

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістр

на тему:

ТЕАТРАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Виконала здобувачка II курсу,

групи МКД-11-22з

спеціальності: 028 Менеджмент

соціокультурної діяльності

Діденко Марія Василівна

Керівник: канд. історичних наук,

доцент Філіна Т. В.

Рецензент: канд. філософських наук,

доцент Шкіль Л. Л.

Допущено до захисту:

протокол засідання кафедри

№ 5 від 22 листопада 2023 р.

в.о. завідувача кафедри арт-менеджменту

та івент-технологій

_____ Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА

АНОТАЦІЯ

Діденко М. В. Театральна діяльність в системі популяризації української культурної спадщини. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Об’єкт дослідження – театральна діяльність.

Предмет дослідження – популяризація об’єктів культурної спадщини засобами театрального мистецтва.

Мета дослідження – проаналізувати специфіку роботи театрів України та їх вплив на збереження, примноження та популяризацію культурної спадщини.

У кваліфікаційній роботі досліджено місце театрального мистецтва в сучасному соціокультурному просторі та визначено функції театральних вистав. Окрім цього, розглянуто складові управління театральними установами, досліджена роль маркетингу та реклами у театральній творчості. Авторка визначила проблематику театрів міста Запоріжжя, з’ясувала перспективи їх розвитку та проаналізувала місце театрів регіону в системі збереження та популяризації культурної спадщини. У роботі наголошено, що театральна сфера Запоріжжя, як прифронтового міста постраждала дуже сильно. Через падіння продажів вистав на 70%, Департамент культури був змушений скорочувати кадри, зменшувати фінансування муніципальних театрів, ліквідовувати та об’єднувати комунальні заклади культури. Попри всі перешкоди, театри Запоріжжя продовжують функціонувати і поступово набирати нового розквіту, вдячний глядач відвідує вистави, зали заповнюються, що ще раз доводить той факт, що культура є важливою для емоційно-психологічного стану суспільства, і саме в мистецтві люди шукають можливість розслабитись і надихнутись, щоб далі продовжувати тяжку боротьбу за свободу, національну ідентифікацію та незалежність.

Ключові слова: театральне мистецтво, театральний менеджмент, маркетинг, реклама, культурна спадщина.

Didenko M. O. Theatrical activity within the system of Ukrainian cultural heritage popularisation. – Qualification work on manuscript rights.

Object of research – theatre activity.

Subject of research – promotion of cultural heritage sites through theatre.

The purpose of the study – to analyse the specifics of the work of Ukrainian theatres and their impact on the preservation, enhancement and promotion of cultural heritage.

The qualification work examines the place of theatre in the contemporary socio-cultural space and defines the functions of theatre performances. In addition, the components of the management of theatrical institutions are considered, the role of marketing and advertising in theatrical creativity is investigated. The author identifies the problems of Zaporizhzhia theatres, finds out the prospects for their development, and analyses the place of the region's theatres in the system of preservation and promotion of cultural heritage. The paper emphasises that the theatre sector of Zaporizhzhia, as a frontline city, has suffered greatly. Due to a 70 % drop in sales of performances, the Department of Culture was forced to cut staff, reduce funding for municipal theatres, and liquidate and merge municipal cultural institutions. Despite all the obstacles, Zaporizhzhia's theatres continue to function and gradually gain a new heyday, grateful audiences attend performances, and the halls are filled, which once again proves that culture is important for the emotional and psychological state of society, and it is in art that people look for an opportunity to relax and be inspired to continue the hard struggle for freedom, national identification, and independence.

Keywords: theatre art, theatre management, marketing, advertising, cultural heritage.

ЗМІСТ

ВСТУП		5
РОЗДІЛ I.	ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕАТРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА	
1.1.	Місце театрального мистецтва в соціокультурному просторі	9
1.2.	Види та функції театральних вистав	15
1.3.	Історичні передумови формування українського професійного театру	20
	<i>Висновки до першого розділу</i>	28
РОЗДІЛ II.	СПЕЦИФІКА УПРАВЛІННЯ ТЕАТРАЛЬНИМИ УСТАНОВАМИ	
2.1.	Уявлення про управління у сфері сучасного театрального мистецтва	32
2.2.	Маркетинг театральної діяльності	39
2.3.	Реклама в театральній творчості	47
	<i>Висновки до другого розділу</i>	51
РОЗДІЛ III.	ТЕАТРАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ ЯК ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ	
3.1.	Збереження культурної спадщини в умовах гібридних загроз	55
3.2.	Ключові проблеми театрів Запоріжжя	65
3.3.	Перспективи розвитку театрів Запоріжжя	70
3.4.	Збереження та популяризація культурної спадщини України (на прикладі комунального закладу «Муніципальний театр «Дім актора»» м. Запоріжжя)	77
	<i>Висновки до третього розділу</i>	83
ВИСНОВКИ		87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		95
ДОДАТКИ		105

ВСТУП

Актуальність дослідження. Театральне мистецтво грало визначальну роль у культурному середовищі епох, мало значний вплив на соціокультурний розвиток населення всіх часів. Окрім культурно-розважальної направленості театрального мистецтва, театр, як культурно-мистецький заклад, виконував функції навчити, ознайомити та наблизити суспільство до арени ключових політичних та соціальних подій певного часу.

Театральне мистецтво відрізняється від інших напрямів культурної діяльності особливою формою виразності, саме тому, він і сьогодні залишається найпотужнішим засобом впливу на свідомість і поведінку людини.

Сучасне театральне мистецтво постійно трансформується і знаходиться у постійному пошуку своєї особливості та унікальності. Кожен глядач має змогу знайти собі театр по душ – від класичного до експериментального. Завдяки чому у кожного театру формується коло своїх глядачів та шанувальників.

Українська культурна спадщина має великий спадок культурних здобутків різних поколінь, а театр є неодмінно важливою платформою для ознайомлення населення з культурними цінностями різних епох. Пісенна, хореографічна, писемна та драматична культурна спадщина дуже органічно поєднується на сцені театру, як традиційного, так і сучасного. Саме тому, збереження та розвиток театрального мистецтва в Україні є ключовим моментом у збереженні української культурної спадщини. Цим і обумовлений вибір теми магістерського дослідження.

Мета дослідження – проаналізувати специфіку роботи театрів України та їх вплив на збереження, примноження та популяризацію культурної спадщини.

Поставлена мета обумовлює вирішення наступних завдань:

- дослідити наукові джерела і визначити місце театрального мистецтва в сучасному соціокультурному просторі;
- визначити функції театральних вистав;
- розглянути складові управління театральними установами;
- дослідити роль маркетингу та реклами у театральній творчості;
- виявити проблематику театрів міста Запоріжжя;
- з'ясувати перспективи розвитку театрів міста Запоріжжя та проаналізувати їх місце в системі збереження та популяризації культурної спадщини.

Об'єкт дослідження – театральна діяльність.

Предметом дослідження – популяризація об'єктів культурної спадщини засобами театрального мистецтва.

Методологічну основу дослідження становить сукупність загальнонаукових та спеціальних методів. Застосування методів класифікації, порівняння та аналізу дало можливість дослідити і узагальнити наукову літературу за темою дослідження; використання методів спостереження, абстрагування та синтезу дозволило з'ясувати специфіку театрального менеджменту, завдяки методу прогнозування було розглянуто особливості функціонування та перспективи розвитку комунального закладу «Муніципальний театр «Дім актора»» м. Запоріжжя.

Джерельна база та стан наукової розробленості теми.

Театральне мистецтво в контексті художньо-мистецького знання досліджували такі науковці як Т. Білан [8], І. Волошин [12], Л. Вялова [13], О. Клековкін [33]. Дослідженню історії створення, становлення та розвитку українського театру свої роботи присвятили такі мистецтвознавці як Д. Гринчишин [18], С. Дубовик [21], Ю. Злобін [27], О. Кабула [29], О. Колісник [38], А. Новіков [53], Т. Чечель [89]. Роль маркетингового менеджменту та реклами досліджували Ф. Котлер та К. Келлер [43], С. Кучин [45], Т. Полякова [63], Т. Філіна [86]. Про американський досвід впровадження маркетингу у театральну сферу пише С. Ленглі [48].

Необхідність збереження культурної спадщини в період воєнних конфліктів та функціонування мистецьких напрямів у період гібридних загроз описали у своїх роботах Д. Веденєєв та О. Копієвська [10], В. Мойсеєнко, І. Шостка та Н. Тарченко [51], С. Придятько [64], О. Рішняк [70], О. Сидорук [74]

Основою магістерської роботи стала законодавча база, яка регулює театральну діяльність, зокрема Закон України «Про охорону культурної спадщини» [25], «Про театри і театральну справу» [26]. Джерелом дослідження також стали Міська програма «Культура Запоріжжя на 2022-2024 роки [50] та рішення Запорізької міської ради про реформу муніципальних театрів [65].

Власний досвід роботи в театральних установах міста Запоріжжя та реалізація театральних проєктів стали основою третього розділу магістерського дослідження.

Наукова новизна дослідження полягає у постановці проблеми дослідження, виявленні трансформаційних практик театральної діяльності у період гібридних загроз, аналізі впливу викликів часу та історичних перетворень на театральну творчість, досліджено значення театального простору у прифронтовому місті, на прикладі вистави «Івасюк. Червона рута» (комунального закладу «Муніципальний театр «Дім актора»» м. Запоріжжя), розглянуто перспективи та можливості збереження та популяризації культурної спадщини з використанням сучасних театральних технологій.

Практичне значення отриманих результатів полягає у розробці рекомендацій щодо покращення та модернізації діяльності театральних установ в місті Запоріжжя, результатом магістерського дослідження стала активна робота у менеджерській групі в процесі підготовки та реалізації вистави «Івасюк. Червона рута» (комунального закладу «Муніципальний театр «Дім актора»» м. Запоріжжя).

Апробацію результатів дослідження було здійснено шляхом оприлюднення досягнутих результатів на VII Всеукраїнській науковій конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів «Культура і

мистецтво: сучасний науковий вимір» від 2 листопада 2023 року, тема доповіді «Маркетинг театральної діяльності» [99] та IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство» від 9 листопада 2023 року, тема доповіді «Український театр в умовах війни» [100]. Окрім цього, матеріали дослідження ґрунтуються на досвіді роботи магістрантки, що стало основою для написання другого та третього розділів магістерської роботи.

Структура та обсяг магістерського дослідження обумовлені метою та завданнями. Робота складається зі вступу, трьох розділів, що включають у себе 10 підрозділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 109 сторінок, з них основний текст – 90 сторінок, список використаних джерел налічує 100 найменувань. Робота містить 5 додатків, 6 таблиць.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕАТРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА

1.1 Місце театрального мистецтва в соціокультурному просторі

Для сучасного суспільства театр вже є одним з традиційних напрямів мистецтва. А його функції є багатозначними вже багато століть поспіль. Адже, з різних сторін впливає на особистість, як таку. Пояснення законів світу, виконує виховальні функції, створює можливості для відображення емоційних імпульсів до тієї чи іншої діяльності, порушує філософські питання, чим змушує суспільство думати, аналізувати, робити висновки.

Протягом великого проміжку часу існування театрального мистецтва, змінювалось все: устрої правління, перебіг релігійних революцій, зміна понять та принципів побудови здорового суспільства. Однак, функції театру залишались незмінними, змінювались лише акценти, які розставляла та чи інша верхівка влади.

Хоч театр всю свою історію боровся з бюрократичними та релігійними впливами на мистецтво, проте, все одно, тим чим іншим чином впливав на соціальні процеси і виражав ідеї ведучого класу [81].

Так, наприклад, стародавні обряди чи ритуали, які стали початковим етапом становлення театрального мистецтва мали за функцію згуртування соціальних верств населення, консолідація дій та переконань, відчуття приналежності до єдиного Цілого [91, с. 342]. Функції театру загалом, неодмінно залежать від його напрямків та стилів. Напрями театрального мистецтва представлені в Таблиці 1.1.

Таблиця 1.1. Напрями театрального мистецтва

№	Напря́м	Зміст
1.	<i>Абсурдизм</i>	Має за мету показати людині, що всі її спроби та намагання є нелогічними. Всі намагання знайти мету та сенс в житті є марними, з огляду на те, що такого сенсу, як такого, не існує. Цей напрям покликаний спрощувати сприйняття людини світу навколо, простіше ставитись до пошуку себе та своєї мети по життю.
2.	<i>Експресіонізм</i>	Має за мету спонукати не до переоцінки особистого «я», а до переоцінки світу. Жанр є анти-реалістичним, в якому ключовими є демонстрація дегуманізації цінностей, знецінення людини, вплив катаклізмів ХХ століття на розпад духовності. Змушує глядача поринути, ніби то, у нереальний світ, але задуматись про вічні істини.
3.	<i>Мелодрама</i>	Покликана розвинути відчуття співчуття до героїв, до його страждань. Зазвичай, має ліричний сюжет зі стражданнями головного героя, але з позитивним фіналом. Мелодрама має велику прихильність серед глядачів, адже за своєю ідеологією наближена до реальності і завжди дає надію на позитивне завершення будь-якого конфлікту.
4.	<i>Модернізм</i>	Досить обширне поняття у сучасному мистецтві, що змінює фокус зі змісту на форму. Напря́м розвиває креативне мислення, пошук нестандартних рішень та вміння сприймати елементарні речі у нестандартному вигляді.
5.	<i>Натуралізм</i>	Покликаний до фотографічно точного відображення дійсності, з усіма деталями, відображаючи, навіть, хворобливу психіку чи сексуальні потреби людини. Є досить прямолінійним жанром, що не у кожного глядача викликає прихильність. Адже, не всі здатні до самокритики та самоаналізу, а цей стиль направлений саме на демонстрацію всіх природних, фізичних, психологічних вад чи переваг суспільства.

6.	<i>Постмодернізм</i>	Відносно сучасний, неусталений стиль театрального мистецтва, що прийшов у часи найбільших історичних змін, зламу суспільних принципів, руйнування світоглядних систем. Тож, до кінця не має сформованої чіткої форми свого прояву.
7.	<i>Реалізм</i>	Найбільш наближений до реальності життя, як через дію, так і через відображення подій у ній. Головною метою реалізму у театрі – це донести глядачу, що предмети видимого світу існують і будуть існувати, незалежно від людського відчуття чи пізнання. Питання лише у тому, уникати цього чи миритись і шукати шляхи взаємодії у цьому.

Джерело: розроблено автором на закладі [4].

Поєднавши всі функції театру за його стилями та напрямками, можна дійти висновку, що театр займає ведучу роль у соціальному житті населення. Узагальнюючи всі, наведені вище, аспекти впливу через різні форми прояву, функції, театр виконує такі функції як естетичну, розважальну, комунікативну та пізнавальну.

Пізнавальну функцію, фахівці виокремлюють як одну з найважливіших. Адже, саме через театральні вистави, глядач має змогу дізнатись про певні історичні, культурні факти минулого, пофантазувати про майбутнє. Завдяки театральному мистецтву відбувається, умовно, передача соціального досвіду з покоління в покоління, від народу до народу.

Не менш важливою, можна назвати розважальну функцію. Адже, перш за все глядач іде за дійством, за емоціями, за натхненням або відпочинком. Цей час присвячується насолоді мистецтвом, світлом, музикою. До того ж, розважальна функція тісно переплітається з комунікативною. Бо, повернувшись у витоки театру, це було дійство масове для великої кількості людей, які за певних свят, обрядів, народних гулянь зустрічались і спілкувались, обмінювались певною інформацією. Тож, і зараз, це залишилось способом проведення часу для групи людей. Зустрічаючись з друзями у театрі, можна весело провести час, а потім аналізувати, обмінюватись своїми

думками чи висновками, а колективне співпереживання акторам не аби як об'єднує людей у залі.

Ігрова функція театру, насамперед, бере на себе роль відволікти глядача від реального життя, дати можливість поринути і стати учасником дійства, втілити свої думки, емоції, нереалізовані у реальному житті. Тим паче, перший і ключовий плюс даної функції у її можливості зменшити психологічну напругу, якої досить багато навколо суспільства у теперішньому часі.

Цікаві паралелі між суспільством і театром можна спостерігати у наукових працях відомого американського соціолога Е. Гоффмана, автора теорії «соціальної драматургії». Соціальне життя людей він порівнював з театром і висунув припущення, що існує майже повна аналогія між театральною грою акторів на сцені та взаємодією людей у реальній дійсності, між методами та виражальними засобами, якими користуються і театральні актори, і індивіди як соціальні актори у щоденному житті.

Найвідомішою працею Е. Гоффмана є «Представлення себе у повсякденному житті» (1959), у якій автор стверджує, що кожен соціальний актор завжди прагне керувати суб'єктивними зовнішніми проявами та інформацією про себе, яку він робить доступною іншим людям, намагаючись справити на них позитивне враження [17].

Як бачимо, соціально-регулювальна роль театру полягає у тому, щоб гармонізувати соціальне життя населення, навіювати високі сенси буття, корегувати думки у правильному руслі, давати відповіді на одвічні запитання. Дуже важливою є дана роль і для налагодження соціального спілкування для молодшого покоління та представників підліткового періоду, особливо в часи діджеталізації та поширенню актуальності віртуального життя.

Виховні в культурні функції театального мистецтва покликані перш за все навчити та закласти правильні цінності. І як можна зазначити, у кожний період, вони були відмінними. Язичницькі театри заклали основи етики та моралі. Римський театр і його представники, такі як: Есхіл, Софокл та інші заклали цінності свободи особистості та вчення про патріотизм. Аристофан у

своїх комедіях висміював владні структури, тим самим, пробуджував почуття справедливості серед населення, об'єднуючи його навколо однієї проблеми. Менандр, навпаки, робив фокус на сім'ї та співіснуванні людини серед інших близьких.

Театри Римської імперії перенаправили фокус уваги на людину та її підсвідомість, направивши весь процес розвитку театру на примітивно-розважальний шлях, пробуджуючи низькі інстинкти.

Відверто релігійний характер мали вистави епохи Середньовіччя. А ось вже у Відродженні ми можемо бути свідками закладення загальносуспільних норм співіснування людини у соціумі, завдяки таким представникам як У. Шекспір, Ж. Мольєр. В театрах епохи Класицизму увагу звертали на високі моральні якості людини, а от в епоху Просвітництва акцент робився на соціальній рівності людей.

Можна зробити висновок, що театр дійсно являється унікальним напрямом мистецтва, який зберігає свою актуальність на творчій платформі вже багато століть поспіль. І на відміну від музики, пісні, танцю, які також є актуальними формами мистецтва, театр в більшій мірі зберіг свою первозначну форму, місію та мету.

Пісня і танець – це напрями, які легко адаптуються і видозмінюються під запити певного часу, і навіть вічно актуальна, так би мовити, класика, втрачає масову зацікавленість серед суспільства з плином часу. Театр, у цьому плані, навпаки, є прикладом збереження класичної культури. Звичайно, як і в інших напрямках мистецтва, у театрі з'являються нові форми, жанри, стилі, нестандартні рішення стандартних питань. Тим не менш, серед більшості соціуму, інтерес є ведучим саме до класичної форми театрального мистецтва.

І це не є дивним, адже на сцені більшості класичних театрів підіймались одвічно актуальні теми і проблеми сім'ї, побуту, кохання, зради, дружби, влади та інші. Це і манить глядача декілька століть, зазирнути у ситуацію зі сторони, задуматись, висміяти свої слабкі сторони через призму гри актора, переконатись у правильності своїх дій та вчинків і передбачити їх вплив на

майбутнє. Від грецького театру до сучасного театрального мистецтва пройшов великий проміжок часу, багато видозмінилось: форми, методи гри та взаємодія з глядачем, виріс рівень обладнання сцени, світла, музичне оформлення, кількість дій та тривалість. Але це все про зовнішній вигляд, який лише додає фарб та емоцій до внутрішнього наповнення вистав, які, в свою чергу, залишаються актуальними як і у стародавньому театрі, так і у сучасному. До того ж, за період трансформації розгалузився спектр напрямів та жанрів, що полегшує вибір глядача вистави до внутрішнього запиту у конкретний період.

Класичний театр покликаний конкретними діями, ситуаціями та грою акторів досить зрозуміло донести глядачу суть, щоб мозок відпочиваючи, одночасно легко сприймав найважливіші цінності та ідеї. А от сучасне мистецтво, можна порівняти з прийом у психолога. Багато питань, мало відповідей, лише дії, які наштовхують на роздуми і аналіз. Висновки у кожного будуть свої, що дає можливість розвивати свою думку, вести дискусії та ділитись враженнями, розумінням та шукати істину ще довго після завершення вистави.

Саме цим, театральне мистецтво і досі виконує одну з важливих своїх функцій – комунікативну. Особливо в наш час, при повній діджеталізації суспільства, жива комунікація – є рідкісним фактом, але дуже важливим для об'єднання суспільства навколо однієї проблеми. Сучасний театр дає цю можливість. Окрім даної функції, театр займає визначну роль у пізнавальному та розважальному сегменті мистецтва.

О. Колісник зауважує, що театр у соціальному досвіді сьогодення змінюється разом із суспільством, функції основних фігур (актора, режисера, глядача) трансформувались порівняно з класичною театральною моделлю, порушено семіотичні відносини між текстом, словом і жестом, зламано просторові й часові конвенції. У цьому феномені сприйняття перестає бути запрограмованим, принципово нове значення отримує глядацька уява, глядацька активність і здатність до реконструкції. Гра з кордонами, в кінцевому підсумку, призводить до питання про кордон театру як такого. Утім

це не заважає цьому яскравому соціальному феноменові ХХІ століття в усьому різноманітті своїх жанрів і видів виконувати значні суспільні функції: бути засобом трансляції соціально значимих ціннісних орієнтацій і прийнятих норм, бути способом комунікації культур, методом передання соціального досвіду від одного покоління до іншого, від одних країн і народів до інших [38, с. 57-58].

Отже, театральне мистецтво є особливим напрямом культури всіх народів та націй. І мета кожного - популяризувати та примножувати надбання, підтримувати даний напрямок, щоб і надалі, майбутні покоління, через театральну дію, могли вивчати, пізнавати, аналізувати життя, робити висновки та розуміти важливі цінності свого буття.

