

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:

**ПОЛІФУНКЦІОНАЛЬНІСТЬ ТЕАТРАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В
СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ**

Виконала студентка II курсу

Групи МКД-11-22з

Спеціальності: 028 Менеджмент
соціокультурної діяльності

Сокол Тетяна Володимирівна

Керівник: кандидат

педагогічних наук, доцент

Шевченко Н. О.

Рецензент:

доктор культурології, доцент,

Кривошея Т. О.

Допущено до захисту:
протокол засідання кафедри
№5 від 22 листопада 2023 р.
в.о. завідувача кафедри арт-менеджменту
та івент-технологій
_____ Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА

Київ – 2023

АНОТАЦІЯ

Сокол Т. В. Поліфункціональність театрального менеджменту в сучасному культурно-мистецькому просторі України

Об'єкт дослідження: театральний менеджмент незалежних театрів в Україні.

Предмет дослідження: функціонування незалежних театральних організацій в сучасному культурно-мистецькому просторі України

Мета дослідження: аналіз ролі менеджерських й маркетингових технологій у вдосконаленні роботи сучасних вітчизняних театрів

У кваліфікаційній роботі розглянуто поняття поліфункціональності театрального менеджменту та становлення його в незалежній Україні; виокремлено чинники функціонування незалежних театрів в соціокультурному просторі України; досліджено етапи становлення театрального менеджменту в незалежній Україні; розглянуто структуру театральних організацій та їх роль у сучасному театральному менеджменті. Авторка розглянула роль театрального менеджменту у розширенні аудиторії, популяризації та залученні нових глядачів до мистецького процесу та проаналізувала впровадження інноваційних підходів та стратегій у театральному менеджменті для підвищення ефективності роботи театрів. Автор наголошує на необхідності дослідження особливостей функціонування медіа ресурсів в соціокультурному просторі України, механізмів їх впливу на розвиток українського театру та популяризації сучасних мистецьких інституцій. Проаналізувавши театральний менеджмент в Україні, як ключовий інструмент для забезпечення сталості театрів, розвитку мистецтва, та відкриття нових можливостей для глядачів, авторка кваліфікаційної роботи запропонувала шляхи вдосконалення креативних технологій розвитку театру як мистецької форми.

Ключові слова: театральний менеджмент, культурно-мистецький простір, незалежні театри.

Sokol T.V. Multifunctionality of theatre management in the modern cultural and artistic sector of Ukraine

The object of research: theater management of independent theaters in Ukraine.

The subject of research: functioning of independent theater organizations in the modern cultural and artistic space of Ukraine

The purpose of the study: analysis of the role of managerial and marketing technologies in improving the work of modern domestic theaters

In the qualifying work, examines the concept of multi-functionality of theater management and its formation in independent Ukraine; the factors of functioning of independent theaters in the socio-cultural space of Ukraine are singled out; the stages of formation of theater management in independent Ukraine were investigated; the structure of theater organizations and their role in modern theater management are considered. The author considered the role of theater management in expanding the audience, popularizing and attracting new viewers to the artistic process and analyzed the implementation of innovative approaches and strategies in theater management to increase the efficiency of theater work. The author emphasizes the need to study the peculiarities of the functioning of media resources in the socio-cultural space of Ukraine, the mechanisms of their influence on the development of Ukrainian theater and the popularization of modern art institutions. Having analyzed theater management in Ukraine, as a key tool for ensuring the sustainability of theaters, development of art, and opening new opportunities for the audience, the author of the qualification work proposed ways to improve creative technologies for the development of theater as an art form.

Keywords: theater management, cultural and artistic space, independent theaters.

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕАТРАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

1.1. Теоретичні основи процесу управління театральним менеджментом...	10
1.2. Становлення театрального менеджменту в незалежній Україні.....	14
1.3. Функціонування незалежних театрів в соціокультурному просторі України.....	20
<i>Висновки до першого розділу.....</i>	<i>33</i>

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНИХ ТЕАТРІВ УКРАЇНИ

2.1. Структура театральних організацій.....	35
2.2. Правові аспекти театрального менеджменту.....	39
2.3. Управління театральними ресурсами	42
2.4. Менеджмент театральних проєктів.....	43
2.5. Зв'язки з громадськістю та спонсорами.....	47
<i>Висновки до другого розділу.....</i>	<i>50</i>

РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ МЕДІА РЕСУРСІВ НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО ТЕАТРУ

3.1. Роль медіа-ресурсів у сучасному театральному середовищі.....	52
3.1.1. Вплив телебачення на театральну культуру.....	56
3.1.2. Роль інтернет-платформ у популяризації театральних вистав.....	61
3.1.3. Використання соціальних медіа для залучення аудиторії до театральних подій	65
3.2. Виклики та можливості медіа для українського театру.....	73
<i>Висновки до третього розділу.....</i>	<i>78</i>

	5
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83
ДОДАТКИ.....	91

ВСТУП

Актуальність. У сучасному контексті в Україні спостерігаються значущі трансформації в різних сферах національної економіки. Особливо важливі зміни відбулися у сфері надання послуг через державну децентралізацію та адаптацію до сучасних потреб національного ринку. Ці процеси створили сприятливу підґрунтя для створення в Україні широкої мережі прибуткових установ різних форм власності, які надають послуги населенню. Успішність цих установ має суттєвий вплив на загальний соціально-економічний розвиток регіонів. Однак серед галузей сфери послуг, які ще не повністю адаптувалися до актуальних потреб споживачів і не подолали вплив зовнішніх та внутрішніх кризових явищ, можна виділити культурно-мистецьку сферу. Театри, як центри мистецтва і культурної спадщини, відіграють важливу роль у духовному розвитку сучасного суспільства. В сучасному світі результати культурної діяльності проявляються у відкладеному соціальному ефекті, що впливає на ціннісні орієнтації людей, їхню поведінку та інтелектуальний потенціал, а також сприяє модернізації суспільства.

Після отримання незалежності України в театральному мистецтві відбулися трансформаційні процеси, з'явилися комерційні репертуарні театри, розвинулися незалежні театри та організації, що впроваджували нові мистецькі форми і методи, а також відбулися значні зміни у режисерській ієрархії. Однак, сучасні театри піддаються впливу масової культури, віртуального простору, зокрема соціальних медіа та ЗМІ, а також впливу ринкових відносин та кризових процесів у суспільстві. У зв'язку з цим театри змушені шукати способи забезпечення свого існування та успішного функціонування.

Крім того, в контексті швидкого технологічного розвитку та змін у споживацьких звичках глядачів, театри повинні адаптуватися до нових трендів і використовувати медіа-ресурси для просування та популяризації своїх вистав. Враховуючи це, розуміння принципів театального менеджменту та його

застосування в практиці стає ключовим для успішної роботи театральних організацій.

Метою дипломної роботи є: дослідження ролі менеджерських й маркетингових технологій у вдосконаленні роботи сучасних вітчизняних театрів.

На основі поставленої мети визначено наступні взаємопов'язані **завдання:**

- розглянути поняття поліфункціональності театрального менеджменту і становлення його в незалежній Україні;
- виокремити чинники функціонування незалежних театрів в соціокультурному просторі України;
- дослідити етапи становлення театрального менеджменту в незалежній Україні.
- розглянути структуру театральних організацій та їх роль у сучасному театральному менеджменті.
- розглянути роль театрального менеджменту у розширенні аудиторії, популяризації та залученні нових глядачів до мистецького процесу;
- проаналізувати впровадження інноваційних підходів та стратегій у театральному менеджменті для підвищення ефективності роботи театрів;
- дослідити вплив медіа ресурсів на розвиток українського театру.

Об'єкт дослідження – театральний менеджмент незалежних театрів в Україні.

Предмет дослідження – функціонування незалежних театральних організацій в сучасному культурно-мистецькому просторі України

Методологічну основу дослідження склали принципи науковості та об'єктивності, соціокультурного і полісистемного аналізу, що ґрунтуються на працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Провідними методами дослідження виступають порівняльний і структурно-системний аналіз, що дають можливість розглянути театральний менеджмент в сучасному культурно-мистецькому просторі України.

Методи дослідження. У дослідженні були використані такі методи як метод компаративного аналізу, який дозволив проаналізувати становлення театрального менеджменту в незалежній Україні, а також оцінити розвиток незалежних українських театрів; інституціональний і функціональний аналіз для дослідження функціонування театральних організацій та ролі фестивальної діяльності в популяризації театрального менеджменту, а також потенціалу маркетингових технологій у вдосконаленні роботи театрів; загально логічний, що передбачає поділ матеріалу на частини з метою їх самостійного вивчення та об'єднання їх в єдине ціле.

Джерельна база та стан наукової розробленості теми. Вітчизняними дослідниками наголошується, що театральний менеджмент вимагає глибокого розуміння різних аспектів культурно-мистецького процесу. Театральний менеджмент в Україні розглядається, як ключовий інструмент для забезпечення сталості театрів, розвитку мистецтва, та відкриття нових можливостей для глядачів. Важливо розуміти, що театральний менеджмент включає в себе не лише організаційні аспекти, але й культурну політику, маркетинг, фінансовий менеджмент, творчий процес, та взаємодію з аудиторією. Вітчизняні дослідники наголошують на важливості поєднання науковості та творчості в театральному менеджменті для досягнення найкращих результатів у культурно-мистецькій сфері України. Велике значення має науково-пошукова та науково-практична діяльність, спрямовані на одержання нової інформації про театральний менеджмент, та його дію в Україні. Особливості театрального менеджменту відображені в роботах таких авторів як І. Безгін, С. Божук, А. Борисов, Л. Ковалик, Н. Федотова; проблематику існування театрального мистецтва як суспільного художнього виробництва в епоху домінування індустрій досліджував С. Д. Безклубенко; етапи становлення сучасних вітчизняних театрів відображені у працях М. Вороного, С. Васильєва, І. Вівсяної, Н. Кравець; особливості театрального менеджменту на досвіді зарубіжних країн вивчали Ленглі С., Франсуа Кольбера, Кріммінс Джеймс К., Лівенс Томас Р., Олек Говард; можливості мультимедійних технологій та їх

використання в сучасному театрі досліджуються в працях Рейсса Алвіна Г., Райнхарда У. та Реви Н.; діяльність незалежних театрів за кордоном аналізували Метью Різон, Сара Джонсон і Джеймс Томсон. Використання креативних технологій в постановці вистав загалом впливає на розвиток театру як мистецької форми.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що проаналізовано вплив театрального менеджменту на культурний, економічний та соціальний розвиток України. Також театральний менеджмент впливає на розвиток регіональних театрів і культурних інституцій в Україні. Новизна дослідження полягає у наданні рекомендацій та стратегій для покращення театрального менеджменту в Україні, що можуть бути корисні для практикуючих менеджерів і культурних організацій.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає в тому, що для подальшого вирішення проблем театрального менеджменту та вдосконалення діяльності театрів України необхідне впровадження інноваційних підходів та стратегій, які були проаналізовані у даній роботі та запропоновані шляхи розвитку вітчизняних незалежних театрів та росту їх популярності на світовій арені за допомогою медіа ресурсів, що надає можливість залучати більшу кількість глядачів на театральні події.

Апробацію результатів дослідження було здійснено шляхом оприлюднення досягнутих результатів на VII Всеукраїнській наукової конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» від 2 листопада 2023 року, тема доповіді «Становлення та функціонування незалежних театрів в соціокультурному просторі України».

Структура роботи. Логіка дослідження зумовила таку структуру дипломної роботи: вступ, три розділи, висновки до кожного із розділів та загальні висновки, список використаних джерел (кількість – 77 найменувань), додатки. Загальний обсяг дослідження склав 94 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕАТРАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

1.1. Теоретичні основи процесу управління театральним менеджментом

Теоретичні основи процесу управління театральним менеджментом базуються на сучасних підходах та концепціях у сфері менеджменту та культурного управління. Декілька ключових теоретичних основ, які відіграють важливу роль у розумінні театрального менеджменту, включають:

1. Теорія менеджменту вивчає принципи та методи управління організаціями. Розглядаючи театральний менеджмент вона використовується для розробки стратегій, планування, організації та контролю діяльності театральних організацій [17].

2. Культурний менеджмент поєднує принципи менеджменту з культурною сферою. Досліджує особливості управління культурними організаціями, включаючи театри, з урахуванням їхнього соціокультурного значення, креативності та взаємодії з аудиторією.

3. Маркетинговий менеджмент вивчає стратегії та методи просування товарів і послуг на ринку. Застосовується для розвитку маркетингових стратегій, привертання аудиторії, підтримки іміджу театру та підвищення його впливу [25]

4. Лідерство та комунікація вивчають роль лідерства та комунікації у процесі управління організаціями. У театральному менеджменті вони використовуються для розвитку навичок лідерства у керівників театрів, побудови комунікаційних стратегій зі співробітниками, акторами та глядачами.

Ці теоретичні основи надають знання та інструменти для ефективного управління театральними організаціями, забезпечуючи їх стабільний розвиток, творчий потенціал та взаємодію з аудиторією.

Театральний менеджмент – це галузь управління, що займається керуванням театальною організацією або проектом з метою досягнення

максимальних результатів і успіху. Вона включає в себе планування, організацію, координацію та контроль всіх аспектів театральної діяльності [4].

Театральний менеджмент вимагає розуміння специфіки театральної індустрії, вміння ефективно використовувати ресурси, будувати стратегії розвитку, просувати театр та його продукцію, керувати бюджетом, взаємодіяти зі стейкхолдерами (глядачами, акторами, творчим колективом, фінансовими партнерами та іншими зацікавленими сторонами).

Театральний менеджмент також включає у себе маркетингові дослідження, розробку маркетингових стратегій, просування та продаж театральних вистав, фондоутворення, фінансове планування, управління персоналом, організацію подій, взаємодію зі ЗМІ та громадськістю.

Метою театрального менеджменту є забезпечення ефективного функціонування театральної організації, досягнення фінансової стійкості, розвитку аудиторії, залучення нових глядачів та підвищення якості театральних продукцій.

У сучасному театральному менеджменті акцент робиться на інноваціях, створенні нових форматів вистав, використанні сучасних технологій та інтерактивного підходу до глядача. Також велике значення має розвиток мережі партнерських відносин з іншими театрами, співпраця зі спонсорами, громадськими організаціями та донорами.

Соціокультурна реальність ХХІ століття демонструє, як стрімко змінюються обставини, впливаючи на важелі та чинники, що визначають суспільні, партнерські та фінансові відносини, зокрема, у таких сферах, як культура і бізнес. Як зарубіжні, так і вітчизняні науковці та практики різних напрямів мистецької діяльності, аналізуючи історичний досвід, сучасний стан і перспективи розвитку, прагнуть до створення оптимальних умов для творчості колективів. Від першого свого друкування французькою мовою в Канаді 1993 року наукове видання «Маркетинг у сфері культури та мистецтв» Франсу Кольбера, Жана Нантеля, Білодо та Деніса Річа [6] набуло надзвичайної популярності й стало бестселером не тільки в Канаді, а й у багатьох країнах

світу. Колектив авторів склали визнані світові авторитети – науковці та практики у галузі маркетингу та менеджменту у сфері культури. Аналітично структурований матеріал, що спирається на численні наукові джерела та практичний досвід авторів, дає вичерпну картину сучасного маркетингового процесу у сфері культури: від стратегічного планування та позиціонування підприємства культури й вироблення культурної продукції до формування зв'язків зі споживачами, просування на ринок, залучення джерел фінансування й оцінки результатів. Це перше повне та системне видання з питань маркетингу у сфері культури та мистецтв в Україні [12].

У 2000 році в Україні вийшла друком монографія відомого у США театрального діяча – імпресарію та педагога, доктора філософії, професора Стівена Ленглі [39] «Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід». Автор, спираючись на театральний, у тому числі і власний, досвід США, під історично-практичним кутом зору осмислює процес підготовки та випуску вистав, форми їх прокату, а також висвітлює проблеми фінансування діяльності театральних колективів різних форм власності й організації в США. Остання глава видання присвячена взаємовідносинам театру з глядачем. Вивченню та узагальненню організаційних проблем виконавського, зокрема, театального мистецтва присвячена монографія «Мистецтво і ринок» І. Д. Безгіна [2] – провідного дослідника питань організації театальної справи як колективної форми художньої творчості. Автор розглядає театр як суб'єкт організованої творчої діяльності та об'єкт управління, акцентуючи увагу на системі міжособистісних стосунків художніх та адміністративних керівників, окреслює шляхи оптимізації організації театальної справи та перспективи розвитку театального менеджменту. Маркетинговий підхід як складову менеджменту у сфері культури та мистецтва, а також проблеми бізнес-планування та інвестиційного проектування розглядають М. П. Переверзев та Т. В. Косцов (2010), спираючись на досвід Російської Федерації кінця ХХ – початку ХХІ століття. Вітчизняний дослідник проблем сучасної практики організації театальної справи за кордоном – С. С. Васильєв. У його статті

«Організаційно-економічні аспекти діяльності театрів лондонського Вест-Енду на сучасному етапі» [8] на основі зібраного широкого економіко-статистичного фактологічного матеріалу зроблено узагальнювальний аналіз творчо-організаційної діяльності провідних театрів лондонського Вест-Енду за період з 1998 по 2013 роки. Аналіз останніх вітчизняних досліджень і публікацій дає змогу дійти висновку, що в сучасному мистецтвознавчому обігу бракує аналітично-критичних, фактологічних, узагальнювальних досліджень зарубіжного та вітчизняного досвіду функціонування мистецтва, зокрема сценічного, як форми виробничої практики.

Ефективне управління націлене на вивчення і правильну орієнтацію персоналу. Необхідно надихнути кожного на виконання головної мети проекту. Після того, як визначена головна мета, обрана одна або декілька п'єс для постановки, забезпечене фінансування, підібраний штат та акторський склад, всі інші проблеми стають другорядними. Подобається це комусь, чи ні, на цій стадії основні рішення вже прийняті і можливість почати все знову – маловірогідна.

Багато проектів зазнали поразки тільки тому, що їхня первинна мета була забута або зазнала змін на шляху до здійснення. Досвідчений керівник завжди зможе надихнути колектив на продуктивну діяльність у досягненні кінцевої мети. В той час, як керівники підрозділів в художній та адміністративній частинах повинні скеровувати і контролювати діяльність підлеглих, головний менеджер має зосередитися на координації взаємин між підрозділами, з'єднуючи окремі частини в єдине ціле.

Для успішної реалізації проекту необхідно робити постійний контроль виконуваних робіт, аналізувати і коректувати слабкі місця та використовувати й розвивати переваги. Це – перевірки, зміни оцінки, уповільнення чи прискорення – але завжди просування проекту до кінцевої мети. Менеджер при цьому повинен бути об'єктивним, стримувати свої емоції, симпатії та антипатії заради справи. Але інколи доводиться вдаватися до непопулярних заходів. Конструктивна критика, звільнення працівника з роботи, переведення його на

нижче оплачувану роботу – не ті обов'язки, що до вподоби менеджерам. І все ж таки ці дії є складовою частиною того, що здавна називається «контролем за виробництвом» [14].

Оскільки людський фактор – центральний в організаційно-творчій роботі, він і найболючіший тому, що торкається людських почуттів, особливо таких вразливих митців. Дійсно, інколи буває необхідним звільнити директора, провідну актрису, менеджера або охоронця. Це означає, що проект виявився недосконалим. Головне тут зрозуміти, чому проект опинився під загрозою, а також, що саме треба зробити, щоб виправити становище.

