

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕАТРУ, КІНО
І ТЕЛЕБАЧЕННЯ ІМЕНІ І. К. КАРПЕНКА-КАРОГО**

Факультет театрального мистецтва

Кафедра організації театральної справи імені І. Д. Безгіна

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему**

**«НАЦІОНАЛЬНИЙ ЦИРК УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.
АНАЛІЗ ГЛЯДАЦЬКОГО ПОПИТУ.»**

Студентки IV курсу заочної форми навчання
факультету театрального мистецтва
спеціальності 026 – «Сценічне мистецтво»
освітньо-професійної програми
«Організація театральної справи»
Захаренко Олени Ігорівни

Науковий керівник:
доцент, заслужений працівник культури
України
Білан Василь Вікторович

Київ 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛЯДАЦЬКОГО ПОПИТУ У СФЕРІ ЦИРКОВОГО МИСТЕЦТВА	8
1.1. Поняття та структура глядацького попиту у сфері культури	8
1.2. Особливості формування попиту на циркове мистецтво	15
1.3. Методи дослідження глядацького попиту у сфері циркового мистецтва	20
1.3.1. <i>Кількісні методи дослідження глядацького попиту</i>	21
1.3.2. <i>Якісні методи: інтерв'ю, фокус-групи, спостереження</i>	23
1.3.3. <i>Аналіз цифрових слідів: сайти, соціальні мережі, онлайн-платформи</i>	25
1.3.4. <i>Вибірка, етичні аспекти та обмеження дослідження</i>	26
1.3.5. <i>Комплексний підхід до дослідження глядацького попиту Національного цирку України</i>	27
РОЗДІЛ II. ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ЦИРКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	30
2.1. Вплив воєнного стану на діяльність закладів культури в Україні	30
2.2. Організаційно-творча діяльність Національного цирку України в умовах воєнного стану	34
2.3. Трансформація форматів роботи та взаємодії з аудиторією Національного цирку України	39
2.3.1. <i>Нові формати взаємодії: екскурсії, виставки, публічні події</i>	40
2.3.2. <i>Комунікаційні стратегії та цифрова присутність</i>	41
2.3.3. <i>Зміни в моделі глядацького досвіду</i>	43
2.3.4. <i>Благодійні, соціальні та партнерські проєкти</i>	44
2.3.5. <i>Вплив трансформацій на глядацький попит</i>	45
РОЗДІЛ III. АНАЛІЗ ГЛЯДАЦЬКОГО ПОПИТУ НАЦІОНАЛЬНОГО ЦИРКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	48
3.1. Загальна характеристика аудиторії та джерела емпіричних даних	48
3.2. Динаміка та структура глядацького попиту	51
3.3. Фактори впливу на відвідуваність та глядацькі уподобання	57
3.3.1. <i>Безпекові фактори</i>	58
3.3.2. <i>Соціально-психологічні фактори</i>	59
3.3.3. <i>Економічні фактори</i>	60
3.3.4. <i>Організаційно-сервісні фактори</i>	60
3.3.5. <i>Художньо-репертуарні фактори</i>	61
3.3.6. <i>Комунікаційно-інформаційні фактори</i>	62
3.3.7. <i>Соціально-демографічні та поведінкові характеристики</i>	63
3.3.8. <i>Узагальнення факторів</i>	64
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ	71
ДОДАТКИ	79

ВСТУП

У сучасних реаліях особливе значення мають дослідження, що стосуються аналізу діяльності мистецьких інституцій під час кризових історичних подій. У період воєнного стану культура проявляє себе не лише як сфера художнього виробництва, але й як важливий простір для забезпечення суспільної стійкості, символічної самоідентифікації, емоційного відновлення та налагодження зв'язків між інституціями та їхньою аудиторією. У цьому контексті Національний цирк України постає не тільки об'єктом аналізу його діяльності як окремого культурного закладу, а й важливим прикладом адаптації циркового мистецтва до викликів воєнного часу, зберігаючи при цьому свою актуальність в суспільстві.

Актуальність теми. Повномасштабна війна суттєво вплинула на функціонування культурного сектору України. Безпекові ризики, економічна нестабільність, внутрішня міграція населення та трансформація дозвіллєвих практик зумовили необхідність адаптації культурних інституцій до нових умов діяльності. За таких обставин особливого значення набуває дослідження глядацького попиту як одного з ключових індикаторів ефективності функціонування закладів культури та їхньої взаємодії з аудиторією.

Додаткова значущість теми полягає в оцінці глядацького попиту, який виступає ключовим індикатором життєздатності мистецької інституції. Він визначає суспільну затребуваність закладу, ефективність його комунікації з аудиторією та перспективи подальшого розвитку. Під час війни попит на культурні продукти не зникає, проте зазнає певної трансформації під впливом нових реалій, а саме: безпекових ризиків, економічної ситуації населення, психологічної напруги, зміни способів проведення дозвілля та переоцінки мотивації до відвідувань культурних заходів. Дослідження запитів глядачів на прикладі Національного цирку України дозволяє не лише оцінити його поточний стан, а й встановити загальні тенденції розвитку циркового мистецтва в сучасному соціокультурному середовищі України.

Науково-практична значущість дослідження посилюється ще й тим, що українське циркове мистецтво досліджене значно менше, ніж такі сфери культури, як театр, музика чи музейна справа. Хоча науковці розглядали історичний розвиток українського цирку, еволюцію форм вистав або технічні аспекти його діяльності, проблематика глядацького попиту на циркове мистецтво, особливо в умовах війни, залишається недостатньо розробленою. Ще більшою мірою це стосується аналізу Національного цирку України як специфічного об'єкта такого дослідження, з акцентом на його взаємодії з публікою, адаптації до кризових умов і перспектив подальшого розвитку глядацького інтересу у післявоєнний період.

Стан наукової розробленості обраної тематики представлений через дослідження українських і зарубіжних науковців, які аналізують глядацький попит, audience research, audience development та особливості взаємодії культурних інституцій із публікою. У їхніх роботах розглядаються питання культурного менеджменту, соціології культури, маркетингу мистецтва та аудиторних досліджень. Зокрема, важливими є дослідження, які стосуються методів аналізу аудиторії, основних факторів, які впливають на відвідуваність, моделей залучення глядачів та ролі культурної комунікації у створенні стабільної аудиторії у сфері виконавського мистецтва.

Щодо циркового мистецтва в Україні, його історії, трансформацій та сучасного стану, в українській науковій літературі порушено питання модифікації жанру, особливостей української циркової традиції, сценічної специфіки та викликів сучасності. Проте аналіз існуючих джерел свідчить про недостатню увагу до проблематики глядацького попиту Національного цирку України в умовах воєнного стану. Ця тема потребує детального міждисциплінарного вивчення, яке б інтегрувало теоретичні, організаційні й прикладні аспекти.

Теоретичну основу дослідження становлять праці українських та зарубіжних науковців у галузі культурології, соціології культури, мистецтвознавства, культурного менеджменту та маркетингу культурних

послуг. Окремий напрям досліджень присвячений функціонуванню культурних інституцій у кризових умовах та механізмам адаптації аудиторії до соціальних потрясінь.

Метою дослідження є всебічний аналіз глядацького попиту Національного цирку України в умовах воєнного стану. Це включає виявлення специфіки його формування, аналіз структури, динаміки, факторів впливу та перспектив розвитку у післявоєнний період.

Для досягнення мети **поставлено наступні завдання:**

- розкрити теоретико-методологічний зміст поняття «глядацький попит» у контексті культурної сфери та визначити його структурні характеристики;
- з'ясувати особливості формування глядацького попиту у сфері циркового мистецтва з огляду на його жанрову специфіку, соціокультурні та комунікаційні аспекти;
- охарактеризувати методи дослідження глядацького попиту у діяльності сучасних культурно-мистецьких інституцій, зокрема циркових;
- дослідити вплив воєнного стану на функціонування культурних закладів в Україні та окреслити основні зміни в організаційно-творчій діяльності;
- проаналізувати специфіку роботи Національного цирку України в умовах війни та визначити адаптаційні заходи для забезпечення його стійкості;
- вивчити зміну форматів роботи Національного цирку України та моделі взаємодії з аудиторією у складних соціальних умовах;
- описати характеристику цільової аудиторії Національного цирку України й визначити ключові джерела даних для емпіричного аналізу глядацького попиту;
- вивчити динаміку і структуру глядацького попиту у період воєнного стану;

- виявити чинники, що суттєво впливають на відвідуваність заходів і уподобання аудиторії цирку;
- намітити шляхи розвитку і підтримки інтересу глядачів до Національного цирку України в умовах післявоєнної відбудови.

Об'єктом дослідження є глядацький попит у сфері циркового мистецтва, розглянутий як соціокультурне явище.

Предмет дослідження зосереджено на вивченні процесів формування, динаміки, структури та впливів на глядацький попит Національного цирку України за умов воєнного стану.

У дослідженні використано низку загальнонаукових та спеціальних методів. Теоретичні методи, такі як аналіз, синтез, узагальнення, систематизація та порівняння, застосовувалися для аналізу наукової літератури, нормативних документів і аналітичних матеріалів, що формують теоретико-методологічну основу роботи. Історико-культурний метод дозволив дослідити специфіку розвитку циркового мистецтва в Україні та визначити місце Національного цирку України у сучасному культурному просторі. Системний підхід дав можливість розглядати глядацький попит як багатофакторне явище, обумовлене художніми, соціальними, економічними, безпековими та комунікаційними чинниками.

Аналітичний метод став у нагоді для дослідження діяльності Національного цирку України в умовах воєнного стану, а також для узагальнення емпіричних даних про особливості його взаємодії з аудиторією. Методи соціокультурного та аудиторного аналізу застосовувалися при оцінці структурних змін у глядацькому попиті, його динаміки, мотиваційних аспектів і потенційних шляхів розвитку.

Наукова новизна результатів полягає в тому, що вперше проведено комплексний аналіз глядацького попиту діяльності Національного цирку України в умовах воєнного стану в якості цілісного соціокультурного феномену. Уточнено зміст поняття «глядацький попит» у контексті специфічних кризових соціальних умов. Розширено підходи до аналізу

циркової аудиторії через інтеграцію культурологічних, організаційних і комунікаційних аспектів. Виявлено трансформації у форматах діяльності Національного цирку України і доведено, що навіть в умовах воєнного стану запит на циркове мистецтво зберігається: він адаптується до нових реалій, стаючи більш динамічним, сегментованим та чутливим до змін у сфері безпеки та психологічної стабільності.

Практична значущість отриманих результатів полягає у можливості використання ключових положень і висновків дослідження для вдосконалення діяльності Національного цирку України. Зокрема, це стосується ефективнішої роботи з глядачами, оптимізації комунікаційної стратегії, розробки програм лояльності, планування репертуарної та маркетингової політики, а також формулювання практичних рекомендацій щодо стимулювання розвитку глядацького інтересу в умовах післявоєнного відновлення. Крім того, результати дослідження можуть бути корисні в освітньому процесі при викладанні дисциплін, пов'язаних із мистецтвознавством, управлінням соціокультурною діяльністю, маркетингом у культурній сфері та вивченням аудиторії виконавських мистецтв.