1.2. Види та функції театральних вистав

Театр, у перекладі з грецької, означає «видовище». У даному напрямку мистецтва можна спостерігати таке життя, яке не відшукати у будь-якому іншому виді мистецтва. Глядач має змогу спостерігати за «життям на сцені», співчувати, радіти разом з акторами, переживати реальні чи вигадані події. Театр змушує задуматись про власне буття, зробити висновки або, навпаки, відпочити від реальності та надихатись подіями у виставі. Театр сьогодні, як і багато сторіччя тому, являється важливою складовою естетичного виховання людства, джерелом знань про історію та культуру. Існує три усталені види театральних вистав, але з плином часу, театр трансформується з кожним днем і з'являються сучасні погляди на цей напрям мистецтва. Тож провідні культурні діячі розширюють перелік видів театрів. Саме це і буде досліджено.

Різноманіття театрів постає як явище оновлення відповідно до потреб суспільства та подальшого розвитку театального життя, в основі якого продовжують існувати загальні властивості дії цього виду людської активності на соціальне середовище. Так, художньо-цінні твори, які були і є актуальними, залишаючись об'єктами естетичної насолоди, формують підґрунтя для нових

творчих пошуків, тоді як незначні або бездарні забуваються, навіть за умови, що мали комерційний або миттєвий успіх серед публіки [38, с. 56].

Місцем зародження класичного театру вважають Грецію. Свій початок він бере з традиційних народних гулянь на честь бога Діоніса, де його вихваляли та віддавали шану. З урочистої частин, згодом, виникне такий напрям як трагедія, а з жартівливої – комедія. Особливістю перших грецьких театрів була відсутність куліс та декорації. Вся увага була спрямована лише на гру та акустичне сприйняття. А, там, де зараз сучасні актори використовують перевдягання, як засіб перетворення в образ певного діючого героя, стародавні греки використовували відповідні маски. Ними позначались як ведучі героїб царі, боги, і тд, так і їх стан: пригнічення, сум, сльози, радість.

У 534 році до н.е. відбулась прем'єра першої трагічної драми, автором якої став Феспід. Цей рік вважають роком народження світового театру. У V столітті до н.е. з'являється інший напрям театрального мистецтва – стародавня антична комедія, як була політичною за своїм змістом. Частіше за все піднімались питання устрою держави, правління та зовнішньої політики.

Театр в Греції був державною установою, що демонструвало суспільству неодмінну цінність мистецтва та піднімала сприйняття даного напрямку діяльності [62, с. 170].

Епоха римської античності внесла також свої важливі корективи у популяризацію та поширення театрального мистецтва. Мабуть, однією з найважливіших історичних пам'яток, що стосуються театрального мистецтва, можна завдячувати римлянами, що у I столітті побудували Колізей – амфітеатр, який одночасно вмщував до 50 тисяч глядачів.

Сама ж театральна діяльність у римській культурі взяла свій початок з 240 року до н.е. і у більшості своїх характеристик була запозичена з грецької культури. Але на відміну від своїх попередників, у римській культурі театр не був настільки значущим.

Виникнення римського театру базувалось на релігійних та обрядових святах. Таким прикладом є перші фесцініни – сатиричні пісні до свят зі збору

урожаю. Цікавим прикладом римської комедії були ателанна. Їх особливістю була відсутність заготовленого тексту, діалоги складались в процесі, мала місце імпровізація. Велику прихильність глядачів мала пантоміма, де дія відбувалась без участі слів, а лише рухами [20].

Античні театри Греції та Риму зробили вирішальний внесок у розвиток європейської культури, музики, архітектури. Багато різновидів класичних театрів, які відомі нам зараз, сформовані саме за часи античності.

До класичних видів театральних вистав відносять: драматичний театр, ляльковий театр та музичний театр.

Базовою складовою драматичного театру є драма, де основним художнім засобом виступає слово, що керується законами драматичної дії. В даному напрямі мовлення може виступати у формі монологу, діалогу з партнером, роздумів актора чи звернення до глядача.

Ляльковий театр – це театральне видовище, в якому основним виразним засобом є ляльки. Частіше за все, вони бувають різних форм, об'ємів, з різних матеріалів та різних розмірів і, у більшості випадків, керуються живими акторами, що сховані від погляду глядача. Лялькові театри можуть передавати розвиток події лише за фізичними діями, а можуть поєднуватись із текстом. Майже завжди цей вид театральних вистав передбачений для розважальної функції або створенні яскравої атмосфери певного заходу, за допомогою лялькової інтермедії.

Театри ляльок поділяють на три види, за засобами їх управління:

- Горішні ляльки – коли управління лялькою відбувається за допомогою рукавички чи тростини, а актор знаходиться внизу, лялька, відповідно, зверху.

- Маріонеткові театри – коли лялька знаходиться внизу, а управління актор здійснює згори.

- Театри тіней – особливий вид мистецтва, де гра відбувається за допомогою світла, а тіні створюються за допомогою паперу, картону, тіла чи інших допоміжних засобів.

Музичний театр – це найбільш насичений вид театрального мистецтва, де основними виражальними засобами є музика, драматургія, живопис, пластика, що органічно поєднуються між собою в одну дію. Цей напрям можна вважати одним з найдавніших, так як, на початку становлення театрального мистецтва, перші спроби йшли від ритуальних танців, співів, ритуалів і традицій. І сьогодні це набуло більш змістовного значення і має безліч цікавих форм.

Музичний театр поділяють на такі напрями:

– Оперний театр – подібний до драми, але на заміну словам, прийшли пісні, які можуть виконуватись як соло, так і в дуетах, квартетах тощо. Всі дії у виставі покладені на музику і, відповідно, пісню.

– Театр танцю – напрям у театральному жанрі, де основним виражальним засобом є пластика. Актори, за допомогою міміки, жестів, рухів тіла, поз, що органічно накладаються на відповідний задуму жанр музиці. Але дуже важливим є те, що кожен рух, кожна хореографічна дія та мізансцена має чітко відповідати лібрето вистави, щоб глядач без участі слів, а опираючись на пластику та взаємодію танцівників, міг зрозуміти ідею та послі хореографічної вистави.

Час не стоїть на місці, і, як і будь-який інший напрям мистецтва, театр трансформується, розвивається і набуває нових форм та сенсів.

Плейбек-театр заснували у 1975 році артисти імпровізаційної драми подружжя Джонатан Фокс та Джо Салас. Їх основною метою було об'єднання різні історії з життя зі сценічним мистецтвом, використовуючи ази психодрами.

На виставі одного з глядача просять розповісти свою будь-яку історію з життя, а за тим, актори відтворюють це в театральній формі. Після цього глядачі та актори обговорюють почуте, побачене та, головне, чи змогли відобразити історію одного з глядача.

Сьогодні плейбек-театри існують більш ніж в 60 країнах. В Україні це одеський театр «Як вдома», дніпровський «Сусіди», київський «Віддзеркалення», харківський «Живе дзеркало» і багато інших.

Фізичний театр відрізняється від інших напрямів тим, що це про рух, але не заздалегідь проставленим сценарієм, а про те, що виникає в процесі творення. У фізичному театрі надають перевагу відійти від усталеного бачення танцю та пластики загалом, а шукати не стандартні форми і рішення, щоб максимального розкрити можливості нашого тіла. В українському просторі не багато прикладів такого напрямку, одним з них є постановка Христини Шишкарьової «Синдром втраченої зиготи».

Інтерактивний театр – один з нестандартних підходів до театрального дійства. Особливістю даного напрямку є те, що кордон між сценою та глядацькою залюю стирається, та глядачі не усвідомлено стають учасником гри та можуть впливати на розвиток подій у виставі. Канва вистави завжди залишається за артистами, але глядач вносить зміни за рахунок своїх емоцій та реакцій на перебіг подій. На жаль, у театральному просторі, цей вид мистецтва не сприймають серйозно, через відсутність аргументованої театральної критики, але існування інтерактивного театру має місце бути, для своєї глядацької аудиторії.

Перфоманс – характеризується, як дія автора, за якою глядач спостерігає у режимі реального часу. Особливістю перфомансів є нестандартний підхід до локацій показу (покинуті занедбані місця, заводи, вулиці, підвали), частіше за все, вистави без драматургії, залучення сучасних технологій чи живої музики, взаємодія з глядачами. Перфоманс називають «живим мистецтвом» або стилем життя, бо кожен з учасників має бути проникнутий цим напрямом, втілювати його у буденності і потім транслювати свою філософію на загал. Тим часом перфоманс, на відміну від інших напрямів сучасного театрального мистецтва набуває все більшої популярності за рахунок грандіозних форм, нестандартних рішень та філософських думок, які підіймаються у творчих

проектах і викликають зацікавленість у прихильників театрального мистецтва [80].

Імерсивний театр – сучасна мистецька форма, яка дійсно владна не тільки вразити глядача, а й змусити його стати «в'язнем вистави», адже він перебуває за тих самих обставин, що й артист. Такий театр називають «театром занурення», що передбачає адаптацію дійства під простір. Тут публіка вже не просто спостерігає, а стає одним з авторів вистави й безпосередньо впливає на перебіг подій. Можна зазначити, що постановки імерсивного театру будуються на діях та реакціях глядача, якщо звичайно він приймає правила гри творців постановки [9, с. 336].

Тож, можна зробити висновок, що театр – це не про стабільність та усталеність форм, а про постійний пошук: від ідеї та сенсів, до креативності реалізації цих задумів. З трьох споконвічних напрямів (драматичний, музичний та ляльковий театр) сучасні митці змогли розгалузити форми театрального дійства, що збільшує можливість зацікавлення якомога більшої кількості глядачів. Бо кожен з нас йде у театр з певним запитом, з пошуком відповідей на свої внутрішні питання або просто, щоб відпочити від реальності. І на сьогоднішній день, завдяки великій кількості напрямів театрального мистецтва, кожен може знайти формат по душі. Будь-то драматична вистава чи перформативне мистецтво.

1.3. Історичні передумови формування українського професійного театру

Театр в українській культурі завжди посідав значне місце, адже, базувався на історичному досвіді, культурних традиціях поетичної творчості, піснях, думах, обрядах, баладах. Обряди та ігрища – це джерела майбутнього українського театру. Масові хороводи, сезонні ритуали, веснянки, гаївки- це все основоположні складові для, надалі розвиненого, комедійного жанру,

вертепного, драматичного театру, аматорського, а згодом, і професійних театрів.

Архівні документи, мемуарні та літературно-історичні джерела, зауважує О. Кабула, містять цінний матеріал про стан народного сценічного мистецтва України. Джерела українського театру – обряди й ігри. Народна гра, масові хороводи, веснянки, гаївки – основи майбутнього комедійного дійства, які поступово розвиваються й трансформуються в складніші театральні форми: ігри народних лицедіїв, театральні-карнавальні дійства, театри календарних обрядів, вертепної драми, народної драми, балагану, аматорський і як вища форма – професійний [29, с. 251].

Перші згадки про зародження театральної форми в українській культурі походять ще з часів Київської Русі. В літописах XI-XII століття, зокрема в «Повісті минулих літ» зазначається, що радимичі, в'ятичі й северяни мали спільний звичай - жили в лісі, влаштовували ігри між селами, й сходились на ці ігрища танцями і різними бісівськими піснями [18, с. 493-494].

Протягом багатьох віків ігри вдосконалювались і змінювали своє ідейно-сміслові навантаження, вдосконалювалось слово, рух, дія, пісня, діалоги, з'являлись нові і нові засоби театральної виразності. Починають виникати певні обряди, в яких театральне дійство грає не лише ілюстративну роль, а і розкриває почуття, переживання, емоції персонажів, демонструючи їх ставлення до конкретних подій чи явищ. Згодом з'являються обряди та ігри, в яких театральне дійство наповнюється сюжетом, певними ідеологічними персонажами, відносинами між ними, атрибутами традиційного українського побуту, декоративним мистецтвом тощо. І так, поступово, з невеликої гри це трансформувалось в маленькі п'єси. Особливістю цих ігор стало те, що з'явилося таке поняття як художній образ, а доповнювали його певні побутові, всім знайомі сюжети. Ця поступова трансформація стане причиною появи такого жанру як «народний театр», в якому всі сюжети зводились до побутових сцен, які з дня у день переживає людина у побуті, відображення взаємовідносин між близькими людьми, їх ставлення до один одного та

обставин, в які вони поглинуті. Акторами «народного театру» вже були спеціально навчені люди [12, с. 18].

Паралельно з тим, розвивались різдвяні чи весільні обряди. Яскравим вираженням театралізації у піснях, взаємодіях, рухах, пластиці, музиці та костюмах відрізнялись весільні обряди. А зародженням сатиричної інтермедії, в якій повністю відображається традиційний побут, вважають різдвяні обряди. Народні ігри завжди несли виховні та повчальні функції: ставлення до природи та явищ, відносини у побуті, ведення господарства, відповідальне ставлення до праці, повага до почуттів інших людей, виховання сили волі та зміцнення характеру.

Серед унікальних явищ українського театру не можна не виокремити вертепну драму. Її особливість полягала у тому, що всі дійства розігрувались з великими ляльками. І з ними на різдвяні свята молоді люди ходили по найбагатшим хатам, щоб показати лялькову виставу, а ті в свою чергу віддячували подарунками та смаколиками.

А. Новіков зазначає, що паралельно з ляльковим в Україні існував (і продовжує існувати) й «живий» вертеп, ролі в якому виконують люди – професійні актори або аматори. Це, по суті, симбіоз духовної драми й інтермедії. Використовуючи широковідомий євангельський сюжет про народження Ісуса Христа, виконавці зазвичай наповнюють його злободенними проблемами повсякденного життя, не оминаючи при цьому гострих політичних питань. У 1918 році «Різдвяний вертеп», в якому ролі виконували актори, поставив «Молодий театр» під керівництвом Леся Курбаса. Дійовими особами у цій виставі були біблійні герої, бурсаки й інтермедійні персонажі. Притому чисельно переважали останні. Ця форма вертепу дожила до наших днів, а точніше, відродилася в часи незалежної Української держави. Доречно згадати студентські вертепи в Києві, Львові, Харкові та інших містах України. Великим успіхом користувався Різдвяний вертеп, розіграний на майдані Незалежності в Києві 2014 році під час Революції Гідності. Показово, що замість царя Ірода тут зображували тодішнього президента В. Януковича.

Виставляють «живу» вертепну драму, як і лялькову, зазвичай на Різдво. Хоча в нашу бурхливу добу нерідкістю стали і так звані фронтові вертепи, котрі розігруються перед бійцями незалежно від пори року [53, с. 249-250].

Еволюція театрального мистецтва завжди була пов'язана з подіями на політичній арені. Таким чином, після приєднання частини України до Польщі у 1569 році виникає таке поняття як «шкільний театр». На протидію польській шляхті та їх антиукраїнського руху, міщани та селяни утворюють братства, які в свою чергу створюють всі умови для розвитку українського суспільства. Братства сприяють розвитку мистецтва та живопису, відкриттю шкіл, де і проводять театральні дійства, зазвичай на релігійну тематику. Потім ці вистави показують у католицьких церквах. Важливу роль у шкільній драмі відігравали інтермедії, невеличкі ігрові сцени, які учні грали у перервах між частинами основної п'єси.

Про цінність української інтермедії писав В. Ніколаєв: «Інтермедія запровадила протонародну українську мову в драматичні твори XVIII століття і цим відкрила доступ на сцену щирим думкам і заповітним прагненням народу, не обмежуючись жодними умовами сценічної дії» [52, с. 7.]

На другу половину XVII – першу половину XVIII століть припадає період подальшого розвитку започаткованого наприкінці XVI століття українського шкільного театру. Фактично його можна вважати спадкоємцем театральних традицій попередніх віків. До першої половини 30-х років XVII століття головним осередком українського шкільного театру був Львів, у другій половині XVII столітті його центром стає Київ, власне, Києво-Могилянська академія. Саме наприкінці XVI – на початку XVII століть український театр розвивається у вигляді найпростіших його виявів – декламації і діалогів. Декламація – це віршовані панегірики у формі привітань, надгробних промов, написів, послань. Тематами їх були герби або їх елементи, якісь найновіші події (війна, укладання миру, зустріч або відправлення посольства, чиясь смерть, перемога, релігійні свята – Різдво, Великдень,

важливі історичні події тощо). Виконувались декламації гуртом у шкільних класах або в церквах без сценічних атрибутів, але під час свят, урочистостей допускалося скупе сценічне оформлення (виконавці, одягнуті у відповідні костюми реальних або алегоричних постатей, декламували серед декорацій, вдаючись до відповідних жестів) [41, с. 297].

Наприкінці XVII – початку XIX століття, коли аграрний капітал в Україні досяг свого апогею і в Україні почали з'являтися кріпацькі театри. Поміщики, яким бракувало коштів на утримання театру та акторської трупи, активізували їхню гастрольну діяльність, відправляли для виступів у повітові та губернські міста. Нерідко вистави грали на ярмарках, під час дворянських виборів. При кріпацьких театрах працювали «школи мистецтв», де навчали акторському мистецтву й музиці (сольному та хоровому співу, грі на інструментах), хореографії, іноземним мовам [27, с. 33-34].

Після чергових подій на політичному фронті, відбувається приєднання України до Росії, після чого зміцнюються культурні зв'язки між народами, що стає причиною активного розвитку різних напрямків театру. З початком XIX століття виникають театри балагана, і на відміну від попередників, тут митці мали вже власне, гарно обладнане приміщення, зі складними технічним обладнанням, що давало можливість робити зміну декорацій перед глядачем.

У цей час своєї популярності здобув театр «народної драми», в якому слова, дії, пісня, міміка та жести ставали ключами до розвитку драматичної дії.

Наприкінці XVIII століття паралельно народній драмі, з'являється кріпацький театр. Це було пов'язано з активним закріпаченням православних українців, які були носіями багатой культури. Тож вельможі почали влаштовувати театральні дійства за участю кріпаків прямо у своїх володіннях. Кріпацькі хори, капели, оркестри та театри функціонували чи не у кожному дворянському маєтку як російських дворян, так і в українського панства. Репертуари кріпацьких театрів був різноманітним: від пісень та балетів, до театральних драматичних вистав. Одним з найвідоміших кріпацьких театрів, з

багатим акторським та декоративним надбанням був театр Ширая, який почав першим вести гастрольну діяльність [30, с. 26.]

У другій половині XVIII століття активно починали свою діяльність у великих містах стаціонарні аматорські театри. На той момент ще не було розмови про створення національного театру, через брак репертуару та недосконалість української мови.

Завдяки внеску Івана Котляревського та Миколи Гоголя з'явилися традиційна українська драматургія, яка мала унікальний колорит, свою специфіку, а також, дали змогу з'явитися аматорським театрам. Функціонували вони переважно на робітничому, студентському, селянському просторі серед культурної інтелігенції. Керували переважно такими театрами письменники та самі актори.

З появою нової української драматургії, якій треба завдячувати роботам Лесі Українки, Івана Франка, а також іншим письменникам та драматургам, з'явився професійний український театр.

Театр здавна ніс головну розважальну функцію. Але, з плином часу, перелік функцій зростав разом з кількістю нових жанрів та форм театральної діяльності. Вистави розважального характеру з ведучих місць посунули вистави з глибоким ідейно-філософським навантаженням, складною драматургією. З розширенням репертуарної складової театральної діяльності, розширилась і категорія глядацької аудиторії. Кожен знаходить напрямок театральної діяльності по душі, за власним світобаченням, а отже у кожного театру складається своя аудиторія, на яку фокусує свою увагу.

Не зважаючи на вид театру, місії у кожного з них однакові, так як, в першу чергу, театр – це про культуру, а отже і про культурний розвиток населення.

Першочергова роль театру залишається розважальна, за нею, однією з головних визначають розвиваючу. Акторська практика розвиває в глядачеві:

- естетичне сприйняття світу;
- вміння аналізувати і зчитувати інформацію «між рядків»;

- здатність переживати, співчувати, радіти разом з іншими учасниками дійства;
- навички грамотно і влучно виражати свої думки, і доносити їх без використання слів;
- вміння розбиратись у життєвих ситуаціях, людях та аналізувати свою поведінку у соціумі;
- любов до культури, літератури, музики і здатність до осмисленого сприйняття побаченого чи почутого.

Неодмінну роль театр відіграє у житті дитини чи підлітка. Щодо дітей, театр розкриває можливість до ігрового навчання, легкого сприйняття серйозних основоположних цінностей про сім'ю, дружбу та співіснування у реальному світі.

Театр здатен захопити і представників підліткового віку. Адже саме у цей час, театральна діяльність може стати платформою для само прояву власних амбіцій підлітка, а також його реалізацію як особистості, вберегти від впливу згубних компаній чи звичок.

Таким чином, розвиток українського театру, безперечно, пов'язаний із культурними традиціями народів України, які виконували соціальну та педагогічну функції, починали формуватися ще у творчій діяльності викладачів Київської Академії і продовжилися в діяльності І. Котляревського, Г. Квітки-Основ'яненка, М. Старицького й інших діячів культури [84, с. 460].

Н. Чечель поєднує різні етапи розвитку видовищної і драматичної культури України синтетизмом музично-драматичного і побутово-поетичного стилю. Цей стиль розвивається в межах універсальної структури ігрового полістилістизму староукраїнського майданного народно-містеріального театру: профанний рівень життєвих історій сакралізується, збираючись у надчасові цілості колізій народної долі, а цілком реальні персонажі, завдяки використанню мандрівних сюжетів, фольклору і масок як типів, набувають рис міфологічних героїв. Театр ХІХ століття пов'язаний з майданним народно-містеріальним також системою сценічного амплуа, що функціонує як

видозмінена театральна маска. У структурі українського театру в XIX століття, як і перед тим, поширені стилістичні елементи видовищ, характерні для суспільства общинного типу. Поза тим, видовищна і драматична культура українського романтизму, зберігаючи свою автентичність в умовах імперської – Російської та Австрійської – влади, органічно вписується в систему культурно-мистецького простору неокласичного, імперського та романтичного стилів тогочасної Європи [89, с. 67].