Найкращим методом керування діючим проектом є така організація праці, при якій основний керівник та менеджер можуть зосередитися на непередбачених або другорядних проблемах, більшість з яких обов'язково виникне. Ідеальному менеджеру театрального проекту не обов'язково мати ступінь доктора або величезний досвід роботи в економіці чи театральному менеджменті. Як підкреслює С. Ленглі: «Ідеальний менеджер для ідеї – це, перш за все, той, хто усвідомлює її і примушує працювати на неї інших» [39].

Отже, театральний менеджмент відіграє важливу роль у забезпеченні життєздатності театрів і сприяє розвитку театральної сфери в цілому, сприяючи створенню інноваційних та високоякісних театральних продуктів.

1.2. Становлення театрального менеджменту в незалежній Україні

У контексті становлення театрального менеджменту в незалежній Україні, з появою незалежності, театральне мистецтво зазнало суперечливих змін. З одного боку, було помітно застою у роботі багатьох театрів, з незмінним репертуаром, особливо в регіональних театрах, і недостатньою фінансовою та професійною підтримкою [28]

З іншого боку, на цьому етапі відбулися позитивні зміни у театральному мистецтві, з'явилися нові театри-студії, камерні театри та відкриті сцени. Такі видатні режисери, як Р. Віктюк, А. Жолдак, С. Жирков, М. Голенко, В.

Троїцький та інші, почали експериментувати та шукати нові форми в театральних постановках, надихаючись свободою висловлювати свої творчі ідеї та фантазії [18].

На початку 90-х років, як зазначає Л. Волошина, набуло поширення рух лабораторних студійних колективів і з'явилися театри різних форм та жанрів, такі як театр ляльок "Замок на горі" та театр на Подолі. Останній отримав визнання на міжнародній арені, брав участь у багатьох міжнародних подіях і став фаворитом Единбурзького Фрінджа. Це стало першою значною спробою презентації українського театального продукту за кордоном і мала велике значення в 90-х роках [17].

Таким чином, становлення театального менеджменту в незалежній Україні супроводжувалося змінами у театальному ландшафті, з'явленням нових театрів та режисерських підходів, що вимагало необхідності ефективного управління, професійного підходу до організації, фінансування та маркетингу театральних проектів.

Також були спроби створення комерційних репертуарних театрів. Наприклад, у Києві було створено перший приватний театр «Браво» Л. Титаренком і саме завдяки обраній репертуарній політиці, а саме показу комедій та сучасної драматургії, він і досі залишається популярним. Також вдалим комерційним театральним проектом можна вважати компанію «Бенюк і Хостікоєв», вистави якої грають на різних сценічних майданчиках Києва, так як не мають власного, то грають переважно на сцені Національного академічного театру російської драми ім. Лесі Українки та Київського академічного національного театру оперети [14].

Необхідно звернути увагу на процес становлення театального менеджменту в незалежній Україні. Варто відзначити, що антрепризні театри стали популярними, оскільки вони мають власні приміщення та штат співробітників, але не мають постійної трупі. Для кожної постановки вони запрошують акторів, режисерів, художників, композиторів, балетмейстерів та інших спеціалістів. Щоб бути конкурентоспроможними, антрепризні театри

постійно шукають нові форми взаємодії з глядачами. Наприклад, в кінці 90-х років театр імені І. Франка поставив мюзикл "Ех, мушкетери, мушкетери!", а компанія "Бенюк і Хостікоєв" представила рок-оперу "Біла ворона". Режисер А. Жолдак застосував технології театру абсурду у виставі-перформенсі "Не боюся сірого вовка", привертаючи більше глядачів завдяки участі таких відомих акторів, як А. Роговцева та Б. Ступка та інші [14].

Варто зазначити, що А. Роговцева стала провідною акторкою в антрепризному русі, прийнявши запропоновану Р. Віктюком пропозицію. Вона активно грає у антрепризних виставах на різних сценах, а основним постановником її дочка та режисер К. Степанкова, серед таких вистав: "Рожевий міст", "Вася має зателефонувати", "Будьте як вдома", "Схоже на щастя" та інші [14].

Зокрема, щодо принципів сучасного антрепризного театру, можна виділити декілька основних аспектів:

- Мобільність, що передбачає обмеженість декорацій та реквізиту.
- Мала кількість акторів, які бажано мають певну популярність серед глядачів.
- Використання комедійного або мелодраматичного літературного матеріалу, який легко сприймається аудиторією.
- Ефективна рекламна кампанія.

Якщо антрепризний театр вирушає у гастрольний тур, графік гастролей будується таким чином, щоб у місцях перебування театру можна було представити кілька вистав. У такому випадку, успіх гастролей значною мірою залежить від вміння менеджера домовлятися з директорами театрів, клубів та залучати та зацікавлювати місцевих жителів [14].

Окрім того, щодо функціонування аматорських театрів, на початку 2005 року їх було більше трьохсот, з яких 230 належали до системи Міністерства культури, а ще близько ста до інших відомств. Аматорські театри зазнали значного розвитку, зокрема, у Вінницькій, Івано-Франківській, Тернопільській, Харківській та Херсонській областях [4].

У сучасній Україні діють 140 театрів різних форм власності, зокрема 46 драматичних театрів, 7 оперних театрів та театрів балету, 12 дитячих та юнацьких театрів, 29 лялькових театрів, 37 музично-драматичних театрів і 9 театрів музичної комедії та мініатюр [18]. Зокрема, столичні комунальні театри відзначилися успішним роком 2017, під час якого було представлено понад 80 прем'єр, відбулося понад п'ять тисяч вистав, а загальна кількість глядачів досягла 700 тисяч [13].

Проте, традиційний театр стикається з рядом викликів, які вимагають:

- Впровадження інноваційних театральних технологій.
- Покращення управління театральною діяльністю.
- Розширення діапазону інформаційного забезпечення процесу постановки.
- Дослідження інтересів та складу театральної аудиторії.
- В контексті становлення театрального менеджменту в незалежній Україні, виникає потреба в постійному підвищенні якості театрального продукту та задоволенні потреб глядачів. З цим пов'язані дві основні проблеми, які виникають:
- Проблема впровадження інноваційних технологій у процес показу вистав, щоб забезпечити конкурентоспроможність вистави.
- Проблема підвищення якості матеріальної частини вистави.

Наприклад, у дослідженні К. Гребеніка виявлено проблеми в художньо-виробничих цехах театрів України, такі як відсутність молодих фахівців, доступності книжкових видань для театральних працівників та зниження інтересу до кінцевого результату створення вистави через відсутність цілісного сприйняття постановочних завдань [30].

Загалом, в контексті театрального менеджменту, проблеми підвищення якості театрального процесу виникають через необхідність вдосконалення технологій та створення вистави, які би відповідали вимогам глядачів та були конкурентоспроможними на ринку.

Законодавство про театральну галузь в країні було розроблено на початку 90-х років після отримання незалежності. Воно включає такі закони України:

- Закон "Про культуру".
- Закон "Про театри та театральну діяльність".
- Закон "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запровадження контрактної форми роботи у сфері культури та конкурсної процедури призначення керівників державних та комунальних закладів культури".
- Закон "Про гастрольні заходи в Україні".

Проте, театри державної і комунальної форм власності все ще функціонують у формі театально-видовищних закладів культури, їх діяльність регулює велика кількість нормативних документів, таких як положення, підзаконні акти і т.д., які в основному обмежують їх господарську діяльність [28].

Враховуючи тему "Становлення театального менеджменту в незалежній Україні", слід зазначити, що фінансове становище українських театрів є різноманітним і в певній мірі залежить від їх статусу (національний, обласний, комунальний) та місця розташування. Проте, структура фінансових надходжень в державних театрах є схожою:

- Бюджетне фінансування становить 80-90% їхнього бюджету.
- Доходи від власної діяльності складають 10-40%.

Очевидно, без державної підтримки театри не могли б існувати, оскільки дохід від власної діяльності не забезпечує їх основні витрати. Держава бере на себе значну частину фінансування театрів [4].

Тому сучасна театральна практика поставила перед собою важливе завдання оволодіння кращими практиками театального менеджменту з урахуванням українських реалій, зокрема розробки та реалізації мистецьких проектів.

Дослідники вказують на кілька шляхів покращення фінансових результатів театральних закладів:

- Зміна системи державного фінансування, що може сприяти більш ефективному розподілу фінансових ресурсів.
- Підвищення ефективності роботи управлінського персоналу, що означає поліпшення управлінських процесів і використання кращих практик у театральному менеджменті.

Розширення кола потенційних глядачів шляхом створення якісного різнопланового репертуару, який задовольнятиме естетичні смаки різних верств населення [28].

На сьогоднішній день головним фактором, що впливає на дохід театрів, є кількість глядачів. Тому однією з найважливіших задач театрів є привернення нової аудиторії. Якщо буде зацікавлення великої кількості потенційних глядачів у відвідуванні вистав, зросте попит на мистецький продукт. Це дозволить театрам підвищувати ціни на квитки, не втрачаючи публіку [28].

Залучення нової аудиторії стає важливим завданням для театральних колективів, оскільки середня відвідуваність театральних залів становить близько 60% [28].

Відповідно, пошук і залучення більшої кількості глядачів стає головним завданням для театральних колективів, а розуміння спектаклю як товару, який треба успішно продати, вимагає знання законів ринку та проведення постійних маркетингових досліджень [4].

Отже, за останні роки український театр став самодостатнім, зберігся та покращився творчий ресурс і потенціал, набув розвитку фестивального руху, втім слід реформувати театральну освіту, створити відповідну інфраструктуру, зокрема впровадити в діяльність театральні центри, що покращить стан та розвиток театального мистецтва.

1.3. Функціонування незалежних театрів в соціокультурному просторі України

Після 2014 року в Україні спостерігається значний розвиток театрального мистецтва, що призвело до появи великої кількості нових незалежних театральних утворень, колективів і проектів, які становлять основу сучасного українського театру. Більшість з них мають форму господарювання, що не сприяє розвитку організаційної структури театральної сфери [31].

На сьогоднішній день дослідники відзначають, що театр XXI століття є театром взаємодії і активної участі в реальності життя, він осмислює факти і формує перспективи під впливом сучасного візуального мистецтва, філософських дискурсів, цифрових технологій та мас-медіа. В цих творчих процесах провідну роль відіграють незалежні театри. Незалежний театр має приватну форму власності, його діяльність наближена до західних моделей антрепренези, тобто продюсер або режисер збирає команду на окремий проект, не створюючи постійного колективу.

Такі театри класифікують як:

- театри-студії, в яких ще й навчають;
- арт-проекти, в яких відбуваються окремі вистави, перформанси, акції;
- незалежні – приватні театри, які не фінансуються державою та можуть бути проектними, тобто без постійного репертуару, або на зразок державних, тобто репертуарними.

Л. Ільницької вважає, що важливим процесом у театральному мистецтві України став саме розвиток незалежних театрів та організацій, які впроваджували нові мистецькі форми і методи, налагоджували міжнародні контакти, швидко реагували на соціально-політичну ситуацію в країні і світі серед яких Театральна лабораторія «Десант», «Мапи страху / Мапи ідентичності», Мистецька майстерня «Драбина», яка у Львові реалізовувала один з найкращих міжнародних театральних фестивалів «Драма.UA» [31].

Наприклад, тільки у місті Києві існує більше ніж 100 незалежних театрів, на відміну від 28 офіційних театрів, які мають сталий акторський колектив. У незалежних театрах, як правило, продюсери або режисери відповідають за керівництво, а актори часто змінюються з вистави на виставу, тому кожен театр має свою власну специфіку. Наприклад, "Дикий театр" або PostPlayТеатр працює за репертуарною моделлю, але проводить кастинг акторів для кожного проекту окремо, що є характерною особливістю антрепренези. З "Театром переселенця" пов'язана документальна форма театру, а PostPlay спеціалізується на перформансах, тоді як Ріс Ріс є імерсивним театром [13].

Один з найвідоміших незалежних театрів - "Дикий театр", заснований у 2016 році, здобув велику популярність. Їх вистави збирають повні зали і ставлять актуальні теми, такі як гендерна нерівність, стереотипи, байдужість, світовий тероризм. В театрі об'єдналась група вільних акторів, режисерів і художників, метою яких є показати вистави, які неможливо побачити на сценах державних театрів. "Дикий театр" відрізняється своїм кочівницьким образом, і протягом першого року вистави проводилися на 36 різних майданчиках, включаючи театри, клуби, КМДА, київський цирк. Таким чином, театр став довгостроковим проектом [12].

Я. Кравченко, одна зі засновниць "Дикого театру", вказує на те, що незважаючи на популярність театру, їм все ще важко заробляти достатньо грошей. В Україні існує система державних і незалежних театрів, і бюджетні кошти спрямовуються виключно на державні театри. Однак багато глядачів відвідують незалежні театри, що свідчить про те, що державні театри не повністю задовольняють їхні культурні потреби [13].

Також на сьогоднішній день велику увагу привертає робота PostPlay Театру, який розташований у приміщенні промислової зони міста, де складський простір був адаптований для театральної діяльності. Цей театр відомий як "перший український андеграундний театр" і працює за репертуарно-проектним принципом. Шляхом своїх проектів вони привертають

увагу громадськості до "незручних", гострих та болючих тем, намагаючись змінити світогляд людей [12].

Театр створює умови для суспільного діалогу і надає голос тим, кого часто ігнорує суспільство, а гострі питання, які порушуються виставами та обговореннями, викликають гучний резонанс в громадськості. Одна з особливостей PostPlay Театру полягає в тому, що після вистав зазвичай відбуваються обговорення, які часом перетворюються на запалені дискусії [13].

З іншого боку, "ГаРмИдЕр" є експериментальним театром, а його керівник Р. Порицько вважає його живим та відкритим для відгуку на сучасність, її проблеми, виклики та потреби. Вона також підкреслює фінансовий аспект театру, зокрема складність отримання грантів театрами. Це призводить до того, що українським театрам простіше отримати підтримку за межами України. Однак проекти, пов'язані зі Сходом України, а також територіями, які постраждали від війни, отримують значну підтримку [12].

У грудні 2009 року Центр мистецтв "Новий український театр" під керівництвом режисера В. Кіно відновив свою діяльність. Центр включає два театри: дитячий театр під назвою "Божа Корівка" та "Новий український театр". Репертуар останнього складається наполовину з сучасної драматургії та наполовину з класичних постановок [67].

У свою чергу, основною метою театру «Актор» стало створення вільного простору для реалізації ідей у різних жанрах та стилях, де на одній сцені будуть проходити канонічні вистави класичного репертуару та експериментальні постановки. Він розвивається у чотирьох напрямках:

- Актор. Класика;
- Актор. Underground;
- Актор. Kids;
- Актор. Домашній Театр.

В установі "Актор" беруть участь видатні артисти України, серед яких народні та заслужені артисти [28].

У сучасному театральному просторі виник важливий проект під назвою "Театр переселенця", який спеціалізується, насамперед, на роботі зі страхами людей, які можна подолати через діалог або просте висловлення їхніх болючих переживань. У цих постановках відображені реальні історії переселенців, які особисто беруть участь у створенні п'єс і виступають у якості акторів [67].

За словами засновника "Театру переселенця", німецького режисера та волонтера організації "Новий Донбас" Г. Женоса, сучасний театр має соціальну та терапевтичну функції. Одним із перших проектів театру була постановка під назвою "Миколаївка", де учні однієї миколаївської школи розповідали про свої досвіди втрат родичів та друзів, а також особисті проблеми. Іншою постановкою був спектакль "Де Схід?", що розповідав історію переселенців, які зараз проживають на Західній Україні. Автори цієї вистави не прагнули зобразити її у похмурому світлі, вважаючи, що переселення несуть не лише трагедію, а й можливість початку нового життя [16].

За думкою військового психолога і психотерапевта, співавтора проекту О. Карачинського, основною метою такого театру є розкриття глибинних почуттів та повернення свободи дій у безпечному середовищі. Таким чином, театр надає психологічну, моральну і навіть мистецьку підтримку будь-якій людині. Театр подорожує містами України, створюючи нові постановки щомісяця [31].

О. Орлова зауважує, що "Театр переселенця", прифронтовий театр і форум-театр - це лише деякі з нових форм театального мистецтва, які виникли внаслідок конфлікту на сході України. "Театр переселенця" був заснований німецьким режисером Г. Жено та драматургом Н. Ворожбіт з фінансовою підтримкою посольства Німеччини. Проект розпочався в Науково-мистецькому центрі Малої академії наук України, розташованому на території кіностудії Довженка [7].

Цей документальний театр не має професійних акторів, оскільки в установі беруть участь звичайні люди, багато з яких ніколи не стояли на сцені, зокрема школярі та військові. Протягом вистави деякі актори взаємодіють між собою вперше, розповідають про своє життя та висловлюють свої думки. Таким

чином, створюється простір, де можна вільно обговорювати погляди на війну без насильства.

О. Орлова вказує, що форум-театр є методом інтерактивної роботи з різними шарами суспільства, спрямований на вирішення соціальних проблем та є ефективним засобом взаємодії між людьми. Суть форум-театру полягає в пошуку шляхів вирішення проблеми або виходу зі складної життєвої ситуації в рамках теми вистави, спільно з глядачами. Завдяки неформальному спілкуванню можна подолати стереотипи щодо переселенців, виявити власний потенціал, відкритися по-новому, а також закликати інших обговорювати проблеми та спільними зусиллями їх розв'язувати. Через вистави, громадяни різних соціальних груп мають можливість спілкуватись між собою через нову мистецьку форму та піднімати важливі теми. Театр створює мистецьку платформу для взаємодії між людьми, де кожен може висловитись і бути почутим. Театр є одним з найбільш комунікативних видів мистецтва, тому те, що відбувається на сцені, можна вважати своєрідною формою терапії. Метою цього проекту є формування діалогу між Сходом та Заходом, який був відсутнім протягом багатьох років, за допомогою мистецтва, зокрема через вистави, такі як "Де схід?", "Сіра зона", "Монолог ополченця" та інші [29].

У Києві також присутній відвертий театр з нестандартною назвою "Сірий Театр Чуттєвого психоаналізу", який відрізняється своєю інтелектуальністю, гумором і еротикою, атмосферою, нагадуваною кінематографом, перенесеною на сцену. Репертуар театру включає в себе вісім незвичайних вистав, включаючи психологічні драми, трилери з елементами еротики та ретро-мелодрами [25].

Характерною рисою незалежних театрів є їхнє спрямування на експеримент та пошук нових форм самовираження. Наприклад, спільний проект театру "Мізантроп" і Port creative hub був створений у рамках нового для України жанру - site-specific. "Театр Між Трьох Колон" став першим у світі інтернет-театром, який збирає україномовних глядачів з усіх континентів, дозволяючи друзям, родичам та близьким, що знаходяться у різних країнах,

збиратися в одному залі і разом переглядати вистави. Театральним залом виступає YouTube, а місця для глядачів обмежені лише першим рядом, а квитки можна придбати в один клік для підписки на YouTube-канал "Театру Між Трьох Колон" [25].

Популярність незалежних театрів спостерігається не лише у столиці, але й у регіонах. Наприклад, у Харкові працює театр "Прекрасні Квіти", який є єдиним у місті театром, спеціалізуючись на безсловесному жанрі, пантомімі та мімодрамі. Театр влаштовує постановки, організує творчі соціальні акції, перформанси і спрямовує свою діяльність на розвиток театального мистецтва в місті та країні, поєднуючи традиційні і нові театральні форми і техніки [25]. У Львові функціонує "Перша сцена сучасної драматургії "Драма.UA"", яка є постійно діючою платформою для постановок сучасної драматургії від режисерів як з України, так і з Європи. Постановки проводяться у різних форматах, включаючи сценічні читання та ескізи вистав [26]. "Запорізька нова драма" є молодим незалежним театром, що пропагує сучасну українську драматургію. В рамках фестивалю "Дні української драми" та електронно-музичних вечорів проводяться читання нової української драматургії [1].