Структуру роботи сформовано відповідно до визначеної мети, завдань і логіки дослідження. Кваліфікаційна робота включає вступ, три основні розділи, висновки до кожного з них, загальні підсумки, список використаних джерел інформації та додатки.

У першому розділі висвітлено теоретико-методологічні основи дослідження глядацького попиту в цирковому мистецтві.

Другий розділ присвячений аналізу діяльності Національного цирку України в умовах воєнного стану та змінам у форматах його функціонування.

У третьому розділі розглянуто характеристики глядацької аудиторії, її динаміку, структуру, чинники впливу та перспективи розвитку попиту на послуги Національного цирку України.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛЯДАЦЬКОГО ПОПИТУ У СФЕРІ ЦИРКОВОГО МИСТЕЦТВА

1.1. Поняття та структура глядацького попиту у сфері культури

У сучасних умовах перебудови соціокультурного простору дослідження механізмів формування та реалізації глядацького попиту набуває особливого значення, адже саме він виступає одним із ключових показників ефективності діяльності культурно-мистецьких інституцій. Зростання конкуренції у сфері розваг, стрімкий розвиток цифрових платформ, а також вплив кризових явищ, зокрема війни, вимагають глибокого осмислення природи споживчого інтересу до культурного продукту та аналізу його специфіки.

Глядацький попит у культурі доцільно розглядати як багатогранну соціокультурну категорію, яка відображає сукупність потреб, мотивацій, інтересів і поведінкових практик аудиторії у процесі споживання мистецьких продуктів. [2, с. 28] Він вирізняється своєю складною природою і поєднує економічні, соціологічні та культурологічні аспекти, що в свою чергу робить його предметом міждисциплінарного вивчення. На відміну від традиційних економічних теорій попиту, де визначальними факторами є ціна та дохід споживача, у сфері культури особливу вагу мають нематеріальні чинники, а саме – рівень культурного капіталу, система цінностей особистості, досвід взаємодії з мистецтвом та емоційні очікування.

Важливою особливістю глядацького попиту є його мінливість. У культурній сфері попит не є постійним – він динамічно змінюється під впливом різноманітних соціальних, економічних та політичних факторів. Наприклад, під час кризових періодів, таких як війна, змінюються не лише кількісні показники відвідуваності мистецьких заходів, але й якісні риси аудиторії: її пріоритети, мотивація та готовність брати участь у культурному житті зазнають трансформацій.

Наукові джерела нерідко визначають глядацький попит як результат взаємодії між пропозицією культурного продукту та характеристиками

аудиторії. Однак у мистецькому контексті ця взаємодія має двосторонню природу: культурні інституції не лише реагують на вже сформовані запити публіки, але й впливають на їхнє формування. Засобами репертуарної політики, продуманої комунікації, освітніх програм та маркетингових стратегій вони можуть змінювати або розширювати інтереси своїх глядачів, створюючи новий вектор запитів і тенденцій.

Особливістю глядацького попиту є його символічний вимір. Споживання культурного продукту часто пов'язане не лише з отриманням задоволення, а й із бажанням самовираження, соціальної ідентифікації та підвищення власного культурного статусу. У цьому контексті варто згадати концепцію культурного капіталу П'єра Бурдьє, яка наголошує, що участь у культурному житті є не просто способом проведення вільного часу, а й інструментом соціального позиціонування. [58] Отже, формування глядацького попиту відбувається не тільки під впливом індивідуальних вподобань, а й з урахуванням впливу соціального оточення.

Вивчення структури глядацького попиту дозволяє виокремити ключові його компоненти та зрозуміти взаємозв'язки між ними. Одним із таких компонентів є потенційний попит: це інтерес до культурного продукту серед осіб, які, втім, не відвідують заходи через певні причини. Ця складова особливо важлива для стратегічного планування роботи культурних інституцій, оскільки вона потенційно вказує на можливості розширення аудиторії.

Нереалізація потенційного попиту може мати різні причини, зокрема економічні труднощі, брак інформації, недостатньо розвинену інфраструктуру або проблеми безпеки. Останній фактор набуває особливого значення в умовах воєнного стану, оскільки ризики відвідування масових заходів прямо впливають на поведінку потенційної аудиторії.

Ще одним важливим компонентом є реалізований попит, що відображає фактичну присутність публіки на культурних подіях: цей показник є найбільш вимірюваним і нерідко використовується як базовий критерій оцінки

ефективності діяльності закладів культури. Вивчення реалізованого попиту зазвичай включає аналіз кількості відвідувачів, заповнюваності залів, частоти повторного відвідування та соціально-демографічної структури аудиторії. [3, с. 47] Проте зосередженість лише на цьому аспекті може обмежувати розуміння загальної картини споживання культури, оскільки без урахування потенційного та відкладеного попиту важко повністю оцінити ефективність комунікаційних стратегій та виявити бар'єри, які перешкоджають збільшенню аудиторії.

Відкладений попит заслуговує окремої уваги. Ця категорія відображає ситуації, коли людина має намір скористатися культурною пропозицією, але відкладає цей намір на невизначений час. Такий вид попиту стає особливо актуальним у складних соціально-економічних ситуаціях. У контексті воєнного стану до відкладеного попиту можуть призводити страхи за безпеку, психологічний дискомфорт чи зміни у пріоритетах.

Одним із центральних методів аналізу глядацького попиту є сегментація аудиторії. [5] Вона дає змогу групувати споживачів за певними характеристиками і визначати особливості кожної категорії. Найбільш поширеними критеріями сегментації є соціально-демографічні (вік, стать, рівень освіти), економічні (рівень доходу), поведінкові (частота участі в культурному житті, тип споживання) та психографічні (цінності, стиль життя).

У сфері циркового мистецтва процес сегментації аудиторії має власні специфічні особливості: традиційно циркова діяльність спрямована на широку аудиторію, яка охоплює дітей, молодь та дорослих. Водночас різноманітні вікові групи демонструють різний мотиваційний характер відвідування циркових вистав. Для дітей це переважно розважальний аспекти та яскраве емоційне переживання, тоді як для дорослих – це спосіб провести час із родиною, ностальгія або інтерес до видовищного мистецтва як такого.

Спираючись на досвід роботи у Національному цирку України, варто зазначити, що глядацький попит формується не лише через якісний художній продукт, але й через належний рівень організаційного забезпечення. Серед

ключових факторів, які впливають на популярність вистав, можна виділити доступність квитків, ефективність комунікації із потенційною аудиторією, якість обслуговування, комфорт перебування у закладі, а також загальне емоційне враження від заходу. Отже, глядацький попит є результатом багатогранної взаємодії між творчим потенціалом і управлінськими рішеннями, які визначають успішність функціонування культурної установи.

Додатково важливу роль у формуванні глядацького попиту відіграє інформаційне середовище. Сучасні цифрові технології помітно трансформують способи споживання культурного продукту, відкриваючи нові можливості для залучення аудиторії. [23, с. 44] Соціальні мережі, онлайн-платформи та засоби цифрового маркетингу стають інструментами формування інтересу і залучення потенційних відвідувачів. У цьому контексті рівень глядацького попиту значною мірою залежить від ефективності комунікацій між культурними установами та їхньою аудиторією. Окрім того, суттєвий вплив на структуру і динаміку попиту здійснюють макросоціальні фактори, а саме: економічна ситуація, рівень доходів населення, державна культурна політика та соціальна стабільність у суспільстві. У період криз ці чинники часто змінюють споживчі пріоритети, що, відповідно, позначається на діяльності культурних організацій. [20, с. 33]

Отже, глядацький попит у культурній сфері є складною багаторівневою структурою, формування якої зумовлене впливом численних перемінних. Для його аналізу необхідний комплексний підхід, який поєднує економічні обчислення, соціологічні методи дослідження та культурологічну рефлексію. Глибоке розуміння структурних особливостей і механізмів взаємодії цих факторів є визначальним для ефективного управління закладами культури в умовах сучасної нестабільності та суспільних трансформацій.

Тема диференціації глядацького попиту у сфері культури є ключовою для дослідження сучасних моделей споживання культурного продукту, особливо у порівнянні з класичними механізмами ринкового попиту в економіці. Якщо у традиційній економічній теорії попит визначається через взаємозалежність

ціни та обсягу продажів товару, що дозволяє формувати відносно лінійну модель споживацької поведінки, у культурній сфері цей підхід нерідко виявляється негнучким і не здатним адекватно враховувати багатомірність мотивації аудиторії. [25, с. 8] Хоча ціна квитка відіграє значну роль, вона нечасто виступає вирішальним фактором у прийнятті рішення щодо участі в культурній події. Нематеріальні аспекти, такі як престиж закладу культури, його історична значущість, унікальність заходу, а також емоційні та символічні очікування, суттєво впливають на поведінку споживачів. Розглядаючи Національний цирк України як одну з головних культурних інституцій країни, можна спостерігати дану специфіку попиту. У цьому контексті економічні аспекти тісно переплітаються з емоційними та ціннісними складовими. Для багатьох глядачів відвідування циркових вистав набуває сенсу сімейної традиції, яка пов'язана зі спогадами дитинства, передачею культурних практик через покоління і формуванням особливого емоційного ставлення до циркового мистецтва. При цьому рішення про придбання квитка нерідко обумовлено не раціональним аналізом, а бажанням зберегти знайому позитивну атмосферу або створити незабутній досвід для дітей.

Ще однією суттєвою особливістю глядацького попиту на культурний продукт є вплив факторів ризику та непередбачуваності. На відміну від споживчих товарів, результат взаємодії з мистецьким твором не може бути заздалегідь повністю передбаченим, оскільки ступінь задоволення глядача залежить від суб'єктивного сприйняття і часто є змінною величиною. [35, с. 5] Це в свою чергу обумовлює критичну важливість довіри до культурної інституції та її авторитету. У випадку Національного цирку України багаторічний накопичений символічний капітал відіграє ключову роль у зниженні так званого «естетичного ризику», сприяючи стабілізації глядацького попиту навіть під час соціальної нестабільності.