Розглядаючи українське театральне мистецтво не можна не зупинитися на питанні заборони української мови, яка на думку С. Дубовик, є цементуючою силою української, як і будь-якої іншої нації. Саме проти неї були спрямовані основні зусилля – русифікація корінного населення, яка проводилася в Україні з особливою нетерпимістю та жорстокістю. У цьому контексті не можна не згадати указів: Валуєвського (1863), спрямованого на серйозне обмеження функціонування в суспільстві української мови, і т. зв. Емського (1876), за яким заборонялися український театр, прилюдні читання творів українських письменників тощо. За законом 1881 року окремий український театр не дозволявся. Можна було мати «малорусско-русскую труппу» Така організація театру була дуже складною. До того ж, особливо з 1889 року, цензура почала систематично перекреслювати як окремі сцени, так і цілі п'єси, коли в них зображувалася інтелігенція, навіть міщанство, яке відрізнялося від селян своїм зовнішнім виглядом [21, с. 53].

Формування українського професійного театру пов'язано з іменем Марка Кропивницького, який у 1882 році заснував в Єлисаветграді (нині Кропивницький) Театральне товариство, яке стало основою українського професійного театру і яке прийнято називати театром корифеїв. Такі українські митці, як М. Кропивницький, І. Карпенко-Карий, М. Заньковецька, Г. Затиркевич-Карпинська, М. Садовський, П. Саксаганський підняли вітчизняний театр на найвищий щабель світового мистецтва. Завдяки цим та іншим відомим вітчизняним акторам значною мірою було спростовано міф

про недолугість української культури, на високому професійному рівні продемонстровано багатство і милозвучність українського слова. Театр корифеїв дав неабиякий імпульс не лише для подальшого розвитку національного театрального мистецтва, а й мав неоціненне суспільно-політичне значення. Він став однією з важливих духовних підвалин, на яких через багато десятиліть потому було побудовано незалежну Українську державу [54, с. 31].

Можна сказати, що український театр, який мав свої витoki з народної творчості пройшов великий історичний шлях свого становлення від ігор та обрядів до професійних театрів сьогодення.

Висновки до першого розділу

У ході проведеного дослідження наукових матеріалів за теоретичними основами театрального мистецтва, було виявлене місце театру у соціокультурному просторі, досліджено види та функції театрального мистецтва, а також, проаналізовано історичні передумови формування сучасного українського театру.

Безсуперечно можна підтвердити значиме місце театрального мистецтва у суспільному житті будь-якого періоду. Функції театру є багатозначними і з різних сторін впливають на формування особистості на певних етапах життя, дають відповіді на одвічні питання, виховують, змушують думати та аналізувати.

Під час великого проміжку часу, театральне мистецтво постійно було підпорядковане політичній арені, змінам устоїв, перебігу релігійних революцій, змінам понять та устоїв суспільства. Але, тим не менш, функції залишались незмінними, змінювались лише акценти, які розставляли та чи інша верхівки влади.

Функції загалом залежать від напрямів та стилів. У театральному мистецтві виокремлюють: абсурдизм, експресіонізм, мелодраму, модернізм,

натуралізм, постмодернізм та реалізм. Виходячи з функцій кожного з напрямів, можна узагальнити, що театр, загалом, несе суспільству пізнавальну, комунікативну, розважальну та естетичну функції.

Пізнавальна функція є важливою для розширення кругозору суспільства. Занурити театральними засобами глядача у різні часи, епохи, дати змогу подивитись на ті чи інші важливі події крізь призму театральної гри.

Так як театр є місцем збору великої кількості людей, це можливість проводити час в оточенні однодумців, розширення тем для обговорень, дискусій, можливість виражати свою особисту думку з приводу театральної постановки та чути думки інших, знайомитись зі справжніми поціновувачами мистецтва та розширювати коло своїх знайомств. Це і є одна з важливих функцій театального мистецтва у сучасному світі – пізнавальна.

Ще з часів грецької та римської культури став популярним крилатий вислів: «Хліба та видовищ!». Адже, театр, на початку свого формування, дійсно ніс одну і, мабуть, єдину функцію – розважальну. Коли верхівка влади мала за бажання спостерігати, як простий люд буде розважати своє верховенство. Ця тенденція залишилась і до сьогодні і функція розважати глядача є актуальною. Змінилась лише форма і сенс: головна мета – відволікти населення від побутових справ, дати можливість відпочити від буденної рутини і на декілька годин поринути в інший світ, сміятись, плакати, співчувати та радіти разом з дійовими персонажами.

Виховання естетичного смаку є важливою складовою виховання здорового та свідомого суспільства. В цьому як раз на допомогу приходить театр. Який за своїм устроєм та метою призначений для виховання смаку у музиці, у вимові, у шані до культурної спадщини, у манері поведінки. Театр закладає правильні цінності і нашоує на прийняття свідомих рішень. І все ж таки, один раз відвідавши театр, ти усвідомлюєш, яка там відмінна атмосфера від будь-якого іншого закладу культури і це неодмінно надихає на роздуми і зміну свого світосприйняття.

Отже, театральне мистецтво є особливим напрямом культури всіх народів та націй. І мета кожного - популяризувати та примножувати надбання, підтримувати даний напрямок, щоб і надалі, майбутні покоління, через театральну дію, могли вивчати, пізнавати, аналізувати життя, робити висновки та розуміти важливі цінності свого буття.

Завдячуючи розширеному спектру видів та жанрів театального мистецтва, кожен може наблизитись до мистецтва і знайти собі близьке. До класичних видів відносять драматичний театр, ляльковий та музичний. Кожен з них в свою чергу має ще розгалужений спектр напрямів діяльності. Так ляльковий театр ділиться на маріонетковий, театр горішніх ляльок та театр тіней. Музичний театр включає в себе оперу та театр танцю.

Театр розвивається, крокуючи у ногу з сучасним світом, тому дедалі частіше з'являються нові напрями театальної діяльності: плейбек-театри, фізичні, інтерактивні, перфоманси та імерсивні театри.

Тож, можна зробити висновок, що театр – це не про стабільність та усталеність форм, а про постійний пошук: від ідеї та сенсів, до креативності реалізації цих задумів.

Варто зауважити, що важливу роль у формуванні сучасного театального мистецтва відіграли саме історичні аспекти впливу.

Перші згадки про зародження театальної форми в українській культурі походять ще з часів Київської Русі. Протягом багатьох віків ігри вдосконалювались і змінювали своє ідейно-сміслові навантаження, вдосконалювалось слово, рух, дія, пісня, діалоги, з'являлись нові і нові засоби театальної виразності. Розвивались весільні та різдвяні обряди, поширювалась вертепна драма. Згодом, у наслідок приєднання України до Польщі виникає таке поняття як «шкільна драма». Важливу роль у шкільній драмі відігравали інтермедії, невеличкі ігрові сцени, які учні грали у перервах між частинами основної п'єси. Наприкінці XVII – початку XIX століття, коли аграрний капітал в Україні досяг свого апогею і в Україні почали з'являтися кріпацькі театри. Після чергових подій на політичному фронті, відбувається

приєднання України до Росії. В цей час формується «народний театр». В кінці XVIII століття паралельно народній драмі, з'являється кріпацький театр. Це було пов'язано з активним закріпаченням православних українців, які були носіями багатой культури. Наприкінці XVIII століття активно починали свою діяльність у великих містах стаціонарні аматорські театри. На той момент ще не було розмови про створення національного театру, через брак репертуару та недосконалість української мови.

До речі, саме мовне питання, доволі довгий період часу не давало театру вийти на високий рівень майстерності. Але завдяки таким відомим драматургам як Іван Котляревський, Леся Українка, Іван Франко – театр зазнав розквіту і набув автентичної специфіки свого розвитку.

Проаналізувавши історичні події, що впливали на розвиток театру, час становлення театрального мистецтва, поступове набуття форм та змісту, можна зробити висновок, що сучасний український театр пройшов важкий шлях становлення. Тим театром, який ми зараз називаємо «сучасним українським театральним мистецтвом», ми маємо завдячувати всім попередникам, патріотам, поціновувачам української культурної спадщини, які всіма шляхами будували українське мистецтво. Попри заборони, складнощі та перепони, наповнили його цінностями, сенсами та змістом, дали змогу майбутнім поколінням крізь призму театру вивчати та досліджувати історію України, її культуру, побут, традиції та звичаї.

І нашим завданням є зберігати, примножувати та вдосконалювати мистецтво, щоб українська культурна спадщина з роками лише багатшала, а не біднішала на фоні осучаснення суспільства новітніми технологіями. Бо цінне – на поверхні, вічне – в середині кожного з нас.

РОЗДІЛ II.

СПЕЦИФІКА УПРАВЛІННЯ ТЕАТРАЛЬНИМИ УСТАНОВАМИ

2.1. Уявлення про управління у сфері сучасного театрального мистецтва

Будь-які взаємовідносини, які формуються під патронатом держави, мають керуватись Законом – державним нормативно-правовим актом вищої юридичної сили, що регулює найбільш важливі суспільні відносини шляхом встановлення загальнообов'язкових правил поведінки суб'єктів цих відносин.

Закон України «Про театри і театральну справу» [26] регулює суспільні відносини в галузі театральної справи, що виникають у зв'язку зі створенням, публічним виконанням та показом театральних постановок, визначає правовий статус театрів, форми їх державної підтримки, порядок їх створення і діяльності та спрямований на формування і задоволення творчих потреб та інтересів громадян, їх естетичне виховання, збереження, розвиток та збагачення духовного потенціалу українського народу.

За Законом на території України створюються та функціонують театри, що відрізняються за видами, за формою власності, спрямовані на різні верстви суспільства [26].

Хочеться зазначити, що більшість українських театрів діють у рамках ринкових відносин, про що не йдеться у основному Законі «Про театри та театральну діяльність», який можна вважати недосконалим до сучасних умов та потрібно видозмінювати, щоб не створювати рамок обмежень для функціонування сучасного театрального мистецтва України.

За українським законодавством театри є такими, що несуть повну самостійну відповідальність за вирішення господарських, творчих та ресурсних питань, не залежно від форм власності – державної чи приватної. Така творча свобода відчутно впливає на розширення стильових меж, підтримку само ідентифікації творчого розвитку колективів, стимулюють

пошуки нових засобів організації процесу роботи, вирішення економічних питань.

Свобода творчості проявляється в:

- засоби втілення та розкриття драматургії;
- вибір засобів для театральної постановки;
- розробка, створення та прокат репертуару;
- вибір місць для прокату та публічного виконання вистав;
- формування цін;
- вибір режиму роботи.

Згідно з Законом театральна творчість є вільною і не потребує попереднього перед показу вистав на органи місцевої влади, організацій, спілок, підприємств, установ, об'єднань громадян, задля узгодження. Крім випадків, коли посадова особа є автором твору театального мистецтва.

Проте, як і будь-які інші мистецькі заклади, театр повною мірою залежить від регулювання центральним виконавчим органом влади (Кабінетом міністрів), що відповідає за функціонування держаної політики у культурній сфері, а також обмежує свою діяльність рядом законів та нормативних актів. В таких умовах, театральна діяльність підпорядкована Конституції України, законам України, постановам Кабінету міністрів України, наказам Міністерства культури України, рішенням обласної ради, розпорядженням голови обласної ради чи голови райдержадміністрації, колективним договорам та графікам внутрішнього розпорядку, галузевим угодам, Положенням про преміювання працівників театру та Статутам театру [78].

Головною місією театрів є зробити доступною творчість для кожного громадянина, виховувати естетичний смак та популяризувати правильні цінності серед населення, зміцнювати культурні зв'язки поколінь, зберігати культурну спадщину, сприяти вихованню та залучення глядачів до українських та світових культурних надбань.

Державна політика в галузі театральної діяльності діє за такими напрямками:

- забезпечення соціально-економічних та правових умов для функціонування театрів;
- підтримка і розвиток мереж театрів та забезпечення їх сучасним обладнанням;
- стимулювання театральної діяльності шляхом залучення високо-технологічної матеріальної бази, заохоченням осіб, які зробили значний внесок у розвиток театральної сфери;
- розробка та сприяння реалізації державно цільових та регіональних програм розвитку театрів, забезпечення їх фінансування за кошти державного чи регіонального бюджетів;
- забезпечення підготовки висококваліфікованих спеціалістів театральної справи у вищих навчальних закладах, підвищення фахової кваліфікації творчих працівників, їх правовий та соціальний захист;
- забезпечення охорони, збереження та покращення театральних будівель, що є об'єктами державної чи комунальної власності;
- встановлення державних стипендій чи премій для підтримки молодих талановитих митців;
- сприяння міжнародному співробітництву в галузі театру та театральної справи;
- забезпечення дотримання суб'єктами законодавства, зокрема у сфері авторських прав [26].

Театри, які належать до комунальної чи державної форм власності не мають на меті отримання прибутку, їх основна театральна діяльність направлена на:

- підготовку та показ театральних вистав;
- підготовку рекламних матеріалів, фото та відео матеріалу;
- реалізацію квитків;
- виготовлення реквізиту та допоміжних засобів;
- надання власної сцени іншим театрам;

- організацію фестивалів та конкурсів;
- надання іншим закладам постановочних послуг [26].

Законом державним чи комунальним театрам надається низка прав, яка розширює можливості творчої реалізації театрального мистецтва.

По-перше, театри можуть самостійно обирати стилістику репертуару, визначати контингент, на який зорієнтована робота, обирати форми гастрольної чи фестивальної діяльності. Також, володіють правами передавати чи продавати свої роботи іншим закладам, вести відео- та фотозйомку, а також теле- та радіотрансляції вистав.

По-друге, Законом не обмежується вибір форм реалізації рекламної продукції задля популяризації театру, використання корпоративного кольору чи символіки закладу, вибір послідовності та кількості поширення реклами та продажу квитків на вистави.

По-третє, у рамках чинного законодавства дозволяється здійснювати інші види діяльності, що покращить роботу театру, зміцнить матеріально – технічну базу та буде сприяти розвитку закладу. Дозволяється вести зовнішньоекономічну діяльність та користуватись іншими правами в рамках визначених чинним законодавством [26].

На одному рівні з правами держава ставить в умови і певні зобов'язання з боку театральних установ. Основними з них є збереження умов праці та майна закладу, виконання зобов'язань, що впливають із Закону України «Про театр і театральну справу», будь-яка видозміна жанрового репертуару чи мовних складових відбувається за відома центральних органів влади, яким підпорядковується установа.

На сьогоднішній день театральна діяльність не має серед населення широкої зацікавленості і прибутки лише з показу вистав не покривають у повній мірі запити театру в матеріально-технічному забезпеченні, оформленні вистав дорогим світлом, декораціями, виплати премій працівникам. Саме тому, театри змушені вести певну комерційну діяльність, щоб мати підтримку у творчих реаліях. Комерція виступає одним з джерел доходу, нестача якого є

одним з найгостріших питань у сфері культури ще з часів незалежності. До спектру комерційної діяльності театрів відносять: виробу сувенірної продукції, виробництво різних товарів цехами театру, прокат реквізиту, костюмів та взуття, продюсерська діяльність та інші.

Якщо дивитись глобально, то театрам надається велика кількість прав, а керівництво може виконувати достатню кількість дій без погодження центральних органів влади, це стосується як творчого процесу, так і розподілу доходу та прийому працівників на роботу. Але все ж залишається певна кількість складових організаційних моментів, які не можливі без угоди центральних виконавчих органів влади. Їх функції зводяться до в реалізації державної політики, формуванні спеціальних організаційних груп, навчанні персоналу, а також контролю та координації документальних аспектів та загального процесу функціонування театру.

Ще однією з важливих функцій центральних виконавчих органів влади відносно театральних закладів є проведення атестації кожні 5 років для адміністративного та творчого складу колективу. Ці дії проводяться задля підвищення ефективності діяльності театрів, перевірки раціонального добору кадрів, контролю рівня випущених творчих продуктів. Під час атестації до уваги беруться: творчий рівень, професіоналізм, можливість подальшого використання творчого та адміністративного складу працівників згідно теперішніх та подальших планів. Саме центральним виконавчим органом влади затверджується положення про проведення атестації артистичного та художнього складу персоналу.

Держава неодмінно також залучена до процесу функціонування театрів та веденні театральної діяльності. Закон України «Про театри і театральну справу» визначає основні напрями політики держави в галузі театральної діяльності:

1. Фінансування.
2. Збереження та утримання будівель.
3. Контроль дотримання законодавства.

4. Підготовка фахівців.
5. Сприяння міжнародному співробітництву.
6. Підтримка ініціатив культурних діячів.
7. Забезпечення належних умов для роботи.

Щодо утримання будівель театрів, то за умов державної власності фінансування на себе переймає держава і виділяє кошти з Державного бюджету, фінансування ж комунальних закладів культури ведеться за рахунок місцевих коштів.

Спираючись на Закон [26], кошти, що надходять від допоміжних джерел ні яким чином не впливають на кількість фінансування з державного чи місцевого бюджетів. Таких чином до цих джерел можна віднести спонсорство, меценатство та благодійність. Вони можуть відігравати значну роль у поліпшенні стану театральної сфери, але для цього правове регулювання має передбачити ці складові як додатковий канал фінансуванні та сприяти його розвитку.

Театри, що фінансуються за кошти державного чи місцевих бюджетів не підлягають приватизації, перепрофілюванню та використанню не за призначенням.

Управління театральню діяльністю здійснює менеджер. Т. Полякова зазначає, що у вітчизняній та зарубіжній практиці існують різні погляди на функціональні обов'язки театального менеджера. До їх переліку включають:

- продаж творів сценічного мистецтва;
- адміністративну відповідальність за театральний сезон чи театральну компанію в цілому;
- прийняття рішень із загальних питань творчо-виробничого процесу;
- залучення коштів від приватних осіб, корпорацій, фондів і урядових установ;
- пошуки грантів, в тому числі урядових і корпоративних спонсорських інвестицій;
- координацію зусиль, націлених на отримання коштів;

- встановлення зв'язків з громадськістю;
- організацію гастрольних турів театрального колективу;
- участь у використанні театрального приміщення;
- дослідження ринку, розробку маркетингового плану та контроль за виконанням [63, с. 30].

Останні роки театральна сфера зазнає цілковитого занепаду. Всьому цьому сприяють як внутрішні фактори так і зовнішні. До внутрішній факторів можна віднести недосконале цивільно-правове регулювання, відносно «старіння» контингенту працівників, ідейна криза, брак фінансування з боку держави або використання виділених коштів не за призначенням. До зовнішніх факторів відносять загальну політичну та економічну кризу, пандемію Коронавірусу, яка закрила всі прошарки суспільства вдома і відвідування театрів зменшилось на 70%, повномасштабне вторгнення Росії дало значний вплив на театральне становище. Адже, більшість людей вважає подібні заходи не на часі, а за умов війни ще й достатньо небезпечним відвідування театрів. Цілком очевидно, що цю кризову ситуацію необхідно долати усіма можливими шляхами, і цивільно-правове регулювання може і повинно відігравати у цій справі не останню роль [94, с. 4]

Театр на сучасному етапі його становлення, коли поруч із академічним постає багатоманіття експериментальних театрів (імерсивний театр, документальний театр, сайт-специфічний театр або вербатім), вимагає нових форм управління. Академічні театри віддавна функціонують за моделлю, у якій художник транслює свою волю директору, а той підлеглим – керівникам різного рівня. У переважній більшості вітчизняних театрів, особливо державних, побудованих за старими принципами управління, ситуація нітрохи не змінилася. Але в незалежних компаніях, новостворених колективах державного підпорядкування, що формуються під конкретний фестиваль або проєкт, комерційних і некомерційних структурах пробують впроваджувати інші, нові схеми. Декотрі з них виявляються нежиттєздатними, проте ті, що

запозичені з бізнесу, часто цілком можна застосувати і в театральній практиці [7, с. 30].

Тим не менш, у театрів залишаються віддані прихильники, на яких має бути спрямована вся подальша робота театральної сфери. І не дивлячись не на внутрішні фактори, ні на зовнішні, працівники театральної справи мають цілком і повністю задовольняти запити глядача, видавати якісний творчий продукт, допомагати та підтримувати психологічний стан населення у будь-який складний період.

2.2. Маркетинг театральної діяльності

Існування репертуарного театру обумовлено тим, що кінцевим споживачем культурного продукту завжди буде соціум. Але, з практичної точки зору, справжню вигоду отримує влада, яка представляє інтереси соціуму в розподілі коштів на фінансування театральної діяльності [22].

Діяльність господарчого суб'єкту в будь-якій сфері життєдіяльності вважається продуктивною, коли за мінімальних витрат забезпечується максимально можливе задоволення потреб споживача. Для цього закладу, що надає послуги соціального значення варто: вивчати контингент своїх споживачів та поширювати усю необхідну інформацію про себе. За це відповідає маркетинг, який є «...соціальним та управлінським процесом, спрямованим на задоволення нестатків та потреб, як індивідів, так і груп, за допомогою створення, пропозиції та обміну товарів» [43, с. 37].

Таблиця 2.1. Маркетингова модель управління

Етап	Завдання
I	Усвідомлення проблеми, постановка цілей, розставлення пріоритетів;
II	Маркетингові дослідження;
III	Прийняття рішень;
IV	Видача управлінських наказів;
V	Контроль виконання та аналіз результату;

Джерело: розроблено автором на основі [79, с. 100].

Таким чином, основна діяльність маркетингового управління направлена на аналіз, планування, реалізацію та контроль виконання завдань, охоплює своєю діяльністю товари, послуги та ідеї, основним завданням має задоволення всіх потреб кожної з сторін, які беруть участь у процесі досягнення кінцевої мети. Тому маркетингове управління у театральній діяльності має посідати важливе місце в організаторських процесах. І навіть у репертуарних театрах, які за Законом оголошені неприбутковими, мають регулярно проводитись тренінги для формування маркетингового мислення серед працівників.

Здійснення маркетингової діяльності театральними установами має обумовлюватися специфікою культурних продуктів, які створюють театри. Т. Філіна зазначає, що культурні продукти є товарами та послугами особливого попиту. Процес їх придбання вимагає від споживачів чіткого усвідомлення і певних зусиль. Іншими словами, процес вибору та покупки культурних продуктів можна характеризувати як продуманий. Купуючи культурний продукт, споживачі отримують враження та емоції. Культурні продукти складаються з таких компонентів:

- культурний продукт у вигляді товару або послуги, в матеріальному або нематеріальному вигляді;
- емоційна складова, отримана споживачем;
- супутні товари і послуги, які допомагають здійснювати реалізацію культурного продукту [86, с. 79].