У Полтаві існує жвавий рух альтернативного театру. Один з прикладів цього руху - проектний документальний театр під назвою "Театр Сучасного Діалогу". Основною ідеєю цього театру є зміна суспільства на краще та піднесення актуальних соціальних тем за допомогою мистецтва, зокрема театру [1.]

У постановках цього театру відтворюються реальні історії, зібрані з інтерв'ю реальних людей, статей, статистики, наукових фактів. Постановки складаються з двох частин: показу вистави та обговорення з глядачами порушених у ній тем. Цікаво, що у театрі відсутній постійний акторський склад, тому перед кожною новою роботою оголошується набір, і будь-хто, хто бажає, може стати актором або прийняти участь у роботі над темою вистави. Більшість вистав відбувається в різних містах, містечках і селах України. Крім того,

колектив також бере участь у міжнародних та всеукраїнських мистецьких фестивалях, громадських форумах та семінарах [13].

Інший незалежний театр у Полтаві, під назвою "І по всьому", пройшов шлях від театральної студії до молодіжного театру. Його формат відрізняється від звичайного, оскільки театр займається осучасненням та переосмисленням класичних або старих творів за допомогою зміни художнього рішення, адаптації до сучасності за допомогою музики, костюмів та декорацій. Вибір вистав здійснюється колективно, і часто вони звертають увагу на контроверсійні аспекти людського життя, підсвідоме або теми, які зазвичай обговорюються рідко [14].

Однак, незалежні театри зазнають складнощів на сучасному етапі, зокрема у сфері фінансування. Художній керівник столичного незалежного театру "Мізантроп" І. Мощицько зазначає, що такі театри працюють на самофінансуванні, тобто отримують прибуток від продажу квитків, і їх прибуток залежить від кількості проданих квитків [6]. Іншою проблемою є відсутність власних приміщень, оскільки 95% незалежних театрів не мають власних споруд. У вересні 2017 року було зроблено певні кроки у вирішенні цієї проблеми у Києві, де з'явився новий театральний майданчик під назвою "Сцена 6". Ця платформа надає можливість виступати як українським, так і зарубіжним незалежним театрам. "Сцена 6" має велику трансформуючу сцену, аудиторію на 300 місць, камерну сцену, репетиційні приміщення і простір для наукових досліджень [66].

Вирішенню певних проблем незалежних театрів сприятиме робота Гільдії незалежних театрів України, що є майданчиком для співробітництва, моніторингу та комунікації недержавних театрів. Серед основних напрямів діяльності Гільдії є:

- створення комунікаційної платформи;
- аудит недержавних театрів;
- створення дискусійного клубу;
- покращення законодавчої бази тощо.

Дослідники зауважують, що завдяки "новій драмі" та документальним текстам репертуари незалежних та державних театрів зазнають змін і поступово розвиваються. Це призводить до дослідження методу колективного творіння тексту (*devised theatre*), експериментів з використанням вербатіму та інших театральних форм на сценах по всій країні [2].

Дослідники також відзначили суттєві зміни у ієрархії режисерських поколінь, особливо в період з 2014 по 2018 рік. Покоління "мільеніалів", яке вже виявило свої таланти на початку 2010-х років, починає активно займати своє місце у театральному процесі. Водночас, творчий потенціал покоління "сорокарічних" і "двадцятилітніх" продовжує рости і проявлятися [4].

Ці три режисерські покоління знаходять спільну мову зі своїми попередниками, з якими співпраця стала важливим фактором для їхнього професійного зростання. Для поколінь "тридцятилітніх" та "двадцятилітніх" особливо важливою стала можливість стажування в європейських театрах, участь у стипендіальних та освітніх програмах, а також у конкурсах, лабораторіях та фестивалях, організованих як українськими, так і європейськими інституціями. Ці покоління стали "кризовими менеджерами" для різних державних театрів як у столиці, так і в регіонах. І завдяки оновленню української театральної режисури на сценах з'явилися п'єси від таких авторів, як Н. Ворожбит, П. Ар'є, В. Маковій, К. Малініна, Т. Киценко, Д. та Я. Гуменні, Н. Блок та інші [4].

До покоління «сорокарічних» належать наступні особи:

- А. Білоус, який у 2012 році став керівником Київського академічного Молодого театру. Раніше він працював у Київському академічному театрі драми і комедії і заснував театральну майстерню "АБетка" та "Майстерню Молодого. Драматург". Ці проекти стали освітньо-практичними ініціативами для драматургів та молодих режисерів [21].

- Р. Держипільський, який став одним з найтворчіших керівників регіонального театру. Він активно використовував методи такі як *site-specific* (пов'язані з конкретним місцем дії), сучасну і новаторську музику та

мультимедійні засоби виразності. Він реалізував соціально-мистецький проект "Оскар і Рожева Пані", який був визнаний театральними преміями "Дзеркало сцени" і "Київська пектораль" у 2016 році. Також він є одним із співзасновників мультидисциплінарного фестивалю "PORTOFRANKO" [1, с. 23].

- О. Дмитрієва, головна режисерка Харківського академічного театру ляльок ім. Віктора Афанасьєва, яка експериментувала з так званим "третім жанром", що поєднує прийоми різних видів театру, включаючи драматичний. Благодаря О. Дмитрієвій Харківський академічний театр ляльок зберіг і розвиває традицію створення повноцінного репертуару для дорослих глядачів [54].

З 2016 року М. Голенко обіймав посаду художнього керівника приватного "Дикого театру", який став одним з провідних у своєму поколінні. Він успішно ставив як класичну, так і сучасну драматургію та співпрацював з державними та приватними театрами [65].

- А. Май виконував роль посередника між поколіннями та ініціатора важливих проектів та фестивалів, які сприяли формуванню нового покоління режисерів, драматургів та акторів. Режисер активно співпрацював з різними українськими та європейськими інституціями, що підтримували незалежний проектний театр і надавали гранти на міжнародні співпродукції [39].

- Є. Худзик, режисер Львівського академічного театру ім. Леся Курбаса. Завдяки перемозі у конкурсі "Taking the Stage" у 2016 році, режисер провів першопрочитання п'єси В. Шекспіра "Зимова казка" на українській сцені.

До покоління «тридцятилітніх» відносились:

- С. Жирков, директор-художній керівник камерного київського театру "Золоті ворота". Він був одним з перших у своєму поколінні, хто прокладав шлях на міжнародні сцени.

- Т. Трунова, керівниця театральної студії креативної академії для підлітків IWonder в Києво-Могилянській бізнес-школі (KMBS). Вона стала режисеркою читань п'єс Д. Левицького на драматургічних фестивалях,

розширила коло театрів та жанрів своїх вистав і успішно поставила три музичні спектаклі [4].

- О. Турутя-Прасолова, головна режисерка Харківського академічного театру російської драми ім. Олександра Пушкіна, яка перемогла в конкурсі "Taking the Stage" Британської Ради в Україні [4].

- М. Богомаз (Назаренко), яка працювала в Київському академічному Театрі ляльок. У своїх виставах вона поєднує сучасні методи світового театру ляльок з трендовими напрямками, наприклад, використання екологічних матеріалів для створення сценічних об'єктів. Вона однією з перших в Україні почала працювати над театром для дітей до трьох років, а у 2018 році заснувала приватний "Бейбі театр" [28].

- Р. Саркісян очолювала приватний харківський театр «De Facto», один з потужних проєктів якого «Так, мій фюрер!» Б. Швайгер, який став маніфестом режисерки, орієнтованої на формальні пошуки сучасного європейського театру. З 2017 року обіймала посаду головної режисерки Першого академічного українського театру для дітей та юнацтва, а поява Р. Саркісян в у львівському театральному просторі позначила новий щабель культурного розвитку та світогляду керівників місцевих державних установ [1, с. 28];

- О. Апчел головна режисерка Львівського академічного драматичного театру ім. Лесі Українки, У практику репертуарного драматичного театру впровадила сучасні перформативні технології, концептуальні підходи до створення театральних проєктів. Проходила стажування у польських театрах, зокрема у Teatr Powszechny (м. Варшава), Teatr im. Ludwika Solskiego (м. Тарнув), Teatr Wybrzeże (м. Гданськ) [28];

- В. Белозоренко директорка центру художньої та технічної творчості «Печерськ». Також працювала режисеркою у Херсонському обласному академічному музично-драматичному театрі ім. Миколи Куліша та співпрацювала із Миколаївським академічним українським театром драми та музичної комедії, Дніпродзержинським академічним музично- драматичним театром ім. Лесі Українки [1, с. 30];

- А. Аніщенко, головний режисер Сумського обласного академічного театру ім. Михайла Щепкіна. Він організував фестиваль "Мрій-Дім" (м. Прилуки) з 2011 по 2017 роки, який поєднував лабораторну роботу для режисерів, акторів та критиків з показом вистав та кінофільмів.

- Д. Гусако, головний режисер Хмельницького обласного музично-драматичного театру ім. Михайла Старицького. Він став переможцем міжнародної театральної лабораторії-конкурсу "Open Doors" [28].

- Д. Захоженко, один з організаторів театральної студії "Театр у кімнаті" А. Черкова, освітнього театального проекту "Європейські студії", який ознайомлює аудиторію з останніми тенденціями в європейському театрі. В рамках цього проекту відбулися покази вистав видатних західних режисерів, лекції, зустрічі та сценічні читання сучасної драматургії.

- А. Романов, один з організаторів арт-центру "Карман" у м. Сімферополь, співзасновник "PostPlayТеатру" у м. Києві, який працює у моножанровому стилі, поєднуючи перформанс, акціонізм та site-specific театр у своїй майстерні "НЕТЕ-АТР". Він успішно гастролює по Україні та Європі (Німеччина, Велика Британія) [1, с. 32].

- А. Литвинов, режисер-постановник Одеського національного академічного театру опери та балету, співзасновник та режисер проектів ГО "Hronotop.UA". У 2018 році він спільно з ГО "Hronotop.UA" працював над VR-оперою "Ноктюрн" М. Лисенка (Київ). Опера відбувалася в "інтер'єрах" міста, а за допомогою VR-технологій глядачі мали змогу зануритися у минуле та побачити, як виглядали будинки та мешканці сто років тому [28, с. 32].

До покоління «двадцятилітніх» відносились:

- Д. Весельський, який в 2017 році став керівником Малого українського театру в Києві. Він співпрацював з Київським академічним театром драми та комедії, а також з Київським академічним Молодим театром.

- Ю. Мороз, яка зробила свій дебют на професійній сцені у рамках проекту "Open Mind Студент" в Київському академічному театрі "Золоті

ворота". У своїх перших виставах вона чітко висловила феміністичний театральний дискурс, який є домінантним у її режисерському підході.

- Д. Петросян, який у 2017 році заснував театр "Practicum" [28, с. 33].

- К. Тушдер, одна з засновниць незалежного театру анімаційного мистецтва "ТАМ". Вона потрапила до шорт-листа театральної програми-конкурсу "Taking the Stage-2017".

- О. Середін, який розпочинав кар'єру як драматург, а потім на запрошення директора Харківського академічного російського театру ім. Олександра Пушкіна поставив три вистави на камерній сцені, які викликали резонанс.

- П. Гатілов, який виставив п'єсу «Крихітка» Ж. Лєтраза у Миколаївському академічному російському драматичному театрі, а також "Гравців" М. Гоголя у Дніпропетровському академічному обласному молодіжному театрі.

- І. Федірко, який зробив свій дебют на професійній сцені у рамках проекту «Open Mind Студент"ї» від Київського академічного театру "Золоті ворота". Він працює режисером-постановником в Одеському академічному українському театрі ім. Василя Василька. За свою режисуру вистави «Перехресні стежки» за І. Франком у Львівському академічному театрі ім. Леся Курбаса він отримав Національну премію ім. Леся Курбаса.

- А. Вусик, який є одним з авторів проектів «ДПЮ» та «Антон і Наташа у пошуках сенсу життя».

- С. Брама, який створив незалежні театральні проекти, включаючи документальний спектакль «Диплом» (2014), який поєднує соціологічне дослідження та вербатім-техніку, а також масштабний проект «Orpheus UA (Enter UA)». У 2017 році він спільно з словацьким театром Divadlo Pôtoň поставив виставу «Позивний 'Рама'» [28, с. 36].

Однак, сучасні дослідники відзначають, що думка про незначну роль антрепренера в сучасному театрі вже не є актуальною. Навпаки, будь-якому театру потрібен талановитий менеджер-антрепренер, який відповідатиме за

господарські питання, та художній керівник, що створюватиме високоякісний театральний продукт - виставу або проект, який можна продати та який приносить дохід.

Проте, саме продаж театрального продукту є необхідною умовою, щоб він дістався до глядача. Антрепренерні театри, наприклад, відрізняються тим, що вони відповідають за створення якісного театрального продукту від самого задуму до презентації перед глядачем. Якість таких вистав залежить від внутрішньої культури самого антрепринера, оскільки він обирає команду для створення театрального продукту.

Значна увага також повинна бути приділена приверненню глядачів до театру, особливо з огляду на спад відвідуваності театрів в останні роки. За результатами моніторингу, кількість респондентів, які відвідували театри, зменшилась із 7,9% у 1994 році до 3,7% у 2012 році. Також відбулося зменшення кількості респондентів, які відвідували концерти, музеї та художні виставки, з 3,4% у 1994 році до 2,6% у 2012 році.

Отже, для повернення глядачів до театру необхідно створювати якісний театральний продукт, який задовольнятиме їх естетичні потреби. Українські театри мають достатній рівень розвиненості сценічного мистецтва та активно співпрацюють на міжнародному рівні, зокрема з підтримкою організації "British Council". Завдяки цій співпраці в кінотеатрах показуються всесвітньо відомі вистави з акторами з найпопулярніших фільмів, виконаних англійською мовою.

Висновки до першого розділу

Аналіз теоретичних аспектів управління театральним менеджментом показав нам, що основні принципи та концепції, що лягли в основу цього процесу є складною та багатогранною сферою, яка вимагає комплексного підходу та використання сучасних управлінських інструментів. Театральний менеджмент в незалежній Україні зазнав як певних викликів, так і позитивних змін. З'явилися нові театри, режисери та актори, які допомогли розвивати та збагачувати театральну сцену. Однак, існували проблеми недостатньої професійної підготовки кадрів та обмеженого репертуару в багатьох театрах. Отже, театральний менеджмент відіграє важливу роль у забезпеченні життєздатності театрів і сприяє розвитку театральної сфери в цілому, сприяючи створенню інноваційних та високоякісних театральних продукцій.

Становлення театального менеджменту в незалежній Україні супроводжувалося змінами у театральному ландшафті, з'явленням нових театрів та режисерських підходів, що вимагало необхідності ефективного управління, професійного підходу до організації, фінансування та маркетингу театральних проєктів. З'ясували та описали, що у сучасній Україні діють 140 театрів різних форм власності, зокрема 46 драматичних театрів, 7 оперних театрів та театрів балету, 12 дитячих та юнацьких театрів, 29 лялькових театрів, 37 музично-драматичних театрів і 9 театрів музичної комедії та мініатюр. Зокрема, столичні комунальні театри відзначилися успішним роком 2017, під час якого було представлено понад 80 прем'єр, відбулося понад п'ять тисяч вистав, а загальна кількість глядачів досягла 700 тисяч. За останні роки український театр став самодостатнім, зберігся та покращився творчий ресурс і потенціал, набув розвитку фестивальний рух, втім слід реформувати театральну освіту, створити відповідну інфраструктуру, зокрема впровадити в діяльність театральні центри, що покращить стан та розвиток театального мистецтва.

Функціонування незалежних театрів в соціокультурному просторі України дозволило нам з'ясувати, що існує різноманітність театрів за формою власності та специфікою діяльності. Визначено, що незалежні театри зазнають

фінансових труднощів та потребують пошуку нових шляхів фінансування та розширення аудиторії. Незалежні театри в Україні мають різні форми власності та специфіку діяльності. Також було відзначено, що ці театри стикаються з фінансовими труднощами та потребують пошуку нових джерел фінансування та розширення аудиторії. Ця частина дослідження розкриває виклики, які стоять перед незалежними театрами в сучасному соціокультурному контексті. Також, для повернення глядачів до театру необхідно створювати якісний театральний продукт, який задовольнятиме їх естетичні потреби. Українські театри мають достатній рівень розвиненості сценічного мистецтва та активно співпрацюють на міжнародному рівні, зокрема з підтримкою організації "British Council". Завдяки цій співпраці в кінотеатрах показуються всесвітньо відомі вистави з акторами з найпопулярніших фільмів, виконаних англійською мовою.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНИХ ТЕАТРІВ УКРАЇНИ

2.1. Структура театральних організацій

Історія державного управління завжди викликала значний інтерес серед дослідників, оскільки якість життя людей у будь-якому суспільстві визначається перш за все ефективністю роботи державних органів влади. Державне управління включає в себе організаційну, виконавчу та розпорядчу діяльність цих органів. Складність державного управління визначається різними компонентами, серед яких важливе місце займає управління в сфері культури. У радянському суспільстві культура мала особливе значення у формуванні марксистського світогляду та ідейно-політичного виховання громадян. Театри виконували важливу роль у ідеологічній пропаганді та агітації і завжди перебували під тісним контролем державних інстанцій.

В останні роки тема взаємовідносин між владними структурами та культурними організаціями, зокрема театрами, залишається актуальною, і вивчення цього питання отримало нові підходи. Вчених цікавлять питання про роль та місце театру в історії країни, основні тенденції розвитку духовної сфери, методи впливу органів влади на підпорядковані установи, іншими словами, питання, які в радянський період піддавалися ідеологічному контролю або були небажаними для дослідження. На жаль, подібні дослідження досі надто обмежені. В дисертаційному дослідженні Олександра Безгіна проаналізовано основні етапи розвитку театральної справи в 20-х – середині 30-х років. Проте, питання про організацію державного управління діяльністю театрів в Україні в подальший період досі не отримали належного і комплексного освітлення. Проте саме ефективність роботи органів державної влади в сфері культури суттєво впливає на пріоритети культурної політики країни. Тому вивчення цього досвіду залишається надзвичайно актуальним.

Соціокультурна трансформація, що відбувається в Україні та в світі, вимагає критичного перегляду історії українського театру як важливої складової національної культури. Серед численних завдань цього нового осмислення, вирішальним є позбавлення дискретності в дослідженні історії театрального руху та отримання інформації про невідомі етапи його історії.

Після отримання незалежності України, для ефективного просування театрального мистецтва почали виникати різноманітні театральні організації. Серед них можна виділити Центр сучасного мистецтва «Дах», Гільдію незалежних театрів, Національну спілку театральних діячів України, Асоціацію «Український незалежний театр», Громадську організацію «Театр змін», Театральну Лабораторію Мистецького арсеналу «Другий поверх», Благодійний мистецький фонд «Золотий лев» та інші.

"Національна спілка театральних діячів України" була створена у 1944 році в Києві як «Українське театральне товариство» з філіями в інших містах, таких як Харків, Одеса, Львів, Дніпро, Донецьк та Сімферополь. У 1987 році товариство було перетворено на «Спілку театральних діячів України», а в 1998 році вона отримала статус Національної спілки. В складі спілки існують Київське місцеве творче відділення, міжобласні відділення (Київське, Дніпропетровське, Львівське, Харківське, Одеське, Донецьке на тимчасово окупованій території, Кримське республіканське на анексованій території), що в свою чергу складаються з первинних осередків. Також важливою частиною структури є Будинок ветеранів сцени імені Н.М. Ужвій та Одеський оздоровчий комплекс «Люстдорф» [56].