На сучасному етапі глядацький попит доцільно розглядати не лише як пасивний процес реагування на існуючу пропозицію, але й як об'єкт активного управління. З точки зору культурного менеджменту та маркетингу культурна

інституція має можливість впливати на формування, коригування і розширення попиту шляхом системної роботи з аудиторією, а ефективними інструментами для цього можуть бути розробка продуманої репертуарної стратегії, яка враховує потреби різних сегментів глядачів, запровадження програм лояльності, активну інформаційну діяльність у медіапросторі; а також співпрацю з освітніми та громадськими організаціями для створення спільних проєктів. [37, с. 30]

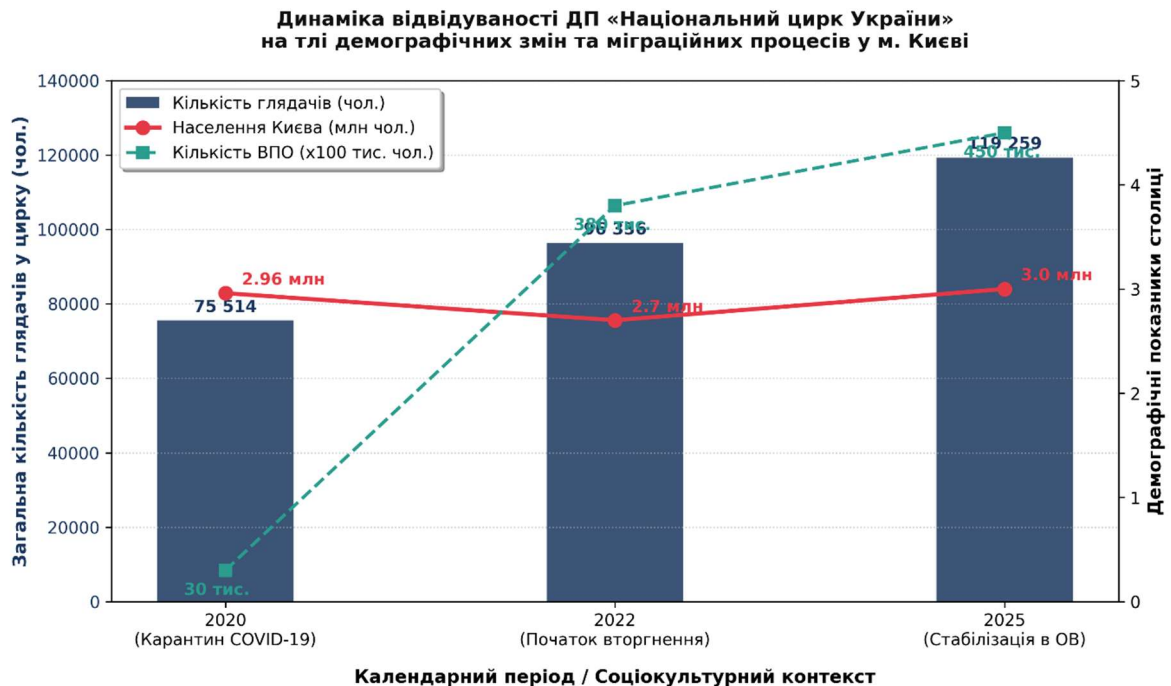
Останні сім років Національний цирк України демонструє важливий приклад культурної інституції, де взаємодія художніх, організаційних і комунікаційних складових безпосередньо впливає на формування глядацького попиту. З одного боку, цирк залишається вірним класичній моделі репертуару, орієнтованому на сімейного глядача та широку аудиторію. [26] З іншого боку, сучасні ринкові реалії та зміни культурних звичок вимагають пошуку й реалізації нових форматів, таких як тематичні програми, спеціальні покази для окремих аудиторій, благодійні ініціативи та соціальні проєкти. Це дає змогу залучати нових глядачів та адаптовувати вже існуючий попит до нових умов і очікувань.

При цьому надважливою стає концепція розвитку аудиторії, яка в європейській практиці трактується як стратегічна діяльність, спрямована не лише на збільшення кількості відвідувачів, але й на зміцнення зв'язку з ними. Це також передбачає підвищення їхньої зацікавленості та культурної обізнаності. Для таких інституцій, як Національний цирк України, це означає трансформацію уявлення про глядача, який перестає бути пасивним споживачем і стає активним партнером у створенні спільного культурного продукту.

Відтак глядацький попит у цьому контексті постає не лише економічним показником. Він служить своєрідним індикатором якості комунікації між закладом і суспільством. Його коливання можуть свідчити не тільки про зміну фінансових можливостей населення або доступності послуг, а й про рівень довіри до установи та відповідність репертуару очікуванням різних сегментів

аудиторії. Тому для керівництва і адміністративного персоналу, зокрема головного адміністратора, систематичний аналіз цих змін стає важливим інструментом для прийняття ефективних управлінських рішень.

Упродовж останніх років специфіку глядацького попиту в Національному цирку України варто оцінювати через призму кількох кризових факторів. Один із них – наслідки пандемії, яка призвела не лише до значного зниження відвідуваності через карантинні обмеження, але й до трансформації традиційних моделей дозвілля. Наступною складовою стала повномасштабна війна та запровадження воєнного стану, які додали нових викликів. Вони позначилися на мобільності населення, емоційному стані громадян і готовності брати участь у масових заходах. У цих умовах поведінка аудиторії щодо циркових заходів стала амбівалентною: частина людей уникає відвідувань через безпекові чи фінансові причини, водночас зростає потреба у мистецтві як засобі емоційної терапії та відновлення почуття стабільності й гармонії, особливо для дітей та сімей.



Ефективне управління глядацьким попитом за таких складних обставин вимагає від адміністрації цирку високого рівня адаптивності. Це включає оперативне коригування розкладу вистав, реалізацію додаткових заходів безпеки, створення спеціальних програм для окремих категорій (наприклад,

внутрішньо переміщених осіб або дітей військовослужбовців), а також активне використання цифрових платформ для комунікації з публікою. Усе це сприяє не лише утриманню існуючої аудиторії, але й формуванню нових каналів взаємодії, які відповідають сучасним викликам і потребам суспільства.

У структурі глядацького попиту Національного цирку України в умовах воєнного стану відбувається взаємодія між традиційними компонентами, такими як потенційний, реалізований та відкладений попит, а також сегментація аудиторії, і новими факторами, що виникли під впливом безпекових, психологічних та соціальних обставин. Така ситуація акцентує важливість системного аналізу глядацького попиту, який є ключовою передумовою для формування обґрунтованих управлінських рішень та розробки стратегічних підходів до діяльності установи в умовах кризи.

1.2. Особливості формування попиту на циркове мистецтво

Циркове мистецтво займає особливу нішу в сучасній культурній індустрії, органічно поєднуючи елементи театру, хореографії, музики, акробатики, клоунади та візуальних шоу. Попит на циркові вистави має характерну специфіку, що визначається як багатими історичними традиціями, так і сучасними змінами у культурі споживання аудиторії. Для глибшого розуміння механізмів формування цього попиту необхідно враховувати як загальні особливості культурних уподобань, так і унікальні риси самого цього виду мистецтва.

Історично цирк формувався як розвага доступна для широкої, соціально різноманітної аудиторії. Протягом тривалого часу його шоу сприймалися як універсальна форма відпочинку, зрозуміла людям незалежно від віку, рівня освіти чи соціального статусу. В Україні цирки, такі як Київський, Львівський, Одеський та інші стаціонарні майданчики, стали невід'ємною частиною міського культурного життя. Відвідування циркових вистав закріпилося як традиційна форма сімейного дозвілля. Цей історично осмислений статус «народного» мистецтва значною мірою визначає характер глядацького попиту,

який базується на комбінації видовищності, емоційного насичення та доступності. [68]

Особливістю попиту на циркове мистецтво є його «міжпоколіннєвий» характер. Значну частину аудиторії складають сім'ї, в яких дорослі, зберігаючи теплі спогади про власні дитячі відвідини цирку, прагнуть передати ці традиції своїм дітям. Саме так формується своєрідний ланцюг культурної спадкоємності: емоційний і пам'яттєвий заряд минулого стимулює нові візити до цирку. Для Національного цирку України ця особливість є надзвичайно важливою, адже заклад неодноразово ставав центром реалізації таких сімейних культурних практик.

Ще одним значущим аспектом формування попиту є особлива природа самої циркової вистави. На противагу драматичному театру, який зосереджений на літературній і образній складовій, основою циркового мистецтва є фізична експресія: ризиковані акробатичні трюки, технічна вправність і артистизм виконавців. Це в свою чергу створює унікальний ефект присутності тут і зараз, коли глядач разом із артистами переживає напругу, захоплення, радість чи полегшення. Інтенсивність таких емоцій пробуджує відчуття унікальності циркового досвіду, що стає запорукою багаторазового повернення до цього виду мистецтва. [16]

Циркове мистецтво завдяки своїй візуальній природі та мінімальній залежності від вербального компонента характеризується надзвичайною доступністю для різноманітних аудиторій, включаючи дошкільнят, людей з різним мовним і культурним походженням. Така універсальність контенту сприяє зниженню бар'єрів для залучення нових глядачів, що, у свою чергу, формує стабільний попит серед широких соціальних груп. У контексті діяльності Національного цирку України ця особливість проявляється в тому, що заклад приваблює як мешканців столиці, так і жителів інших регіонів України, включно з внутрішньо переміщеними особами. Для останніх цирк виконує важливу функцію: він створює умови для тимчасового психологічного

відпочинку та полегшення переживань, пов'язаних із травматичними наслідками війни.

Окремою характеристикою попиту на циркове мистецтво є його залежність від сезонних змін та календарних циклів. Значне збільшення цікавості до циркових заходів спостерігається під час святкових програм, таких як різдвяні шоу, шкільні канікули чи вихідні дні: у зазначені періоди активізується сімейна аудиторія, що безпосередньо впливає на інтенсивність продажу квитків. Національний цирк України активно використовує цю закономірність у своїй діяльності, впроваджуючи тематичні програми до зимових і весняних свят. Це не лише сприяє підвищенню рівня відвідуваності, а й зміцнює статус цирку як традиційного місця для святкових заходів і сімейного дозвілля.

Водночас слід зазначити, що попит на циркове мистецтво не є абсолютно стабільним або незмінним. Сучасні трансформації у сфері розважальної індустрії, виникнення нових форматів дозвілля, таких як мультіплекси-кінотеатри, інтерактивні парки чи цифровий контент, значно впливають на конкурентне середовище циркових організацій. Окрім того, розширення можливостей онлайн-розваг додатково ускладнює боротьбу за увагу аудиторії. Таким чином, здатність циркових інституцій до оновлення змісту і форм подання матеріалу набуває вирішального значення. Це в свою чергу включає створення нових візуальних рішень, актуальне музичне оформлення, впровадження сучасних режисерських стратегій та інтеграцію мультижанрових елементів—театру, хореографії, медіа-арту та інтерактивних технологій.

У світлі зазначеного попит на циркове мистецтво в Україні слід аналізувати через поєднання традиційних та інноваційних аспектів. [18, с. 50] З одного боку, значна частина глядацької аудиторії очікує збереження класичних елементів циркової культури: повітряної гімнастики, акробатики, клоунади, а подекуди й участі тварин у виставах. З іншого боку, молодше покоління глядачів прагне бачити у циркових шоу сучасну естетику,

новаторські сюжети, ефектні візуальні та технічні рішення, драматургічну складову та інтерактивний досвід. В умовах таких очікувань цирковим закладам важливо знаходити оптимальний баланс між збереженням традицій та впровадженням інноваційних практик задля задоволення різнобічних запитів аудиторії та забезпечення сталого розвитку цього виду мистецтва.