О. Олійник зауважує, що специфіка використання маркетингу в сфері театрального мистецтва витікає з особливостей послуги, що реалізується на даному секторі ринку. Інструменти маркетингу, які застосовуються на споживчому ринку, наприклад продовольчих товарів, є недієвими при застосуванні до театральних послуг. Причина у відмінності характеристик таких послуг. Аналіз специфіки театральної сфери, дозволяє виділити особливості застосування маркетингу до неї:

- товаром виступає послуга, що задовольняє специфічні потреби споживачів в естетичному та емоційному задоволенні, культурному збагаченні та потребах в освіті і т.п.;

- ціна на театральні послуги не змінюється в широкому діапазоні, в залежності від коливання попиту через державну бюджетну підтримку закладів культури;

- послуга є «прив'язаною» до місця, тобто, для споживання послуги споживач має прикласти зусилля та прийти у театр. Тому, просування (promotion) є одним з головних інструментів маркетингу в театральних закладах [56, с. 116].

Сучасний театральний маркетинг має керуватись принципом: «знайти свого цільового глядача і зробити його партнером на взаємовигідних умовах». Основною та ключовою концепцією має бути побудова взаємозв'язків і стосунків зі своїми глядачами. В цьому може допомогти ментальна особливість українського суспільства: постійна тяга до духовного, прагнення інтелектуального розвитку та розширення кругозору.

До тенденцій розвитку сучасного маркетингу треба віднести такі дві складові, як маркетинг нових ідей та Інтернет-маркетинг [79, с. 53].

Концепція маркетингу нових ідей полягає у тому, щоб винайти товар, послугу, створити особистий бренд, зацікавити глядача, переконавши у користі та перевагах даного товару чи послуги, та змусити його повертатись до нього. Варто зауважити, що створення особистого бренду є досить ефективним та випробуваним методом зацікавлення глядача, адже опирається

на викликання емоцій, закріплення уваги, які виконують роль запуску інших дій на користь виробника творчого продукту [68]. Суть у тому, що глядач, приймаючи рішення про перегляд певного творчого продукту, беруть до уваги відносну важливість маючих позитивне значення атрибутів, «помножуючи» їх на закріплену у мозку «вагу» торгової марки або бренду [76, с. 392]. В театральній діяльності брендинг набуває доволі швидкої популярності, що є цілком виправдано. Адже, з точки зору споживацької психології, бренд сприймається як спогад про емоцію, яка сформувалась і зберігається надалі, за рахунок відчуттів від вистави, гри акторів, візуальної складової. А в театральній сфері діяльності емоція є основоположною складовою. Театральний бренд складається з впізнавання назв вистав, окремих особистостей, постановок, виникнення чітких асоціацій, пов'язаних безпосередньо з даним закладом [83, с. 8]. Завданням артистичного та обслуговуючого складу працівників театру є підтримка та розширення спектру впливу позитивно-емоційного бренду закладу. В такому випадку, можна погодитись, що «...бренд – це послідовний набір функціональних, емоційних, психологічних і соціальних обіцянок цільовому споживачеві, які є для нього унікальними і значущими і найкращим чином відповідають його потребам» [58, с. 35].

Поруч з брендингом стоїть і таке поняття, як імідж театру. Якщо лаконічно, то це сприйняття театру різними групами громадськості, що формується на основі інформації про різні види діяльності театру, яка зберігається в пам'яті соціуму.

Імідж театру тісно пов'язаний з особистими брендами акторів, режисерів, музикантів. Адже до театру глядачів веде майстерність акторської гри виконавців, творча реалізація задумів режисерів та креативності світло- та звукорежисерів. Хоча театральні критики вбачають за основне – це «після смак» після перегляду того чи іншого дійства. Якщо у глядача виникло бажання повторно відвідати театр чи певну виставу, то це свідчить про вдале втілення іміджу та бренду театру [5, с. 23]. Особистий бренд це образ чи

асоціації, які виникають при згадування певної особистості в комунікації між іншими людьми. Він має бути чітко охарактеризований, щоб аудиторія орієнтувалась в характері. У швидкозмінному сучасному світі особистісний бренд виступає в ролі «якора», який утримує стабільну та планомірну роботу як в професійному, так і особистому плані [61].

Таблиця 2.2. Структура іміджу театру

I рівень ієрархії	ІМІДЖ ТЕАТРУ							
II рівень ієрархії	Імідж вистави	Імідж споживача	Внутрішній імідж	Імідж керівництва	Імідж персоналу	Візуальний імідж	Соціальний імідж	Бізнес-імідж
III рівень ієрархії	Функціональна цінність вистави	Стиль життя глядача	Культура організації	Зовнішність	Компетентність персоналу	Зовнішній вигляд персоналу	Соціальні аспекти діяльності театру	Ділова репутація
	Додаткові послуги	Громадський статус глядача Характер глядача	Соціально-психологічний клімат у колективі	Поведінкові особливості Соціально-демографічна ніша	Культура персоналу Соціально-демографічна ніша	Елементи фірмового стилю Архітектура приміщень		Показники ділової активності

Джерело: розроблено автором на основі [82, с. 37].

Причин, для створення особистого бренду, існує декілька: перше – це підвищення власної самооцінки, а друге – це створення конкурентності, розширення інтересів, збільшення кола спілкування.

Можна виділити такі цілі особистісного бренду, які допомагають привернути увагу саме до вашої творчості чи будь-якої іншої діяльності:

- викликати певні емоції;
- побудова довірчих відносин з клієнтами, партнерами чи глядачами, створити такі умови надання послуг, щоб споживач був переконаний в очікуваному результаті;
- тримати гідну планку та підвищувати репутацію;
- сприяння своїй популяризації та впізнаваності;

Тому персональний брендинг охоплює не лише позиціонування окремих особистостей, а і в комплексному значенні створює загальний образ організації, угруповань чи будь-якого колективу [23, с. 31].

За Т. Пітерсом та його виданням «Людина-бренд» людей поділяють на людину-бренд та людину-робітник. Актор-бренд прагне за будь-яких обставин подати себе, продемонструвати свій професіоналізм, зробити так, щоб його цінувала та поважала публіка та відвідувала вистави за його участі. Такі люди, як правило, прагнуть самовдосконалення та йдуть до саморозвитку, виконують всі поставлені задачі на відмінно і прагнуть ще більшого. Театри, у яких є актори-бренди, мають більше охоплення продажів квитків, ніж театри, у яких таких акторів немає [60, с. 42].

Структура персонального бренду має поєднувати у собі такі компоненти:

1. кваліфікація;
2. участь актора в інших напрямках візуальних мистецтв;
3. іміджеві якості актора як професіонала;
4. харизматичність;
5. іміджеві якості актора як особистості;
6. успішність вистав, у яких грав даний актор [92, с. 157].

Для активної популяризації театральної діяльності, маркетологи залучають такий метод як нейромаркетинг. За деякими дослідженнями, було доведено, що сильні театри визивали в емоційному стані глядачів позитивні емоції, відчуття само ідентифікації та прагнення до винагороди. Слабкі ж бренди викликали активізацію тих фаз мозку, що відповідають за пам'ять. Вирогідніше всього, що глядачі намагались віднайти в пам'яті схожі моменти і спів ставити з побаченим, щоб дати певну оцінку.

За класичних форм маркетингу спеціалісти долучаються до методу «4Р»: *product*- продукт, *price*-ціна, *place*-місце, *promotion*-просування, де ключовою є ціна [43, с. 148].

Успішна діяльність театрів залежить від низки обставин:

- місце розташування театрів на ринку театральних послуг;
- рівень управління театрального закладу;
- навички, досвід та талант керівництва.

Театр сам в праві визначати цінову політику квитків на свої вистави. Головними умовами, на які має спиратись управління це:

1. економічно-обґрунтовані ціни;
2. не призвести до втрати глядача.

Для формування результативної стратегії розвитку театру, маркетинговий відділ має регулярно проводити дослідження та аналіз оточуючого середовища, як внутрішнього, так і зовнішнього:

- оцінити минулу діяльність театру;
- проаналізувати поразки та досягнення;
- перевірити компетентність та професіоналізм співробітників компанії;
- налагодити безперебійну роботу театру;
- створити передумови для впровадження маркетингу та його нормального функціонування.

Систематичні маркетингові дослідження мають проводитись за такими складовими:

1. ринок збуту театрального продукту;
2. рівень конкуренції на ринку;
3. формування цін на квитки;
4. обсяг та структура попиту на продукт театральної діяльності;
5. репертуарний план.

Варто приділити увагу театрам-конкурентам на ринку театральних послуг, щоб зробити свою роботу максимально унікальною, або знайти аспекти, що вирізняють і привертають увагу саме до вас і збільшити акценти саме на ці моменти. Аналіз конкурентів варто проводити за таким планом:

- кількість конкурентів на ринку;
- виявлення найбільш потенційних конкурентів;
- яку частку на ринку займає найбільший конкурент;

- які пропозиції надають конкуренти своїм клієнтам та в чому їх перевага;
- виявлення слабких місць в роботі конкурентів;
- тактика конкурентів, її позитивні та негативні сторони [87, с. 125].

Для вирішення цих питань і потрібні маркетингові служби та спеціалісти, які мають тримати на контролі розвиток ринку сценічних мистецтв, проводити його аналіз, сегментацію та пришвидшувати попит театрального продукту серед глядачів, робити контингент аудиторії якісним та перспективним.

Можна дійти висновку, що ефективна робота репертуарного театру залежить в повній мірі від повної зацікавленості всіх учасників процесу в позитивному результаті. Ціннісно-орієнтоване управління повинне бути спрямоване на систему мотивів та стимулів, спонукання до збільшення потенціалу кожного з учасників і збалансовано поєднувати духовне і тілесне у роботі.

Для формування бази проектного підходу в організації діяльності українського сучасного репертуарного театру, варто спиратись на досвід європейських та американських практик впровадження прожект-менеджменту.

Після опрацювання можливих напрямків розбудови маркетингової складової в управленні сучасною театральною сферою можна сказати, що є всі підстави для використання добре відпрацьованого в інших галузях маркетингового управління (так званого маркетинг менеджменту), також для застосування такої управлінської технології може продукувати максимальну результативність в діяльності репертуарного театру за рахунок націленості на задоволення всіх груп. Серед важливих цілей маркетингового управління театром повинні стати брендінг, а найважливішим напрямком розвитку маркетинг менеджменту у театрі має всі підстави стати нейромаркетинг.

2.3. Реклама в театральній творчості

Маркетингова концепція, яку впроваджують у театральній діяльності, включає у себе рекламну діяльність. З метою підвищення глядацького інтересу, потреба в рекламній кампанії є досить актуальною в театральному середовищі і вимагає постійного вдосконалення і пошуку унікальних ідей.

Реклама – популяризація товарів, видовищ, послуг з метою привернути увагу покупців, споживачів, глядачів, замовників тощо, поширення інформації про когось, щось для створення популярності, а також візуальна та інша медіа-продукція – плакати, оголошення, відеокліпи, що використовуються як засіб привертання уваги потенційних споживачів [11, с. 95].

На території України реклама з'явилась ще у XIX столітті, а засновником однієї з перших рекламних фірм вважають Романа Шухевича. Перша рекламна фірма називалась «Фама» і було створена з двох причин: Шухевич, як колишній політв'язень підтримував побратимів-націоналістів, даючи їм робочі місця, а по друге, було створена легальна організація для прикриття діяльності ОУН.

Театральний менеджмент передбачає у своїй діяльності створення, виготовлення і розповсюдження реклами [48, с. 546]. Не можна сказати, що рекламна діяльність у театральній сфері особливо відрізняється від маркетингу інших видів діяльності з надання послуг чи продажу товарів, але, тим не менш, має свої унікальні особливості. З яких, висока регіональна диференціація інтелектуального продукту; висока ступінь впливу особистих уподобань та пристрастей споживача; існування визначної ролі іміджу в просуванні інтелектуального та творчого продукту [2, с. 20].

Більшість глядацького контингенту не знають, що вони хочуть бачити чи чути, допоки їм не підкажуть. У цьому випадку, реклама виступає у ролі масової комунікації, яка має на меті перевести якість постановок на мову потреб та запитів споживача. Таким чином, можна наголосити на тому, що

реклама необхідна для того, щоб зменшити рівень глядацької невизначеності та збільшити попит.

Реклама в театральній діяльності, у більшості випадків, передається текстом: у форматі буклетів, банерів, афіш тощо. Основними вимогами до тексту є шаблонність та «легкість» та опора на формулу рекламних аргументів:

- бажаність – пробудження емоцій;
- оригінальність – естетичне оформлення;
- привабливість – привертання уваги.

Отже, можемо визначити наступні функції рекламної кампанії:

- економічна – сприяє зростанню та розвитку продукції чи організації загалом;
- соціальна – прищепити цільовій аудиторії правильні цінності, звички, сформувати правильний світогляд;
- ідеологічна – створення ідеологічних цінностей серед суспільства;
- маркетингова – виконує основні цілі і завдання комплексу маркетингу;
- комунікативна – як спосіб передачі інформації.

Види рекламних повідомлень можуть відрізнятися за:

- способом впливу на покупця;
- способом вираження;
- цілями і задачами;
- з боку можливого зворотного зв'язку.

Важливими аспектами у рекламній кампанії є способи впливу на соціум, їх відрізняють як раціональні (реклама інформує, наводить аргументи, посилює сказане малюнками чи графіками, щоб переконати глядача) та емоційні (викликає емоції, пробуджує в пам'яті спогади та асоціації, впливає на почуття).

З точки зору основних цілей рекламу поділяють на такі види:

- імідж-реклама, яка має на меті створити престиж закладу;
- стимулююча реклама;
- внутрішньофірмова реклама;
- реклама для збуту продукції;
- порівняльна реклама;
- реклама-нагадування;
- інформуюча реклама;
- реклама превентивного характеру.

У функції реклами і художнього оформлення входить розробка творчих матеріалів, підготовка тексту, вибір візуальної картинки, рекламних буклетів, розподіл бюджету необхідного для впровадження рекламної кампанії і узгодження всіх нюансів з комерційними підприємствами.

Через брак достатнього фінансування театральної справи на даний момент більшість державних закладів не в змозі утримувати великий штат маркетингового відділу. Тому, максимально результативним є ви наймання спеціаліста на роботу за контрактною формою. Або ж звернення до рекламних агенцій, які надають повний пакет послуг:

1. підготовка рекламних матеріалів та розміщення їх у засобах масової інформації;
2. розробка, виготовлення, монтаж;
3. тиражування і прокат реклами;
4. організація та проведення семінарів, виставок, тренінгів;
5. редакційна робота та поліграфічне виконання друкарської роботи;
6. розробка товарних знаків та фірмового стилю;
7. надання послуг проведення досліджень щодо складу аудиторії;
8. представлення рекомендацій, спираючись на актуальні запити на ринку.

Розглянемо та проаналізуємо ефективність реклами безпосередньо для театральної діяльності та з боку продажу творчого продукту.

Перше на що, варто звернути увагу – це аудиторія. Перш, ніж обирати формат репертуару театру варто визначити межі цільової аудиторії: вік, стать, місце проживання, статус, матеріальне забезпечення. Цими межами варто і оперувати при створенні безпосередньо рекламної продукції.

По друге, важливим є місце розташування. Сформувавши образ свого середнього глядача, обираємо місця, де безпосередньо глядач може побачити вашу рекламу. Це можуть бути Інтернет-ресурси, вулиця, супермаркети, місця роботи.

Час теж, безпосередньо, є важливим критерієм під час розміщення реклами. Наприклад, розмістити рекламні банери чи листівки з рекламною інформацією про дитячу виставу буде доречним в місцях, де діти часто відпочивають з батьками: дитячі майданчики, аквапарки, дитячі кафе. А от рекламу про дорослі вистави варто розміщувати в Інтернет-ресурсах, на зупинках, поблизу офісів. Якщо вистава чи перфоманс орієнтований на людей поважного віку, то рекламу краще давати на радіостанції чи у видання газет, популярних у регіоні.

Щодо вузького кола аудиторії, то інформацію варто розташовувати у ЗМІ дотичних до даної теми, або схожою за форматом.

Якщо довгий час, організація не відчуває результативність від запуску реклами, то варто звернути увагу на рівень креативного підходу, вибір носія реклами, частоту показу вистав та правильність вибору цільової аудиторії.

10 корисних порад від спеціалістів з реклами, щоб результат був успішним:

1. Частота показу реклами. У сучасному потоці інформації важливо постійно бути у полі зору, нагадувати про важливі події, привертати увагу.

2. Сталість реклами. Часта зміна формату може впливати на сприйняття та запам'ятовування з негативної точки зору.

3. Єдність стилю. Будь-яке джерело реклами, формат подання інформації не має видозмінювати ваш стиль.

4. Відмова від «доказів від протилежного».

5. Оцінюйте рекламу за кількістю продажів квитків а не від кількості реалізації рекламного продукту.
6. Назва закладу на основне місце.
7. Враховувати особливості носія. Менше тексту-більше шрифт.
8. Акцентувати увагу не на собі, а на глядачеві.
9. Вказуйте ціну.
10. Проведіть попереднє тестування реклами, чи відгукується вона аудиторії і вислухайте поради та рекомендації зі сторони.

Можна зробити висновок, що реклама у сучасному світі займає велику частку в інформаційному просторі і фактично заповнила весь медіа та реальний простір. Важливим є те, якою є ця реклама. Театральному мистецтву на сучасному етапі формування треба більше приділяти увагу до створення рекламної кампанії задля активізації популяризації театрів, як місця для проведення вільного часу. Щоб вирівняти конкурентоспроможність серед кінотеатрів, парків розваг, ігрових кімнат, які на зараз є більш популярним серед молоді та дорослих. Адже, на думку більшості, є місцями, які надають сучасний продукт, цікавіший, відповідний часу та розвитку інноваційних технологій. І більшість не здогадується, що сучасні театри – це куди більше інформативніше, естетичніше, креатив ніше. В цьому має допомогти саме якісна, сучасна, інформативна реклама, використовуючи всі наявні для неї платформи поширення серед суспільства.

Висновки до другого розділу

Будь-які взаємовідносини театральної сфери, що відбуваються під керуванням держави, регулюються Законом України «Про театри та театральну справу».

За Законом на території України створюються та функціонують театри, що відрізняються за видами, за формою власності, спрямовані на різні верстви суспільства.

Також, за Законом театральна творчість є вільною і не потребує попереднього передпоказу вистав на органи місцевої влади, організацій, спілок, підприємств, установ, об'єднань громадян, задля узгодження. Крім випадків, коли посадова особа є автором твору театрального мистецтва.

Законом державним чи комунальним театрам надається низка прав, яка розширює можливості творчої реалізації театрального мистецтва. На одному рівні з правами держава ставить в умови і певні зобов'язання з боку театральних установ. Основними з них є збереження умов праці та майна закладу, виконання зобов'язань, що випливають із Закону України «Про театр і театральну справу», будь-яка видозміна жанрового репертуару чи мовних складових відбувається за відома центральних органів влади, яким підпорядковується установа.

Діяльність господарчого суб'єкту в будь-якій сфері життєдіяльності вважається продуктивною, коли за мінімальних витрат забезпечується максимально можливе задоволення потреб споживача. Маркетинг вивчає контингент своїх споживачів та поширює усю необхідну інформацію про себе.

Сучасний театральний маркетинг має керуватись принципом: «знайти свого цільового глядача і зробити його партнером на взаємовигідних умовах». Основною та ключовою концепцією має бути побудова взаємозв'язків, стосунків зі своїми глядачами. В цьому може допомогти ментальна особливість українського суспільства: постійна тяга до духовного, прагнення інтелектуального розвитку та розширення кругозору.

Реклама – це не новий спосіб поширення інформації про матеріальний чи культурно-духовний продукт. А ось засоби поширення реклами трансформуються, вдосконалюються, стають сучаснішими з кожним днем.

Створенням та розповсюдженням реклами займається театральний маркетинг. І його функції не суттєво відрізняються від маркетингу різних спеціалізацій, але, тим не менш, потребують більшої уваги та постійної мобільності. Особливості на які театральний маркетинг зважає при формуванні реклами: висока регіональна диференціація інтелектуального

продукту, висока ступінь впливу особистих уподобань та пристрастей споживача, існування визначної ролі іміджу в просуванні інтелектуального та творчого продукту.

У театральній сфері більшість реклами виходить у друкованому форматі: афіші, буклети, листівки і тд. Тому слід зважати та співвідношення тексту то масштабів рекламної одиниці. Інформація має бути короткою, чітко сформульованою, яскравою, де зазначені відповіді на головні питання: «ЩО?», «ДЕ?», «КОЛИ?».

Існує 5 головних функцій, які має виконувати реклама: економічна, соціальна, комунікативна, маркетингова та ідеологічна.

Рекламу можна поділити на підвиди за цільовою метою, наприклад: імідж-реклама, яка направляє свою діяльність на створення престижу самого закладу культури; реклама, яка стимулює до дій чи закликає до певних змін; внутрішньо фірмова реклама, яка дає можливість дізнатись про нововведення чи заходи, що будуть відбуватись в середині закладу; реклама, яка стимулює збут продукції; порівняльна реклама, де можна відслідкувати різниці, переваги чи недоліки цінової політики, якості подачі матеріалу і тд.; реклама, яка нагадує про подію, захід тощо; інформуюча реклама та реклама превентивного характеру.

При формуванні реклами спеціалістам з маркетингу театральної діяльності варто звертати увагу на три компоненти: аудиторія, місце розташування та час. Це основні критерії, дотримавшись яких, реклама буде працювати на поліпшення стану театального мистецтва.

На при великий жаль, через брак достатнього фінансування, театри не можуть часто користуватись послугами рекламних агентств і мати довгостроковий фіксований рекламний план, тому вигідніше винаймати спеціаліста за контрактною формою працевлаштування. Працюючи в колі артистів, знаючи репертуар, така людина може чітко знати, на що звернути увагу при розробці реклами, щоб зацікавити якомога більше глядачів.