Структура театральних організацій включає різноманітні підрозділи та позиції, які спрямовані на забезпечення ефективного функціонування театрів і досягнення їхніх мет. Структура може варіюватися залежно від розміру театру, його специфіки, виду діяльності, організаційно-правової форми та інших факторів. Однак, в загальних рисах, структура театральних організацій містить такі елементи:

1. *Адміністрація та керівництво* - включає в себе вищого директора та інших керівників, таких як художній директор, директор з маркетингу, директор з фінансів, директор зі зв'язків із громадськістю тощо. Вони приймають ключові рішення щодо стратегії театру, розробки репертуару, фінансового планування, маркетингових кампаній та зв'язків з громадськістю.

2. *Творча група* - це актори, режисери, художники, композитори, драматурги та інші творчі спеціалісти, які відповідають за створення та реалізацію театральних вистав. Вони спільно працюють над репертуаром, концепцією постановки, акторською грою, декораціями, музикою та іншими творчими аспектами.

3. *Адміністративний відділ*, займається організаційними питаннями, адміністрацією, управлінням персоналом, кадровими питаннями, обліком та іншими адміністративними функціями.

4. *Фінансовий відділ* – це фінансове планування, бухгалтерський облік, забезпечення фінансової стійкості театру, здійснення фінансових операцій та управління бюджетом.

5. *Маркетинговий відділ* – популяризація театральних вистав, розробкою рекламних кампаній, просуванням театального продукту, роботою з глядачами та спонсорами.

6. *Технічний відділ* – сюди входять технічні спеціалісти, які забезпечують технічний аспект постановок, виготовлення декорацій, освітлення, звукове обладнання, костюми та інші технічні деталі.

7. *Відділ зі зв'язків із громадськістю* – це взаємодія театру з громадськістю, засобами масової інформації, організацію прес-конференцій, відносини з журналістами та публічність [66].

8. *Організація вистав та подій*, забезпечує планування та координацію процесу підготовки та проведення театральних вистав, концертів, фестивалів, майстер-класів та інших подій. Від вибору репертуару до реалізації технічних деталей, цей відділ забезпечує безперервність та якість театральних

вистав, а також взаємодію зі зірками, режисерами та іншими учасниками творчого процесу.

9. *Освітні та культурно-просвітницькі проекти:* займається розвитком та популяризацією театральної культури серед молоді та громадськості через проведення освітніх програм, майстер-класів, лекцій, дискусій, а також організацію культурних подій для широкого загалу.

10. *Мистецькі та творчі робочі групи* – це окремі творчі групи або лабораторії, які займаються дослідженням і впровадженням новаторських ідей у театральну сферу, експериментують з різними формами постановок та сприяють розвитку театрального мистецтва [12].

11. *Спонсорська та благодійна діяльність* – це відділ спонсорства та благодійності може займатися залученням фінансової підтримки від партнерів, спонсорів, донорів та благодійників для реалізації проектів, розвитку ініціатив та забезпечення стабільності фінансування.

12. *Взаємодія з глядачами* включає в себе роботу з аудиторією, створення програм для глядачів, здійснення опитувань, збір та аналіз відгуків, побажань та скарг глядачів з метою покращення якості театрального досвіду.

Враховуючи розмаїття театральних організацій та їхніх завдань, структура в кожному конкретному випадку може виглядати по-різному, але всі ці елементи спільно працюють для досягнення основної мети театрів – створення та представлення вишуканих та вражаючих творів мистецтва для глядачів.

2.2. Правові аспекти театрального менеджменту

Маркетингова концепція, що застосовується в театрі, включає в себе рекламну діяльність. Сьогодні потреба в рекламі з метою стимулювання глядацького попиту досить актуальна і є основною складовою маркетингової політики у сфері театрального мистецтва.

Поняття маркетингу в сфері театрального мистецтва має свої особливості, оскільки в ній продається результат колективної творчості професіоналів, який одночасно сприяє естетичному та духовному розвитку особистості. Застосування маркетингу в театрі передбачає розгляд деяких особливостей:

- Театральні вистави представляють собою послуги, а глядачі отримують не матеріальні блага за свої кошти, але емоційне та естетичне задоволення, а також задоволення потреб у культурному дозвіллі.

- Ціни на театральні послуги, завдяки державній підтримці культурних закладів, зазвичай залишаються стабільними і не піддаються значним коливанням залежно від попиту.

- Театральна послуга пов'язана з конкретним місцем, оскільки глядачі повинні фізично прийти до театру. Таким чином, продвиження стає важливим інструментом маркетингу для театральних установ [20].

Загалом, маркетинговий підхід дозволяє:

- Представляти виставу як продукт, створення і реалізація якого визначаються потребами глядачів та учасників творчого процесу в театрі.

- Досліджувати виставу не лише як продукт, але також як проектну діяльність, що передбачає вивчення всіх аспектів її створення та реалізації.

Театральний менеджмент передбачає такі сфери діяльності як створення, виготовлення і розповсюдження реклами [13].

Необхідно зазначити, що особливих розбіжностей в принциповому підході до маркетингу в театральній сфері та в інших галузях не існує, проте

враховуючи специфічність театральної послуги, просування цього продукту зіштовхується з низкою значних особливостей, серед яких:

- Висока регіональна диференціація інтелектуального продукту;
- Висока ступінь впливу особистих уподобань та пристрастей споживача;
- існування визначної ролі іміджу в просуванні інтелектуального та творчого продукту[4].

Рекламу спектаклів слід розглядати як форму масової комунікації, яка намагається перевести якість постановок на мову потреб і запитів споживачів, тому щобільшість потенційних глядачів не знають, що вони хочуть побачити на сцені, до тих пір, поки їм хтось не підкаже.

Жоден глядач не повинен залишати театр без його рекламних матеріалів (програма, буклет, календар подій, проспект, сувенір) [13].

Таким чином, театральна реклама дійсно необхідна для підвищення глядацького попиту і зменшення міри невизначеності споживацької поведінки. Тому в об'єктивно існуючих умовах конкуренції з іншими театрами, мистецтвами і видовищами кожному театру необхідно сформулювати свій індивідуальний «образ» у свідомості масового глядача, розробити свій імідж.

Правові аспекти театального менеджменту відіграють важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування театральних організацій та захисті їхніх прав та інтересів. Оскільки театри мають соціокультурне значення та впливають на суспільне середовище, регулюються різноманітними нормами та правилами.

Основні аспекти правового регулювання театального менеджменту включають:

1. *Законодавство про культуру*: існують закони, які регулюють сферу культури, включаючи театри. Ці закони визначають правові норми щодо організації та діяльності театрів, їхніх прав та обов'язків, взаємодії з державою та іншими суб'єктами.

2. *Авторське право* – це закони, що право регулюють відносини, пов'язані з правами творців театральних п'єс, режисерів, акторів та інших учасників творчого процесу. Це включає в себе визначення прав на виконання, поширення та використання творчих робіт [13].

3. *Трудове законодавство* включає правові аспекти зайнятості та праці в театральних організаціях: умови праці, оплату праці, соціальні гарантії та інші аспекти трудових відносин, також мають важливе значення.

4. *Контрактна діяльність* – це правові угоди між театральними організаціями та іншими сторонами, такими як режисери, актори, технічний персонал, спонсори тощо, регулюють умови співпраці, відповідальність, фінансові зобов'язання та інші аспекти.

5. *Законодавство про оренду та використання приміщень*: театри потребують власних або орендованих приміщень для проведення вистав та подій. Таке законодавство регулює умови використання приміщень, права орендарів та власників.

6. *Податкове законодавство* включає те, що театральні організації підлягають оподаткуванню, тому податкові аспекти, такі як оподаткування доходів, ПДВ та інші податки, також мають велике значення.

7. *Ліцензування та сертифікація*, включає те, що театральні організації можуть підлягати ліцензуванню чи сертифікації, особливо якщо вони займаються специфічною діяльністю, такою як організація гастролей або реалізація культурних проектів [22].

Загальний обсяг правового регулювання театального менеджменту включає багато аспектів, які сприяють створенню стійкого та ефективного середовища для функціонування театрів та забезпечення їхнього розвитку.

Тому, успішний менеджмент театру різних організаційних форм, незалежних театральних проектів можливий, однак, при наявності і підтримці з двох боків: державними організаціями і фондами, приватними спонсорами і меценатами, та їхній органічній взаємодії. Тому важливе завдання сучасної

театральної практики полягає в оволодінні кращими зразками театрального менеджменту з врахуванням українських трансформаційних реалій.

2.3. Управління театральними ресурсами

Управління театральними ресурсами є ключовим аспектом театрального менеджменту, який спрямований на оптимальне використання різних видів ресурсів для досягнення поставлених цілей та забезпечення ефективного функціонування театральної організації. Цей процес включає в себе планування, організацію, координацію та контроль за використанням таких ресурсів, як людські, фінансові, матеріальні, інформаційні та інші.

1. *Людські ресурси:* Управління театральними ресурсами розпочинається з правильного підбору та найму талановитих та кваліфікованих співробітників, таких як актори, режисери, сценаристи, художники, технічний персонал та інші. Також важливим є розвиток та навчання персоналу, створення мотиваційних програм, забезпечення безпеки та здоров'я на робочому місці [23].

2. *Фінансові ресурси:* Ефективне управління фінансовими ресурсами театральної організації включає бюджетування, планування витрат, контроль за фінансовою діяльністю, залучення інвестицій, пошук джерел фінансування та вирішення фінансових проблем.

3. *Матеріальні ресурси:* Це включає управління театральними приміщеннями, декораціями, костюмами, реквізитом та технічним обладнанням. Ефективне використання цих ресурсів допомагає створити високоякісні вистави та забезпечити комфортне середовище для глядачів та співробітників.

4. *Інформаційні ресурси:* До інформаційних ресурсів входить обробка та аналіз даних про аудиторію, ринок, конкурентів, тренди та інші фактори, які впливають на діяльність театральної організації. Використання інформаційних

технологій та аналітичних інструментів допомагає приймати обґрунтовані рішення.

5. *Маркетинг та реклама:* Ефективне управління театральними ресурсами включає також розвиток стратегій маркетингу та реклами, щоб привернути увагу глядачів, залучити нову аудиторію та підвищити відвідуваність вистав.

6. *Співпраця та партнерства:* Управління театральними ресурсами також включає розвиток співпраці з іншими культурними організаціями, державними органами, спонсорами, благодійниками та іншими сторонами, що можуть підтримати та сприяти розвитку театру [23].

Усі ці аспекти управління театральними ресурсами взаємопов'язані та спрямовані на досягнення стратегічних та оперативних цілей театральної організації, створення якісних та захоплюючих вистав, задоволення потреб аудиторії та забезпечення сталого розвитку.

2.4. Менеджмент театральних проектів

Менеджмент театральних проектів має вирішальне значення в сфері театрального мистецтва, оскільки він сприяє популяризації сучасного театру, підвищує його авторитет у суспільстві та створює можливості для обміну цінним досвідом між творчими колективами. Дає можливість глядачам ознайомитися з найновішими театральними прем'єрами та захопливими творчими концепціями, як з України, так і з-за кордону.

Міжнародна театрально-фестивальна діяльність визначається як платформа для обміну ідеями та досвідом між художниками, допомагаючи представити національну культуру на світовому рівні. Кожен з театральних фестивалів України, які збереглися з початку 90-х років ХХ століття й до нашого часу, становить лише один елемент у глобальному фестивальному руху. Менеджмент театрів постійно перебуває у стані модернізації та реформування,

підтверджуючи свою актуальність та важливість для театрального співтовариства [28].

О. Шлемко здійснила розподіл театрального мистецтва за наступними характеристиками:

- Організаційно-територіальний статус: можлива класифікація на міжнародні, всеукраїнські та регіональні;
- Фаховий статус: можливий розділ на професійні та аматорські;
- Форма проведення: поділ на стаціонарні та мобільні;
- Місце проведення: може бути місто або інший населений пункт;
- Локація: визначення проведення в приміщенні театру, іншої установи або під відкритим небом;
- Періодичність: можливий розподіл на одноразові, щорічні, один раз на два роки;
- Тривалість проведення: поділ на довгострокові, середньострокові та короткострокові (з можливістю додатково врахувати перманентні фестивалі, пов'язані з карантинними обмеженнями через пандемію коронавірусу та війну);
- Формат проведення: можливий виділ камерних, моновистав, фестивалів-лабораторій, різноформатних;
- Форма змагальності: може включати фестивалі-конкурси, фестивалі-огляди та фестивалі репрезентацій;
- Жанрово-репертуарна палітра: можливі категорії комедійних, музичних та різножанрових фестивалів;
- Спосіб залучення глядачів: можливі види благодійних та платних;
- Джерела фінансування: поділ на державні (бюджетні), приватні (меценатство, спонсорство) та державно-приватні;
- Статеві-вікова ознака: можливі категорії жіночих, дитячих, молодіжних, студентських та дорослих фестивалів;
- Іменний статус: можливі присвячені видатним особам, знаменним подіям, акторській грі та режисурі, національним меншинам та інші [27].

Останнім часом спостерігається зростання популярності фестивального театрального руху, який охопив більшість великих обласних центрів України. Наприклад, даними Національної спілки театральних діячів України нараховується 36 постійно діючих міжнародних театрів у 18 містах України [32].

Відзначається, що менеджмент театральних проєктів повинний віддзеркалювати справжні цінності, спрямовані на втілення державної культурної політики та сприяти розвитку патріотичних почуттів, національної гідності й гордості. Серед таких в Україні виділяються такі як "Різдвяна містерія", "Тернопільські театральні вечори", "Золотий Лев", DRAMA.UA, "Мельпомена Таврії", "ГогольФЕСТ" [7, с. 99].

Менеджмент театральних проєктів є важливою складовою сучасного театрального менеджменту, спрямованою на планування, організацію та керування різноманітними видами творчих і продукційних ініціатив у театральній сфері. Це процес, що вимагає від менеджерів театру ефективного використання ресурсів, управління ризиками, співпраці з творчими професіоналами та досягнення поставлених цілей [16].

Ключові аспекти менеджменту театральних проєктів:

1. *Планування проєкту:* Цей етап включає визначення мети та обсягу проєкту, формування команди, встановлення термінів та ресурсів. Планування також передбачає розробку стратегій для досягнення цілей проєкту та визначення критеріїв успіху.

2. *Організація:* На цьому етапі менеджери забезпечують розподіл завдань та відповідальності серед учасників проєкту, створюють робочі групи, встановлюють комунікаційні канали та процедури звітності.

3. *Виконання та контроль:* Менеджери ведуть нагляд за виконанням завдань, контролюють ресурси, слідкують за звітністю та вчасно вносять корективи в план проєкту при необхідності [37].

4. *Управління ризиками:* Ідентифікація та управління ризиками є важливою складовою менеджменту театральних проєктів. Це передбачає виявлення можливих проблем, розробку планів їх уникнення та вирішення.

5. *Співпраця з творчими професіоналами:* Менеджери театру повинні ефективно співпрацювати з режисерами, акторами, художниками та іншими творчими фахівцями для забезпечення високої якості вистав та творчих проєктів [40].

6. *Звітність та оцінка:* Після завершення проєкту проводиться аналіз результатів, оцінка досягнутих цілей, а також вивчаються набуті досвід та навички для подальшого вдосконалення процесів.

Приклади планування театрального проєкту:

Припустимо, що театр планує виставу на основі класичної драми. Розглянемо наступні етапи планування цього проєкту [8]:

- Визначення цілей та завдань – це необхідність створення вражаючої вистави, яка приверне нову аудиторію та піднесе репутацію театру.
- Обґрунтування проєкту включає проведення та аналіз конкурентного середовища, попиту аудиторії на класичну драму та вивчення схожих проєктів.
- Визначення ресурсів включає розрахунок бюджету на оплату акторів, режисера, художників, костюмів, декорацій, рекламних кампаній та пропаганди.
- Розробка графіка робіт дозволяє визначити часовий план, який включає репетиції, створення декорацій та костюмів, маркетингові заходи та пропаганду.
- Фінансове планування – це встановлення бюджету, розподіл коштів на заробітну плату, виробництво та маркетинг. Оцінка необхідних витрат та пошук можливих джерел фінансування.
- Оцінка ризиків, включає проведення аналізу потенційних ризиків, таких як зміни в акторському складі, непередбачені технічні проблеми

або низька аудиторія. Розробка планів дій для запобігання та управління ризиками.

- Створення команди – це проведення відборів акторів, режисера, декораторів, костюмерів, освітлювачів та інших спеціалістів, які беруть участь у створенні вистави.
- Маркетинг та пропаганда, проведення розробки рекламних матеріалів, планування рекламних кампаній, використання соціальних медіа для залучення аудиторії. Організація прес-конференцій та публікація статей в медіа.
- Оцінка та звітність, відбувається встановлення ключових показників продажів квитків, реакції глядачів, відгуків критиків тощо. Регулярне відстеження прогресу та підготовка звітів для дирекції театру та спонсорів.

Цей план покриває різні аспекти планування театрального проекту, включаючи фінансовий, ресурсний та маркетинговий аспекти. Успішне планування допомагає забезпечити ефективну організацію та виконання проекту з мінімізацією ризиків та досягненням запланованих цілей.

Менеджмент театральних проектів допомагає забезпечити ефективне планування, координацію та реалізацію творчих ініціатив у театральній галузі. Він сприяє досягненню високих стандартів продукції, впровадженню нововведень та залученню аудиторії, сприяючи сталому розвитку театральних організацій.

2.5. Зв'язки з громадськістю та спонсорами

Зв'язки з громадськістю та спонсорами є важливою складовою успішного театрального менеджменту. Вони допомагають підтримати і популяризувати театр, залучити увагу аудиторії та забезпечити необхідне фінансування для реалізації проектів.

Зв'язки з громадськістю (PR) [48]:

1. Медіа-взаємодія: Співпраця з журналістами, розміщення матеріалів в ЗМІ, організація прес-конференцій та інтерв'ю можуть допомогти залучити увагу до нових вистав, акцій та заходів театру.

2. Соціальні мережі: Активна присутність у соціальних мережах дозволяє спілкуватися з аудиторією, розміщувати анонси та новини, проводити конкурси та опитування, залучати увагу до театральних подій.

Організація подій: Спеціальні заходи для журналістів, блогерів, впливових осіб можуть допомогти привернути увагу до театральних проектів та створити позитивний імідж [54].

Спонсорська підтримка:

1. Пошук спонсорів проводить та встановлює контакти з компаніями, які можуть фінансово підтримати театральний проект або стати його спонсорами.

2. Пропозиції спонсорам включає розробку привабливих пропозицій для спонсорів, включаючи рекламні можливості, логотип на рекламних матеріалах, запрошення на прем'єри тощо.

3. Партнерства включають співпрацю з компаніями, та може включати не лише фінансову, а й матеріальну або іншу підтримку. Наприклад, спонсор може надати декорації, костюми, технічне обладнання.

4. Зв'язки з громадськістю та спонсорами допомагають підтримувати і розвивати театр, залучаючи нову аудиторію, створюючи позитивний імідж та забезпечуючи необхідне фінансування для реалізації творчих ідей та проектів [52].

