spektaklu (np. dodatkowe warstwy fabuły, kontekst historyczny).

- Ograniczenia: koszt sprzętu, konieczność obsługi przez widza (telefon, gogle), potencjalny dyskomfort.

C) Interaktywność i wpływ widza na fabułę

- Stare hasło, ale wciąż wraca – widz może wpływać na przebieg spektaklu poprzez:
 - głosowania (pilot, aplikacja, gesty),
 - bezpośrednią reakcję (aktorzy reagują na to, co „dzieje się na widowni”).
- Związek z game-devem i narracją interaktywną:
 - różne ścieżki mogą prowadzić do podobnych punktów dramaturgicznych;
 - poczucie sprawczości widza bywa częściowo „fikcyjne”, ale doświadczenie i tak jest inne.
- Teatr może też pójść w pełną improwizację opartą na widowni, ale to już bardziej kwestia formy niż nowości technologicznej.

D) Teatr transmitowany i on-demand

- Rejestracje spektakli i udostępnianie ich online na żądanie (platformy VOD, własne serwisy teatrów).
- Rozwiązanie wzmocnione w pandemii, ale:
 - teatr gorzej „przenosi się” na ekran niż film – częściej działa jako dokumentacja niż pełne doświadczenie;
 - szczególnie przydatne B2B (badacze, twórcy, edukacja), rzadziej jako pełnoprawna rozrywka dla masowej widowni.

E) Cyfrowe postacie, hologramy, deepfake'i

- Wykorzystanie projekcji, hologramów, awatarów do „przywoływania” postaci historycznych czy zmarłych artystów.
- Temat kontrowersyjny:
 - prawa do wizerunku, zgoda spadkobierców;
 - kwestie etyczne (czy „możemy” używać czyjejs postaci w nowych kontekstach);
 - związek z deepfake'ami i potencjalnym nadużyciem.
- Technologicznie innowacyjne, etycznie problematyczne – kierunek, który wymaga dyskusji.

F) Nowe systemy dźwięku – binauralne, immersyjne, adaptacyjne

- Systemy audio pozwalające „modelować” przestrzeń dźwięku:

- dźwięk otacza widza, przemieszcza się wokół niego, reaguje na ruch;
- może kierować uwagę, budować poczucie zanurzenia (immersji).
- Szczególnie przydatne w projektach site-specific, immersyjnych, spacerowych.

G) Innowacje a dostępność

- Technologia może wspierać dostępność:
 - zaawansowana audiodeskrypcja;
 - napisy interaktywne;
 - tłumaczenie na PJM w AR (np. wirtualny tłumacz widoczny w okularach lub na ekranie).
- Celem jest ułatwienie odbioru spektakli osobom z niepełnosprawnościami i szczególnymi potrzebami.

3. Innowacje procesowe – to, czego widz nie widzi

A) Prototypowanie i iteracyjne tworzenie spektakli

- Teatr jako „laboratorium” w sensie zbliżonym do IT/gamedev:
 - pokazy work-in-progress;
 - zbieranie feedbacku od publiczności (niczym grupa fokusowa);
 - wprowadzanie zmian i „kolejnych wersji” spektaklu.
- Zmiana w stosunku do modelu „reżyser-demiurg” – widz staje się współtwórcą procesu.

B) Metody z IT i korporacji

- Przenoszenie narzędzi organizacyjnych:
 - agile, sprints (podział pracy na etapy z konkretnymi celami);
 - retrospektywy po projektach (omówienie, co zadziałało, co nie, co poprawić następnym razem).
- Służy to usprawnieniu pracy, unikaniu powtarzania błędów, lepszemu zarządzaniu zasobami.

C) Data-driven theater – decyzje oparte na danych

- Analiza danych o widowni:
 - kiedy kupowane są bilety, na jakie tytuły, jak działa komunikacja;
 - personalizacja oferty i komunikatów.

- Ryzyko: uzależnienie od „cyferek” i dopasowywanie teatru wyłącznie do tego, co najlepiej się sprzedaje, kosztem ryzyka artystycznego.

4. Krytyczna refleksja – innowacje a potrzeba offline

- Autor podkreśla, że innowacje mogą „pchać teatr w XXI wiek”, ale trzeba uważać, by nie zagłuszyć tego, co w teatrze unikalne.
- Z badań i trendów wynika, że wielu ludzi szuka dziś przestrzeni offline:
 - miejsca, gdzie można odłożyć telefon, zwolnić, skupić się, być w kontakcie z innymi ludźmi tu i teraz;
 - teatr jest naturalnym kandydatem na taką przestrzeń.
- Jeśli teatr będzie wymagał od widza ciągłego korzystania z technologii (telefon, gogle, aplikacje), może paradoksalnie stać się przedłużeniem cyfrowego przeładowania, od którego ludzie chcą uciec.
- Innowacje procesowe (organizacja, dostępność, narzędzia pracy) są mniej inwazyjne dla doświadczenia widza i często jednoznacznie pomocne.
- Innowacje sceniczne i technologiczne warto wprowadzać selektywnie, w służbie opowieści, a nie „dla samego efektu wow”.