Варто враховувати сучасні тренди та поширювати рекламу на платформах, які на сьогоднішній день виступають ведучими на ринку серед використання суспільство: *Instagram*, *TikTok*. І підлаштовувати рекламу у рамки контенту: знімати ролики репетицій, закулісного життя, процеси постановок чи створення образів. Це завжди цікаво глядачу, але він ніколи не бачив життя за кулісами вистави. Тому такий контент може повпливати саме на емоційну складову сприйняття театру, та на створення особистого бренду закладу. Таким чином глядач зацікавлюється внутрішніми процесами і хоче прийти і побачити результат на сцені, безпосередньо.

Тому, варто крокувати в ногу з часом і відповідати всім параметрам новітніх засобів реклами. І в такому випадку, заклад набуде нової популярності, для якого подальшою рекламою стануть відгуки вдячних глядачів.

РОЗДІЛ III.

ТЕАТРАЛЬНА ДІЯЛЬНІСТЬ МІСТА ЗАПОРІЖЖЯ ЯК СКЛАДОВА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

3.1. Збереження культурної спадщини в умовах гібридних загроз

Кожна нація, за свою тисячолітню історію, збирає та примножує надбання попередників, щоб далі передати майбутнім поколінням, зберігаючи історію, цінності, традиції. Всі ці складові узагальнюють під поняттям «культурна спадщина».

Культурна спадщина – сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів культурних надбань, результат духовної та матеріальної діяльності [42, с. 498].

За типом до об'єктів культурної спадщини відносять:

– пам'ятки: твори архітектури, монументальної скульптури й живопису, елементи та структури археологічного характеру, написи, печери та групи елементів, які мають видатну універсальну цінність з точки зору історії, мистецтва чи науки;

– ансамблі: групи ізольованих чи об'єднаних будівель, архітектура, єдність чи зв'язок з пейзажем яких є видатною унікальною цінністю, з точки зору історії, мистецтва чи науки;

– визначні місця: твори людини або спільні витвори людини й природи, а також зони, включаючи археологічні визначні місця, що є універсальною цінністю з точки зору історії, естетики, етнології чи антропології;

– експонати музеїв, бібліотечна база чи архіви, також, відносять до матеріальної культурної спадщини [28].

За видами культурну спадщину розділяють на:

– археологічні – рештки життєдіяльності людини (нерухомі об'єкти культурної спадщини: городища, кургани, залишки стародавніх поселень, стоянок, укріплень, військових таборів, виробництв, іригаційних споруд, шляхів, могильники, культові місця та споруди, їх залишки чи руїни, мегаліти, печери, наскельні зображення, ділянки історичного культурного шару, поля давніх битв, а також пов'язані з ними рухомі предмети), що містяться під земною поверхнею та під водою і є невідтворюваним джерелом інформації про зародження і розвиток цивілізації;

– історичні – будинки, споруди, їх комплекси (ансамблі), окремі поховання та некрополі, місця масових поховань померлих та померлих (загиблих) військовослужбовців (у тому числі іноземців), які загинули у війнах, внаслідок депортації та політичних репресій на території України, місця бойових дій, місця загибелі бойових кораблів, морських та річкових суден, у тому числі із залишками бойової техніки, озброєння, амуніції тощо, визначні місця, пов'язані з важливими історичними подіями, з життям та діяльністю відомих осіб, культурою та побутом народів;

– об'єкти монументального мистецтва – твори образотворчого мистецтва: як самостійні (окремі), так і ті, що пов'язані з архітектурними, археологічними чи іншими пам'ятками або з утворюваними ними комплексами (ансамблями);

– об'єкти архітектури – окремі будівлі, архітектурні споруди, що повністю або частково збереглися в автентичному стані і характеризуються відзнаками певної культури, епохи, певних стилів, традицій, будівельних технологій або є творами відомих авторів;

– об'єкти містобудування – історично сформовані центри населених місць, вулиці, квартали, площі, комплекси (ансамблі) із збереженою планувальною і просторовою структурою та історичною забудовою, у тому числі поєднаною з ландшафтом, залишки давнього розпланування та забудови, що є носіями певних містобудівних ідей;

- об'єкти садово-паркового мистецтва – поєднання паркового будівництва з природними або створеними людиною ландшафтами;
- ландшафтні – природні території, які мають історичну цінність;
- об'єкти науки і техніки – унікальні промислові, виробничі, науково-виробничі, інженерні, інженерно-транспортні, видобувні об'єкти, що визначають рівень розвитку науки і техніки певної епохи, певних наукових напрямів або промислових галузей [25].

До вищезазначеного, культурну спадщину розділяють на матеріальну та не матеріальну. Якщо до матеріальної відносять археологічні розкопки, історичні пам'ятки, монументальне мистецтво, архітектуру, містобудування, садово-паркове мистецтво, ландшафтні надбання, об'єкти науки і техніки. Себто, все, що ми можемо побачити, доторкнутись і, зберігаючи і підтримуючи їх стан, матеріальна культурна спадщина може бути вічним джерелом для черпання історії.

До нематеріальної культурної спадщини належать усна народна творчість, народні традиції, звичаї, свята, обряди, народна виконавська майстерність (музична, пісенна, танцювальна, театральна); традиційні ремесла; знання, навички та світогляд українського народу, що стосується природи і всесвіту (народна медицина, народний календар, національне кухарство, народний одяг тощо), що передаються від покоління до покоління, постійно відтворюються спільнотами та формують у них почуття самобутності та наступності, сприяючи таким чином повазі до культурного розмаїття і творчості людини [25]. На відміну від матеріальної культурної спадщини, нематеріальна легше піддається змінам до відповідного часу, легше втрачає свою первозданну форму, забувається у вирі осучаснення та втрачає свою автентичність.

Таблиця 3.1. Об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО в Україні

№	Об'єкт	Розташування	Рік внесення у список
1.	Собор Св. Софії, «Києво-Печерська лавра та прилеглі монастирські споруди»	м. Київ	1990 рік
2.	Ансамбль історичного центру міста Львів	м. Львів	1998 рік
3.	Геодезична «Дуга Струве»	с. Стара Некрасівка (Одеська область, Ізмаїльський район)	2005 рік
4.	«Резиденція Далматинських та Буковинських митрополитів» (зараз – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича)	м. Чернівці	2011 рік
5.	«Стародавнє місто Херсонес Таврійський та його хора»	м. Севастополь	2013 рік
6.	«Дерев'яні церкви Карпатського регіону України та Польщі», спільна українсько-польська номінація	Україна/ Польща	2013 рік
7.	Природний об'єкт: «Букові праліси Карпат та древні букові ліси Німеччини»	Україна та деякі країни Європи	2011 рік

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 3.2. Нематеріальна культурна спадщина ЮНЕСКО в Україні

№	Об'єкт	Розташування	Рік внесення у список
1.	Опішнянська кераміка	сmt. Опішня (Полтавська область)	2012 рік
2.	Культура хліба (Хлібна культура і традиції)	м. Вінниця	2022 рік
3.	Кролевецькі ткани рушники	м. Кролевець (Сумська область)	2013 рік

4.	Петриківський розпис	селище Петриківка (Дніпровщина)	2013 рік
5.	Косівська мальована кераміка	Гуцульщина	2019 рік
6.	Козацькі пісні Дніпропетровщини	м. Дніпро	2016 рік
7.	Культуру приготування українського борщу	Регіони України	2022 рік

Джерело: розроблено автором.

Окрім того, Петриківський розпис та «Традиція Косівської мальованої кераміки» внесені до репрезентативного списку [49].

Відповідно до 54 статті Конституції України культурна спадщина охороняється законом. «...Держава забезпечує збереження історичних пам'яток та інших об'єктів, що становлять культурну цінність, вживає заходів для повернення в Україну культурних цінностей народу, які знаходяться за її межами» [39].

Кабінет Міністрів та спеціально уповноважені органи з охорони культурної спадщини ведуть державне управління у даній сфері питань. До спеціально уповноважених органів влади з питань охорони культурної спадщини відносять:

- центральні органи виконавчої влади, що забезпечують формування та здійснюють місцеву політику;
- орган виконавчої влади Автономної Республіки Крим;
- обласні, районні, Київська та Севастопольська міські державні адміністрації;
- виконавчий орган селищної, сільської та місцевої ради [25].

До повноваження Кабінету Міністрів України у питаннях охорони культурної спадщини входять:

- забезпечення державної політики, занесення до реєстрів об'єктів національного значення;
- надання права на переміщення об'єктів;

- затвердження та право на внесення змін до списку історичних населених місць України;
- затвердження правил та норм грошової оцінки пам'яток;
- створення та формування складу;
- затвердження наглядових рад.

Згідно Розділу VII «Фінансування охорони культурної спадщини» фінансування здійснюється за кошти загального та спеціального фондів Державного бюджету України, бюджету Автономної Республіки Крим та місцевих бюджетів. Також, до джерел фінансування відносять кошти власників пам'яток чи уповноважених осіб, що мають право власності на ту чи іншу пам'ятку. Держава здійснює політику пільгового оподаткування у сфері охорони культурної спадщини [25].

Можна часто почути, що однією з найбільших проблем у сфері культури є саме відсутність достатнього фінансування. Однак, попри з тим, більшість об'єктів, що підлягають до охорони культурної спадщини є приватизованими, у володіннях ОСББ чи державних установ, через те, вся відповідальність за утримання, забезпечення та фінансування підтримання їх стану лежить на особах чи організаціях, що володіють даними об'єктами. Але, в цьому випадку, місцева влада має залучати всі можливості спонукання до гідного поводження та утримання об'єктів культурної спадщини їхніми власниками.

З цього випливає друга критична проблема охорони культурних об'єктів – відсутність компетентного управління. Наприклад, відсутність контролю за станом пам'яток призводить до їх руйнування, а відсутність чітко сформованого алгоритму дій та складного процесу отримання дозволів може затягнути процес реставрації. Ці проблеми змушують власників пам'яток виконувати роботи самостійно, що може бути небезпечним. Крім того, мешканці не завжди знають про статус своїх будинків як культурної спадщини, тому можуть не виконувати обов'язки щодо їх збереження. Ці проблеми є типовими для багатьох громад в Україні [3, с. 53].

До головних проблем управління у сфері охорони культурної спадщини серед громад відносять:

1. відсутність або розгалуженість відповідальності;
2. Сприйняття комплексу управління лише як розподілу та контролю фінансування;
3. закритість та кумівство;
4. погане володіння свіжою інформацією про текучий стан;
5. нерозуміння множинності підходів;
6. неефективні чи нецілісні процеси;
7. перекладання відповідальності на органи влади [69].

Гібридна війна (англ. *Hybridwarfare*) – військова стратегія, яка об'єднує звичайну війну, малу й кібервійну. Також термін «гібридна війна» використовують для опису атак із застосуванням ядерної, біологічної та хімічної зброї, саморобних вибухових пристроїв та інформаційної війни. Такий підхід до ведення конфліктів є потужним і складним різновидом війни. Також цей термін застосовують тоді, коли потрібно охарактеризувати гнучку й складну динаміку бойового простору (англ. *Battlespace*), що передбачає гнучку реакцію, легко адаптується [88, с. 41].

На сучасному етапі існування культури України існує додаткова глобальна загроза – гібридна війна та військова загроза з боку Росії. Питання збереження культурної спадщини в умовах воєнних конфліктів є одним з найскладніших питань до вирішення у будь-якій світовій історії. Адже, культура в глобальному розумінні є дуже тонкою матерією і швидко видозмінюється під впливом тиску нав'язаних культур, репресій та зміни світоглядів, втрачаючи первозданну форму.

Об'єкти культурної спадщини є матеріальними свідченнями історії, традицій, прив'язкою до конкретних територій, джерелом патріотизму та знань для нащадків. Тому більшість збройних конфліктів направлені не лише на завоювання земель, а і на присвоєння собі об'єктів культури, насадження загарбницької ідеології та стирання історично-культурної пам'яті на

окупованих територіях. Історія має багато фактів, що доводять вразливість культури у збройних конфліктах. Завойовники та окупанти проявляють своє знецінення культури в руйнуванні та знищенні історичних споруд та пам'яток, викраденні цінних речей, спалюванні архівів та бібліотечних баз.

Проаналізувавши історичні перебіги війн, можна навести факти знищення чи руйнацію культурної спадщини різних народів та культур. Так, наприклад, Хрестові походи XI-XV століть відомі розграбуваннями культурних цінностей, Наполеон Бонапарт став відомим своїм трофеями старожитностей та предметів мистецтва, що доправлялись у Францію після його походів. Під час Першої світової війни та приходу комуністичної влади репресій зазнала релігія, аж до повного знищення існування церкви та віри в Бога. Під час Другої світової війни багато пам'яток культурної спадщини були знищені через воєнні дії чи через навмисне вилучення мистецьких надбань, як свідчень про існування культури тієї чи іншої нації та консолідація в одну радянську культуру. і. Під час збройних конфліктів було розграбовано відомі музейні колекції в Іраку та Сирії. Екстремістські угруповання цілеспрямовано знищили об'єкти світового значення: статуї Будди в Баміанській долині (Афганістан, 2001 р.), мавзолеї святих суфіїв у Тімбукту (Малі, 2012 р.), пам'ятки Пальміри (Сирія, 2015 р.) [97, с. 252].

Найбільш важливим документом про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту є Конвенція від 14 травня 1954 року. Саме на нього спирається Україна, звертаючись до міжнародних судових інстанцій. Цей документ встановлює дві форми захисту: загальний (для всіх передбачених Конвенцією культурних цінностей) та спеціальний (особливо для цінних об'єктів, внесених в Міжнародний реєстр культурних цінностей). Культурні цінності, що перебувають під захистом, мають бути відмічені спеціальним знаком – загостреним до низу щитом, розділеним на чотири частини синього та білого кольору. Об'єкти всесвітньої спадщини, список яких складає ЮНЕСКО, позначаються трьома блакитними щитами. Взагалі, серед документів, прийнятих на конференції, був і однойменний Протокол, в

якому увага зосереджена на реституції культурних цінностей. Він, крім іншого, зобов'язує всіх учасників збройного конфлікту після припинення воєнних дій повернути компетентним органам артефакти, які були захоплені окупантами [51, с. 18].

Про реальні збитки та втрати за час повномасштабного вторгнення росії в Україну з 24 лютого 2022 року казати зарано, до повної деокупації територій. Адже, не виключено розкрадення майна, руйнація культурних цінностей, що є носіями сучасної української культури та незалежності держави.

З початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну з 24 лютого 2022 року росіяни не припиняли знищувати культурну спадщину України та вщент зруйнували 63 музеї та галереї. Такі дані прес-служби Міністерства культури та інформаційної політики. Міністр культури Олександр Ткаченко зазначив, що станом на 1 лютого 2023 року пошкоджено або зруйновано понад 1500 об'єктів культурної спадщини. До цієї статистики потрапляють здебільшого пам'ятки архітектури, будівлі музеїв, шкіл, університетів, будинків культури. Завдані збитки вже оцінюють у сотні мільйонів доларів. Безперечно, всі ці жахіття з приводу пограбування свідчать про нищівну боротьбу росіян проти нашої власної культури та ідентичності. Крім того, це вимагає від нас негайних дій щодо криміналізації російської діяльності у сфері культури. Будь яка статистика втрат культурного фронту не є кінцевою. По-перше, війна триває, а отже, й обстріли мирних українських міст не припиняються. По-друге, відсутня вичерпна інформація щодо стану пам'яток на тимчасово окупованих територіях. Поки росіяни продовжують нищити все на своєму шляху, українці не тільки намагаються зберегти життя, а й рятують музейні експонати, проводять концерти в укриттях, відкривають нові культурні та освітні установи тощо [90, с. 29].

Але з початку гібридної війни 2014 року фактично всі об'єкти культурної спадщини, що до цього регулювались єдиним правовим полем, розділились на чотири категорії: ті, що знаходяться в тимчасово анексованому

Криму, ті, що знаходяться на тимчасово окупованих територіях Донецької та Луганської областей, ті, що знаходяться в зоні бойових дій та ті, що знаходяться не на зоні бойових дій. Вся територія України, на даний момент, не є безпечною, тому цілком можна вважати всі пам'ятки культурної спадщини під загрозою. Напади ділять за такими факторами:

- напад, як демонстрація сили;
- напад для здобуття воєнної переваги;
- напади, інспіровані економічними стимулами;
- напади з ідеологічних переконань.

Слід зазначити, що оновлення підходів до формування та реалізації державної політики у питаннях охорони культурної спадщини мають відповідати викликам, які постали перед Україною в умовах російської агресії, а також – євроінтеграційному курсу України та набуття статусу кандидата до членства в ЄС. Це передбачає вдосконалення національного законодавства щодо охорони культурної спадщини, закріплення беззаперечного значення культурної спадщини Українського народу для збереження національної ідентичності, забезпечення стійкості та потенціалу повоєнного оновлення України [44].

Отже, досліджуючи загрози для української культурної спадщини в умовах російської агресії, мотиви нападів на пам'ятки, можливості та механізми їх захисту, беручи до уваги досвід воєнних конфліктів кінця ХХ – початку ХХІ століття, можна зробити висновок, що через політичні, економічні чи ідеологічні чинники культурні цінності стають предметами завоювання чи об'єктами руйнувань. Відкрите російське вторгнення створило загрозу тотального нищення всіх проявів української культури. У цьому контексті мотиви руйнування та викрадання культурних цінностей загарбником відповідають меті агресії – позбавлення українського народу державності, національної ідентичності, культурного простору. Допомога міжнародних організацій у захисті пам'яток України з перших днів

повномасштабної війни стала виявом безпрецедентної підтримки української культури світовою спільнотою, жестом доброї волі та солідарності [70, с. 172].

3.2. Ключові проблеми театрів Запоріжжя

Запоріжжя славиться не лише промисловою інфраструктурою, а і різноплановістю театральної діяльності в регіоні. Культура в Запорізькій області дуже швидко розвивається, модернізується та видозмінюється за вимог часу, не втрачаючи своєї специфіки роботи та напрямів розвитку.

Наразі, лише в місті функціонують сім театрів обласного та місцевого значення для широкого кола глядачів, без урахування приватних театрів.

Одним з найдавніших театрів міста є музично-драматичний театр імені Магара, який вже понад 100 років є невід'ємною частиною національної культури. В репертуарі театру представлена творчість видатних українських митців – Т. Шевченка, І. Франка, Л. Українки, І. Карпенко-Карого, М. Старицького, Г. Квітки-Основ'яненка, Л. Костенко та інших. Професійний акторський склад, балетна труппа та оркестр презентують нові музично-хореографічні вистави попри всі складнощі останніх років. У час пандемії театр продовжував функціонувати, проводячи репетиції онлайн і презентуючи вистави у записі на місцевих телеканалах. Ключовою проблемою театру є відсутність молодих кадрів та збільшення середнього віку артистичного складу, що погіршує якість виконання поставлених задач і сповільнює стрімкий рух до сучасного, складного, нового. Можливість вирішення даної проблеми – це переглянути профпридатність артистичного складу і оновлення колективу, що збільшить амбітність колективу в цілому і пришвидшить розвиток театру на високому рівні.

Другим найстаршим мистецьким осередком в області є Запорізька обласна філармонія, яка була створена в 1939 році. Зараз концертний зал ім. М. Глінки – один із кращих концертних залів Європи. Щорічно у закладі проводиться понад 700 культурно-мистецьких заходів. Серед найбільш

яскравих концертних програм академічного симфонічного оркестру філармонії під керівництвом народного артиста України В'ячеслава Реді – концерти під рубриками: «Класика та сучасність», «Маєстро запрошує», «Хіти ХХ століття», «Золоті сторінки класики». Колектив має велику гастрольну практику (Франція, Південна Корея, Італія, Росія). Академічний симфонічний оркестр гідно представляє музичне мистецтво Запорізького краю на Міжнародних конкурсах та фестивалях. Окрім оркестру, філармонія включає в себе балетну трупі та хор. Ключовою проблемою обласної філармонії є застарілість репертуару театру. Музичні дійства не оновлювались багато років поспіль і втрата глядача відбувається саме через неактуальність репертуару до вимог часу. Варто було б переглянути сучасні підходи до трансляції аутентичних українських пісень та додати нових фарб у звучання та у демонстрацію українського мистецтва, щоб утримати не лише свого глядача, а і залучити нового, у вигляді молоді [95].

Театр ляльок розпочав свою біографію у 1939 році. За роки свого існування театр став справжнім центром естетичного виховання дітей міста і області. Нині у репертуарі лялькового театру налічується понад 50 вистав для юних глядачів, які представлені творами видатних класиків казкової майстерності. Зазначимо, що в обласному театрі ляльок можна не тільки подивитися вистави, а й побувати на екскурсіях в галереї, де живуть «артисти на пенсії». Тобто ляльки з вистав, які вже не грають. Працівниками театру обладнано дві галереї, на стінах яких розмістили всіх ляльок, що використовувалися в постановках театру з 1994 року. І така виставка дуже подобається глядачам. Ключовою проблемою театру є втрата актуальності, дітей вже не вразить ляльками, а казки вже всім відомі і не викликають інтересу у малечі, порівнюючи з сучасними мультфільмами. Тож, щоб театр не втрачав своєї затребуваності на ринку, варто переглянути та запозичити ідеї розвитку театрів ляльок у досвіді сусідніх європейських країн, не боятись вийти за рамки звичного і шукати постійних шлях до самовдосконалення. До

того ж, варто б було збільшити маркетинг установи, щоб театр був «на слуху» і викликав зацікавленість як у дорослих, так і у дітей.