Зв'язки з громадськістю та спонсорами в театральному менеджменті є ключовими елементами для успішної реалізації театральних проектів та забезпечення стійкого функціонування театральних організацій. Ці аспекти взаємодії відіграють важливу роль у формуванні позитивного іміджу театру, привертанні уваги аудиторії та залученні необхідних ресурсів для творчого розвитку.

Зв'язки з громадськістю включають у себе широкий спектр дій та стратегій, спрямованих на взаємодію театральної організації з глядачами, ЗМІ, громадськістю та іншими зацікавленими сторонами. Це може включати проведення прес-конференцій, виставок, відкритих репетицій, організацію тематичних заходів та фестивалів, активну присутність у соціальних мережах тощо. Ці дії сприяють збільшенню обізнаності громадськості про діяльність театру, залучають увагу нових глядачів та підвищують загальний інтерес до театрального мистецтва [59].

Спонсорська підтримка, у свою чергу, грає важливу роль у фінансуванні та реалізації театральних проєктів. Встановлення партнерських відносин з компаніями, бізнес-структурами та приватними особами може забезпечити необхідні фінансові ресурси, матеріальну підтримку та ресурси для організації вистав та заходів. Спонсорська підтримка може виражатися у фінансовому внеску, наданні рекламних можливостей, матеріальних ресурсах, а також партнерському співробітництві.

Приклади успішних зв'язків з громадськістю та спонсорами можна побачити на прикладі багатьох театральних організацій. Наприклад, організація тематичних вечорів, майстер-класів для глядачів, відкритих репетицій та інших заходів може привернути більше уваги до театру та залучити нову аудиторію. Щодо спонсорської підтримки, багато театрів укладають партнерські угоди з компаніями, які підтримують їхню діяльність. Наприклад, спонсор може фінансувати певний проєкт чи виставу, а у замін отримує можливість розміщення свого логотипу на рекламних матеріалах та публікаціях.

Зв'язки з громадськістю та спонсорами є важливим інструментом для підтримки та розвитку театральних організацій, їхньої діяльності та культурного впливу на суспільство.

Висновки до другого розділу

Проаналізували та дослідили різні аспекти організації менеджменту сучасних театрів України. Провели аналіз структури театральних організацій, де було виявлено різні аспекти організаційного побудови, від виконавчого директора до художнього колективу та адміністративного персоналу. Підкреслена важливість гнучкості та адаптації структури до потреб і завдань конкретного театру.

Також нами було розглянуто правові аспекти театрального менеджменту, визначивши їхню важливість для забезпечення функціонування театрів відповідно до законодавства України. Виявлено, що правові рамки регулюють управлінські аспекти, фінансові питання та взаємовідносини з іншими суб'єктами культурної сфери.

Управління театральними ресурсами, що були розглянуті у третьому підрозділі, виявилися складним завданням, вимагаючим ефективного розподілу фінансових, матеріальних та людських ресурсів. З'ясовано, що оптимальний баланс між витратами та доходами дозволяє театрам успішно виконувати свою мету та завдання. Загалом, маркетинговий підхід дозволяє: представляти виставу як продукт, створення і реалізація якого визначаються потребами глядачів та учасників творчого процесу в театрі та досліджувати виставу не лише як продукт, але також як проектну діяльність, що передбачає вивчення всіх аспектів її створення та реалізації.

Менеджмент театральних проектів, який ми розглянули, виявився критичним для втілення творчих ідей та концепцій у реальність. Описані етапи планування, виконання та контролю над проектами, а також наведені приклади успішно реалізованих проектів, наголосили на важливості системного підходу та управлінських навичок.

Також, виявлено, що активна взаємодія з громадськістю сприяє підвищенню обізнаності про діяльність театру, привертає нову аудиторію та

сприяє збільшенню інтересу до театрального мистецтва. Спонсорська підтримка відкриває додаткові можливості для фінансового забезпечення та реалізації проєктів, що сприяє стабільному розвитку театрів.

РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ МЕДІА РЕСУРСІВ НА РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО ТЕАТРУ

3.1. Роль медіа-ресурсів у сучасному театральному середовищі

Усе життя можна розглядати як виставу на театральній сцені. У сучасних реаліях ця ідея набуває нового, буквального значення. Глобальні зміни у медіа та комунікаціях, які відбуваються в суспільстві сьогодні, мають важливий вплив на сферу театру. Сучасний театр активно впроваджує нові форми та контент, а цей процес набуває особливого значення в умовах пандемії, яка змінила соціокультурний ландшафт. Театральна культура переходить на новий етап розвитку, а це відбувається в умовах технологічних та цифрових засобів комунікації. Ці тенденції створюють потребу в нових критеріях для сприйняття та оцінки сучасного театрального мистецтва, включаючи українське.

Дослідження медіатрансформацій у театрі базується на культурологічній концепції М. Маклюєна, яка визначає термін "медіа" як різні засоби комунікації, що діють як посередники в спілкуванні [44]. Медіатизація визначає роль медіа, що передають не просто інформацію, а елементи культури, які формують сучасне суспільство (за Дж.Б.Томпсоном) [71]. Медіа-ресурси можна сприймати як процес передачі особливостей комунікаційного засобу на об'єкт, з яким він взаємодіє. У контексті нашого дослідження, цей процес описує зміни, які відбуваються в театральній культурі через поширення медіа. Медіа-ресурси створюють нове явище, яке об'єднує театральне середовище, медіа, сучасні івент-технології та креативний сектор.

Взаємодія театру та візуальних медіа, таких як фотографія, яка відкрила новий шлях для технічних образів та призвела до "іконічного повороту в культурі," була помічена Р. Бартом. В одному із прикладів Р. Барт згадує, як фотограф Роже Пік зафіксував всю виставу телеоб'єктивом під час виступу "Берлінського ансамблю" у Парижі. Ці фотографії стали цінним джерелом для театральної критики та дозволили розглядати деталі вистави, які часто утрачаються у ході живого виступу.

Це була одна зі знакових подій на шляху до медіатрансформації театру і виходу його за власні межі – онтологічні, естетичні, феноменологічні. Фотографія перемістила театральну виставу з її традиційних просторово-часових координат у медіареальність. Таким чином відбувається, якщо користуватися термінологією В. Беньяміна, «деауратизація» [5]. Це потребує виявлення "віртуального образу" за допомогою нових методів представлення та спілкування, інтеграції інноваційних технологій та створення сучасного багатомедійного шоу. Вистава, як важлива публічна форма представлення різних соціокультурних явищ, стає актуальною і технологічно орієнтованою. Ми спостерігаємо, як суспільство перетворюється в справжню "сцену", «Суспільство вистави» (1967 р.) [15] Гі Дебора описує явище "суспільства розпорошеного видовища," що вказує на втрату безпосередньої спільності і заміщення її образами, уявленнями та поняттями. Ця публічна опосередкованість стає можливою завдяки швидкому розвитку та поширенню масових засобів масової інформації. Він розглядає виставу як товар, який створює ілюзію свободи, вибору та достатку. У сучасному світі такі впливові фактори включають тотальну і глобальну інформатизацію, комп'ютеризацію та віртуалізацію. Ці соціокультурні тенденції відзначаються особливо в нових медіа, які набувають різних форм, таких як інтернет-видання різного спрямування, соціальні мережі, блогосфера та інше.

Зауважимо, що видимі медіа-трансформації в українській театральній культурі стали помітними у другому десятилітті XXI століття, і це великою мірою пов'язано з соціально-політичними та економічними чинниками. Це сприяло змінам у міжкультурній комунікації, нарощуванню кількості театральних студій, розвитку фестивалів у театральній культурі, а також змінам у репертуарі, які мають аскетичну та естетичну спрямованість.

Аналіз театального життя України в період незалежності виявив, що важливу роль у смислових та технологічних змінах відіграють різні покоління. "Мілленіали" активно конкурують за лідерство у театральному процесі. Покоління "сорокарічних" продовжує збільшувати свій творчий потенціал, а

покоління "двадцятилітніх" і "тридцятилітніх" активно користуються можливістю навчання та стажування за кордоном, зокрема в європейських театрах. Ці покоління активно беруть участь у конкурсах та фестивалях, організованих як українськими, так і європейськими інституціями. Вони стають "кризовими менеджерами" для державних театрів, які опинилися у стані стагнації та вичерпали свої традиційні ресурси та етапи розвитку [64]. Разом із державними театрами з'являються приватні театральні групи, театральні проєкти та різноманітні театральні спільноти, які першими впроваджують нові технології в мистецтво. З одного боку, можна зауважити, що театральна культура сповнена цінностей, характерних для європейського суспільства, таких як права людини, рівність, солідарність, особиста свобода, інтелектуальна та творча самореалізація. З іншого боку, спостерігається комерціалізація театального життя, зростаюча масовість та фокус на споживача у всьому спектрі взаємодії: від першого знайомства з театром і споживання культурних продуктів, які є театральними виставами, до активних комунікацій з глядачами після вистави [64, с. 131].

На сучасному етапі відзначається створення нового соціального простору для театру, яке впливає медіа. Технологічні інновації відкрили нові можливості, які, у свою чергу, призвели до виникнення нових форм театральних постановок. Сучасний театр акцентує увагу на інтерактивності, залучаючи глядачів до участі в театральних процесах та проєктах на всіх етапах їх реалізації. Медіатизація і віртуалізація театру призводять до змазування межі між глядачем, реальністю і сценічним простором.

Такі феномени, як масова культура, цифрові технології в культурному та суспільному житті, та формування віртуальних аспектів, впливають на створення нової естетики та технологій в театрі. Активні процеси креативної трансформації культурного простору, збільшення ролі творчих культурних галузей, і івентизація публічної сфери неодмінно впливають на театр.

З іншого боку, сучасна театральна реальність суттєво змінюється і прагне впроваджувати нові ідеї та технології. Зусилля залучити аудиторію,

забезпечити фінансову стабільність театру, а навіть отримати прибуток, призводять до комерціалізації театрального життя та орієнтації на яскраве видовище. Ця ситуація призводить до змін у структурі і взаєминах в театральному просторі, де застосовуються маркетингові стратегії, театральний менеджмент та медіа-ресурси для досягнення в першу чергу комерційного успіху.

Отже, ми спостерігаємо цікавий процес, що необов'язково є песимістичним, де театр завжди залишається івентом, креативним простором, хоча не обов'язково весь театральний процес існує як івент в сучасному розумінні цього слова. З іншого боку, івенти та події частково побудовані на основі театральних принципів, перетворюючи їх у специфічні театральні вистави за сценарним алгоритмом та фаховою мистецькою технологією.

Сучасний управління подіями, яке лише починає розвивати свої можливості, розширює професійні інтереси на різні сфери суспільного життя. У контексті змазування професійних та жанрових меж, театр і івент-індустрія часто стають партнерами та союзниками, спільно розв'язуючи завдання. Саме театральне співтовариство часто пропонує нові та креативні ідеї для корпоративних подій. Важливим аспектом для обох сторін є збереження власної специфіки. Івент-індустрія має виконувати свої чітко визначені завдання та досягати конкретних результатів, водночас театр зобов'язаний зберігати свою ідентичність та автентичність.

Звісно, можна згадати традиційний підхід до співробітництва між театром і бізнесом, такий як "бартерний" обмін, спонсорство і меценатство, де театр рекламує певний бренд, торгову марку, бізнес або корпоративний товар за матеріальну вигоду. Проте в сучасному світі існують більш креативні способи взаємовигідних відносин. Незважаючи на бажання вважати театр за незалежним мистецтвом, спрямованим лише на високі цілі і безкорисливі інтереси, реальність свідчить про інше: театр завжди був ареною, де збігалися та реалізовувалися різноманітні інтереси та завдання, такі як ідеологічні спрямування, домінуючі суспільні смаки, матеріальна винагорода,

популяризація певних особистостей, індивідуальні амбіції, політичні впливи та інше. Власне кажучи, театр є відображенням світу та людей. Так, «людське, надто людське» (Ф. Ніцше), і театр – відображення світу і людей.

3.1.1. Вплив телебачення на театральну культуру

Сучасний світ вражає своєю різноманітністю в аспектах світогляду, соціальних структур, філософії і загальної культури. Ця різноманітність зумовлює актуальність використання моделей масової комунікації для розуміння соціально-комунікативних аспектів театального мистецтва та театальної публіцистики у якості аналітично-художньої проєкції цих аспектів. Глобалізація соціокультурного простору активно просувається і є незворотнім явищем.

Театр, як вважає відомий німецький теоретик К. Бальме, стає "мистецькою медією" та "останнім рефугіумом автентичної комунікації", і цей процес супроводжується збільшенням інформативності театру.

Комунікативна філософія, як представлена в теоріях Ю. Габермаса, розрізняє "естетичну" або "терапевтичну критику", яку можна віднести до театальної критики. Її завданням є оцінка естетичних явищ та вираження суб'єктивних переживань. Дослідник також наголошує на важливості певних вимог для міжособистісного спілкування. Сучасна театральна журналістика відображає цей тип спілкування журналіста з читачем.

Сучасна театральна журналістика відображає глобалізовану епоху і призначена для розвитку та гармонізації людських цінностей, а також для впливу на підсвідомість, відображаючи сучасне суспільство і становище індивіда в ньому.

Медійна сфера, як відзначають провідні дослідники, вимагає серйозного наукового підходу, який може бути оригінальним і виражатися у "метафоричному способі виявлення", що відображається у вербальних жанрах аналітично-публіцистичної мистецької журналістики. Ці матеріали мають

велике значення для всіх сторін: як для театрів та всіх, хто причетний до створення театральних подій, так і для аудиторії.

Дослідники зауважують, що в сучасній соціокультурній системі журналістська діяльність впливає на динаміку культури і є її результатом одночасно.

Сьогодні, ЗМІ, як джерело формування культури, виступають як потужний агент соціалізації. Для цього важливо, щоб медіа активно працювали в галузі культурології. Вони мають бути терплячими хронікерами культури своєї країни і вести спостереження та розповідати про те, що відбувається в культурі. В загальному, мистецькі медіа є найбільш ефективним інструментом для поширення інформації про культуру в цілому. Тому, завдяки розвитку інформаційних носіїв та каналів поширення інформації, журналістика робить культуру доступною для широкої аудиторії [51, с. 15].

Однією з основних проблем провідних ЗМІ є те, що теми культури часто не вважаються важливими для формування суспільно значущого контенту. Мистецька тематика зазвичай знаходиться на задньому плані видань і втрачає свою важливість для суспільства. Іншою проблемою інформаційного забезпечення культури є тенденція до перетворення її на безкінечний ряд рекламних акцій, ініційованих тільки тими темами, які приносять прибуток (наприклад, популярні та трендові теми).

Але медіаексперти відзначають позитивні зміни в висвітленні культури, і вони підкреслюють, що зараз "ЗМІ все частіше відзначають важливість культури для повноцінного життя нації. Поновлюється акцент на просвітництво, яке, незважаючи на технологічний прогрес та модернізацію суспільства, залишається актуальним" [29]. Оскільки Інтернет став невід'ємною частиною сучасних комунікацій, можна зауважити, що в "глобальному павутинні" веб-сайтів, присвячених культурним темам, кількість таких ресурсів перевищує кількість друкованих ЗМІ. В інтернеті існують справжні культурологічні видання, хоча деякі з них вимагають покращення підходу до популяризації свого контенту [22, с. 21]

Важливим аспектом медіа-трансформацій у театральному просторі є взаємодія з різними видами ЗМІ, включаючи радіо, телебачення та інтернет-ресурси, а також соціальні медіа, що значно розширює аудиторію театральних подій. Для розвитку таких взаємодій було створено всеукраїнську театральну портал-мережу «ATheatre.com.ua – Український Театральний Простір» у 2010 році, і її презентація відбулася під час Міжнародного театрального Фестивалю «Драбина».

Телебачення має значний вплив на театральну культуру в різних аспектах. Один із видів впливу, ще популяризація театральних видовищ: телебачення дає можливість розповсюджувати записи театральних вистав та інших театральних подій. Це допомагає популяризувати театр серед глядачів, які можуть не мати можливості відвідувати живі вистави через географічну відстань або інші обмеження. Наступним є засіб освіти і аналізу: телебачення може служити як засобом освіти та аналізу для глядачів, допомагаючи їм краще розуміти театральне мистецтво, історію та контекст вистав.

Також можна розглянути збільшення аудиторії – трансляція театральних вистав на телебаченні дозволяє досягти більшої аудиторії, включаючи тих, хто може не цікавитися театром в іншому випадку. Та фінансову підтримку, що надає підтримку театрам, що, в свою чергу, допомагає зберегти та розвивати театральні колективи та видовища. Також сприяння інноваціям - це комбінація телебачення та інтерактивних технологій дозволяє театральним колективам створювати нові інтерактивні форми вистав та експериментувати зі спеціальними ефектами. Та публічна дискусія, де телебачення надає можливість обговорювати театральні вистави та мистецтво в цілому у масовому масштабі, стимулюючи публічну дискусію і критику [4].

Необхідність постійної корекції теоретичних концепцій, що описують певну стадію розвитку телебачення та його унікальні особливості, обумовлена складністю та швидкою трансформацією самого об'єкта дослідження. Протягом своєї відносно тривалої історії телебачення активно адаптувалося до змін у навколишньому середовищі та приділяло увагу різним домінуючим концепціям

та світоглядним орієнтирам у суспільстві. Однак радикальні зміни в принципах телевізійної комунікації протягом перших десятиліть ХХІ століття остаточно перетворили колишні моделі соціокультурного функціонування телебачення [20].

Діалог, або точніше, протистояння між "реальним" та "художнім" на телебаченні є основною рисою телевізійної комунікації і характеристикою телевізійного зображення, яке створює ілюзію реальності, але в поєднанні з іншими кадрами формує видовищну основу, яка пояснює схильність до емоційного сприйняття телевізійного контенту [39].

Початково телебачення виконувало роль транслятора популярних кінематографічних та театральних творів, але уже починаючи з 1950-х років активно використовувало свої можливості для оперативного поширення інформації. У 1960-1980-х роках до інформаційної функції телебачення додалася розважальна функція, що продемонструвало його конкурентні переваги порівняно з іншими видами мас-медіа. Протягом наступних десятиліть телебачення стало важливою складовою повсякденного життя та створило популярний жанр - телевізійні шоу з інформаційними, розважальними та художніми характеристиками. Одночасно з цими змінами телебачення почуло вплив економічних чинників, які стали головною силою впровадження телевізійних технологій, включаючи появу кабельного, супутникового і, в кінцевому підсумку, інтерактивного телебачення.

Маніпулятивна природа телебачення, яку відчувають не тільки вчені, такі як М. Маклюен та інші, але і політична сфера, призвела до того, що воно стало важливим ресурсом, пов'язаним з політичним впливом. Економічний та політичний інтерес у розвитку телебачення, обумовлений безпрецедентним попитом на нього серед масової аудиторії, сприяв безперервному технологічному вдосконаленню телевізійного висвітлення, що в свою чергу розширювало комунікативні можливості телевізійного творчості [76].

Класичне новинне телебачення поступово втратило свою важливу роль у формуванні телевізійної комунікації, і на його місце вийшли нові телевізійні

формати, що були адаптовані для різних аудиторій та закріпили ритуалізовані практики телевізійного споживання. Зміни також стосувались телевізійної композиції, збільшили роздільну здатність зображення та покращили схеми кольору. Все це призвело до збільшення акценту на розважальних аспектах телевізійного мовлення, інформаційний контент став більше спрямованим на забезпечення ілюзії здобуття нових знань про світ і формування глядачами ілюзій.