Аналізуючи особливості формування попиту на циркове мистецтво в Україні, необхідно враховувати як регіональний, так і національний контекст. Історичний розвиток українського цирку демонструє синтез європейських традицій та інституційного спадку радянської доби. [15] Упродовж останніх десятиліть циркове мистецтво активно інтегрується у міжнародні культурні процеси, зокрема через участь у фестивалях, гастрольних турне та навчальних програмах. Така динаміка позначається на очікуваннях публіки, яка прагне не лише «класичного» цирку, але й новітніх експериментальних форм.

Змінені суспільно-політичні умови воєнного часу в Україні внесли вагомі корективи у формування попиту на циркові програми. З одного боку, зовнішні чинники, як-от повітряні тривоги, обмеження пересування та економічні складнощі, виявляються стримувальними для масових заходів. З іншого боку, дослідження та журналістські аналітики акцентують на трансформації ролі цирку під час війни – він стає важливим простором для емоційної підтримки, психоемоційного відновлення та символом стійкості культурного життя. Відповідно, формуються нові мотивації відвідувачів, серед яких помітне місце займають довіра до закладу, відчуття безпеки на його території та бажання поділитися позитивними емоціями з близькими. [35, с. 6]

У цьому контексті діяльність Національного цирку України слугує показовим прикладом успішного продовження культурної роботи в екстремальних умовах. За наявності постійних ризиків, НЦУ не лише зберіг стабільний рівень відвідуваності своїх програм, а й демонструє тенденцію до її зростання. Медійні звіти свідчать, що вистави часто збирають переповнені зали. Основними причинами цього феномену є високий професійний рівень творчого колективу, модернізація технічних можливостей сцени та ефективна

комунікація з аудиторією, зокрема через чітко регламентовані заходи безпеки – створення укриттів, управління перервами під час тривоги тощо. Для багатьох глядачів важливою стає не лише потреба у розважальному проведенні часу, але й прагнення підтримати національну культурну інституцію, яка функціонує з урахуванням умов війни.

Значущою рисою сучасного попиту на циркове мистецтво в умовах конфлікту є зростання впливу соціально-благодійних аспектів роботи цирку. Організація спеціальних заходів для військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб та постраждалих громадян, а також благодійні ініціативи додають нового виміру до сприйняття цирку як інституції. Цирк сприймається не лише як осередок культурного життя, але й як активний учасник вирішення актуальних суспільних викликів. Така діяльність змінює структуру попиту: мотиви відвідування дедалі частіше лежать у площині солідарності та підтримки, доповнюючи традиційний формат особистого дозвілля.

З позиції менеджменту та маркетингу, процес формування попиту на циркове мистецтво передбачає комплексний підхід, орієнтований на взаємодію з різними сегментами аудиторії. Серед них можна виокремити сімейні групи, організовані дитячі колективи, молодь, дорослих глядачів, а також туристів. Кожен із цих сегментів характеризується специфічними очікуваннями, відмінностями у часових та фінансових можливостях, а також варіативністю каналів отримання інформації. Ефективна стратегія у цій галузі потребує ретельного сегментування аудиторії та застосування диференційованих підходів до комунікації. Зокрема, необхідними є адаптація репертуарних і цінових пропозицій, створення спеціалізованих форматів (наприклад, денні вистави для шкіл, вечірні вистави для дорослих або інтерактивні заходи із залученням глядачів).

Досвід європейських програм розвитку аудиторій у сфері циркового мистецтва свідчить, що активна робота з молоддю, підлітками та іншими новими категоріями глядачів часто здійснюється шляхом організації майстер-класів, воркшопів і освітніх ініціатив. У такому контексті цирк

репрезентується не лише як форма розваги, а й як важливий елемент освітньої інфраструктури. [37, с. 4]

Для Національного цирку України застосування такого підходу відкриває перспективи інтеграції традиційних форматів класичних циркових вистав із сучасними практиками роботи з аудиторією. Серед них можна виокремити організацію публічних заходів, екскурсій за лаштунки, зустрічей із виконавцями, участь у міських культурних ініціативах, а також активне використання можливостей медіапростору та соціальних мереж. Ці дії сприяють не лише збереженню існуючої аудиторії, але й поступовому залученню нових категорій глядачів, для яких циркове мистецтво раніше не було основним вибором вільного часу.

Таким чином, процес формування попиту на циркове мистецтво визначається низкою міждисциплінарних чинників. Серед яких – історична роль цирку як доступної та масової форми мистецтва, здатність звертатися до багатопоколінневої аудиторії, емоційна насиченість вистав, конкуренція зі зростаючою кількістю альтернативних форм дозвілля, вплив кризових суспільних обставин та активна позиція інституцій у сфері культурного менеджменту. У цьому контексті Національний цирк України виступає як взірцевий приклад циркового підприємства, яке вдало поєднує традиційні форми циркового мистецтва із сучасними підходами до залучення аудиторії. Такий симбіоз дозволяє не лише підтримувати стабільний рівень попиту, але й розвивати його навіть у складних умовах, зокрема під час воєнного стану.

1.3. Методи дослідження глядацького попиту у сфері циркового мистецтва

Дослідження глядацького попиту у сфері циркового мистецтва потребує впровадження комплексного підходу до визначення його особливостей, що передбачає використання різноманітних методів. [45] Ці методи мають забезпечувати не лише збір кількісних даних про відвідуваність, але й дозволяти глибоко дослідити мотиваційні фактори, очікування, емоційні реакції та поведінкові стратегії відвідувачів. Зважаючи на міждисциплінарний

характер цієї проблеми, методологія досліджень поєднує елементи економічного, соціологічного, культурологічного та управлінського аналізу, із активним залученням сучасних інструментів цифрової аналітики.

У науковій та прикладній літературі, що стосується аналізу аудиторії у галузі виконавських мистецтв, підкреслюється важливість застосування змішаного підходу (mixed methods). [45] Такий підхід має на меті отримання як узагальнених статистичних даних, так і глибокого розуміння індивідуального досвіду глядачів. Кількісні методи, такі як опитування, аналіз баз даних про продаж квитків або облік відвідуваності, надають можливість забезпечити репрезентативність дослідження та здійснювати порівняльний аналіз. Водночас якісні методи, як-от інтерв'ю, фокус-групи або спостереження, слугують для інтерпретації отриманих даних у контексті глядацьких мотивацій, цінностей та специфічних культурних практик.

У випадку Національного цирку України добір методів дослідження глядацького попиту повинен враховувати особливості цієї інституції. Як великий державний заклад, Національний цирк України має розгалужену систему організації показів, розвинену інфраструктуру продажу квитків та широку географію аудиторії. Це в свою чергу дозволяє систематизовано збирати як первинні дані (наприклад, за допомогою опитувань, інтерв'ю та спостережень), так і вторинну інформацію (зокрема, з касових звітів, статистики заповнюваності залу, даних електронних систем продажу квитків, а також аналітики вебресурсів і соціальних мереж).

1.3.1. Кількісні методи дослідження глядацького попиту

Основним кількісним методом у дослідженні аудиторії виконавських мистецтв є анкетування, яке надає можливість отримати стандартизовану інформацію про соціально-демографічний профіль глядачів, частоту відвідування подій, джерела отримання інформації, рівень задоволеності програмами та наміри щодо майбутніх візитів. У практиці такого аналізу широко використовуються структуровані анкети з перевагою закритих

запитань, що значно спрощує подальшу обробку даних та проведення статистичних досліджень.

В сучасних умовах особливої актуальності набувають онлайн-опитування, які здійснюються за допомогою спеціалізованих платформ, таких як Google Forms чи SurveyMonkey, і розповсюджуються через вебсайти, соціальні мережі та електронні розсилки установи. Порівняно з паперовими формами, онлайн-анкети дозволяють суттєво заощаджувати час та ресурси на збір й введення даних, полегшують їх аналіз і забезпечують швидкий зворотний зв'язок від респондентів. Проте такі формати мають деякі обмеження, зокрема доступ респондентів до інтернету, самообраність вибірки і менший контроль над умовами заповнення.

Для Національного цирку України доцільним є поєднання офлайн- та онлайн-анкетувань. Офлайн-опитування проводяться безпосередньо в приміщенні цирку перед та після вистав, що дозволяє працювати із реальною аудиторією конкретних програм. Водночас онлайн-анкети можуть охопити більш широку цільову групу, включаючи тих, хто відвідував цирк раніше чи лише планує це зробити, що дає змогу оцінити потенційний і відкладений попит.

Іншим важливим джерелом кількісних даних є аналіз продажу квитків і касової звітності. (Додаток Б) Використання власної електронної системи бронювання та купівлі дозволяє фіксувати низку важливих параметрів, а саме: кількість проданих квитків на кожну виставу, динаміку продажів у часі (наприклад, ранні чи пізні покупки), заповнюваність залів, розподіл місць за цінovими категоріями та частку пільгових або корпоративних замовлень. Такі дані дають змогу оцінювати середній чек, популярність окремих програм, сезонні зміни попиту та результати акцій чи спеціальних пропозицій.

В умовах воєнного стану аналіз касових і квиткових даних стає ще більш важливим, адже надає можливість врахувати вплив зовнішніх чинників, таких як пересування громадян, безпекові питання чи економічні труднощі. Порівняння показників різних періодів – сезонів, частин року з загостреними

чи стабільними умовами, святкових та буденних днів – дозволяє виявляти тенденції в адаптації поведінки глядачів до кризових обставин. У випадку Національного цирку України такі дослідження допомагають відстежувати зміни в складі аудиторії, зокрема частку киян у порівнянні із приїжджими гостями, частоту відвідувань організованими групами або сім'ями. (Додаток А)

До кількісних методів дослідження належить і застосування простих індикаторів лояльності та задоволеності аудиторії, таких як оцінка якості програми за бальною шкалою (наприклад, від 1 до 5 або 1 до 10), намір рекомендувати цирк знайомим та друзям (метрика, подібна до індикатора Net Promoter Score), а також частота повторних відвідувань протягом року. Зазначені індикатори надають змогу не лише визначити загальний рівень задоволеності глядачів, але й зіставити ці дані із впровадженими репертуарними рішеннями, організаційними трансформаціями чи проведеними маркетинговими заходами, що створює можливість для більш обгрунтованого ухвалення управлінських рішень.

1.3.2. Якісні методи: інтерв'ю, фокус-групи, спостереження

Поряд із застосуванням кількісних методів, які формують широку емпіричну базу, вивчення глядацького попиту у сфері циркового мистецтва передбачає використання якісних підходів. Такі методи орієнтовані на глибоке дослідження досвіду глядачів, їхніх мотивацій, емоційних реакцій і ціннісного ставлення до вистав. Серед найпоширеніших інструментів якісного дослідження виділяють напівструктуровані інтерв'ю, фокус-групові дискусії та спостереження (як неучасне, так і включене).