Колись «Запорізький обласний театр юного глядача», а сьогодні «Запорізький театр молоді» є одним з найпопулярніших театрів міста на сьогоднішній день. Заснований заклад був у 1979 році – у році, проголошеному ЮНЕСКО «Роком дитини». З початку у цього закладу було дитяче спрямування – яскраві, видовищні, веселі та захопливі вистави для малечі створили театру репутацію доброго чарівника і мудрого друга. І водночас серйозним напрямом в роботі було створення спектаклів, що розкривали проблеми морального становлення, формування особистості, зростання духовного досвіду молодої людини. Тепер цей заклад став Театром молоді. За останні роки значно розширилося коло друзів театру. Завдяки прихильності і підтримці труппа має змогу створювати яскраві вистави, використовувати новітні технології засобів сценічної виразності. Вистави зараз представляють і для дітей, і для дорослих. Вони мають великий попит у запоріжців.

Сьогодні творчий колектив установи складається з професійних акторів, сценічні роботи яких багаторазово відзначалися призами та нагородами на різноманітних театральних фестивалях. Ключовими проблемами театру, на сьогодні є відсутність нових вистав у репертуарі, більшість з них-це відновлені вистави 8-ми та 10-ти річної давності. Але, попри все, театр на відміну від своїх колег на ринку, прагне досконалості і, навіть, відновлені вистави виглядають яскраво, насичено та по-новому. По-перше, артистичних склад постійно оновлюється молодими кадрами, по-друге, театр працює над вдосконаленням музичного, світлового, костюмного та декоративного оформлення, що надає нового смаку виставам. Мабуть, через це, попри всі труднощі в культурному середовищі регіону, Театр Молоді продовжує збирати аншлаги та заповнені зали навіть за пандемії та з початку повномасштабного вторгнення.

Запорізький муніципальний театр «Дім Актора» утворився як юридична структура в травні 2023 року і об'єднав у собі два молодих театри. Це об'єднання стало прикладом модернізації та оптимізації управління театральною сферою регіону. До складу «Дома актора» увійшли муніципальний театр танцю та театр-лабораторія «*Vie*». Запорізький муніципальний театр танцю поєднував хореографію, пластичне мистецтво та музику. Репертуарна політика театру різноманітна: казки-балети, хореографічні вистави, шоу-програми, театралізовані концерти. Загалом понад 20 різножанрових вистав. Театр був учасником та переможцем багатьох фестивалів і конкурсів, як національних, так і міжнародних. Одне з нещодавніх досягнень театру – отримання Гран-прі вищої театральної нагороди Придніпров'я «Січеславна» (2020) в номінації «Краща вистава для дітей». Запорізький муніципальний театр танцю був створений за підтримки департаменту культури Запорізької міської ради та являвся комунальним закладом. Цільовою аудиторією були містяни, незалежно від віку і статі, чим і обумовлюється різножанровість репертуарної політики [95].

Ключовою проблемою була низька відвідуваність театру з часів пандемії та відсутність нового сучасного репертуару, відсутність жаги до розвитку. А також, до того всього театр не мав свого приміщення, чим витрачав ще більше місцевих коштів на оренду репетиційного простору та сцен інших театрів для показу вистав, при тому всьому не мав стабільного доходу.

Та ж сама проблема спіткала і молодий театр на Хортиці «*Vie*». Експериментальний театр, хоч і має своє приміщення, але через цього віддалену геолокацію, теж мав низьку затребуваність та низький маркетинг, що сповільнювало популяризацію театру як такого.

За планом Департаменту культури, об'єднання двох театрів в «Дім актора» має дати оптимізацію культурної сфери, збільшити перспективи розвитку, адже тепер у складі театру є балетна трупа, акторський склад та оркестр, що дає можливість зробити вистави насиченими, різноплановими та сучасними. Адже, одним з головних девізів нового театру є створення нового

сучасного театрального мистецтва, з нестандартними підходами. До того ж, новий театр змінив маркетингові підходи, і поступово набирає свою аудиторію. Висновки про результативність такої модернізації можна буде дати лише після прем'єри, яка відбудеться восени 2023 року з оновленим складом.

Узагальнюючи проблеми театрів міста то ключовими є:

1. застарілість репертуару;
2. низька відвідуваність;
3. відсутність впровадження нових технік та обладнання для формування цікавої картинки;
4. відсутність достатнього фінансування для залучення нових кадрів, створення нових вистав;
5. непридатність приміщень до обставин воєнного часу (укриття);
6. відсутність ефективного маркетингу, системної реклами;

Згідно міської програми «Культура Запоріжжя 2022-2024», департамент культури і туризму міської ради вніс перелік завдань, вирішення яких має покращити стан театральної сфери в місті та сприяти популяризації муніципальних та обласних театрів серед жителів та гостей міста. Програма визначає перспективи розвитку даної сфери і направлена на забезпечення, збереження та модернізацію існуючої мережі закладів культури у м. Запоріжжя. Програма визначає основні завдання та заходи щодо розвитку сфери культури на три роки. До завдань відносять здійснення театральнo-концертної та культурно-просвітницької діяльності шляхом створення театральних вистав, проведення мистецьких заходів, що популяризують кращі надбання української та світової культури; організація оригінальних авторських проєктів, проведення всеукраїнських та міжнародних фестивалів, спільних мистецьких проєктів; створення якісного театрального продукту, інтеграція в європейський культурний простір; залучення позабюджетних коштів [50].

Необхідно зазначити, що заклади культури та мистецтва в Україні з початком повномасштабної війни були змушені переформатувати свою

роботу. З перших хвилин вони стали потужними волонтерськими об'єднаннями, а багато працівників ще й пішли на фронт. Звісно, це неабияк вплинуло на повсякденну роботу. Таким чином, митці та менеджери соціокультурної діяльності в умовах війни також, змушені адаптуватися до нових реалій, здобувати нові навички такі як: швидко реагувати на зміни, приймати рішення в умовах невизначеності, бути гнучкими, проявляти лідерські якості [47, с. 134].

Здійснивши аналіз культурної ситуації в Україні в цілому та дослідивши проблеми театрів м. Запоріжжя вносимо пропозиції щодо покращення ситуації та поживлення театрального життя регіону:

- оптимізувати бюджети театральних установ;
- зменшити кількість репертуарних вистав і звернути увагу на якість культурного продукту;
- переглянути кадровий склад театрів, регулярно проводити прослуховування і кастинги для залучення молодих кадрів;
- посилити маркетингову складову діяльності театральних установ, шляхом проведення досліджень ринку культурних продуктів м. Запоріжжя та потреб споживачів регіону;
- продукувати власний контент, який використовувати у процесі рекламування театрів або окремих вистав на радіо та телебаченні, Інтернеті та соціальних мережах;
- використовувати новітні технології та оновлювати технічне оснащення театрів (освітлення, звук, декорації, костюми тощо).

3.3. Перспективи розвитку театрів Запоріжжя

Дослідники Л. Ладько та К. Смаглюк зауважують, що незважаючи на повномасштабну війну, культурні заходи користуються попитом. Це демонструють проведені дослідження. Більшість (60%) учасників дослідження відвідали хоча б один культурний захід упродовж останнього року.

Найчастіше опитані згадували такі заходи: публічне вшанування пам'яті якоїсь людини (26%), музичні концерти (22%), кінотеатри (21%) та екскурсії (20%)», – написали в дослідженні. У цій війні вже не може виникати питання, чи є місце культурі. Адже ця війна і є боротьбою за нашу культуру. Це війна за українську самобутність, за те, чим займаємось, які життєві рішення ухвалюємо щодня, як вміємо активізуватись, солідаризуватись і протестувати, які пісні слухаємо та співаємо, які сюжети транслюємо з театральних сцен [47, с. 135].

Окупанти знущаються і вбивають мирних жителів, політиків, українських журналістів, діячів культури та громадян з активною проукраїнською позицією. Неможливо було припустити, що у XXI столітті, в епоху високих цінностей і моралі, може настати така жорстока, варварська війна. Ні загарбники, ні світ, не могли собі уявити на скільки український народ є єдиним, і як він згуртується під час цих жахливих подій. Одним із чинником для єдності й стало мистецтво.

Музиканти й художники створили культурний фронт, вони не тільки підіймають дух бійців, а через свою творчість, доносять світові, про жахіття, які відбуваються в дану мить. Сьогодні, як ніколи, українське мистецтво має тісний контакт з Європою [74, с. 659].

Театральний сезон 2022-2023 років розпочали всі театри міста: і обласні, і муніципальні. Більшість репертуару серпень-вересень складала дитячі вистави. Наприклад, театр молоді (театр юного глядача) відкрив сезон аж шістьма дитячими казками: «Україна – це ми», «Апельсинова принцеса», «Алладін», «Тілі-мілі-трамдія», «У пошуках Дракона», «Одного разу в лісі..». Театр ляльок показав виставу для наймолодших «Веселий урок», музично-драматичний театр ім. В. Магара демонструє «Пригоди Аліси у Дивокраї» (див. Додаток 1). Звичайно, що дорослі теж можуть насолодитись театральними виставами попередніх сезонів, які театри активно грають (див. Додаток 2). Переважно це комедії або сімейні вистави, на гостросюжетне чи

драматичне глядач ходить не так охоче в період війни, порівнюючи з мирними часами [95].

Не зважаючи на те, що Запоріжжя є прифронтовим містом, знаходиться під постійними обстрілами, культура міста набуває нових сенсів і збагачується новими прем'єрами. Восени місяни відвідали декілька прем'єр: сучасну казку-притчу для дорослих «Людожерчик (музично-драматичний театр ім. В. Магара), камерну виставу «ПерепоVІЕдаки. Легенди Запоріжжя» (муніципальний театр «Дім актора»), комедію на дві дії «Скажи мені правду, мон амур!» (Театр молоді) (див. Додаток 3).

Звичайно, що зараз більшість театрів грають власних вистав, бо гастрольну діяльність небезпечно вести в умовах війни. Тематика репертуару театрів дуже різноманітна. Це і розважальні вистави, комедії, трагікомедії, музичні вистави, драматичні.

Війна змусила всіх переоцінити власні цінності, упередження, погляди, дії. Цей процес стосується як окремо кожної одиниці суспільства, так і організацій, закладів та суспільства, в цілому.

Театральна сфера Запоріжжя, як прифронтового міста постраждала дуже сильно. Через падіння продажів вистав на 70%, Департамент культури був змушений скорочувати кадри, зменшувати фінансування муніципальних театрів, ліквідувати та об'єднувати комунальні заклади культури.

Попри всі перешкоди, театри продовжують функціонувати і поступово набирають свого нового розквіту, вдячний глядач відвідує вистави, зали заповнюються, що ще раз доводить той факт, що культура є важливою для емоційно-психологічного стану суспільства, і саме в мистецтві люди шукають можливість розслабитись і надихнутись, щоб далі продовжувати тяжку боротьбу за свободу, національну ідентифікацію та незалежність.

Війна змушує театри усвідомити, що вони є відповідальним інститутом комунікації з суспільством. Тому перше, на що варто звернути у повоєнний період – це на ревізію репертуару, вилучення меншовартісних наративів,

остаточна деколонізація. Всі ці зрушення почались ще у 2022 році і мають набирати своїх обертів і вдосконалення.

За думкою митців театральної сфери, у повоєнний період публіка отримає більше рычагів впливу на них. Саме вона стане генератором натхнення і провідником до того, що буде на часі.

Фокус уваги театральних колективів отримає сучасна українська драматургія. З новим акцентами, новою історією, новим смаком, про нових героїв, про нові набуті цінності, про сучасну філософію нової людини.

Більше можливостей для творчої реалізації з'явиться у молодих, амбітних митців, які готові створювати складне, багаторівневе, критичне мистецтво.

Але не виключення є той факт, що п'єси та вистави викликатимуть рефлексію травматичного досвіду війни.

Економічний аспект зазнає значних змін і буде сконцентрований на відбудові, у самому широкому сенсі цього слова.

Можливо, на перших етапах державне фінансування буде дещо скорочено(особливо для академічних структур), оскільки фінанси будуть спрямовуватись на інші напрямки, де вкрай це необхідно: інфраструктура міст, дорожні покриття, нарощення військової сили тощо.

Але, в той же час, будуть з'являтися грантові програми підтримки: інституційні, інфраструктурні, проектні, про які вже анонсують деякі країни в переговорах про перспективи дій післявоєнного періоду.

На сьогоднішній день європейське та американське партнерство поступово впроваджують проекти задля поліпшення ситуації у культурному просторі України, і не лише щоб підтримати ідеї молодих та перспективних заявників, а і сприяти популяризації обміну досвідом між культурами-партнерами.

Які гранти зараз пропонуються партнерами: House of Europe (Європейський Союз), America House (Сполучені штати Америки), Goethe-

Institut (Федеративна республіка Німеччина), British Council (Велика Британія), можна ознайомитись у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1. Гранти на культурні проєкти

Організатори	Назва грантового проєкту	Сфера діяльності
House of Europe	<p><u>Грант міжнародної мобільності</u> – це ваш квиток на омріяний професійний захід у ЄС або Великій Британії. Відвідайте фестивалі та тренінги, знайомтеся з провідними експертами та колегами, робіть дослідження і презентуйте здобутки, працюйте над проєктами самостійно або спільно з європейськими партнерами. Ми допоможемо із витратами, щоб вам не довелося перейматися через гроші.</p>	Культура та креативні індустрії
America House Київ	<p><u>Creative resilience in time of war</u> – серія онлайн трансляцій між українськими та американськими креативниками в області реклами, дизайну, культури про цілі і задачі роботи в контексті нових викликів та війни в Україні.</p>	Культура та креативні індустрії

Goethe-Institut	<u>Стабілізаційний фонд культури й освіти 2023</u> – це проєкт для зміцнення стійкості культурних та освітніх партнерів в Україні, який наразі підлягає схваленню коштів проєкту Федеральним міністерством закордонних справ.	Культура і освіта
British Council	Креативна економіка Кіно Література Музика Театр і танець Fashion of DNA	Культура, бізнес і економіка

Джерело: розроблено автором на основі [32; 98; 77; 96].

Український культурний фонд регулярно оновлює базу нових проєктів, які спрямовані на сприяння міжкультурному діалогу представників різних етносів України; популяризацію історії та культури корінних народів Криму, Приазов'я та Причорномор'я України; посилення культурної привабливості регіонів шляхом стимулювання місцевого культурного розвитку громад в тому числі і в регіонах постраждалих від російської агресії; генерування нових конкурентоспроможних культурних продуктів, розбудову партнерств у сфері культурних та креативних індустрій; розширення вибору та можливостей доступу до кроссекторального культурного контенту.

Програма «Культура. Регіони» відповідає таким пріоритетним напрямкам діяльності Фонду:

– Сприяння збереженню, відновленню, захисту та популяризації культурної спадщини, культурних цінностей та національної пам'яті українського народу задля зміцнення сучасної української ідентичності, формування спільних цінностей громадянського суспільства.

– Сприяння впровадженню сучасних цифрових технологій для розкриття творчого потенціалу, ефективної творчої та економічної діяльності у сфері культури та креативних індустрій.

– Підтримка культурного розмаїття та культурно-мистецьких проєктів, спрямованих на посилення культурної толерантності й поваги, що сприятиме відчуттю громадянами своєї приналежності до України.

– Підтримка проєктів, спрямованих на протидію інформаційній та культурній складовій російської військової агресії, осмислення ролі України у забезпеченні безпеки Європи та світу від збройної агресії Російської Федерації, меморіалізація героїчної боротьби українського народу [85].

Запоріжжя, в цьому випадку, як прифронтове місто, буде входити до мапи діяльності більшості впливових донорських інституцій.

Не виключаємо скорочення театральних локацій, адже деякі театри будуть потребувати повного перезавантаження акторського складу, репертуару, і не всі зможуть адаптуватись до нових реалій.

Гадаємо, що після війни цінності з «кількість» перейдуть на «якість» і можливо театральних установ стане менше, але це буде та кількість, яка буде створювати якісний, різнобарвний, колоритний, сучасний, конкурентоспроможний матеріал, який буде допомагати не лише суспільству внутрішньо переживати післявоєнну кризу, а і стати ще одним шляхом висвітлення України на світовому рівні, демонструючи якісне мистецтво, що стане ще одним ідентифікатором нації по всьому світу.

Отже, під час війни важливо звертати увагу на збереження, відновлення, повернення та популяризацію/просування як матеріальної, так і нематеріальної культурної спадщини. Усі митці об'єднуються під час війни заради єдиної цілі: бути почутими і донести у будь-якій з форм (відео, пісенні, кулінарні, образотворчі, інноваційні тощо) своє бачення, свою правду, поділитися своїми цінностями та сприяти їх популяризації задля залучення міжнародної підтримки [64, с. 199].

3.4. Збереження та популяризація культурної спадщини України (на прикладі комунального закладу «Муніципальний театр «Дім актора»» м. Запоріжжя)

Комунальний заклад «Муніципальний театр «Дім Актора» є закладом культури комунальної власності, діяльність якого спрямована на створення, публічне виконання та публічний показ творів театрального мистецтва. Власником Театру є територіальна громада міста Запоріжжя, засновником є Запорізька міська рада, органом управління є департамент культури і туризму Запорізької міської ради. Театр здійснює свою творчу, дослідницьку, фінансово-господарську, гастрольну та зовнішньоекономічну діяльність відповідно до Конституції України, актів Президента України та Кабінету Міністрів України, Законів України «Про театр і театральну справу», «Про культуру», наказів Міністерства культури та інформаційної політики України, актів органів місцевого самоврядування, рішень міської ради, наказів Департаменту культури і туризму та інших нормативно-правових актів, трудових договорів між суб'єктами театральної діяльності, а також власного Статуту [95].

Театр є юридичною особою та є неприбутковим закладом, який не має на меті отримання прибутку.

Керівництво театром здійснює директор-художній керівник – Донік Ольга Костянтинівна. При театрі також існує художня рада, завданням якої є контроль за художнім рівнем заходів, якістю всіх робіт та послуг. До художньої ради входять головний режисер, головний балетмейстер, головний диригент, представники балетної трупі, акторів та оркестру (див. Додаток 4).

«Дім актора» – це новий заклад, який створений та зареєстрований у травні 2023 року і є наслідком великої культурної реформи Департаменту культури і туризму Запорізької області. В результаті даної реформи було об'єднано два муніципальних театри: муніципальний театр-лабораторію «Vie» та муніципальний театр танцю. Посадовці пояснили, що муніципальні театри

потребували повного перезавантаження через неефективні стратегії розвитку та маркетингу; відсутність розуміння цільової аудиторії театрів; плинність кадрів; відсутність бюджету розвитку. «Дім актора» став театральною платформою для функціонування муніципальних театрів міста. Він включає мінімальну кількість адміністративного та технічного персоналу. У штаті є постійна труппа акторів та 6 посад режисерів. У статуті вказано, що театр може впроваджувати і додаткові види господарської діяльності, як наприклад, продюсерську діяльність, виготовлення сувенірної продукції, показ відео- і кіно програм.

Специфіка роботи «Дому актора» формується на базових функціях театального мистецтва: ознайомлювати, повчати, розвивати, надихати та привертати увагу до гострих питань.

Після театальної реформи муніципальних театрів міста Запоріжжя, можна сказати, що нова комунальна установа «Дім актора» змінив курс на культурну та аутентичну ідентичність українського мистецтва. Вже на початку сезону містяни відвідали дві прем'єри нового театру. Одна з них є камерною, з вміщенням до 15 осіб – «ПерепоВІЕдаки»: вистава-перфоманс про легенди Запоріжжя від козацтва до сьогодення. А друга – «Івасюк. Червона рута»: Вистава розповідає про життя відомого та успішного українського композитора, творця знаменитих пісень «Червона рута», «Я піду в далекі гори», «Пісня буде поміж нас» та багато інших безсмертних хітів.

Як бачимо, що акцент репертуарного плану направлений на привертання уваги до українських діячів, історій, легенд.

Результатом проведеної роботи стало визначення стану і проблеми комунального закладу «Муніципальний театр «Дім актора»» м. Запоріжжя і запропоновано шляхи вирішення проблемних питань.

1. Розуміння проблеми. Відсутність інноваційного культурного продукту, зменшення конкурентоспроможності, застарілість репертуару;

2. Вибір та пояснення цілей та наявних обмежень. Вибір створювати культурний продукт, який на сьогоднішній день є унікальним, недослідженим

у стилі *мета модерну*. Ціль-познайомити цінителів мистецтва з новим напрямом, приділити увагу маркетингу та рекламі.

3. Вибір методу вирішення. Йти в контр-пункт класичним розумінням театральної діяльності, створювати інноваційний продукт.

Проведено аналіз бізнес-процесів, які відбуваються в організації. В перспективі «Дому актора» розглядається створення вистав не лише за рахунок державних коштів з місцевого бюджету, а і створення проєктів із залученням коштів по фандрайзингу, створення вистав, не лише для широкого кола глядачів, а і на замовленням приватних юридичних чи фізичних осіб, що буде збільшувати доходи та фінансування театру, тим самим покращувати матеріальне становище не лише структури загалом, а і окремих працівників також.

За системним аналізом організації «Дім актора» було визначено функції всіх учасників соціокультурної організації, визначено культурологічний вплив продукту на соціальне населення міста Запоріжжя, визначено соціально-психологічний стан в колективі і як він впливає на роботу в цілому. Тому, було проведено *SWOT*- та *PEST*-аналіз.

Таблиця 3.2. SWOT-аналіз

Властивості	Корисно для досягнення цілі	Шкодить
Внутрішні властивості організації	<p>Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> - унікальність творчого продукту; - професійні кадри; - відсутність конкурентів на ринку; - специфіка роботи полягає в лабораторному процесі, що дає змогу бути в постійному пошуці нестандартних рішень; 	<p>Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відсутність достатнього фінансування з боку бюджетних коштів; - маловідомість; - відсутність свого приміщення, який буде мати можливість вміщувати одночасно весь адміністративний та творчий склад працівників; - відсутність своєї сцени;

	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність страху ставити масштабні цілі; - новітні підходи до музичного, пластичного та звукового оформлення вистав. 	<ul style="list-style-type: none"> - відсутність «свого» глядача; - плинність кадрів; - низька заробітна плата; - втрата професіоналізму співробітників.
Зовнішні властивості оточення	<p>Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> -за трудовим договором залучати професійні кадри; -бути в пошуці нових технологій для оформлення вистав; -організація постійного репертуару і напрацювання «свого» глядача; -зміна законодавства і збільшення фінансування театральної сфери діяльності в Україні; -залучення донорів, спонсорів та меценатів. -гастрольна діяльність; -можливість обміну досвідом з іншими театральними колективами. 	<p>Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> - присутність великих конкурентів на ринку; - загроза зменшення показу вистав через роботу у прифронтовому місці; - неприйняття глядачем інноваційного продукту; - недосвідченість публіки;

Джерело: розроблено автором.