Отже, протягом ХХ століття телебачення поступово еволюціонувало у соціальний інститут з численними характеристиками, включаючи художньо-розважальні (інтерактивний телевізійний дискурс), економічні (виробництво і трансляція), інформаційні (формування ілюзорного переконання про здобуття нових знань про світ), політичні (цілеспрямований маніпулятивний вплив телевізійного контенту на аудиторію) та технологічні (конкурентна адаптація до комунікативних потреб аудиторії) компоненти, які взаємодіють і визначають якість будь-якого телевізійного продукту. Це дозволяє розглядати телебачення не лише як соціальний інститут, але і як культурно-комунікативний, який впливає на сприйняття реальності та стиль життя мільйонів людей. До кінця ХХ століття телебачення перетворилося з утилітарного засобу передавання інформації на інструмент управління сприйняттям глядачів, ставши важливим складником складної системи комунікації у сучасному світі [51].

Один із обіцяючих напрямів культурологічного дослідження телебачення полягає в розгляді його взаємозв'язку з масовою культурою, що передбачає вивчення телебачення як каналу поширення артефактів масової культури і каталізатора процесу масовизації культури. Взаємозв'язок між телебаченням і масовою культурою полягає в їхній спільній здатності трансформувати артефакти, створені в інших культурах, та перетворювати їх на предмети масового споживання. Ця трансформація є дуже суттєвою, і це підтверджується тривалою науковою дискусією, яка була започаткована В. Беньяміном у 1936 році, щодо впливу телебачення та засобів масової комунікації загалом на традиційну культуру [20].

Варто відзначити, як засоби масової комунікації намагалися адаптувати твори мистецтва до своїх потреб і принципів функціонування, а також використовували твори мистецтва в цілях, віддалених від оригінального призначення мистецтва. Під впливом засобів масової комунікації, включаючи телебачення, мистецтво зазнавало суттєвих змін, а спосіб та специфіка взаємодії між художником та глядачем також перетворювалися.

Однак телебачення, як частина масової культури, не ставить традиційні цінності в протиставлення новим цінностям метамодерну, але навпаки, об'єднує їх у нерозривну єдність, де є внутрішні протиріччя.

Отже, культурологічний підхід до аналізу телебачення, розглядуваного як явище масової культури і соціокультурний феномен, дозволяє відповісти на різноманітні питання щодо природи, специфіки, тенденцій та перспектив розвитку телебачення з урахуванням соціокультурного контексту.

Проте важливо зауважити, що телебачення також може мати свої негативні аспекти. Наприклад, трансляція театральних вистав може замінити живий театральний досвід, і в цьому випадку глядач втрачає можливість взаємодіяти з акторами та сприймати атмосферу театального заходу в живому виконанні. Також, телебачення може впливати на структуру та зміст театральних вистав, орієнтуючи їх на потреби телевізійної аудиторії.

Усупереч цьому, вплив телебачення на театральну культуру є складним і може мати різноманітні наслідки в залежності від контексту і обставин.

3.1.2. Роль інтернет-платформ у популяризації театральних вистав

Інтернет-видання можуть пишатися своєю доступністю, інтерактивністю та використанням мультимедійних засобів: всі фото- та відеоматеріали доповнюють текст і сприяють кращому розумінню сценічного мистецтва. Проте при написанні своїх матеріалів журналісти часто спрощують і узагальнюють їх, вписуючи їх у занадто загальні категорії щодо театального мистецтва. Однак медіаексперт Ігор Бенцал зауважує, що сьогодні читачі

менше цікавляться аналітикою, і в культурній сфері важко її розробляти: "Перша тенденція полягає в тому, що ми живемо у XXI столітті, і це час швидкого споживання інформації, тому "велика" аналітика стає менш популярною. Друга тенденція полягає в тому, що новинна інформація потребує значно менше ресурсів - як часових, так і інтелектуальних. Крім того, завжди можна знайти якийсь "спалах", щоб з нічого зробити міні-сенсацію" [26].

На жаль, спеціалізованих ЗМІ, присвячених культурі, не так вже й багато. Фахівці у галузі театрознавства, як правило, не володіють навичками написання зрозумілою мовою для аудиторії з широким колом інтересів, і журналісти, які пишуть про театр, не завжди мають достатні знання для аналізу і представлення вистав.

Таким чином, ключове питання полягає в тому, як забезпечити професіоналізм, захоплюючість, актуальність, точність та високу якість в театральній журналістиці, і які труднощі це супроводжує. Експерти виділяють декілька чинників, які визначають кризу у цій сфері. По-перше, це низькі гонорари. По-друге, необхідність «впровадитися» у провідне ЗМІ, яке було б зацікавлене у публікаціях театральних рецензій, анонсів та творчих проектів, і їх бажання перетворити вас на автора театральної журналістики та експерта в галузі культурології, який писатиме про все, що стосується мистецтва. Це призводить до наступного виклику - адаптації до вимог і побажань редакції. Стати "універсальним бойцем" і писати зрозуміло та доступно для театральної аудиторії - це вже інша складність. Тут важливо враховувати свою професійну гідність, репутацію та обрати відповідне місце роботи.

Згідно зі статистичними даними на 2017 рік, в Україні існує 113 театрів, що знаходяться у державній та комунальній власності, а кількість приватних театрів значно більша, хоча точна кількість не зафіксована статистикою. Моніторинг активності сучасних українських театрів вказує на їх активне використання соціальних мереж, інтерактивних технологій та мультимедійних елементів. Театри активно розвивають свої власні веб-сайти, утримують сторінки у соціальних мережах, таких як Facebook та Instagram, і

використовують інтернет-маркетинг.[71]. Усе частіше відбуваються онлайн-трансляції прем'єрних показів, онлайн-зустрічі глядачів з акторами, до сценічного мистецтва залучають медіаігрові технології з інтеграцією 3D копій акторів та декорацій тощо.

Українські театри активно використовують можливості інтернету та соціальних мереж для залучення аудиторії та сприяння розповсюдженню театральної культури. Зокрема, на їхніх веб-сайтах можна знайти розклад вистав, інформацію про акторів та режисерів, фотографії з вистав, а також можливість придбати квитки онлайн. Сторінки у соціальних мережах стають майданчиками для комунікації з глядачами, а також для анонсів та реклами майбутніх вистав.

Завдяки розвитку технологій, театри проводять онлайн-трансляції своїх вистав, дозволяючи глядачам переглядати вистави в режимі реального часу навіть з великої віддаленості. Також вони організують онлайн-зустрічі глядачів з акторами та режисерами, де можна обговорити виставу та задати запитання.

Сучасні медіаігрові технології дозволяють театрам інтегрувати 3D копії акторів та декорацій у вистави, що робить театральний досвід ще більш імпресивним та інноваційним.

За допомогою інтернет-платформ та соціальних мереж театри збільшують свою аудиторію, сприяють популяризації театального мистецтва, та надають можливість глядачам насолоджуватися виставами і ділитися враженнями в будь-який час та з будь-якого місця.

Наведемо кілька популярних прикладів інтернет-платформ:

1. «Укрінформ» – державне інформаційне агентство України, яке є важливим джерелом інформації щодо політичного, економічного, соціального, наукового, культурного і громадського життя в Україні та за її межами. Ця організація належить до структури державних агентств та активно функціонує з 1918 року, і сьогодні вона має найширшу мережу регіональних та зарубіжних відділень.

Протягом 2019 року, агентство «Укрінформ» посилило і розширило своє висвітлення театрального життя в Україні, зокрема, через впровадження нових медійних форматів, таких як відео-інтерв'ю та подкасти. Усі матеріали, пов'язані із театральною сферою, належать авторству Любов Базів, за винятком новин з регіонів та офіційних прес-релізів театрів.

Окрім цього, на постійній основі «Укрінформ» розміщує анонси та новини про найближчі театральні прем'єри. Зокрема, в 2019 році на цьому інформаційному ресурсі були опубліковані репортажі про різні вистави, зокрема, вистави Національного театру ім. Івана Франка, Київського театру «Актор», Театру «Берегиня», які набули значної уваги глядачів та отримали тисячі переглядів.

2. «День» - це суспільно-політична газета загального видання, що виходить щодня, крім неділі, і є однією з найпопулярніших видань України. Вона була заснована 11 вересня 1996 року і належить ТОВ «Українська прес-група». За даними на кінець 2020 року, газета випустила понад 5810 номерів.

Редакційний склад включає Ларису Івшину, яка обіймає посаду головного редактора, та Тетяну Поліщук, яка є керівником відділу культури. Протягом років відділ культури був під опікою різних редакторів, таких як Віталій Кацюба, Сергій Васильєв, в.о. Леся Ганжа та Ганна Шеремет.

Газета «День» акцентує увагу на актуальних новинах та аналітичних матеріалах. Вона відіграє важливу роль у формуванні сучасного українського нарративу та вивченні руху в українській культурі, зокрема, у галузях театру, кіно, літератури та музики.

Газета також надає можливість професійним театральним критикам публікувати свої рецензії. Серед рубрик, що охоплюють театральні аспекти та процеси в Україні, можна виділити такі, як «Актуальне інтерв'ю», «Майстерня», «Погляд», «Ложа рецензента», «Проект», «Напередодні», «Фоторепортаж» і інші. Авторами на театральні теми є театрознавці, історики театру, театральні критики та журналісти, серед яких Людмила Олтаржевська, Тетяна Поліщук, Дмитро Десятерик, Алла Підлужна, Ганна Липківська, Ольга

Стельмашевська, Іван Бабенко, Олександр Чепалов, Марина Черкашина, Ганна Веселовська, Сергій Тримбач, Леся Олійник, Ольга Голинська, Олексій Кужельний, Лариса Тарасенко, Тетяна Козирева і багато інших.

Українська театральна культура в сучасному світі сильно позначилася впливом медіа, зокрема телебачення та соціальних мереж. Театри активно використовують ці медіа-платформи для просування, залучення аудиторії та впливу на глядачів. Соціальні медіа, зокрема Facebook, Instagram та YouTube, стали необхідним інструментом для комунікації театрів з аудиторією. Вони дозволяють проводити онлайн-трансляції вистав, взаємодіяти з глядачами, публікувати анонси, новини та інше. Такий використання медіа сприяє популяризації театральних подій та розширенню аудиторії. Важливою є інтеграція медіа-технологій в самі театральні вистави, що робить їх більш інтерактивними та сучасними. Таким чином, медіа мають суттєвий вплив на розвиток і зміну української театральної сцени.

3.1.3. Використання соціальних медіа для залучення аудиторії до театральних подій

Сучасні дослідження аудиторії мас-медіа є надзвичайно популярним напрямком в конкретно-соціологічних дослідженнях в журналістиці. Дослідження аудиторії мас-медіа, зокрема масової аудиторії преси, радіо та телебачення, частіше здійснюються порівняно з аудиторією кіно, клубів, театрів, бібліотек тощо.

Соціальні медіа на сьогоднішній день відіграють значну роль у сфері підприємницької діяльності і театального мистецтва також. Кожен користувач Інтернету може легко розпочати свій власний бізнес лише за декілька кліків. У зв'язку зі зростанням конкуренції, для того щоб утримати свої позиції на ринку і розвивати свій бізнес, використання соціальних мереж має важливе значення. У сучасних умовах кожен підприємець повинен максимально активно використовувати канали соціальних мереж.

Для досягнення успіху дуже важливо, щоб театр мав облікові записи в усіх популярних соціальних мережах. Це надає можливість збільшити кількість потенційних клієнтів і продажів, спрощує процес взаємодії з клієнтами і дозволяє підприємствам краще розуміти індивідуальні потреби клієнтів.

Сформування чіткого розуміння ідеального покупця є важливою умовою для розробки успішної маркетингової стратегії та досягнення високого рівня продажів. Портрет цільової аудиторії представляє собою сукупність характеристик різних сегментів потенційних клієнтів. Основна мета створення портрета цільової аудиторії полягає в тому, щоб мінімізувати кількість неефективних маркетингових контактів та зробити рекламу якнайбільш ефективною. Після створення портрета цільової аудиторії можливо визначити типовий профіль клієнта для конкретної рекламної кампанії. Для цього важливо створити деталізований портрет споживача, що дозволяє розібрати цілі, мотивацію та проблеми потенційних покупців і знайти рішення, які може запропонувати саме ваше підприємство.

Портрет цільової аудиторії є невід'ємним інструментом для підприємців, оскільки він дозволяє швидко знаходити нових клієнтів. Володіючи портретом цільового покупця, можна легко порівнювати його з новими покупцями і розуміти, хто вже готовий придбати товар, а хто ще не впевнений у необхідності покупки. Коли підприємство точно знає, що цікавить клієнта, стає значно простіше створити унікальну пропозицію, яка задовольнить потребу потенційного покупця і, отже, збільшити обсяги продажів та прибутку.

Портрет цільової аудиторії також допомагає з'ясувати, з яких джерел приходять користувачі та які пристрої вони використовують. Цю інформацію можна використовувати в майбутньому для підсилення існуючих каналів просування або для запуску нових. Знаючи характерні риси цільової аудиторії, менеджерам з продажу легше визначити, який товар чи послугу краще пропонувати. Коли підприємство розуміє, який продукт цільова аудиторія найбільше цікавить, це допомагає правильно розставити акценти та створити ефективну стратегію просування підприємства в соціальних медіа.

Для створення портрету цільової аудиторії та використання таргетованої реклами потрібно зібрати комплекс ознак, включаючи такі:

- Географічні характеристики: розташування, кліматичні умови в регіоні проживання, культурні та місцеві особливості.
- Соціально-демографічні ознаки: вік, стать, сімейний стан, національність, релігійні переконання, освіта, професія, місце роботи, рівень доходів, умови життя.
- Інтереси: хобі та захоплення, які привертають увагу та цікавлять.
- Актуальні потреби: проблеми та потреби, які важливі для клієнта і на які компанія може вплинути.

Для побудови цього портрету підприємство може використовувати такі інструменти:

- Особисте спілкування з клієнтами.
- Онлайн-опитування для збору даних.

Використання соціальних мереж, які є важливим джерелом інформації про користувачів, включаючи їхню професію, місце роботи, інтереси та хобі.

Використання аналітичних інструментів, таких як Google Analytics, для відстеження діяльності користувачів і отримання інформації про їхнє місце розташування та пристрої, якими вони користуються.

Використання соціальних медіа для залучення аудиторії до театральних подій є важливим інструментом сучасного театального маркетингу та спілкування з глядачами. Цей підхід дозволяє театрам не лише досягти більшої аудиторії, але і побудувати активні та взаємні стосунки зі своєю глядацькою базою. Ось деякі способи використання соціальних медіа для привертання уваги до театральних подій:

Створення сторінки у соціальних мережах: театри можуть створити сторінки у популярних соціальних мережах, таких як Facebook, Instagram, Twitter тощо. На цих сторінках вони можуть регулярно публікувати анонси

майбутніх вистав, фото та відео зі зірками та кадри «за лаштунками», а також актуальну інформацію про театр та його історію.

Ведення живого спілкування: спілкування з глядачами у коментарях та особистих повідомленнях допомагає побудувати залучений глядацький колектив. Відповіді на питання, подяки за відвідування вистав, а також звернення до аудиторії з питаннями про їхній вибір та смаки зміцнюють взаємодію між театром і глядачами.

Створення інтерактивних розіграшів та конкурсів: театри можуть організувати конкурси та розіграші квитків на свої вистави через соціальні мережі. Це сприяє поширенню інформації про подію серед широкої аудиторії.

Онлайн-трансляції та відео контент: театри можуть проводити онлайн-трансляції частин вистав або ексклюзивні інтерв'ю з акторами через соціальні мережі. Це дозволяє глядачам зазирнути за лаштунки і створює підвищений інтерес до вистави.

Рекламні кампанії: з використанням рекламних оголошень на платформах соціальних мереж театри можуть точно налаштувати аудиторію, до якої спрямована реклама, залежно від віку, інтересів та географічного розташування [52].

Створення унікального контенту: театри можуть розробляти унікальний контент, який буде виключно доступний через соціальні мережі, такий як відео-замальовки або спеціальні фотосесії з акторами.

Гасла та хештеги: використання популярних хештегів, пов'язаних з театром та виставами, допомагає встановити контакт з аудиторією, яка цікавиться цією темою.

Загалом, соціальні медіа відкривають широкі можливості для театрів у взаємодії з аудиторією та привертанні нових глядачів, роблячи театральні події більш доступними та привабливими для різних верств населення.

Перерахуємо найбільш популярні соціальні медіа які висвітлюють театральні події:

1. «Nota bene» - веб-журнал, що спеціалізується на сучасному театрі і мистецтві, включаючи анонси, рецензії, інтерв'ю та огляди. Вікторія Котенок (Льків), театрознавиця, володіє основним авторством текстів і створила блог у 2012 році. Виходячи з основних рубрик, журнал розглядає театр, кіно, художні виставки, книги та музичні події, включаючи важливі аспекти сучасної культури та мистецтва. За час свого існування блог набрав значну аудиторію з загальною кількістю переглядів, особливо в 2019 році [52].

2. «Збруч» («Zbruč») - українська онлайн газета, яка заснована 11 лютого 2013 року та має своєю головною редакторкою політолога Ореста Друля (див. додаток А). Видання регулярно публікує матеріали про театр у рубриці під назвою «Штука». В ньому публікуються статті львівських театральних критиків, істориків театру, а також театрознавців і культурологів студентів Українського католицького університету. Редакція «Збруча» активно докладає зусиль для висвітлення сучасних культурних і мистецьких подій в регіоні, залучаючи професійних авторів [55].

У 2019 році, зокрема, у сфері театру, це видання опублікувало понад 50 матеріалів, що охоплюють різні аспекти театального світу, включаючи відгуки про фестивалі, портрети режисерів, рецензії на прем'єри та інтерв'ю з артистами.

3. Інтернет-блог «У вирі мистецьких подій» – особистий враження авторки щодо культурних подій, що відбуваються переважно в Черкасах та Черкаській області. Цей блог було запущено в серпні 2014 року Ольгою Квятковською, журналісткою-фрілансеркою та блогеркою. Сайт розділений на п'ять тематичних секцій: кіно, література, музика, події та театр. Основною метою цього блогу є розповідь про ключові події у Черкаському Театрі Шевченка, а також в області кіно, літературних презентацій, фестивалів, музичних вистав і культурного життя на Черкащині.

Протягом 2019 року, блог «У вирі мистецьких подій» поповнився 39 новими записами. Значна кількість матеріалів була присвячена розділу "Події," оскільки рік був багатий на різноманітні фестивалі, презентації, прем'єри,

концерти та прес-тури в сільській громаді, де жителі ділилися своїми культурними досягненнями.

Однією з найгучніших подій у Черкасах у 2019 році був Книжковий фестиваль «На перехресті культур», і 15 матеріалів були приурочені літературній частині блогу, включаючи інтерв'ю з авторами, презентації творів та рецензії на нові книги.

Щодо театрального блоку, через пожежу, що сталася в Черкаському Театрі Шевченка 1 липня 2015 року, театральне життя майже зупинилося. Однак авторка блогу вдосконалила увагу театральним прем'єрам у 2019 році. В блозі представлена інформація про прем'єри Черкаського Театру Шевченка, включаючи такі вистави, як «Королева загублених гудзиків», «Олена не прийшла додому», «Прибулець», та «Жіноча логіка». Також був описано виставу акторів Черкаського Театру Шевченка під назвою «Діалог під дощем» [18].

У своєму блозі авторка регулярно наводить коментарі від осіб, які мають відношення до подій, включаючи акторів, режисерів, драматургів, авторів, музикантів, та організаторів культурних подій, що діляться своїми ідеями та думками.