Напівструктуровані інтерв'ю є ефективним засобом для отримання детальної інформації завдяки комбінації заздалегідь визначеного набору запитань із можливістю гнучкого коригування ходу розмови. Це дозволяє дослідникам заглиблюватися в теми, що є значущими для респондентів. У контексті циркового мистецтва такі інтерв'ю можуть бути спрямовані на аналіз причин вибору цирку як форми дозвілля, очікувань від програми, вражень від конкретної вистави, ставлення до різних жанрів і номерів, а також оцінки

організаційних аспектів відвідування. Окрему увагу можна приділити інтерв'ю з батьками щодо сприйняття цирку їхніми дітьми, беручи до уваги, що саме дорослі приймають фінальне рішення про участь, керуючись очікуваною реакцією дітей.

Фокус-групові дослідження передбачають організацію дискусій у групах із 6–10 учасників, які мають спільні характеристики (наприклад, батьки з дітьми певного віку, підлітки, молоді дорослі чи постійні відвідувачі циркових вистав). Перевага цього методу проявляється у можливості виявлення не лише індивідуальних, а й спільнотих переконань, стереотипів, розбіжностей в оцінках та специфіки соціального формування значень, пов'язаних із цирковим мистецтвом. Для Національного цирку України застосування фокус-груп може мати важливе практичне значення, зокрема для тестування нових програмних концепцій, рекламних кампаній чи оцінки сприйняття змін у репертуарі або організаційних аспектах.

Спостереження також належить до значущих методів якісного дослідження, оскільки дозволяє оцінити поведінкову взаємодію глядачів до, під час і після вистави в реальних умовах. Це включає аналіз різних аспектів: організації та проходження черг, використання квиткових сервісів, навігації фойє, реакції на трюки, рівня залученості дітей і дорослих під час шоу, а також відпочинку в антракті чи використання мобільних пристроїв для фото- та відеозйомки. Включене спостереження, де дослідник сам бере участь як звичайний глядач, також забезпечує цінну інформацію для вдосконалення організаційних процесів і створення комфортного глядацького досвіду. [49]

У сучасних практиках досліджень аудиторії цирку дедалі ширше застосовуються комбіновані підходи. В рамках цієї стратегії якісні методи слугують для детальнішого аналізу окремих сегментів глядацької аудиторії, попередньо визначених за допомогою кількісної оцінки (наприклад, груп із різною частотою відвідувань або рівнем задоволеності). Такий підхід відповідає парадигмі змішаних методів, яка активно використовується в соціальних науках та у сфері виконавських мистецтв.

1.3.3. Аналіз цифрових слідів: сайти, соціальні мережі, онлайн-платформи

Аналіз цифрових слідів, які залишають глядачі в онлайн-просторі, стає важливим інструментом доповнення традиційних методів вивчення глядацьких уподобань. Це охоплює такі аспекти, як статистика відвідувань офіційного сайту установи, дані з онлайн-сервісів продажу квитків, активність на сторінках у соціальних мережах і відгуки на відповідних платформах. (Додаток В)

Завдяки цифровій аналітиці можна моніторити різноманітні показники: кількість унікальних користувачів, глибину перегляду сторінок, тривалість перебування на сайті, частоту переходів на сторінки з інформацією про окремі програми, а також кількість кліків на посилання для придбання квитків. У соціальних мережах досліджуються охоплення публікацій, рівень залученості (лайки, коментарі, поширення), динаміка збільшення кількості підписників і ефективність адресної реклами. Для Національного цирку України, який активно працює в цифровому просторі, такі дані стають ключовими індикаторами не лише актуального попиту, але й прогнозованого інтересу до майбутніх програм.

Оперативність є значущим аспектом аналізу цифрових даних: він дозволяє швидко фіксувати зміни у реакції аудиторії на новини, трейлери чи афіші буквально у режимі реального часу. Це відкриває можливість коригування стратегій комунікацій ще до початку показів. Наприклад, недостатній рівень зацікавленості до певних публікацій може сигналізувати про потребу у вдосконаленні рекламного повідомлення або покращенні пояснення змісту програми для потенційних глядачів. Навпаки, помітний інтерес до конкретних відео чи образів можна врахувати для акцентування на цих елементах у подальших комунікаціях. [58]

Однак цифрові методи також мають свої недоліки: вони здебільшого відображають поведінку користувачів у мережі і не завжди дозволяють точно оцінити, чи перетворюється онлайн-активність у реальні відвідування. Отже,

важливим є комбінування цифрового аналізу з даними про фактичний продаж квитків та результатами опитувань. Це надає змогу дізнатися, наскільки онлайн-канали вплинули на прийняття рішень щодо відвідування циркових програм.

1.3.4. Вибірка, етичні аспекти та обмеження дослідження

Невід'ємною частиною методології дослідження глядацького попиту є ретельне обґрунтування вибірки, дотримання етичних стандартів та усвідомлення наявних обмежень методів. Щоб результати дослідження були достовірними, необхідно забезпечити достатній розмір та різноманітність вибірки, яка б відображала основні сегменти аудиторії цирку. Сюди входять сімейні відвідувачі, організовані дитячі групи, молодь, доросла аудиторія і навіть потенційні відвідувачі.

Етична сторона передбачає добровільну участь людей в опитуваннях або інтерв'ю, отримання їх інформованої згоди, забезпечення конфіденційності даних і використання отриманої інформації виключно для дослідницьких чи управлінських цілей. Особливу увагу потрібно приділяти роботі з дітьми: у таких випадках опитування зазвичай проходять через батьків чи законних представників, а всі процедури мають бути якомога більш делікатними та безпечними.

Важливо також враховувати специфічні обмеження кожного методу. Наприклад, анкетування може бути залежним від соціально очікуваних відповідей або нерівномірної участі різних груп глядачів у заповненні анкет. Інтерв'ю та фокус-групи не гарантують статистичної репрезентативності, проте дозволяють виявляти основні тенденції та смислові моделі, які згодом варто перевіряти на ширшій вибірці. Аналіз цифрових даних відображає переважно поведінку глядачів, які активно використовують інтернет та соціальні мережі, що може спричинити певні викривлення структури вибірки.

[34, с. 110]

1.3.5. Комплексний підхід до дослідження глядацького попиту Національного цирку України

Зважаючи на вищезазначене, оптимальною стратегією дослідження глядацького попиту Національного цирку України є використання поєднання кількох методів, які гармонійно доповнюють одне одного. На практичному рівні це включає такі заходи:

- систематичний аналіз даних про продаж квитків та відвідуваність (кількість глядачів, структура продажів, сезонні коливання, цінові категорії);
- регулярне проведення анкетних опитувань серед глядачів як у залі, так і онлайн через офіційні цифрові канали цирку;
- організацію вибіркового глибинного інтерв'ю та фокус-груп із представниками різних категорій аудиторії;
- спостереження за поведінкою глядачів у фізичному просторі цирку до, під час і після вистав;
- аналіз відвідуваності офіційного сайту, активності на сторінках у соціальних мережах та зворотного зв'язку від користувачів в інтернеті.

Такий комплексний підхід відповідає сучасним тенденціям в дослідженні аудиторії у сфері виконавських мистецтв, де особлива увага приділяється не лише фіксації фактів відвідувань, але й аналізу емоційного досвіду глядачів і тривалих відносин між ними та культурною установою. [34, с. 109] Це набуває особливого значення для циркового мистецтва, адже саме інтенсивність і якість емоційного сприйняття багато в чому впливають на те, чи відвідувач захоче прийти знову та порекомендує виставу іншим.

Висновки до I розділу

Згідно поставлених завдань, у першому розділі було проведено глибокий аналіз теоретико-методологічних основ дослідження глядацького попиту у сфері циркового мистецтва. На базі узагальнення наукових підходів встановлено, що глядацький попит у культурній сфері є багатогранною категорією, яка формується на злитті економічних, соціокультурних,

психологічних та комунікаційних факторів. На відміну від попиту на звичайні товари чи послуги, в культурній сфері він визначається не лише основними економічними показниками, такими як ціна чи платоспроможність. У його структурі значну роль відіграють символічна цінність мистецького продукту, емоційні очікування аудиторії, її культурний капітал, а також рівень залученості до культурного життя. Цей висновок повністю узгоджується із сучасними концепціями досліджень аудиторії та підходами до її взаємодії з виконавськими мистецтвами.

У підрозділі 1.1. було детально розглянуто сутність і структуру глядацького попиту у сфері культури. Під час аналізу було виділено потенційний, реалізований і відкладений попит, а також враховано необхідність сегментації аудиторії за соціально-демографічними, поведінковими та ціннісними характеристиками. Доведено, що для культурних установ, зокрема для Національного цирку України, глядацький попит є не лише реакцією на існуючу пропозицію, але й об'єктом активного управління. Ефективне управління здійснюється через репертуарну політику, маркетингові інструменти, забезпечення високої якості сервісу та активну комунікацію з аудиторією.

У підрозділі 1.2. було розглянуто специфіку формування попиту саме на циркове мистецтво. Встановлено, що циркове мистецтво має унікальну модель споживання завдяки своїй універсальності сценічної мови, емоційній насиченості, видовищності та міжгенераційному охопленню аудиторії. Попит на циркове мистецтво базується на традиціях сімейного відвідування, високому рівні довіри до цирку як доступної форми дозвілля та сучасних запитах на візуальну новизну, режисерську цілісність і якість постановки. Особливо актуальним цей аспект стає в умовах війни, коли циркове мистецтво набуває додаткового значення як джерело емоційної підтримки, психологічної стабілізації та соціальної згуртованості.

У підрозділі 1.3. проведено детальний аналіз методів дослідження глядацького попиту у сфері циркового мистецтва. У результаті дослідження

встановлено, що найбільш ефективною стратегією є застосування комплексного підходу, який інтегрує кількісні та якісні методи, зокрема: аналіз касових і квиткових даних, проведення анкетних опитувань, інтерв'ю, спостережень, організацію фокус-груп, а також використання цифрових інструментів для аналізу сайту й активності в соціальних мережах. Аргументовано, що саме синтез зазначених джерел інформації дозволяє отримати цілісне уявлення про аудиторію: від чисельних характеристик до її мотиваційних основ, бар'єрів для відвідування, уподобань та каналів залучення. Особливу актуальність цей підхід має для Національного цирку України, оскільки в умовах воєнного стану глядацький попит характеризується динамізмом, високою чутливістю та залежністю від численних факторів.

Таким чином, у першому розділі виконано ключове теоретико-методологічне завдання дослідження – розроблено понятійний і аналітичний каркас для подальшого вивчення особливостей глядацького попиту на продукцію Національного цирку України. Визначено, що аналіз цього феномену має здійснюватися з позицій міждисциплінарного підходу, враховуючи унікальність циркового мистецтва як специфічної форми сценічного мистецтва. Крім того, наголошено на важливості використання комплексного набору емпіричних дослідницьких методів, що забезпечують інтеграцію кількісних і якісних аспектів взаємодії між культурною інституцією та її аудиторією.