Таблиця 3.3. PEST-аналіз

Політичні фактори	Внутрішня політична нестабільність, загроза тероризму в умовах війни в Україні, рівень корупції та демократії.
Економічні фактори	Неприбутковість показу вистав, об'єм доходів не покривають об'єму витрат, збільшення цін на комунальне забезпечення, матеріалів до виготовлення костюмів та декорацій, збільшення оренди приміщень, відсутність коштів для залучення професійних кадрів за контрактом, інфляція, відсутність доходів у глядача впливає на продаж квитків.
Соціальні фактори	Зміна демографічної ситуації, відсутність зацікавленості до репертуару у соціальної верстви, на яку спроектована театральна діяльність; соціальні упередження та тригери.
Технологічні Фактори	Ключові технологічні зміни у галузі, рівень інноваційності, регулювання сфери інтелектуальної власності, рівень залучення новітніх технологій.

Джерело: розроблено автором.

Проведені *SWOT*- та *PEST* аналіз дозволили запропонувати запровадження нового культурного продукту – вистави «Івасюк. Червона рута», над якою сьогодні працює колектив «Дому актора» і яка стане першою в своєму роді в місті Запоріжжя (див. Додаток 5).

Жанр вистави «музично-хореографічна драма». Спектакль розрахований на широке коло глядачів: постать головного героя – Володимира Івасюка дозволяє залучити старше покоління, сучасна хореографія та драматургія, електронна музика будуть цікаві молодому поколінню. Важливо зазначити, що спектакль не належить до класичного українського музично-драматичного театру, так само його не можна назвати мюзиклом. Було напрацьовано новий напрямок, в якому професійні танцівники, актори та музиканти стають універсальними перформерами: артисти балету говорять текст, актори – танцюють, оркестр – задає необхідний емоційний тон.

У основу вистави лягли особисті розповіді сестри Володимира Івасюка – Оксани Івасюк та архівні данні Чернівецького музею з батьківщини українського композитора.

Змістовно вистава немає розділення на балет, драматичну трупу та музикантів. На сцені єдина команда виконавців. Інноваційність спектаклю полягає у поєднанні живої та електронної музики. Джазовий «*City big band*» грає пісні Володимира Івасюка наживо у власному аранжуванні. В той же час на сцені присутній DJ, який за допомогою програмного забезпечення *Ableton* та контролеру *Ableton Push 2* в режимі реального часу створює звукову партитуру спектаклю: задає музичну тему антагоніста (Час), протагоністів (Ластівка, Пам'ять), підкреслює та підсилює дії перформерів, насичує та поглиблює атмосферу конкретної сцени.

У електронній обробці звучать мелодії Івасюка, вони існують як у реміксах, так і у розібраних на семпли звуках. Такий підхід дозволяє значно ускладнити музичну складову спектаклю, зробити її об'ємною та багатошаровою. Це особливо важливо, адже спектакль присвячено композитору. Електронна та жива музика існують і виставі на рівних. Таким чином, доноситься ідея, що пісні Івасюка існують поза часом, вони актуальні й сьогодні.

Ідея створити спектакль саме про Володимира Івасюка належить директору департаменту культури на туризму Сергію Білову. Таку пропозицію він висловив у червні 2023 року. Далі команда креативних менеджерів (Ольга Донік та Павло Неброєв) взялися за розробку базової концепції та пошук постановчої групи. Для збору історичного матеріалу та консультацій менеджери їдуть до меморіального музею Володимира Івасюка у Чернівцях. У цей же час до команди театру долучається режисерка та хореографиня Тетяна Тізенберг, яка в подальшому виступить у ролі хореографині-постановниці спектаклю. В липні режисеркою вистави обрано Марічку Власову, яка долучає до постановчої групи драматургиню Ірину Гарець та художника-постановника Богдана Поліщука.

Менеджерська команда виходить на зв'язок із сім'єю Володимира Івасюка та отримує згоду на постановку його сестер Оксани та Галини. Єдина умова – затвердження фінального варіанту п'єси. У серпні починається блок

інтенсивних тренінгів, які повинні познайомити команду виконавців із принципами сучасного танцю та запустити процес освідомлення нових принципів власної тілесності та фізичного існування на сцені. Саме це і стане основою хореографічного рішення спектаклю. В цей же час стартує написання п'єси.

У вересні запускається постановочний процес з Тетяною Тізенберг. Починається розробка візуальної концепції промо-матеріалів до вистави. Наприкінці вересня встановлюється дата прем'єри – 25 листопада 2023 року. У жовтні починаються репетиції з Марічкою Власовою. Родина Івасюка надає остаточну згоду на постановку. 17 жовтня 2023 року квитки на прем'єру надходять у продаж, запускаються промо-кампанія.

На сьогоднішній день спільно з командою було анонсовано тур трьома містами, проведено переговори і утверджено дату та місто першого місця у турі – місто Дніпро. У плані зазначено відвідати з виставою такі міста як Львів та Чернівці.

Отже, вистава «Івасюк. Червона рута» є не лише новим вихором в мистецтві міста Запоріжжя та і всієї країни, а і має на меті зберегти, просувати та популяризувати українську культуру, творчість, сенси з використанням нових підходів та методів, зберігаючи при цьому автентичність та самобутність національної спадщини та культурних надбань, вчить пам'ятати та нести крізь часи те, завдяки чому України вистояла у важкі історичні часи, та стоїть зараз у боротьбі за свою свободу та незалежність.

Висновки до третього розділу

Останній розділ роботи присвячений практичному дослідженню ситуації у сфері культури Запоріжжя. Перше, що було досліджено це культурна спадщина, її поділ за видами та типами об'єктів. Культурну спадщину також поділяють на матеріальну та нематеріальну. До того ж, в Україні знаходиться аж сім об'єктів культурної спадщини Юнеско: Собор Св. Софії, Києво-

Печерська лавра та прилеглі монастирські споруди» (з 1990 року); Ансамбль історичного центру міста Львів (з 1998 року); Геодезична «Дуга Струве» (з 2005 року); «Резиденція Далматинських та Буковинських митрополитів» (зараз – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича) (з 2011 року); «Стародавнє місто Херсонес Таврійський та його хора» (з 2013 року); «Дерев'яні церкви Карпатського регіону України та Польщі», спільна українсько-польська номінація (з 2013 року); Природній об'єкт: «Букові праліси Карпат та древні букові ліси Німеччини» (з 2011 року).

До національного переліку нематеріальної культурної спадщини України включено 6 елементів: опішнянська кераміка, культура хліба (Хлібна культура і традиції), кролевецькі ткані рушники, петриківський розпис, косівська мальована кераміка, козацькі пісні Дніпропетровщини. У жовтні 2020 року було прийнято рішення, що до цього списку увійде також «Культура приготування українського борщу». Окрім того, Петриківський розпис та «Традиція Косівської мальованої кераміки» внесені до репрезентативного списку.

Відповідно до 54 статті Конституції України культурна спадщина охороняється законом. «...Держава забезпечує збереження історичних пам'яток та інших об'єктів, що становлять культурну цінність, вживає заходів для повернення в Україну культурних цінностей народу, які знаходяться за її межами.»

Згідно Розділу VII «Фінансування охорони культурної спадщини» фінансування здійснюється за кошти загального та спеціального фондів Державного бюджету України, бюджету Автономної Республіки Крим та місцевих бюджетів. Також, до джерел фінансування відносять кошти власників пам'яток чи уповноважених осіб, що мають право власності на ту чи іншу пам'ятку.

Можна часто почути, що однією з найбільших проблем у сфері культури є саме відсутність достатнього фінансування. Однак, попри з тим, більшість об'єктів, що підлягають до охорони культурної спадщини є приватизованими,

у володіннях ОСББ чи державних установ, через те, вся відповідальність за утримання, забезпечення та фінансування підтримання їх стану лежить на особах чи організаціях, що володіють даними об'єктами.

Але фінансування – це не єдина проблема у сфері культури регіону, до ключових проблем відносять також: відсутність або розгалуженість відповідальності; сприйняття комплексу управління лише як розподілу та контролю фінансування; закритість та кумівство; погане володіння свіжою інформацією про текучий стан; нерозуміння множинності підходів; неефективні чи нецілісні процеси; перекладання відповідальності на органи влади. На сучасному етапі існування культури України існує додаткова глобальна загроза – гібридна війна та військова загроза з боку Росії. Питання збереження культурної спадщини в умовах воєнних конфліктів є одним з найскладніших питань до вирішення у будь-якій світовій історії. Адже, культура в глобальному розумінні є дуже тонкою матерією і швидко видозмінюється під впливом тиску нав'язаних культур, репресій та зміни світоглядів, втрачаючи первозданну форму.

Досліджуючи проблеми культури Запоріжжя на прикладах ведучих театрів, таких як музично-драматичний театр імені Магара, запорізька обласна філармонія, театр ляльок, запорізький театр молоді, запорізький муніципальний театр «Дім Актора» виявили загальні моменти, які потребують вирішення: застарілість репертуару; низька відвідуваність; відсутність впровадження нових технік та обладнання для формування цікавої картинки; відсутність достатнього фінансування для залучення нових кадрів, створення нових вистав; непридатність приміщень до обставин воєнного часу (укриття); відсутність ефективного маркетингу, системної реклами;

Здійснивши аналіз культурної ситуації в Україні в цілому та дослідивши проблеми театрів м. Запоріжжя внесли пропозиції щодо покращення ситуації та пожвавлення театрального життя регіону: оптимізувати бюджети театральних установ; зменшити кількість репертуарних вистав і звернути увагу на якість культурного продукту; переглянути кадровий склад театрів,

регулярно проводити прослуховування і кастинги для залучення молодих кадрів; посилити маркетингову складову діяльності театральних установ, шляхом проведення досліджень ринку культурних продуктів м. Запоріжжя та потреб споживачів регіону; продукувати власний контент, який використовувати у процесі рекламування театрів або окремих вистав на радіо та телебаченні, Інтернеті та соціальних мережах; використовувати новітні технології та оновлювати технічне оснащення театрів (освітлення, звук, декорації, костюми тощо).

Якщо говорити про перспективи розвитку театрів міста, то варто звернути увагу, що в умовах гібридних загроз та воєнного конфлікту, Запоріжжя є прифронтовим містом і сюди направлена діяльність найвпливовіших грантових інституцій, які сприяють підтримці економіки, бізнесу, культури регіону. Варто шукати можливості отримання грантів, співпраці з європейськими та американськими партнерами у розробці спільних проєктів направлених на модернізацію, розвиток, покращення культурного продукту. Зараз, як ніколи, увага культурного середовища всіх провідних країн направлена на ситуацію в Україні, і треба більше ініціативи, задля того, щоб привернути увагу до найкритичніших питань та сприяти їх вирішенню та просуванні українського театрального мистецтва не лише у межах країни, а і поза її межами.

ВИСНОВКИ

У ході дослідницької роботи було виконано всі поставлені завдання, що дозволило зробити наступні висновки.

1. Досліджено наукові джерела і визначено, що для сучасного суспільства театр вже є одним з традиційних напрямів мистецтва. А його функції є багатозначними вже багато століть поспіль. Театральне мистецтво різнобічно впливає на особистість: процеси її соціалізації, розвитку, комунікації та задоволення культурних потреб. Пояснення законів світу засобами театру, виховує людину, створює можливості для відображення емоційних імпульсів до тієї чи іншої діяльності, порушує філософські питання, формує критичне мислення, вміння аналізувати, робити висновки.

Проаналізовані джерела дозволили дійти висновку, що напрями та стилі театального мистецтва визначають його соціокультурне та культуро творче значення (А. Баканурський, В. Корнієнко). Так, абсурдизм покликаний спрощувати сприйняття навколишнього світу, простіше ставитися до пошуку себе та своєї мети; експресіонізм спонукає до переоцінки світу, особистого «я»; мелодрама розкриває відчуття співучасті та співчуття; модернізм розвиває креативне мислення, спонукає до пошуку нестандартних рішень; натуралізм покликаний до фотографічно точного відображення дійсності, відтворюючи, навіть, хворобливу психіку чи сексуальні потреби; постмодернізм сучасний, неусталений стиль, що прийшов у часи найбільших історичних змін; реалізм демонструє, що предмети видимого світу існують і будуть існувати, незалежно від людського відчуття чи пізнання.

Цікаві паралелі між суспільством і театром можна спостерігати у наукових працях відомого американського соціолога Е. Гоффмана, автора теорії «соціальної драматургії». Соціальне життя людей він порівнював з театром і висунув припущення, що існує майже повна аналогія між театальною грою акторів на сцені та взаємодією людей у реальній дійсності,

між методами та виражальними засобами, якими користуються і театральні актори, і індивіди як соціальні актори у повсякденному житті.

Театр змінюється разом із часом та суспільством, функції основних фігур цього виду мистецтва (актора, режисера, глядача) трансформуються порівняно з класичною театральною моделлю, порушуються семіотичні відносини між текстом, словом і жестом, зламано просторові й часові конвенції (О. Колісник). У цьому феномені сприйняття перестає бути запрограмованим, принципово нове значення отримує глядацька уява, глядацька активність і здатність до реконструкції. Гра з кордонами, в кінцевому підсумку, призводить до питання про кордон театру як такого.

2. Визначено, що театральні вистави виконує такі функції:

- пізнавальна функція – завдяки перегляду вистав відбувається передача соціального досвіду з покоління в покоління, від культури до культури;

- розважальна функція – аналіз витоків та сьогодення театру, засвідчує, що розвага була і залишається важливою складовою театральних вистав, які є потужним засобом спілкування, спільного проведення вільного часу, обміну інформацією;

- ігрова функція – забезпечується тим, що театральні вистави відволікають глядача від реального життя, дають можливість поринути у дійство, стати його учасником, втілити свої думки, емоції, нереалізовані в реальному житті, зменшує психологічну напругу, що надважливо в умовах війни;

- соціально-регулююча функція – спрямована на гармонізацію соціального життя людини, навіювання високих сенсів буття, корегування думок у позитивному напрямку, надання відповідей на одвічні питання;

- виховна функція – покликана навчити та закладати правильні цінності,

- зацікавлювати театральним мистецтвом, підвищувати загальний культурний рівень.

Функції театральних вистав є вагомими та значущими, і вже багато століть поспіль, не дивлячись на видозміну форм, зображувальних засобів, манери гри, виконують важливу місію – впливають на соціум, надають відчуття усвідомлення власного «я» та забезпечують розуміння законів світобудови.

3. Розглянуто складові управління театральними установами і з'ясовано, що держава забезпечує систему функціонування театральних установ керуватись нормативно-правовими актами. Згідно з українським законодавством театральні установи наділені правами і обов'язками та несуть відповідальність за вирішення господарських, творчих та ресурсних питань, не залежно від форм власності – державної, комунальної чи приватної. Така творча свобода відчутно впливає на розширення стильових меж, підтримку самоідентифікації та творчого розвитку колективів, стимуляцію пошуків інноваційних засобів організації управління, вирішення економічних питань.

Українським театрам надаються права, які розширюють можливості творчої реалізації колективів, серед яких можна виділити наступні:

- можливість самостійно обирати стилістику репертуару, визначати цільову аудиторію, на яку зорієнтована робота, обирати форми гастрольної чи фестивальної діяльності; володіти правами передачі чи продажу театральних продуктів іншим закладам, вести відео- та фотозйомку, а також теле- та радіотрансляції вистав;

- не обмежується вибір форм реалізації рекламної продукції задля популяризації театру, створення та використання айдентики театральної установи, вибір послідовності та кількості поширення реклами та продажу квитків на вистави;

- дозволяється здійснювати інші види комерційної діяльності, що покращують роботу театру, зміцнюють матеріально-технічну базу та сприяють розвитку закладу.

Останні роки театральна сфера зазнає цілковитого занепаду. Цьому сприяють як внутрішні так і зовнішні фактори. До внутрішніх можна віднести:

недосконале цивільно-правове регулювання, відносно «старіння» контингенту працівників, ідейна криза, брак фінансування з боку держави або використання виділених коштів не за призначенням. До зовнішніх відносять: загальну політичну та економічну кризу, пандемію Коронавірусу, яка закрила всі прошарки суспільства вдома і відвідування театрів зменшилось, повномасштабне вторгнення Російської Федерації.

4. Досліджено, що за будь-яких зовнішніх та внутрішніх умов існування репертуарного театру кінцевим споживачем театрального культурного продукту завжди буде соціум. Діяльність господарчого суб'єкту в будь-якій сфері життєдіяльності вважається продуктивною, якщо за мінімальних витрат забезпечується максимально можливе задоволення потреб споживача. У зв'язку з чим, застосовується маркетингова модель управління, яка поділяється на п'ять етапів:

- I – усвідомлення проблеми, постановка цілей, розставлення пріоритетів;
- II – маркетингові дослідження;
- III – прийняття рішень;
- IV – видача управлінських наказів;
- V – контроль виконання та аналіз результату.

Основне завдання маркетингового управління – це аналіз, планування, реалізація та контроль виконання завдань, задоволення потреб кожної зі сторін, які беруть участь у процесі досягнення кінцевої мети. Тому, маркетингове управління у театральній діяльності має посідати важливе місце в організаторських процесах.

Визначено, що в маркетингу театральної діяльності важливими є брендинг, імідж театру та рекламна діяльність.

Потреба в рекламній кампанії є досить актуальною в театральному середовищі і вимагає постійного вдосконалення і пошуку унікальних ідей. Реклама у творчості спирається на формулу рекламних аргументів: бажаність, оригінальність та привабливість. Види рекламних повідомлень театральної установи розрізняють за:

- способами впливу;
- способами вираження;
- цілями і задачами, з боку можливого зворотного зв'язку.

У ході дослідження було виявлено ефективність реклами та можливості її розташування згідно запиту.

Перше на що, варто звернути увагу – це аудиторія. Перш, ніж обирати формат репертуару театру варто визначити межі цільової аудиторії: вік, стать, місце проживання, статус, матеріальне забезпечення тощо. Цими даними варто оперувати при створенні рекламної продукції.

По-друге, важливим є місце розташування. Сформувавши образ свого середнього глядача, обираємо місця, де безпосередньо глядач буде бачити рекламу. Це можуть бути Інтернет-ресурси, громадські місця, супермаркети, місця роботи.

Було з'ясовано, що визначальними критеріями під час розміщення реклами є місце і час. Розміщення рекламних банерів чи листівок з рекламною інформацією про дитячу виставу буде доречним в місцях, де діти часто відпочивають з батьками: дитячі майданчики, аквапарки, дитячі кафе, заклади дошкільної та середньої освіти. Рекламу дорослих вистав варто розміщувати на Інтернет-ресурсах, зупинках громадського транспорту, поблизу офісів тощо. Якщо театральний культурний продукт орієнтований на людей похилого віку, то рекламу краще давати на радіостанції чи у видання газет, популярних у регіоні, друкувати на квитанціях з комунальними платежами.

Театрам доцільно більше уваги приділяти створенню рекламної кампанії з метою популяризації театру, як місця проведення вільного часу та задоволення культурних потреб. Це необхідно для повернення театральним установам місця в рейтингах популярності, які були втрачені впродовж пандемії Коронавірусу. Вдало проведена рекламна кампанія допоможе театрам стати конкурентоспроможними на ринку культурних продуктів і позмагатися з кінотеатрами, парками розваг, торгівельно-розважальними

центрами, ігровими кімнатами, які наразі є більш популярним серед молоді та дорослих.

5. Виявлено, що місто Запоріжжя славиться не лише промисловою інфраструктурою, а і різноплановістю театральної діяльності. Культура в Запорізькій області дуже швидко розвивається, модернізується та видозмінюється за вимогами часу, не втрачаючи своєї специфіки та напрямів розвитку. Незважаючи на те, що Запоріжжя – прифронтове місто, тут функціонує сім театрів обласного та місцевого значення, які задовольняють культурні потреби для широкого кола глядачів, а також значна кількість приватних театрів.

У процесі дослідження було з'ясовано, що ключовими проблемами театрів міста Запоріжжя є:

- відсутність достатнього фінансування для залучення нових кадрів, створення нових вистав та проєктів;
- застарілість репертуару;
- низька відвідуваність;
- відсутність впровадження інноваційних технологій та застосування сучасного обладнання для формування візуального ряду під час вистави;
- непридатність приміщень до обставин воєнного часу (укриття);
- відсутність ефективного маркетингу та системної реклами.

Згідно міської програми «Культура Запоріжжя 2022-2024», департамент культури і туризму міської ради визначив перелік завдань, вирішення яких має покращити стан театральної сфери в місті та сприяти популяризації муніципальних та обласних театрів серед жителів та гостей міста. Завдання, які зазначені у програмі:

- здійснення театральних та культурно-просвітницької діяльності шляхом створення театральних вистав;
- проведення мистецьких заходів, що популяризують кращі надбання української та світової культури;

- організація оригінальних авторських проєктів;
- проведення всеукраїнських та міжнародних фестивалів, спільних
- мистецьких проєктів – створення якісного театрального продукту;
- інтеграція в європейський культурний простір;
- залучення позабюджетних коштів.

Реалізація зазначених завдань сприятиме активізації культурного життя міста Запоріжжя, задоволенню культурних потреб містян та збереженню нематеріальної культурної спадщини регіону [65].

6. Театральна сфера Запоріжжя, як прифронтового міста постраждала дуже сильно. Через падіння продажів вистав на 70%, Департамент культури був змушений скорочувати кадри, зменшувати фінансування муніципальних театрів, ліквідувати та об'єднувати комунальні заклади культури.

Попри всі перешкоди, театри Запоріжжя продовжують функціонувати і поступово набирати нового розквіту, вдячний глядач відвідує вистави, зали заповнюються, що ще раз доводить той факт, що культура є важливою для емоційно- психологічного стану суспільства, і саме в мистецтві люди шукають можливість розслабитись і надихнутись, щоб далі продовжувати тяжку боротьбу за свободу, національну ідентифікацію та незалежність.