4. Наступний ресурс "Theatre.love" – це театральний блог, який свої редактори називають першим сервісом рекомендацій у галузі театрів у всьому світі (див. додаток Б). Лідери цього проекту стверджують, що їхні матеріали перетворюють уявлення про театр. Вони пропонують читачам цікаві факти, відбір вистав, відгуки, інтерв'ю, новини та актуальні події. Проект також активно представлений на соціальних мережах і часто проводить конкурси для своїх читачів, розігруючи квитки на вистави. Цікавою особливістю є можливість кожного читача стати автором рецензії або відгуку, який обов'язково опублікують. Крім того, проект запустив незвичайну ініціативу, наймаючи волонтерів, які безкоштовно відвідують вистави, а потім заповнюють анкети щодо театру, комфорту, вистави тощо. Все це робиться з метою

поліпшення умов у театральних приміщеннях та підвищення рівня театрального мистецтва.

На веб-сайті читачі одразу переходять до тестів, і для того, щоб "Theatre.love" міг допомогти їм знайти підходящу виставу, потрібно вказати бажану дату, осіб, з якими хочете піти, та свої побажання. Цей підхід є незвичайним у написанні матеріалів та анонсів. Читачам пропонується обрати ситуативну потребу (думати, сміятися, розслабитися, кохати, знайти натхнення, побачити феєричне шоу тощо), і "Theatre.love" підбирає виставу під кожен з цих потреб. Вистави рекомендуються в рейтинговому порядку, який формується на основі живих коментарів.

5. "Театральна риболовля" – це блог (див. додаток В), присвячений театральному життю в Україні. Цей веб-портал охоплює сучасний український театр у всіх його аспектах, від театральних новин та оглядів вистав поточного репертуару до аналізу театральних напрямів, маркетингового аналізу театру, його процесів та формування бази знань про театр сьогодні. Головний редактор цього проекту - Сергій Винниченко. Назва спільноти виникла з асоціації зі сучасним театральним світом, де існують вистави, подібні до "Золотих рибок". Проте кількість невдач вражає великою, і так багато "баговиння" заслуговують на видалення, якщо вірити Пушкіну. Концепція проекту сформульована наступним чином:

- вивчення теоретичних аспектів;
- перегляд великої кількості вистав, як відеозаписів, так і вживу;
- використання маркетингових інструментів для структуризації та аналізу матеріалу;
- залучення "авторитетних експертів";
- розробка власної методики рефлексії на основі перегляду театральних вистав.

Звертаємо увагу читачів на такі розділи, доступні інтернет-користувачам та тим, хто цікавиться сучасним театром:

- "Блог" - тут ви можете читати, погоджуватися або сперечатися (за умови аргументованих думок) з новими театральними матеріалами.

- "Театр і вистави" - в цьому розділі ви можете знайти інформацію про різні театри та їх вистави. Примітка: перелік не є вичерпним і містить лише обговорені матеріали.

Для тих, хто шукає вистави для перегляду:

- "Театральний навігатор" - цей розділ призначений для ефективного використання вашого часу та надає можливість замовити персональний підбір рекомендованих вистав в Києві.

- "Дискус-клуб" - тут ви можете брати участь у театральних зустрічах та тематичних вечорах, де обговорюються театральні питання та конкретні вистави.

- "Театральний туризм" - цей розділ призначений для тих, хто готовий подорожувати до інших міст, областей чи країн заради перегляду вистав.

Додаткові можливості доступні для:

- "Театрів" - з метою розширення власної присутності на сайті, театри можуть поповнювати базову інформацію, фотографії та афіші вистав, співпрацювати у тематичних проектах тощо.

- "Театральних фотографів" - авторські фото можуть бути використані для ілюстрації текстів на сайті та інших цілей.

- "Театральний коучинг" - надається для всіх зацікавлених осіб у галузі театру.

Використання соціальних медіа для залучення аудиторії до театральних подій є надзвичайно важливою та ефективною стратегією в епоху цифрової комунікації. Це дозволяє театрам побудувати ближчі стосунки зі своєю аудиторією, пропонуючи інтерактивність та інформативність. Широкий спектр інструментів, від соціальних мереж до відеоконтенту та рекламних кампаній, допомагає театрам залучати нових глядачів та підтримувати існуючу аудиторію. Соціальні медіа стають не тільки засобом реклами, але й

платформою для спілкування, взаємодії та залучення глядачів до унікального світу театру.

3.2. Виклики та можливості медіа для українського театру

У сучасних умовах соціально-економічного розвитку України, театральні установи та інші культурні організації виявляються в ситуації, де вони змушені адаптуватися до ринкових реалій та пошукати способи для забезпечення свого існування в умовах жорсткої конкуренції та важливості економічної доцільності. В цьому контексті, театральні вистави, які спочатку є результатом творчої роботи, тепер розглядаються як продукт, який потрібно ефективно просувати на ринку. Професіонали в галузі повинні вміло досліджувати та аналізувати ринок мистецтва, здатні висвітлювати сутність подій аудиторії, активно проводити маркетингові дослідження та обирати оптимальні засоби рекламної кампанії для досягнення найкращих результатів.

Також у сучасному театрі, який має синтетичний характер, процес створення вистави активно включає в себе технології, пов'язані з використанням цифрових засобів, що поступово увійшли в сферу театру з кіно, телебачення та інших мультимедійних продуктів. Одночасно сценографія активно використовує різновиди технологій, які підходять для вирішення мистецьких завдань. Цифрові технології на сцені починають наказувати свої умови драматургу, режисеру та сценографу, тим самим модифікуючи сам театр як вид творчої діяльності [57].

Впровадження ринкових принципів у діяльність соціально-культурних організацій, а також зменшення бюджетного фінансування та субсидій створюють передумови для переконання, що в майбутньому театри будуть змушені посилювати свою конкурентоспроможність на ринку, враховуючи жорстку конкуренцію. Отже, основним комерційним завданням театральних колективів стає пошук і приваблення глядачів, що вимагає їхнього ставлення до театральних вистав як до продукту, який необхідно ефективно продавати. Для

досягнення цієї мети важливо розуміти закони ринку і систематично проводити маркетингові дослідження.

Незворотні трансформації у сфері культури та театральній сфері України відзначаються створенням "Цифрового театального архіву". У 2020 році в Україні було запущено веб-ресурс під назвою "Цифровий театральний архів", який містить національну базу даних з театальної історії. Цей ресурс став важливим інструментом для театальної спільноти, глядачів та науковців. Ініціатори проєкту наголошують на важливості збирання інформації та фіксації театального процесу, що є не менш важливими завданнями, ніж створення нових вистав та впровадження інноваційних технологій у театральну практику [58].

На сучасному етапі можна спостерігати формування нового соціального простору театру під впливом медіа. Технологічні інновації відкрили нові можливості, які відобразилися в нових формах театральних постановок. Інтерактивність театру та залучення глядачів до театральних подій і проєктів на всіх етапах їх реалізації стали важливою частиною сучасного театального досвіду. Цифрові та віртуальні технології змінили підходи до театального мистецтва, а медіатизація стала необхідністю. Різниця між глядачами та акторами на сцені поступово змивається, а межі між реальністю і сценою розмиваються. Масова культура, інформатизація суспільства і культури, а також віртуальні форми життя впливають на формування нової театальної естетики та театральних практик.

З одного боку, активний розвиток культурного простору і збільшення креативних галузей суспільства впливають на театр та спонукають до застосування інновацій та нових технологій. З іншого боку, театральна дійсність перетворюється і намагається використовувати нові ідеї та технології. Однак ця трансформація також призводить до комерціалізації театального життя і залежності від маркетингових стратегій та театального менеджменту для досягнення фінансового успіху. Театр стає подією, але його івенти

впроваджують театральні аспекти та алгоритми для забезпечення комерційного успіху.

Одним із перших театрів, що відреагували на нові реалії пов'язані з COVID 19 був драматичний театр «Талія», що впровадив театральний Digital-проект, що дозволяє відвідувати вистави онлайн зі свого смартфона або комп'ютера. Репертуарний театр у Франції «Комеді Франсез», який також запусив онлайн-проект під назвою «Комедія триває». Зокрема, особливої актуальності набула провідна у світі цифрова платформа для перегляду вистав Digital Theatre, що транслює світові прем'єри [57].

В Україні театральна сфера також переформатувала свої вистави в онлайн формат. Так актриса Даша Малаховата продюсерка Наталія Чижова створили інноваційний арт-проект «Театр 360 градусів». Це проєкт вперше покаже відеOVERSII театральних вистав з інтеграцією в них 3D копій акторів і декорацій. Головна ідея такого проєкту – доступний театр що поєднується із сучасними технологіями в новому виді візуального мистецтва, що може дозволити розширити глядацьку аудиторію та впровадити новий діджитальний контент.

Існує й інший підхід, що стосується доступності театру онлайн, наприклад, театр імені Івана Франка під час локдауну відкрив доступ до архівних записів вистав. Національна оперета України транслювала онлайн вистави. Одеський театр музичної комедії ім. М. Водяного зробив онлайн театр на своїй сторінці у соціальній мережі тощо.

У театрі з використанням медіа відкривається новий віртуальний простір, у який поглиблюється глядач. Поєднання реальної присутності акторів на сцені та віртуального простору розширює можливості виконання драми. Глядач відчуває актора, як присутнього "тут", і одночасно відчуває створений медіа-простір, як "там". Одночасність віртуальності і реальності є основною рисою цифрової технічної епохи, оскільки людина може існувати одночасно в мережі Інтернет та в реальному світі. У своїй роботі "Віртуальні театри: Вступ" Габрієлла Джанначі підкреслює цю взаємодію, стверджуючи, що віртуальний театр дозволяє глядачу бути присутнім одночасно як в реальному, так і в

віртуальному середовищі. Вистави, в яких медіа засоби об'єднуються з акторською грою, подібні до монтажу подій та уявних світів, тексту та метатексту – двох видів комунікації. Це є основною ознакою гіпермедійного простору, в який перетворюється сучасний театр [62].

В українському театральному середовищі існують приклади використання медіа виставами. Один із таких прикладів - це постановка під назвою "Безхребетність" у київському театрі "ДАХ". Сценографія цієї вистави відтворює звичайну офісну атмосферу, де на кожному робочому місці встановлені веб-камери, які транслюють зображення акторів на великий екран усередині офісу. Глядач одночасно може спостерігати за діями усіх працівників офісу. В окремі моменти актори проговорюють монологи одночасно, створюючи інформаційну переплетеність, що дозволяє глядачам формувати свій власний текст на основі того, що вони чують і бачать.

Ще одним прикладом є режисер Дмитро Богомазов, який активно використовує медіа в своїх постановках. Він створює унікальне віртуальне тло, яке стає важливим художнім елементом вистави завдяки своїй здатності до трансформації. Проектування зображення на акторів дозволяє змінювати їх зовнішність, розширювати їх фізичні можливості і створювати нетрадиційні та сюрреалістичні образи. Більшість вистав у театрі "Вільна сцена", який очолює Богомазов, базуються на взаємодії акторів з медіа, дозволяючи створювати вистави в обмеженому просторі, швидко змінювати контекст тексту та дій, які виконують актори.

Медіа представляє на театральному майданчику свої технології, для того щоб відкрити їх у новій якості, а саме в якості розширення людського сприйняття творчості шляхом долучення віртуальних елементів. Театр грає з уявою глядача, і в цьому плані він є територією випробовування нових досвідів, емоцій, установок і відображень. Прагнення театру залучати медіа засоби для створення такої інтерактивної гри для глядачів обумовлений рухом усіх видів мистецтва до більшої візуальності, і причина такого руху полягає саме в поширенні медіа коду як основного джерела інформації.

Також одними із можливостей розвитку українського театру є питання бренду. Попросту кажучи, музеї і театри необхідні переглянути свою роль на ринку і активно впроваджувати маркетингові стратегії для збільшення потоку відвідувачів, підвищення лояльності постійних гостей, і не в останню чергу – збільшення прибутку. Дослідження багатьох науковців в галузі музейного брендингу показали, що брендинг і айдентика культурних інститутів допомагає сформувати у споживачів необхідні асоціації щодо їхніх продуктів, а також підвищити інтерес і лояльність. Тобто від того, як театр буде представлений візуально, залежить його популярність.

Отже, можна підвести підсумок, що сучасний український театр за минуле десятиліття не тільки не відійшов від залучення медіа засобів у вистави, але й почав проникати в інші форми театру, ускладнюючи техніку та розширюючи власні можливості.

Висновки до третього розділу

Розглянули вплив медіа ресурсів на розвиток українського театру: роль медіа-ресурсів у сучасному театральному середовищі, а саме вплив телебачення на театральну культуру, роль інтернет-платформ популяризації театральних вистав та використання соціальних медіа для залучення аудиторії до театральних подій; виклики та можливості медіа для українського театру.

Українська театральна культура в сучасному світі сильно позначилася впливом медіа, зокрема телебачення та соціальних мереж. Театри активно використовують ці медіа-платформи для просування, залучення аудиторії та впливу на глядачів. Соціальні медіа, зокрема Facebook, Instagram та YouTube, стали необхідним інструментом для комунікації театрів з аудиторією. Вони дозволяють проводити онлайн-трансляції вистав, взаємодіяти з глядачами, публікувати анонси, новини та інше. Такий використання медіа сприяє популяризації театральних подій та розширенню аудиторії. Важливою є інтеграція медіа-технологій в самі театральні вистави, що робить їх більш інтерактивними та сучасними. Таким чином, медіа мають суттєвий вплив на розвиток і зміну української театральної сцени.

Також використання соціальних медіа для залучення аудиторії до театральних подій є надзвичайно важливою та ефективною стратегією в епоху цифрової комунікації. Це дозволяє театрам побудувати ближчі стосунки зі своєю аудиторією, пропонуючи інтерактивність та інформативність. Медіа є всеохоплюючим середовищем, яке визначає існування людини, напрям її діяльності, думок, світогляду тощо. Воно започатковує і диктує суспільству нові тренди, захоплення та переконання. Медіа проникає у всі сфери практик і галузь культури не є виключенням. Розглянувши теоретичні засади становлення театру у Західній Європі і дослідивши становлення та розвиток театральної журналістики ми дійшли висновку, що театральна журналістика пройшла досить довгий шлях розвитку і перетворень, сформувавши певне уявлення про себе та вибудувавши інтерес і довіру.

Широкий спектр інструментів, від соціальних мереж до відеоконтенту та рекламних кампаній, допомагає театрам залучати нових глядачів та підтримувати існуючу аудиторію. Соціальні медіа стають не тільки засобом реклами, але й платформою для спілкування, взаємодії та залучення глядачів до унікального світу театру.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Розглянуто та проаналізовано основні поняття та теоретико-методичні засади дослідження театрального менеджменту в Україні і вплив медіа ресурсів на розвиток театру.

Також, нами було проведено аналіз теоретичних аспектів управління театральним менеджментом. Розкрито основні принципи та концепції, що лягли в основу цього процесу. Встановлено, що театральний менеджмент є складною та багатогранною сферою, яка вимагає комплексного підходу та використання сучасних управлінських інструментів. Театрального менеджменту в незалежній Україні зазнав як певних викликів, так і позитивних змін. З'явилися нові театри, режисери та актори, які допомогли розвивати та збагачувати театральну сцену. Однак, існували проблеми недостатньої професійної підготовки кадрів та обмеженого репертуару в багатьох театрах.

Також було досліджено функціонування незалежних театрів в соціокультурному просторі України. Ми з'ясували, що існує різноманітність театрів за формою власності та специфікою діяльності. Визначено, що незалежні театри зазнають фінансових труднощів та потребують пошуку нових шляхів фінансування та розширення аудиторії.

Незалежні театри в Україні мають різні форми власності та специфіку діяльності. Також було відзначено, що ці театри стикаються з фінансовими труднощами та потребують пошуку нових джерел фінансування та розширення аудиторії. Ця частина дослідження розкриває виклики, які стоять перед незалежними театрами в сучасному соціокультурному контексті.

Проаналізували та дослідили різні аспекти організації менеджменту сучасних театрів України. Провели аналіз структури театральних організацій, де було виявлено різні аспекти організаційного побудови, від виконавчого директора до художнього колективу та адміністративного персоналу. Підкреслена важливість гнучкості та адаптації структури до потреб і завдань конкретного театру.

Також нами було розглянуто правові аспекти театрального менеджменту, визначивши їхню важливість для забезпечення функціонування театрів відповідно до законодавства України. Виявлено, що правові рамки регулюють управлінські аспекти, фінансові питання та взаємовідносини з іншими суб'єктами культурної сфери.

Управління театральними ресурсами, що були розглянуті у третьому підрозділі, виявилися складним завданням, вимагаючи ефективного розподілу фінансових, матеріальних та людських ресурсів. З'ясовано, що оптимальний баланс між витратами та доходами дозволяє театрам успішно виконувати свою мету та завдання.

Менеджмент театральних проєктів, який ми розглянули, виявився критичним для втілення творчих ідей та концепцій у реальність. Описані етапи планування, виконання та контролю над проєктами, а також наведені приклади успішно реалізованих проєктів, наголосили на важливості системного підходу та управлінських навичок.

Також, виявлено, що активна взаємодія з громадськістю сприяє підвищенню обізнаності про діяльність театру, привертає нову аудиторію та сприяє збільшенню інтересу до театрального мистецтва. Спонсорська підтримка відкриває додаткові можливості для фінансового забезпечення та реалізації проєктів, що сприяє стабільному розвитку театрів.

Розглянули вплив медіа ресурсів на розвиток українського театру: роль медіа-ресурсів у сучасному театральному середовищі, а саме вплив телебачення на театральну культуру, роль інтернет-платформ популяризації театральних вистав та використання соціальних медіа для залучення аудиторії до театральних подій; виклики та можливості медіа для українського театру.

Українська театральна культура в сучасному світі сильно позначилася впливом медіа, зокрема телебачення та соціальних мереж. Театри активно використовують ці медіа-платформи для просування, залучення аудиторії та впливу на глядачів. Соціальні медіа, зокрема Facebook, Instagram та YouTube, стали необхідним інструментом для комунікації театрів з аудиторією. Вони

дозволяють проводити онлайн-трансляції вистав, взаємодіяти з глядачами, публікувати анонси, новини та інше. Такий використання медіа сприяє популяризації театральних подій та розширенню аудиторії. Важливою є інтеграція медіа-технологій в самі театральні вистави, що робить їх більш інтерактивними та сучасними. Таким чином, медіа мають суттєвий вплив на розвиток і зміну української театральної сцени.