РОЗДІЛ II.

ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ЦИРКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

2.1. Вплив воєнного стану на діяльність закладів культури в Україні

Введення воєнного стану в Україні у 2022 році стало фундаментальним переломним моментом для всієї культурної сфери, кардинально змінивши базові умови функціонування культурних установ, робочі режими, безпекові протоколи, фінансові можливості та моделі взаємодії з аудиторією. Воєнний стан обмежив свободу пересування громадян, впровадив комендантські години та специфічні умови проведення масових заходів, що безпосередньо вплинуло на спроможність організації публічних подій, таких як концерти, театральні та циркові вистави.

Переорієнтація національних пріоритетів на забезпечення обороноздатності та безпеки держави зумовила закономірний перерозподіл державних бюджетних ресурсів на користь військового сектору. [25, с. 34] Це стало додатковим фактором фінансового тиску на культурні інституції, змушуючи їх стикатися з істотним скороченням державної підтримки, переглядати штатні розписи, заморожувати реалізацію капітальних проєктів і відкладати ремонтно-модернізаційні роботи інфраструктури. Водночас суспільний інтерес до культури не лише не зменшився, але й набув нових форм: мистецтво стало відігравати важливу роль як інструмент психологічної підтримки, соціальної консолідації, утвердження національної ідентичності та символічного спротиву воєнній агресії.

Результати аналітичних досліджень щодо адаптації подієвої індустрії до умов війни свідчать про суттєві зміни її функцій: культурні заходи перестали бути лише комерційним продуктом дозвілля. Натомість вони дедалі більше інтегрують мистецькі, комунікаційні та благодійні аспекти. Організація масових і камерних заходів – таких як концерти, фестивалі, вистави, виставки та перформанси – спрямована не лише на задоволення естетичних потреб публіки, а й на мобілізацію фінансових ресурсів для підтримки Збройних сил

України, волонтерських ініціатив, допомоги постраждалим та внутрішньо переміщеним особам. У результаті культура перетворюється на важливий чинник мобілізації ресурсів і формування феномену «економіки донатів», в межах якого участь громадян набуває не лише культурного, але й громадянського значення.

Суттєві трансформації також відбуваються в законодавчій базі, що регулює сферу культури. Фахівці у галузі культурної політики наголошують на недосконалості стратегічних документів, створених до початку повномасштабної війни, які виявилися недостатньо ефективними для адаптації до реалій довготривалого збройного конфлікту. Потреба оновити Стратегію розвитку культури є нагальною, із акцентом на посиленні ролі культури в контексті забезпечення національної безпеки. Особливе значення набуває перегляд законодавчих пріоритетів гуманітарної та культурної діяльності як під час війни, так і у процесі післявоєнного відновлення країни. [27, с. 67-68]

На практичному рівні це означає, що культурні установи опинилися в умовах нормативної та управлінської невизначеності. Формальні вимоги до безпеки, фінансування, облікової документації та організації заходів постійно змінюються й уточнюються. У таких умовах керівництво закладів культури змушене приймати оперативні рішення у ситуаціях нестачі інформації, модифікувати розклад роботи закладу, переглядати склад колективів, адаптувати репертуарні плани та трансформувати моделі співпраці з партнерами й донорами.

Окрім масштабних національних викликів, зумовлених війною, культура зазнала впливу низки економічних чинників, серед яких варто виокремити інфляцію, зростання цін на енергоносії, збільшення витрат на логістику, а також скорочення доходів підприємств і домогосподарств, котрі традиційно підтримували подієву індустрію. Дослідницькі дані свідчать про те, що на початковому етапі повномасштабного вторгнення рівень подієвої активності в Україні зменшився на 70–80% у порівнянні з показниками довоєнного періоду. Це спричинило серйозну загрозу стабільному існуванню багатьох культурних

інституцій та проєктів. Утім, поступова адаптація до нових умов, поява інноваційних форматів заходів, націлених на збір міжнародної допомоги та благодійних коштів, дозволили окремим сегментам сектору відновити функціонування та розробити адаптовані моделі роботи.

Вагомий вимір трансформацій стосується питань безпеки. Організація будь-яких культурних заходів потребує забезпечення ключових умов, таких як наявність евакуаційних маршрутів, доступ до укриттів, резервні джерела енергопостачання, а також оптимізація часу перебування публіки у потенційно небезпечних зонах. У випадку закладів із великою місткістю, зокрема театрів, концертних залів чи цирків, це обумовило необхідність перегляду підходів до організації руху глядачів, забезпечення належного функціонування гардеробів, буфетів і касових зон, а також реорганізації процесів розсаджування гостей та управління чергами.

Додаткове значення набуло проєктування сценаріїв реагування на надзвичайні ситуації, зокрема загрозу повітряних атак чи інших ризиків. Низка культурних установ імплементувала практику тимчасового призупинення заходів із евакуацією глядачів до укриттів із подальшим відновленням події після ліквідації загрози. Інші адаптували формати своїх заходів для проведення в компактніших просторах біля укриттів. [20, с. 24-25] Це безпосередньо позначилося на сприйнятті відвідувачами таких заходів: глядачі дедалі частіше оцінюють події не лише за їхньою художньою цінністю, але й за здатністю організаторів забезпечити належний рівень безпеки.

Особливо складні зміни зачепили регіональні культурні інституції у територіальних громадах, які перебувають у зоні бойових дій або поблизу лінії фронту. Як демонструють дослідження, заклади культури – такі як будинки культури, бібліотеки та музеї – пристосували свої приміщення для виконання нових соціальних функцій. Вони стали осередками гуманітарної допомоги, місцями розміщення внутрішньо переміщених осіб, платформами для психологічної підтримки й просторами доступу до інтернету чи адміністративних послуг. [21, с. 13-14] У результаті ці заклади

трансформувалися в багатофункціональні центри соціальної підтримки, поєднуючи свою основну культурну діяльність із волонтерською та сервісною роботою.

На макрорівні як міжнародні, так і національні аналітичні звіти з культурної політики відзначають, що у воєнних умовах культура все частіше сприймається як невід'ємний елемент національної безпеки. Окремо наголошується, що агресія спрямована не лише на фізичну територію чи економіку, але й на такі важливі аспекти, як культурна ідентичність, мова, історична пам'ять та символічний простір. Внаслідок цього підтримка культурних ініціатив, збереження спадщини, функціонування театрів, музеїв, філармоній та цирків перетворюються на стратегічні завдання, які прямо впливають на довготривалу стійкість українського суспільства.

Паралельно з внутрішніми змінами українська культурна індустрія активно посилює свою присутність за кордоном. Численні мистецькі колективи, особливо представники виконавських мистецтв, організують міжнародні тури, виступи, резиденції та виставкові проекти. Ці ініціативи спрямовані на привернення уваги міжнародної спільноти до війни, залучення підтримки для України та демонстрацію української культури як невіддільної частини суспільства, здатного чинити опір зовнішнім загрозам. [52] В цьому контексті циркове мистецтво також долучається до закордонної діяльності: артисти беруть участь у гастрольях, фестивалях і спільних програмах, презентуючи український цирк як аспект ширшої історії про стійкість і креативний потенціал країни.

Утім, зазначені тенденції у кожній установі проявляються по-різному, залежно від її статусу, ресурсної бази, розташування, кадрового забезпечення та попереднього досвіду роботи. Великі національні заклади, такі як Національний цирк України, мають конкурентні переваги у вигляді стабільнішого фінансування, розвиненої інфраструктури, відомого бренду і налагоджених партнерських зв'язків. Проте саме ці установи несуть і підвищену відповідальність за підтримання безперервності культурного життя

країни, забезпечення високого художнього рівня та демонстрацію адаптації до екстремальних умов – приклад, який можуть переймати інші заклади.

З огляду на це аналіз впливу воєнного стану на роботу Національного цирку України доречно проводити у межах загальноукраїнських тенденцій. До них належать нормативно-правові зміни, переорієнтація культурної політики, трансформація подієвої індустрії, посилення вимог до безпеки, економічний тиск та розширення соціально-дипломатичних функцій культури. У такому контексті можна глибше дослідити особливості організаційно-творчої діяльності Національного цирку в умовах війни та специфіку глядацького сприйняття його програм. Усі ці аспекти будуть детально розглянуті в наступних розділах.

2.2. Організаційно-творча діяльність Національного цирку України в умовах воєнного стану

Функціонування Національного цирку України в умовах воєнного стану демонструє здатність великої державної культурної установи адаптуватися до екстремальних обставин. Він успішно поєднує безперервність творчого процесу, забезпечення безпеки глядачів і співробітників, реагування на економічні виклики та підтримання високого рівня глядацького інтересу. Аналіз та публікації свідчать, що попри складності повномасштабної війни, цирк продовжує стабільно працювати та лишається одним із найбільш популярних культурних закладів столиці.

Особливості організаційно-творчої діяльності цирку у цей період формувалися під впливом кількох ключових факторів. По-перше, це юридичні та безпекові обмеження воєнного часу, як-от повітряні тривоги, небезпека ракетних ударів, наявність укриття, зміни в розкладі громадського транспорту та комендантські години. По-друге, економічні й кадрові труднощі, спричинені зміною джерел фінансування, вимушеною міграцією частини працівників, мобілізацією окремих співробітників та артистів. По-третє, зміна поведінки глядачів: мотивація відвідування цирку тепер включає не лише традиційні

очікування розваг, але також потребу у психологічній підтримці, безпеці та збереженні культурної спадковості. [50]

Першим серйозним викликом стало рішення щодо відновлення вистав після початкового шоку від масштабного вторгнення. За офіційними повідомленнями керівництва цирку, його діяльність було повністю призупинено в лютому-липні 2022 року. Однак уже в травні розпочалися репетиції, в тому числі відкриті (Додаток Г), а наприкінці червня знов вдалося продовжити виступи програмою «Цирк ТиГра», яку перервала війна. (Додаток Д) Такий оперативний підхід підкреслює прагнення циркової інституції якнайшвидше повернутися до активної роботи, визнаючи своє значення в культурному житті навіть у складних реаліях постійної небезпеки. [26]

Одним із основоположних факторів успішного відновлення роботи стало наявне укриття в будівлі цирку. Під спорудою цирку функціонує масштабне бомбосховище радянської доби, здатне вмістити велику кількість людей. Це укриття забезпечує безпечне перебування глядачів і персоналу під час повітряних тривог, дозволяючи оперативно евакуювати зал та продовжувати вистави після завершення тривоги. Така інфраструктура не лише мінімізує ризики для життя та здоров'я людей, а й зміцнює довіру до закладу, забезпечуючи його стабільну функціональність навіть у воєнних умовах.