На нашу думку, у повоєнний період публіка отримає більше ричагів впливу на театр, саме вона стане генератором натхнення, замовником і споживачем актуальних театральних культурних продуктів, провідником до того, що буде на часі.

Фокус уваги театральних колективів зосередиться на сучасній українській драматургії – з новими акцентами, новою історією, новим смаком, про нових героїв, про нові набуті цінності, про сучасну філософію нової людини. Більше можливостей для творчої реалізації з'явиться у молодих, амбітних митців, які готові створювати складне, багаторівневе, критичне мистецтво. Втім, не можна виключати той факт, що нові п'єси та вистави викликатимуть рефлексію травматичного досвіду війни.

Економічний аспект зазнає значних змін і буде сконцентрований на відбудові, у самому широкому сенсі цього слова. Можливо, на перших етапах державне фінансування буде дещо скорочено (особливо для академічних державних установ), оскільки фінанси будуть спрямовуватись на інші напрямки, де це вкрай необхідно: відновлення міської інфраструктури, гуманітарна допомога населенню, нарощення військової сили тощо.

Але, в той же час, будуть з'являтися грантові програми підтримки: інституційні, інфраструктурні, проєктні, про які вже анонсують деякі країни в переговорах про перспективи дій післявоєнного періоду.

Проведене дослідження театральної діяльності у системі популяризації культурної спадщини дозволило зробити представлені висновки і на прикладі театрів міста Запоріжжя виявити основні проблеми та запропонувати способи їх вирішення. Можемо з упевненістю констатувати, що не зважаючи на війну, театр і надалі залишається однією зі складових формування здорової, свідомої, розвиненої нації, формою задоволення культурних потреб українців та засобом збереження та популяризації культурної спадщини України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агеєнко Т. А., Ізосімова О. О. Театр як книга життя: соціокультурні виміри // Розвиток сучасного українського суспільства: соціологічний та політологічний виміри : матеріали VI Міжнародної наук.-практ. конф., (м. Харків, 24 грудня 2020 р.). Х. : ФОП Бровін О. В., 2020. С. 89-96.
2. Андреев С. Н. Маркетинг в некоммерческой сфере: теоретический аспект // Маркетинг за рубежом. 2000. № 4. С. 18-22.
3. Архипова Є. О., Клевчук О. О. Державне регулювання у сфері охорони культурної спадщини України // Інвестиції: практика та досвід, 2021. № 13-14. С. 51–57.
4. Баканурський А. Г., Корнієнко В. В. Театрально-драматичний словник ХХ ст. К. : Знання України, 2009. 504 с.
5. Безгін І. Д. Мистецтво і ринок : нариси. К. : ВВП «Компас», 2005. 544 с.
6. Безгін І. Д., Семашко О. М., Ковтуненко В. І. Театр і глядач в сучасній соціокультурній реальності. К. : Наука, 2002. Ч. 1: Соціально-художні виміри українського театру: ретроспектива, стан, тенденції. 336 с
7. Бенюк Б.-Г. Б. Інноваційні підходи в арт менеджменті // Тези III Міжнародної наукової конференції «Проблеми методології сучасного мистецтвознавства та культурології» (м. Київ, 16–17 листопада 2021 р.). С. 30-32.
8. Білан Т. Театральне мистецтво в контексті художньо-мистецького знання // Молодь і ринок, 2012. № 8. С. 106-110.
9. Булгакова К., Фішер В. Імерсивний театр в Україні (на прикладі театру «UZANVATI») // Міждисциплінарні наукові дослідження та перспективи їх розвитку. Чернігів : Молодіжна наукова ліга, 2023. С. 336-337.
10. Веденєєв Д. В., Копієвська О. Р. Гібридні загрози як об'єкт освітніх практик у культурно-мистецькій сфері України (за досвідом реалізації проєкту Erasmus+ «Академічна протидія гібридним загрозам – #WARN» 610133-EPP-

1-2019-1-FI-EPPKA2-SVNE-JP») // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2021. № 2. С. 3-11.

11. Войналович Л. П. Стилiстичнi особливостi англomовного рекламного тексту // Науковий вiсник Херсонського державного унiверситету. Серiя «Лiнгвiстика», 2018. № 34. С. 95-97.

12. Волошин І. О. Джерела народного театру на Україні. К.: Держ. Вид-во образ. мист-ва і муз. літ. УРСР, 1960. 356 с.

13. Вялова Л. А. Театр у системі забезпечення культурних потреб людини // У пошуку нових сенсів полікультурного світу. Повоєнний діалог культур : матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. (м. Київ, 2-3 лютого 2023 р.). К. : НАКККіМ, 2023. С. 221-223.

14. Глосарій з гібридних загроз. Упоряд. С. В. Гришко. 2021. 113 с. URL : <https://er.usu.edu.ua/handle/1/2986> (дата звернення: 5.10.2023).

15. Головаха Є., Макеєв С. Українське суспільство в умовах війни : Колективна монографія. К. : Інститут соціології НАН України, 2022. 410 с.

16. Горбенко Ю.Л. Особистість у гібридній війні: психологічний вимір // Психологія і особистість, 2017. № 2 (12). С. 30-39.

17. Гофман Э. Представление себя другим в повседневной жизни. М. : Канон-пресс, 2000. 304 с.

18. Гринчишин Д. Г. Повість временних літ // Українська мова : енциклопедія. НАН України, Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні, Інститут української мови. К. : Українська енциклопедія, 2004. 824 с.

19. Давимука С. А., Федулова Л. І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія. Л. : Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2017. 528 с.

20. Давньоримський театр. URL : https://stud.com.ua/13658/kulturologiya/davnorimskiy_teatr (дата звернення: 20.09.2023).

21. Дубовик С. О. Український професійний театр кінця ХІХ – початку ХХ століть (за документами особового фонду українського театрознавця П. П. Перепелиці) // Архіви України, 2018. № 2-3. С. 52-61.

22. Дудко О. Поміж розвагою і політикою. Що дратує різних театральних фахівців у різних країнах // «Українська правда», 16 березня 2016. URL : <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/03/10/209163/> (дата звернення: 20.10.2023).

23. Егорова М. Н. Театральная публика. Эволюция анкетного метода : монографія. М. : ГИИ, 2010. 162 с.

24. Єсипенко Р. М. Історія театру : курс лекцій. К. : НАКККіМ, 2017. 108 с.

25. Закон України «Про охорону культурної спадщини». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (дата звернення: 1.11.2023).

26. Закон України «Про театри і театральну справу». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2605-15#Text> (дата звернення: 3.10.2023).

27. Злобін Ю. В. Кріпацькі театри на Полтавщині кінця ХVІІІ – початку ХІХ ст. // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Сценічне мистецтво, 2018. № 1. С. 28-36.

28. Зозуля С. Ю. Культурна спадщина // Енциклопедія сучасної України. ред. кол.: І. М. Дзюба ; К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2001-2022. URL : <https://esu.com.ua/article-51479> (дата звернення: 29.10.2023).

29. Кабула О. В. Становлення та розвиток українського театру: історико-педагогічний аспект // Культура України, 2013. № 44. С. 251-259.

30. Казимиров О. А. Український аматорський театр (дожовтневий період). К. : Мистецтво, 1965. 133 с.

31. Карпчук Н. Медіа як невоєнний метод впливу в гібридній війні // Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії, 2018. № 2 (4). С. 41-49.

32. Каталог можливостей: найкращі програми ЄС. URL : <https://houseofeuropa.org.ua/> (дата звернення: 13.11.2023).

33. Клековкін О. Ю. Періодизація і метод історії театру: маркери // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, 2020. № 1. С. 34-39.

34. Кобеляцька Ю. В. Театр як особливий тип комунікації // Сучасні тенденції розвитку економіки і культури в Україні та світі, 2023. №1 (1). С. 38-42.

35. Кобєлева Т. О., Марчук Л. С. Методи оцінювання ефективності реклами та її впливу на споживачів // Вісник Національного технічного університету ХПІ. Серія: Технічний прогрес та ефективність виробництва, 2015. № 25. С. 79-84.

36. Коваль І. М., Несен Д. А., Серіков А. В. Продюсування як стратегічний напрямок розвитку сучасного українського репертуарного театру // Вісник економіки транспорту і промисловості, 2018. № 63. С. 276-285.

37. Ковтуненко В. І. Український театр у період сучасних суспільних трансформацій (до проблеми визначення соціокультурних показників) : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства : спец. 17.00.01 «Театральне мистецтво».К., 2002. 19 с.

38. Колісник О. В. Театр у соціокультурній динаміці сьогодення // Актуальні проблеми філософії та соціології, 2016. № 11. С. 56-58.

39. Конституція України. URL : <https://www.president.gov.ua/documents/constitution> (дата звернення: 2.11.2023).

40. Копієвська О. Р. Державна культурна політика: сучасні концепції та підходи // Актуальні проблеми держави і права, 2005. № 26. С. 100-107.

41. Коробко Т. О. Вертепна драма та український театр доби бароко // The 12th International scientific and practical conference «Actual issues of the development of science and ensuring the quality of education» (March 28–31, 2023) Florence, Italy. International Science Group. 2023. С. 297-300.

42. Кот С. І. Культурна спадщина // Енциклопедія історії України : у 10 т. Ред. кол.: В. А. Смолій (голова) та ін. К. : Наукова думка, 2009. Т. 5. С. 486-560.
43. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинговий менеджмент : підручник. К. : Видавництво «Хімджест», 2008. 720 с.
44. Культурна спадщина та національна безпека : аналітична доповідь. Національний інститут стратегічних досліджень, 2023. URL : <https://niss.gov.ua/publikatsiyi/analychni-dopovidi/kulturna-spadshchyna-ta-natsionalna-bezpeka> (дата звернення: 6.11.2023).
45. Кучин С. П. Впровадження принципів маркетингової діяльності в роботі організацій театрального мистецтва // Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси, 2012. № 3. С. 164-169.
46. Кучин С. П. Напрями вдосконалення механізмів державного управління у сфері театрального мистецтва // Публічне управління та митне адміністрування, 2016. № 2. С. 59-64.
47. Ладонько Л., Смаглюк К. Культурна та мистецька діяльність під час війни // Стратегії та практика організації освітнього процесу в умовах невизначеності: нові виклики та перспективи реалізації: Матеріали Всеукраїнської онлайн-конференції з міжнародною участю. Чернігів : НУЧК імені Т.Г. Шевченка, 2023. С. 133-135.
48. Ленглі С. Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід. К. : Компас, 2000. 640 с.
49. Матеріальна та нематеріальна культурна спадщина. URL : <https://via-regia.org.ua/materialna-ta-nematerialna-kulturna-spadshhyna/> (дата звернення: 2.11.2023).
50. Міська програма «Культура Запоріжжя на 2022 – 2024 роки. URL : https://zp.gov.ua/upload/content/o_1g53kp4121qmsdpn3gr1nmb16nfa.pdf (дата звернення: 7.11.2023).
51. Мойсеєнко В., Шостка І, Тарченко Н. Збереження культурної спадщини під час війни: міжнародне право та конкретні справи // матеріали

V Всеукраїнської науково-практичної конференції «Культурно-історична спадщина України: перспективи дослідження та традиції збереження» (з міжнародною участю), (м. Черкаси, ЧДТУ, 20-21 жовтня 2022 р.). Черкаси : видавець Гордієнко Є. І., 2022. С. 16-21.

52. Николаев В. Драматический театр в г. Киеве: Ист. очерк (1803–1893 гг.). К.: Изд. Я. Б-го и Н. И-ва, 1898. 212 с.

53. Новиков А. О. З історії українського вертепу // Літератури світу: поетика, ментальність і духовність, 2017. № 8. С. 243-250.

54. Новиков А. О. Феномен театру Марка Кропивницького // Духовна культура України перед викликами часу (до 150-річчя заснування «Просвіти»): тези доп. учасників Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Харків, 23 квіт. 2018 р.). Харків : Право, 2018. С. 28-31.

55. Овчаренко Т. С. Актуальні проблеми менеджменту театральної культури: забуте мистецтво антрепренерів // Культурологічна думка, 2011. № 4. С. 145-149.

56. Олійник О. В. Особливості маркетингу в сфері театрального мистецтва // Проблеми та тенденції соціально-економічного розвитку. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених (м. Харків, 21-22 квітня 2017 р.). Ч. II. Х. : Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 116-118.

57. Оліховська М. В., Орлова К. О. Нормативно-правове регулювання театральнo-концертної діяльності в Україні: особливості та шляхи удосконалення // Проблеми державотворення в Україні – 2021. Антикорупційна діяльність : матеріали доповідей Наукового семінару до дня спеціаліста-правника (м. Львів, 8 жовтня 2021 р.). Л. : Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП», 2021. С. 179-187.

58. Перция В., Мамлеева Л. Анатомия бренда. М. : Вершина, 2007. 222 с.

59. Пирожков С. І., Божок Є. В., Хамітов Н. В. Національна стійкість (резильєнтність) країни: стратегія і тактика випередження гібридних загроз // Вісник Національної академії наук України. 2021. № 8. С. 74-82.

60. Питерс Т. Человек-бренд. Переосмысление работы. М. : Вильямс, 2006. 233 с.

61. Питько О. А. Персональный бренд: особенности создания и продвижения // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 10. URL : <http://web.snauka.ru/issues/2016/10/72445> (дата звернення: 25.10.2023).

62. Подольська Є. А., Лихвар В. Д., Погорілий Д. Є. Кредитно-модульний курс культурології : навчальний посібник. К.: Фірма «Інкос», Центр навчальної літератури, 2006. 368 с.

63. Полякова Т. І. Функції театрального менеджера у процесі культуротворення // Стан та перспективи розвитку культурологічної науки :збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, (Миколаїв, 17 листопада 2021 р.). Миколаїв : ВП «МФ КНУКіМ», 2021. С. 28-31.

64. Придятько С. М. Збереження та просування української культури в умовах війни // Актуальні питання та перспективи проведення наукових досліджень. Збірник матеріалів конференції (17 березня 2023 рік). Полтава: Молодіжна наукова ліга, 2023. С. 197-199.

65. Про реформу муніципальних театрів : Рішення міської ради, 17.12.2022. URL : <https://zp.gov.ua/uk/sessions/177/resolution/50312> (дата звернення: 23.11.2023).

66. Прокопович Л. Театральність в соціокомунікативних проявах культури: соціально-філософське дослідження : монографія. Одеса : Екологія, 2019. 336 с.

67. Рева Т. С. Культурні цінності як інструмент гібридних загроз // Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 18 травня 2023 р.). Київ : НАКККіМ, 2023. С. 138-139.

68. Резник Ю. М. Введение в социальную теорию: Социальная системология. М. : Наука, 2003. 525 с.

69. Рекомендації «Управління місцевою культурною спадщиною» підготовлені для проєкту «ReHERIT: спільна відповідальність за спільну спадщину». URL : <https://reherit.org.ua/material/upravlinnya-mistsevoyu-kulturnoju-spadshhynou/> (дата звернення: 2.11.2023).

70. Рішняк О. Культурна спадщина у воєнному конфлікті: міжнародний досвід другої половини ХХ – початку ХХІ ст. та українська дійсність // Український історичний журнал, 2022. № 4. С. 159-173.

71. Сагіна Ю. В. Культурологічні аспекти взаємовідносин сучасного театру та глядача: на матеріалі одеських театрів : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 26.00.01 «Теорія та історія культури». Х., 2009. 20 с.

72. Серіков А. В., Коваль І. М. Економіка та управління у сучасному українському репертуарному театрі : монографія. Х. : ФОП Панов А.М., 2018. 314 с.

73. Серіков А. В., Коваль І. М. Місце сучасного репертуарного театру в креативних індустріях // Економічний вісник Донбасу, 2019. № 2 (56). С. 170-178.

74. Сидорук О. В. Роль мистецтва під час війни: актуальний досвіт України // In The 13 th International scientific and practical conference «Modern directions of scientific research development» (June 15-17, 2022). VoScience Publisher, Chicago, USA. 2022. С. 656-659.

75. Ситник О.Г. Маркетинг театральної діяльності: історико-культурний аспект // Культура України, 2011. Вип. 35. С. 201-207.

76. Соломон М. А. Поведение потребителя // Искусство и наука побеждать на рынке. СПб. : ООО «ДиаСофтЮП», 2003. 784 с.

77. Стабілізаційний фонд культури і освіти в Україні. URL : <https://www.goethe.de/ins/ua/uk/kul/uap/sfu.html> (дата звернення: 13.11.2023).

78. Статут Обласного Комунального Закладу «Харківський академічний театр музичної комедії»: нова редакція. Харків, 2009. 86 с.
79. Стрій Л. О. Маркетинг XXI століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку : монографія. Одеса : ВМВ, 2010. 320 с.
80. Сучасні жанри театрального мистецтва. URL : <https://new.gerelo.com/articles/7> (дата звернення: 21.09.2023).
81. Театр як культурний інститут. URL : http://4ua.co.ua/culture/ta3ad68a5c53a88421316c37_0.html (дата звернення: 20.09.2023).
82. Томилова М. В. Модель іміджа організації // Маркетинг в Росії і за рубежом, 1998. № 1. С. 35-42.
83. Тульчинский Г. Л., Терентьева В. И. Бренд-интегрированный менеджмент: каждый сотрудник в ответе за бренд. М. : Вершина, 2006. 352 с.
84. Український драматичний театр: Нариси історії. Ред. колегія: Ю. Бобошко, М. Йосипенко, П. Нестеровський. В 2 т. Т. 1. К. : Наукова думка, 1967. 480 с.
85. Український культурний фонд: Культура. Регіони. URL : https://ucf.in.ua/m_programs/63c95a6bde873529294ebbea (дата звернення: 13.11.2023).
86. Філіна Т. В. Маркетингова складова популяризації культурного продукту // Питання культурології, 2019. № 35. С. 78-87.
87. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль : Економічна думка, 2003. 326 с.
88. Чекаленко Л. Д. Про поняття «гібридна війна» // Віче, 2015. № 5. С. 41-42.
89. Чечель Н. Український театр першої половини XIX століття як соціокультурний феномен // Наукові записки Національного університету «Києво-Могилянська Академія», 2007. Т. 62. С. 66-72.
90. Чорій М. В., Кочан В. В. Нові культурні інституції, що відкрилися під час війни // Актуальні питання музеєзнавства, пам'яткознавства: тези

доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. Мукачево: РВВ МДУ, 2023. С. 28-30.

91. Шульга Р. Соціокультурний вимір художнього життя в Україні // Культура. Суспільство. Особистість : навч. посіб. за ред. Л. Скокової. К. : Інститут соціології НАНУ, 2006. С. 339-361.

92. Щербань В. М. Маркетингові інновації у створенні успішних брендів // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту, серія «Економіка і менеджмент», 2010. №1 (7). С. 155-160.

93. Яблунівський С. В. Театральна діяльність як об'єкт державного регулювання // Державне будівництво, 2011. № 2. С. 1-7.

94. Яблунівський С. В. Удосконалення організаційно-правового забезпечення державного регулювання театральної діяльності в Україні // Теорія та практика державного управління, 2012. Вип. 4 (35). С. 1-7.

95. 7 найпопулярніших театрів Запоріжжя. URL : <https://sich.zp.ua/7-najpopuliarnishykh-teatriv-zaporizhzhia> (дата звернення: 8.11.2023).

96. British Council : Мистецтво. URL : <https://www.britishcouncil.org.ua/programmes/arts> (дата звернення: 13.11.2023).

97. Brosché, J., Legnér, M., Kreutz, J., & Ijla, A. Heritage under attack: motives for targeting cultural property during armed conflict // International Journal of Heritage Studies, 2017. № 23 (3). Pp. 248-260.

98. Creative resilience in a time of war. Ukrainian and American creatives in dialogue. URL : <https://www.americahousekyiv.org/creative-resilience-in-a-time-of-war> (дата звернення: 13.11.2023).

99. Діденко М. В. Маркетинг театральної діяльності // Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали VII Всеукр. наук. конф. молодих вчених, аспірантів та магістрантів (Київ, 2 листопада 2023 р.). К. : НАКККиМ, 2023. С. 113-115.

100. Діденко М. В. Український театр в умовах війни // Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 9 листопада 2023 р.). К. : НАКККиМ, 2023.

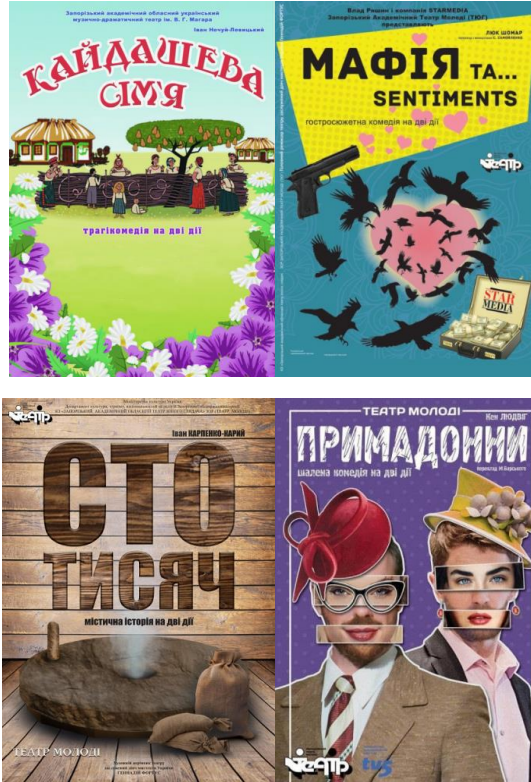
ДОДАТКИ

Додаток 1.

Афіші вистав для дітей та підлітків Запорізького театру молоді, серпень-вересень 2023 року



Афіші вистав театрів міста Запоріжжя, 2022-2023 рік



**Афіші прим'єрних вистав Запорізького театру молоді,
друга половина 2023 року**



**Організаційна структура Комунального закладу
«Муніципальний театр «Дім Актора», місто Запоріжжя**



Додаток 5.

Процес підготовки вистави Комунального закладу
«Муніципальний театр «Дім Актора», міста Запоріжжя,
«Івасюк. Червона рута»