Також використання соціальних медіа для залучення аудиторії до театральних подій є надзвичайно важливою та ефективною стратегією в епоху цифрової комунікації. Це дозволяє театрам побудувати ближчі стосунки зі своєю аудиторією, пропонуючи інтерактивність та інформативність. Широкий спектр інструментів, від соціальних мереж до відеоконтенту та рекламних кампаній, допомагає театрам залучати нових глядачів та підтримувати існуючу аудиторію. Соціальні медіа стають не тільки засобом реклами, але й платформою для спілкування, взаємодії та залучення глядачів до унікального світу театру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми організації театральної справи : тематичний зб. наук.праць / Київський ін-т театрального мистецтва ім. І.К.Карпенка-Карого ; ред. І. Д. Безгін. Київ. 1994. 169 с.
2. Безгін І. Д. Мистецтво і ринок: Нариси. Київ: ВВП «Компас», 2005. 544 с.
3. Безклубенко С.Д. Проблеми театрального мистецтва як суспільного художнього виробництва, або «мануфактура» в епоху домінування індустрій URL:file:///C:/Users/User/Downloads/219279-Текст%20статті-497965-1-10-20201221.pdf (дата звернення: 25.07.2023).
4. Башнянин Г. І. Політична економія : підруч / Г. І. Башнянин, П. Ю. Лазур, В. С. Медведєв К. : Ніка-Центр, 2000. 526 с.
5. Беньямін В. Мистецький твір у добу своєї технічної відтворюваності / Пер. із нім. Ю. Рибачук, Н. Лозинська./ Вибране. Львів: Літопис, 2002. С. 53–97.
6. Бендлер Дж. Інтерв'ю з Кері Перлофф. Мистецтво в Америці. 2007. №3. С. 30-31.
7. Вороний М. Театр і драма / М. Вороний. К. : Мистецтво, 1989. 408 с.
8. Васильєв С. Український театр від Союзу до Майдану. Сучасне мистецтво. 2014. Вип. 10. С. 50-57.
9. Вівсяна І., Кравець Н. Український театр між традиціями та вимогами майбутнього / Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії: зб. наук. пр. Київ: ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2007. Вип. 7. С. 144-147.
10. Веселовська Г. І. Сучасне театральне мистецтво: навчальний посібник. Київ: НАКККиМ, 2014. 143 с.

11. Глядач і театр: соціодинаміка взаємовідносин : соціол. дослідж. за наук. темою "Шляхи удосконалення організаційно-творчої діяльності київських театрів і формування глядацької аудиторії" / І. Д. Безгін [и др.]. Київ. Компас, 2006. 368 с.
12. Глушук І. Менеджмент проектів у культурній сфері. Київ: Видавництво Київського національного університету культури і мистецтв, 2021. 120 с.
13. Галушак М. Правові аспекти культурного менеджменту. Київ: Юрінком Інтер, 2016. 514 с.
14. Горбачук О. Культурна політика та культурний менеджмент в Україні: проблеми і перспективи. Київ: Видавництво "Слово", 2017. 174 с.
15. Ги Дебор. Общество спектакля / перев. Б. Немана. URL: https://avtonom.org/old/lib/theory/debord/society_of_spectacle.html?q=lib/theory/debord/society_of_spectacle.html (дата звернення: 23.10.2023)
16. Дутчак Г. О. Державна політика України у галузі театрального мистецтва (1917-2000 рр.): автореф. дис. канд. іст. наук: 17.00.01. Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького. Черкаси, 2004. 20 с.
17. Джерело Н. Організаційна структура в сучасному театрі: аналіз та практика. Київ: Видавничий дім "Слово", 2020. 198 с.
18. Джонс Т. Управління людськими ресурсами: концепції, практика, перспективи. Київ: Видавничий дім "Слово", 2019. 338 с.
19. Драгунов В. Психологія управління. Київ: Видавничий дім "Слово", 2018. 289 с.
20. Добрава С. Новітні підходи у вивченні інтернет-телебачення. Теле- та радіожурналістика. 2015. № 15. С. 162–167.
21. Журнал «Театр» : веб-сайт. URL: <http://oteatre.info/issues/> (дата звернення 12.09.2023)
22. Зайцева І. Є. Мюзикл і рок-опера як поліфункціональні мистецькі жанри. Молодий вчений. № 11 (51). 2017. С. 543-548.

23. Затверджені стандарти вищої освіти. МОН України : офіційний вебпортал. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/visha-osvita/naukovo-metodichna-radaministerstva-osviti-i-nauki-ukrayini/zatverdzeni-standarti-vishoyi-osviti> (дата звернення: 25.07.2023).

24. Закон України «Про театри і театральну справу» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2005, № 26, ст.350){Із змінами, внесеними згідно із Законами № 3421-IV від 09.02.2006, ВВР, 2006, № 22, ст.199 N 5461-VI від 16.10.2012, ВВР, 2014, № 5, ст.62 № 406-VII від 04.07.2013, ВВР, 2014, № 20-21, ст.712 № 911-VIII від 24.12.2015, ВВР, 2016, № 5, ст.50 № 955-VIII від 28.01.2016, ВВР, 2016, № 10, ст.103}.

25. Ілляшенко С.М., Рудь М.П. Новітні види маркетингу в умовах випереджаючого розвитку: еволюція, сутність, умови застосування. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство, 2019. Вип. 24, Ч 2. С. 37-42.

26. Іванова І. Структура театральних організацій: теорія і практика. Москва: АртЛайф Медіа, 2017. 236 с.

27. Кабула О. В. Становлення та розвиток українського театру: історико-педагогічний аспект. Культура України: збірник наукових праць. Мво культури України, Харк. держ. акад. культури / За заг. ред. В. М. Шейка. Харків: ХДАК, 2013. Вип. 44. С. 251–259.

28. Карпаш О.М. Театральні фестивалі в культурно-мистецькому житті України кінця ХХ – початку ХХІ століття: історія, типологія, тенденції розвитку. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата мистецтвознавства 26.00.01 – теорія та історія культури Івано-Франківськ. 2019. 18 с.

29. Кіцак Ю. Вайнштейн Л. Менеджмент творчих проєктів. Київ: К.І.С., 2017. С. 44-56.

30. Карпова І. Спонсорство та меценатство в культурі та мистецтві. Київ: Видавничий дім "Ін Юре", 2019. 214 с.

31. Коув К. Ефективний менеджмент: теорія та практика. Київ: Видавництво "Ексобук", 2020. С.23-28
32. Кравченко Ю. Сучасний культурний менеджмент. Київ: Видавництво "Либідь", 2018. . С. 72-91.
33. Кольбер Ф., Нантель Ж., Білодо С., Річ Дж.Деніс Маркетинг у сфері культури та мистецтв / Переклад з англ. С. Яринича. Львів: Кальварія, 2004. 240 с.
34. Корнієнко Н. Н. Український театр у переддень третього тисячоліття. Пошук (Картини світу. Ціннісні орієнтації. Мова. Прогноз). Київ: Факт, 2000. 160 с.:
35. Красильнікова О. В. Історія українського театру ХХ сторіччя: монографія. Київ: Либідь, 1999. 208 с.
36. Культурна політика та мистецька освіта: моделювання процесів /кол. авторів: кер. [Безгін О. І., Бернадська А. Є., Кочарян І. С., Успенська О. Ю.]. К.: Інститут культурології НАМ України, 2013. 176 с.
37. Кучин С. П. Впровадження принципів маркетингової діяльності в роботі організацій театрального мистецтва. Зовнішня торгівля: право, економіка, фінаеси. 2012. №3. С. 164-169
38. Курс для менеджерів культури. веб-сайт. URL: <http://creativemanagement.in.ua/#> (дата звернення 16.09.2023)
39. Кваско А. В., Сухорукова О. А., Григорова З. В. Сучасні методи медіадосліджень. URL: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/414773>(дата звернення 01.10.2023)
40. Впровадження принципів маркетингової діяльності в роботі організацій театрального мистецтва. URL: [http://zt.knute.edu.ua/files/2012/03\(62\)2012/3_12_23.pdf](http://zt.knute.edu.ua/files/2012/03(62)2012/3_12_23.pdf) (дата звернення: 25.07.2023)
41. Ленглі С. Театральний менеджмент і продюсерство. Американський досвід. Переклад з англ. за ред. І. Д. Безгіна. Київ : ВВП «Компас», 2000. 640 с.

42. Ларіна А. В. Особливості рекламного просування культурного продукту в системі маркетингу соціально-культурної сфери. APRIORI. Серія: Гуманітарні науки. 2015. № 4. С. 1-12.
43. Ляшенко І. Культурна політика України: історія, сучасність, перспективи. Київ: Видавництво "КМ Академія", 2021. 174 с.
44. Лягущенко Андрій Український театр. Видатні діячі та менеджмент Київ Мистецтво 2021. 495 с.
45. Медведєва А., Муравін Р. Сценічне мистецтво в період соціокультурних трансформацій. Педагогічна освіта: теорія та практика: Зб. наук. праць. Випуск 26 (1). Частина 2. 2019. С. 128-136.
46. Набатов С.М. Підготовка майбутніх фахівців театрального мистецтва в університетах США. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 015 – Професійна освіта (за спеціалізаціями) в галузі знань «Освіта/Педагогіка».. Київ 2021.321 с.
47. Неволов В.В., Пацунов В.П. Українське театральне мистецтво в контексті європейських міжнародних театральних фестивалів. URL: https://www.researchgate.net/publication/329994380_Ukrainske_teatralne_mistectvo_v_konteksti_evropejskih_miznarodnih_teatralnih_festivaliv (дата звернення: 25.07.2023)
48. Національна академія мистецтв веб-сайт. URL: <http://academia.gov.ua/00.htm> (дата звернення 02.08.2023.)
49. Національна спілка театральних діячів України : веб-сайт. URL: <https://nstdu.com.ua/union/>(дата звернення 02.08.2023.)
50. Приходько, Г.В. Трансформація організаційних форм культурномистецької сфери України в роки незалежності. Вісник Харківської державної академії культури. 2006. №17. С.10-26.
51. Павлова О. Ю. Візуальна культура та повсякденність доби постмодерну. Культура і сучасність. 2015. № 2. С. 30–35.4.
52. Про культуру : Закон України, док. № 2778-VI, ред. від 02.10.2021. Офіс Президента України : урядовий портал. URL:

<https://www.president.gov.ua/documents/2778vi-12448> (дата звернення: 25.07.2023).

53. Про театри і театральну справу : Закон України, док. № 2605-IV, ред. від 02.10.2021. База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2605-15#Тех> (дата звернення: 25.07.2023).

54. Про рекламу : Закон України від 11 липня 2003 р. № 1121-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>. (дата звернення: 25.07.2023)

55. Рейсс Алвін Г. Кеш ін. Як залучати кошти для мистецтва та просувати його в суспільстві / Переклад з англ. за ред. І.Д. Безгіна. К.: «ЕкспресПоліграф», 2010. 292 с

56. Основи законодавства України про культуру від 14 лютого 1992 р. № 2117–XII : зі змінами і доповн. Офіц. вид. Відомості Верховної Ради України. 1992.№ 21. С. 294.

57. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

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

59. Ситар Н. Театральне мистецтво України: становлення і розвиток. Київ: Видавництво "Видавничий дім Києво-Могилянської академії". 2019. 440 с.

60. Скиба-Якубова Іванна. Культурні менеджери — це різноробочі”. Частина III: Львів URL: https://lb.ua/culture/2021/09/09/493532_kulturni_menedzheri_tse.html (дата звернення: 25.07.2023)

61. Соболевська С.О. Культуротворча функція українського аматорського театру (кінець ХХ – початок ХХІ століття). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата культурології. 26.00.01 – теорія та історія культури. Київ 2021. 23 с.

62. Соловейчик В. А., Могилова А. Ю. Особливості розвитку маркетингу у сфері культури та мистецтв. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2016. Т. 21, Вип. 6. С. 106–109.

63. Станішевський Ю. Український театр кінця XIX – початку XX століть: проблеми енергетичної природи і становлення національного режисерського мистецтва. Нариси з історії театрального мистецтва України XX століття. Київ: Інтертехнологія, 2006. С. 11-82.

64. Скорик А. М. Мистецтво телекомунікації у полі культурознавства: проблема меж. Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. 2017. Вип. II (9). С. 9–14.

65. Театри. Енциклопедія сучасних знань України. URL: <https://esu.com.ua/chapter-Театри> (дата звернення: 25.07.2023)

66. Український театр: шлях до себе. Здобутки. Виклики. Проблеми. Аналітично-соціологічне дослідження. Київ. КЖД «Софія». 2018. 145 с.

67. Український театр: шлях до себе. Здобутки. Виклики. Проблеми_ / за ред. С. Васильєва. Київ: КЖД «Софія», 2008. 145 с. URL: https://nstdu.com.ua/wp-content/uploads/2019/02/Doslidjennya_UKR_PDF_Final.pdf (дата звернення: 12.10.2023) , 21–22

68. Український театр: шлях до себе. Здобутки. Виклики. Проблеми_ / за ред. С. Васильєва. Київ: КЖД «Софія», 2008. 145 с. URL: http://nstdu.com.ua/wp-content/uploads/2019/02/Doslidjennya_UKR_PDF_Final.pdf (дата звернення: 12.10.2023),

69. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль : Економічна думка, 2003. 326 с.

70. Чорна К. В. Використання жанру інфотейнмент в українських теленовинах, пошук нових засобів і прийомів гри та розваги в інформаційних програмах. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Мистецтвознавство. 2015. Вип. 32. С. 148–155.

71. Фоменко О. Громадськість та культура: соціокультурний аспект. Київ: Видавництво "Слово". 2018. 308 с.

72. Ярощук А. Юридичний менеджмент у сфері культури і мистецтва. Київ: Центр навчальної літератури. 2018. 88 с.
73. Benjamin W. Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt/Main : Suhrkamp, 1963 (Edition Suhrkamp ; 28). Ursprünglich auf Französisch erschienen in: zeitschrift für Sozialforschung, Jg. 5, 1936. URL: https://monoskop.org/images/7/7d/Benjamin_Walter_1936_1963_Das_Kunstwerk_im_Zeitalter_seiner_technischen_Reproduzierbarkeit.pdf.
74. Matthew Reason. "Independent Theatre in Contemporary Europe: Structures. Cultural Policy. 2018. pp. 288-314.
75. Sarah Johnson. The Role of Independent. Theaters in Contemporary Society. Theatre Journal. 2020. pp. 5-14.
76. Thompson J. B. The Media and Modernity. A Social Theory of the Media. Cambridge, Polity, 1995, 324 p.
77. Williams R. Television: Technology and Cultural Form. London, Ney York : Routledge Classics Publ., 2003, 172 p

ДОДАТОК А

ЗВІРАЇ

Пошук



Галичина

в Україні

у світі

штучка

наука

дискурси

минуле

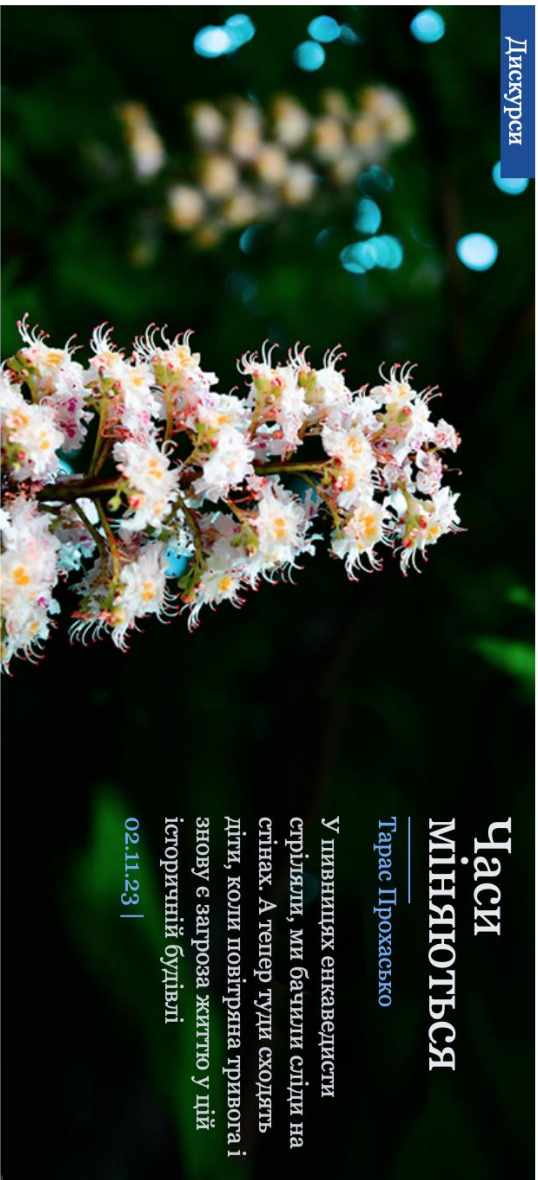
1897

1922

1947

*Без ядра горіх ніщо, так само як і людина без серця (Григорій Сковорода)*

Дискурси



Часи МІНЯЮТЬСЯ

Тарас Прохасько

У пивницях енкаведисти
стрільяли, ми бачили сліди на
стінах. А тепер туди сходять
діти, коли повітряна тривога і
знову є затрива життю у цій
історичній будівлі

02.11.23 |

Україна



617-й День війни Росії в Україні. Хроніка

О Н О В Л Ю Е Т Ь С Я

Сили оборони України продовжують ведення оборони на сході та півдні України, наступальної операції на Мелітопольському напрямку та наступальних дій на Бахмутському напрямку; протягом минулої доби відбулося 57 бойових зіткнень.

02.11.23 | Україна

ДОДАТКИ



632 публікацій 2 850 підписчиків 6 692 підписок

Сервіс TheatreLove

Театр перформативних мистецтв

- ◆ Змінюємо уявлення про театр.
 - ◆ Цікаві факти, підбірки вистав, відгуки, інтерв'ю, новини, події – читай цікаво про театр на сайті theatrelove
- 📍 [theatrelove/blog/chim-s-kava-lv-vska-nas-onalna-orega-v-d-roshatku-bud-vnistva-do-sogodennya](https://theatrelove.blog/chim-s-kava-lv-vska-nas-onalna-orega-v-d-roshatku-bud-vnistva-do-sogodennya)



Місяць Грузії



Опитування



Цікаві факти



Карантин



Флешмоб



Театри Укр...



Гороскоп

📄 ПУБЛІКАЦІЇ

🏷 ОТМЕТКИ



П'ятниця, 3 Листопада, 2023 Останні: [Театральний дайджест #2-3 \(59\)](#)

Театральна риболовля

Блог про театральне життя України

ВСЕ ПРО ПРОЄКТ

ТЕАТРАЛЬНА РИБОЛОВЛЯ



T-AВТОР

T-ПЕРЕГЛЯД

T-НОВИНИ

ФЕСТИВАЛІ

БАЗА ЗНАНЬ

НАВІГАТОР



T-DIGEST #6(62)

ДАЙДЖЕСТИ

Театральний дайджест #6 (62)

ЧЕРВЕНЬ
Фестиваль «Зірки Мельпомени»
Галенко - керівник Театру
Заньковецької, Харківський
драмтеатр без Пушкіна...

ЛИПЕНЬ
«Риболов» підсумки
Міністр Ткаченко - у відставку, в.о. мінікульт -
Карандеєв, Кропивницький скандальний
«на сьогоднішній день»...

СЕРПЕНЬ
...ного театру

DIGEST #6(62)

Театральний дайджест #6 (62)

📅 01.09.2023

Політ «Літачком» спокути

📅 09.05.2023

DIGEST #5(61)

Театральний

📅 01.08.2023

DIGEST #4(60)

Театральний

📅 01.07.2023



Про вистави



Про вистави

Політ «Літачком»
спокути

📅 09.05.2023 👤 Сергій

Винниченко

Маленька героїня вистави «Намалюй мені літак» вмовляє літнього пана почитати їй вчергове про Маленького принца. На що той намагається відмовитися,

«Легенди
Бахчисарая» –
казка,

маніфест,
інструментальна
модель Київського
театру юного глядача

📅 22.12.2021

Продюсерські та
мистецькі
уроки

«Школі року»

📅 18.09.2021

3
перегляну
того:
«Ріта».

Каталог театрів

[База знань](#)[Білорусь](#)[Греція](#)[Грузія](#)[Ізраїль](#)[Іран](#)[Італія](#)[Квитки](#)[Продюсерські та мистецькі уроки «Школі року»](#)[Німеччина](#)[Польща](#)[Португалія](#)[Росія](#)[США](#)[Туреччина](#)