У діяльності Національного цирку України склався чіткий алгоритм дій на випадок оголошення повітряної тривоги. Якщо сигнал застигне під час вистави, її показ негайно припиняється, а глядачів у супроводі працівників спрямовують до укриття. Після закінчення тривоги, якщо обставини дозволяють, вистава триває. Схожу систему дій описують і європейські публікації про роботу цирку, наголошуючи, що такі процедури стали звичною складовою функціонування закладів культури в умовах війни. Впровадження чітких правил та відповідальне ставлення адміністрації до організації заходів сприяють формуванню у глядачів відчуття захищеності та зменшення тривоги.

Ще одним важливим аспектом адаптації стала зміна репертуарної політики цирку. Зберігаючи традиційний формат сімейних програм,

орієнтованих на видовищність і високу майстерність виконавців, організація також активно впроваджує патріотичну тематику. Вистави отримують концептуальні акценти, які висвітлюють національну ідентичність, стійкість українського духу та волю до перемоги. Музичне оформлення, візуальні рішення та образи героїв у номерах нерідко націлені на підтримку воїнів-захисників і демонстрацію єдності суспільства.

Внесено зміни й у формати самих вистав, з метою мінімізувати час перебування глядачів у залі та знизити ризики, пов'язані з воєнними викликами. Деякі програми скорочено у тривалості, без антрактів, а сцени переходу між номерами були оптимізовані для динамічного сприйняття. У багатьох випадках шоу триває близько півтори години без перерви, що забезпечує концентрацію художнього змісту та відповідає сучасним вимогам до безпеки. Такий формат потребує додаткової режисерської роботи, але допомагає створити баланс між комфортом відвідувачів і викликами нинішньої реальності.

Навіть за складних обставин цирк успішно підтримує високий рівень активності: щотижня проводяться до п'яти вистав, майже зберігаючи інтенсивність довоєнних показів. У літні місяці (липень-серпень) традиційно оголошується коротка перерва циркового сезону. Важливо зазначити, що навіть у найтяжчі роки війни діяльність установи зупинялася лише на короткий період, а вже через кілька місяців відновлювалися регулярні покази, особливо в зимові та святкові дні, коли попит серед глядачів найвищий.

Ще однією визначною складовою організаційно-творчої діяльності Національного цирку України стали фестивальні та конкурсні ініціативи. Згідно з медійними джерелами, в установі регулярно проводяться численні фестивалі, що мають за мету підтримку молодих артистів, сприяння розвитку циркового мистецтва та забезпечення платформи для культурного обміну між українськими та закордонними виконавцями. У контексті воєнного часу, проведення таких заходів набуло надважливого символічного значення, демонструючи не лише стійкість цирку як інституції, але й спроможність

українського мистецтва зберігати свою присутність на міжнародній арені навіть в умовах загроз і втрат.

Поряд з цим, циркові фестивалі та творчі конкурси виконують і функцію підбору кадрів. Вони виявляють талановитих молодих виконавців, залучаючи їх до програм Національного цирку та сприяючи формуванню оновленого складу трупи. З огляду на еміграцію частини артистів за кордон і тимчасове зупинення діяльності низки регіональних циркових установ, роль Національного цирку як осередку професійного потенціалу циркової спільноти суттєво зростає.

В умовах сьогодення організаційно-творча діяльність цирку також включає активну співпрацю з культурними установами, закладами освіти, медіа та громадськими організаціями. Показовим прикладом такого партнерства є участь представників Національного цирку у проектах, які репрезентують українське циркове мистецтво в умовах війни. Особливо значущими можна назвати експозиції під назвами «Перформативне мистецтво. Цирк» та «Образотворче мистецтво. Цирк». Ці виставки знайомили аудиторію з образом українських артистів, які продовжують творчу діяльність навіть у найекстремальніших обставинах. Подібні ініціативи суттєво зміцнюють громадський імідж цирку як символу стійкості, мужності та професійної відданості.

Окремою ланкою управлінської стратегії є заходи, спрямовані на збереження і підтримку колективу в ці критичні часи. У численних публікаціях про діяльність Національного цирку України зазначається, що його артисти функціонують у складних умовах постійних сигналів тривоги, перебоїв з електропостачанням та обмеженості ресурсів. Попри це, вони продовжують демонструвати високу професійну майстерність. У своїх інтерв'ю члени трупи наголошують, що робота в умовах війни потребує подвоєних зусиль, тоді як сцена стає для них не тільки простором творчого самовираження, але й осередком внутрішнього опору обставинам. [2, с. 22-23] [20, с. 46] [37, с. 38-39]

Одним із ключових елементів організаційно-творчої діяльності цирку є його внутрішня творчо-виробнича інфраструктура, яка включає власний цех костюмів, ательє реквізиту та технічні служби сцени. Як зазначають у медіа, Національний цирк України володіє унікальною колекцією костюмів, що налічує понад п'ять тисяч одиниць. Ці костюми не лише створюються і зберігаються, але й ремонтуються та експонуються на виставках. [26] Такий ресурс дозволяє цирку швидко адаптуватися до нових викликів, оновлювати візуальне оформлення програм, модернізувати старі костюми відповідно до нових концепцій і створювати гармонійні художні образи вистав навіть за умов обмеженого фінансування.

Важливий вплив на організаційно-творчий процес також мають спеціальні формати взаємодії з аудиторією. Особливу роль тут відіграє формат екскурсії «Мандруємо будівлею цирку», який набув популярності в останні роки і став невід'ємною частиною стратегії залучення відвідувачів. Представники Національного цирку повідомляють, що для екскурсій розроблено спеціальну драматургію маршруту, завдяки якій гості можуть дізнатися про історію циркової будівлі, зазирнути в закулісне життя, ознайомитися з нюансами професії артистів і роботою технічних підрозділів. Нерідко екскурсії проводить особисто генеральний директор, академік НАМ України Владислав Корнієнко, що додає ефекту залученості і підкреслює відкритість підприємства до діалогу з глядачами. [26] (Додаток Д)

У період воєнного стану цей формат набув додаткового значення. Екскурсії перетворилися на не лише культурно-просвітницький захід, а й на спосіб зміцнення довіри публіки до цирку. Вони демонструють безпечний, відкритий та заселений духом життя простір навіть за умов війни. Екскурсанти, спостерігаючи за реальними закулісними процесами, на власні очі спостерігаючи умови роботи артистів, формують більш глибоке розуміння про важливість місії цирку в цей складний час. Це сприяє не лише покращенню іміджу закладу, а й стабілізації аудиторії через залучення постійних відвідувачів.

Неможливо обійти увагою і благодійний аспект діяльності цирку. У ЗМІ часто згадуються безкоштовні вистави для дітей військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб і жителів прифронтових територій, а також участь артистів у заходах для підтримки ветеранів, поранених і волонтерів. Такі ініціативи доводять, що цирк виходить за межі традиційної функції комерційного закладу дозвілля і стає важливою соціальною інституцією. Це підвищує його моральний авторитет у суспільстві та зміцнює зв'язок із громадою.

Національний цирк України в умовах воєнного стану демонструє унікальну організаційно-творчу активність, що ґрунтується на реалізації низки взаємопов'язаних стратегій. По-перше, забезпечується адаптація до безпекових викликів, що включає наявність укриттів, скорочення тривалості виступів та впровадження чітко унормованих протоколів дій під час повітряних тривог. По-друге, йдеться про збереження високого рівня якості та насиченості репертуарних програм з акцентом на професіоналізм. Третім ключовим елементом є інтеграція патріотичних, соціальних і благодійних аспектів у зміст діяльності.

Отже, під час воєнного стану здійснюється активний розвиток нових форм комунікації з аудиторією, таких як організація екскурсій, фестивалів, публічних заходів і участь у медійних проєктах. Не менш важливою є підтримка творчого колективу та функціонування виробничої інфраструктури закладу культури. Саме завдяки цьому багатовимірному підходу цирк не лише адаптується до умов надзвичайної ситуації, але й продовжує виконувати власну роль як важливий осередок культурного життя країни. Це сприяє забезпеченню стабільності організації і підвищенню інтересу та залученості аудиторії.

2.3. Трансформація форматів роботи та взаємодії з аудиторією Національного цирку України

Умови воєнного стану вплинули не лише на організаційні аспекти роботи Національного цирку України, а й призвели до істотних змін у способах

взаємодії з аудиторією та побудови зв'язків із глядачами. До початку повномасштабної війни основними засобами контакту цирку з публікою були репертуарні вистави та звичайні інформаційні комунікації. У нових умовах формат взаємодії значно ускладнився, включаючи сценічні постановки, освітньо-екскурсійні заходи, благодійні ініціативи, цифрові комунікації, а також символічне представлення цирку як осередку стійкості та надії в публічному просторі.

Однією з основних змін стало переорієнтування з разових відвідувань вистав на створення довготривалих відносин із глядачами. Це відповідає сучасній концепції залучення аудиторії, яка передбачає не просто продаж квитків на окремі заходи, а формування спільноти постійних прихильників. Такі люди регулярно повертаються, слідкують за оновленнями, беруть участь у додаткових активностях та підтримують життя закладу. Для Національного цирку України ця стратегія має особливу важливість у контексті війни, що змушує глядачів докладати більше зусиль і долати власні хвилювання для того, щоб відвідувати масові заходи.

2.3.1. Нові формати взаємодії: екскурсії, виставки, публічні події

Як зазначалося вище, одним із найбільш промовистих прикладів вдосконалення форматів взаємодії з аудиторією стало впровадження екскурсій «за лаштунки» Національного цирку України. За словами генерального директора Владислава Корнієнка, цю ініціативу було започатковано приблизно два роки тому. У рамках спеціальної екскурсійної програми відвідувачам надається можливість ознайомитися з історією місцевості та будівлі, внутрішнім устроєм цирку, специфікою роботи артистів і технічного персоналу. Для таких заходів було розроблено унікальний маршрут із продуманою драматургією, що поєднує документальні факти з цирковізованими елементами. Завдяки цьому екскурсії стають не лише пізнавальними, а й емоційно наповненими.

Значущість цього формату особливо зростає в умовах війни. По-перше, екскурсії дозволяють відвідувачам побачити циркове підприємство як живий

організм, який функціонує, незважаючи на ракетні обстріли, повітряні тривоги та перебої з електропостачанням. По-друге, вони знайомлять глядачів із системою безпеки закладу – зокрема з укриттями, евакуаційними маршрутами й технічними заходами—підвищуючи довіру до інституції та допомагаючи зменшити тривогу перед відвідуванням вистави. По-третє, живе спілкування із самим генеральним директором, який особисто провів понад 100 таких екскурсій, слугує важливим сигналом відкритості та партнерських взаємин між адміністрацією цирку й глядачами.

Ще одним вагомим проектом стали виставки, присвячені діяльності українського цирку під час війни. Зокрема, проекти «Перформативне мистецтво. Цирк», організований у Національній академії мистецтв України, та виставка «Образотворче мистецтво. Цирк» у Національному цирку України стали не лише важливими мистецькими подіями, а й потужним засобом комунікації із широкою аудиторією. Експозиції, побудовані на циркових реліквіях, афішах і фотографіях українських митців, передають буденне життя циркових працівників: репетиції за умов відсутності електрики, виступи під звуки тривоги, перебування людей в укриттях. Головною метою цих виставок є демонстрація не лише видовищних сторін циркового мистецтва, але й людського виміру – історій тих, хто продовжує дарувати радість навіть у найскладніших умовах.

Подібні проекти створюють нові можливості для залучення аудиторії, зокрема для тих, хто поки що не може або не готовий відвідувати стаціонарні вистави. До того ж вони мають важливе значення для культурної дипломатії, презентуючи український цирк як частину глобальних історій про стійкість і незламність України на світовій арені.

2.3.2. Комунікаційні стратегії та цифрова присутність

Трансформація взаємодії з аудиторією в сучасних умовах неможлива без критичного перегляду комунікаційних стратегій, зокрема у цифровому середовищі. Для Національного цирку України надзвичайно важливим стало активне використання таких інструментів, як офіційний вебсайт, сторінки у

соціальних мережах, а також відеоконтент, поширюваний через платформи на кшталт YouTube, TikTok й Instagram.

Комунікаційна стратегія цирку в умовах війни виконує кілька фундаментальних функцій. По-перше, вона слугує засобом інформування публіки про репертуарні програми, розклад вистав та специфіку відвідування заходів в умовах воєнного стану, зокрема надає інструкції щодо поведінки під час повітряних тривог. По-друге, створюється і підтримується емоційний зв'язок із аудиторією: публікуються фотографії, відео з окремими номерами, сцени з-за лаштунків та історії артистів. По-третє, цирк акцентує увагу на своїй участі в благодійних і соціальних ініціативах, культурних фестивалях та міжнародних проектах. По-четверте, демонструється стабільність і життєздатність інституції, яка попри нинішні труднощі продовжує функціонувати, розробляючи нові програми та оновлюючи сценічні рішення.

Відповідно до спостережень дослідників культурних практик у період воєнного конфлікту, цифрові комунікаційні канали перетворюються не лише на платформи для інформування, але й на простір для формування соціальних взаємодій. У коментарях, репостах та відгуках виникають мережі підтримки й обміну досвідом, які посилюють ефект взаємодії за принципом «сарафанного радіо», сприяючи творенню стійкого ядра глядацької аудиторії. Для циркового мистецтва це має особливе значення, оскільки значна частина його відвідувачів отримує інформацію про події саме через соціальні мережі. [21, с. 10]

У цьому контексті особливу роль відіграє якісний візуальний контент. Світлини й відео, які фіксують моменти виконання ризикованих трюків, реакції дітей у глядацькому залі, будні артистів під час репетицій чи перебування в укриттях під час тривоги, створюють сильний емоційний наратив. Цей контент доповнює сприйняття сценічного мистецтва та формує більш глибокий зв'язок із публікою. Примітно, що в теперішніх обставинах цирк не приховує складнощів власної діяльності: відображення ситуацій знеструмлення, репетицій за умови використання генераторів чи вимушених

перерв через сигнал повітряної тривоги формують образ інституції, яка є чесною та відкритою перед своєю аудиторією. Цей підхід не лише сприяє стимулюванню довіри до циркової інституції, але й підкреслює її відданість культурній та соціальній місії навіть у найскладніші часи.

2.3.3. Зміни в моделі глядацького досвіду

Війна суттєво трансформувала структуру та якість глядацького досвіду. Якщо раніше відвідування циркових вистав сприймалося здебільшого як святковий акт або форма розваги, сьогодні до цього досвіду додаються елементи тривоги, усвідомлення потенційних небезпек, а також загострене відчуття цінності кожного моменту нормальності. Глядацьке сприйняття набуває парадоксального характеру, поєднуючи емоції радості від вистави з усвідомленням реалій війни, які проявляються навіть у таких аспектах, як оголошення правил поведінки під час тривоги, наявність знаків евакуації чи готовність персоналу до оперативного реагування. [23, с. 48-50]

Національний цирк України адаптує свою взаємодію з аудиторією відповідно до змінених умов, прагнучи мінімізувати відчуття хаосу та підвищеної небезпеки. Зокрема, організація забезпечує чіткі інструкції щодо поведінки у надзвичайних ситуаціях, демонструє спокійну та впевнену поведінку співробітників, впроваджує організовані процедури евакуації та використовує зрозумілий стиль комунікації зі сцени. Ці складові стають невід'ємною частиною нового сценарію глядацького досвіду, завдяки якому цирк сприймається як контрольований і передбачуваний простір. Попри зовнішні загрози, у ньому зберігається відчуття упорядкованості та турботи про безпеку.

Військові реалії також змінили емоційну структуру сприйняття циркових програм. (Додаток Е) Для багатьох відвідувачів, зокрема серед дітей та підлітків, цирк став одним із небагатьох місць, де вони можуть отримати повний спектр позитивних емоцій: відчуття радості, здивування та щирої веселості без постійного фокусу на зовнішніх подіях. У розмовах багато глядачів підкреслюють, що циркові вистави допомагають «перемкнутися»,

«забути про проблеми хоча б на пару годин» і «усвідомити, що життя триває». Це особливо важливо для родин, які зазнали втрат, пережили евакуацію або мають близьких на військовій службі.

Таким чином, глядацький досвід цирку в умовах війни виходить за межі виключно розважальної функції та набуває терапевтичного й компенсаторного характеру. Така трансформація сприяє змінам у комунікації між циркум та його аудиторією: у повідомленнях і публічних зверненнях набувають ваги такі теми, як вдячність, взаємопідтримка, спільнота та взаємоповага. Це, у свою чергу, посилює горизонтальні зв'язки між інституцією та її глядачами.

2.3.4. Благодійні, соціальні та партнерські проєкти

Однією з ключових ознак змін у форматах взаємодії стали благодійні та соціальні ініціативи. Публікації й фотопроєкти, які висвітлюють діяльність українського цирку під час війни, регулярно згадують виступи для дітей військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб, родин загиблих, поранених і ветеранів. Окрему увагу приділяють участі циркових артистів у заходах на підтримку волонтерських проєктів. Такі ініціативи формують новий вимір взаємодії з глядачами, де аудиторія стає не просто учасником події, а також частиною масштабнішої мережі солідарності. Частина заходів організовується безкоштовно для визначених груп населення або реалізовується у співпраці з благодійними фондами й громадськими організаціями. У таких випадках цирк виконує роль платформи для проведення соціально значущих заходів, тим самим зміцнюючи свій статус як інституції важливого суспільного значення.

Партнерські проєкти виходять за рамки звичного циркового контексту і охоплюють співпрацю з музеями, галереями, освітніми закладами та міжнародними культурними організаціями. Фотоекспозиції, спільні акції, участь у міських фестивалях, освітніх форумах і конференціях, присвячених ролі культури в умовах війни, істотно розширюють сферу впливу Національного цирку України. Це сприяє створенню додаткових каналів комунікації та залученню нових аудиторій. [24, с. 31-32].

2.3.5. Вплив трансформацій на глядацький попит

Описані вище зміни у форматах роботи та взаємодії з аудиторією безпосередньо впливають на попит серед глядачів. Згідно з даними, опублікованими в українських медіа, навіть за умов війни Національний цирк України демонструє високі показники відвідуваності. Лише за частину 65-го ювілейного циркового сезону Національного цирку України заклад відвідали понад 119 тисяч осіб, при цьому середнє заповнення залу становить 60–70%. Це один із найкращих результатів серед аналогічних установ у країні.

Стійкість попиту можна пояснити декількома ключовими факторами:

- високою репутацією Національного цирку України як званої історичної інституції;
- дотриманням безпекових стандартів і наявністю укриттів, що знижує почуття тривоги;
- розширенням форматів взаємодії з аудиторією, таких як інтерактивні екскурсії, виставки й онлайн-комунікація;
- суспільною й патріотичною складовою роботи цирку, яка додає відвідуванню символічного значення підтримки;
- сильним емоційним ефектом від вистав, який стимулює повторні візити й рекомендації інших.

Загалом дослідження культурних практик українців під час війни показують, що, попри зменшення кількості відвідувань культурних заходів, не зникає попит на «острівці нормальності». Театри, кінотеатри, концерти й виставки залишаються важливими місцями для емоційного відпочинку. Для молоді та сімей із дітьми культурний дозвілля, а також благодійна й соціальна активність стають значущими засобами адаптації до нових умов. У цьому контексті Національний цирк України відповідає загальнонаціональним тенденціям, поєднуючи в собі дозвілля, психоемоційну підтримку та громадянську єдність.

Отже, трансформація форматів діяльності та способів комунікації Національного цирку в умовах воєнного стану виступає одним із основних

чинників підтримки та розвитку глядацького інтересу. Поєднання традиційних циркових вистав із новаторськими підходами до комунікації, просвітницької роботи, благодійності й культурної дипломатії дозволяє цирку залишатися важливою частиною культурного життя киян та гостей міста навіть в умовах війни.

Висновки до II розділу

Згідно поставлених завдань, у II розділі було проаналізовано діяльність Національного цирку України в умовах воєнного стану та досліджено вплив війни на функціонування культурних інституцій, організаційно-творчі процеси і форми взаємодії з аудиторією. Результати аналізу продемонстрували, що воєнний стан став не лише кризовим викликом для української культури, а й каталізатором значних трансформацій організаційних моделей, комунікаційних стратегій і суспільної значущості культурних закладів. На цьому тлі Національний цирк України постає як приклад інституції, яка змогла пристосуватися до екстремальних обставин, зберігаючи високу творчу активність і соціальну вагу.

Зокрема, у підрозділі 2.1 було встановлено, що вплив воєнного стану на культурні установи України проявився на кількох рівнях: нормативно-правовому, фінансово-економічному, інституційно-організаційному, безпековому та соціально-комунікаційному. Інституції були змушені адаптуватись до нових умов проведення публічних заходів, враховувати загрози ракетних ударів і повітряних тривог, а також справлятися зі скороченням фінансових ресурсів і кадровими змінами. Водночас культура під час війни отримала нове значення, ставши засобом зміцнення суспільної стійкості, психологічної підтримки населення і збереження національної ідентичності.

У підрозділі 2.2 було обґрунтовано, що діяльність Національного цирку України в умовах воєнного стану демонструє значний рівень адаптивності. Після вимушеного призупинення роботи на початку повномасштабного вторгнення заклад оперативно відновив репетиції та регулярні вистави,

використовуючи наявну інфраструктуру укриттів і впроваджуючи чіткі протоколи дій під час повітряних тривог. Було змінено тривалість і структуру вистав відповідно до нових умов. Репертуарна політика закладу у цей період характеризується синтезом традиційних циркових форматів і посиленням патріотичного, соціального й символічного аспектів діяльності. Окремо акцентується на тому, що інституційну стійкість цирку підтримують фестивальні практики, матеріально-технічна база, кадровий потенціал і соціально-благодійні ініціативи.

У підрозділі 2.3 було розглянуто трансформацію форматів діяльності та взаємодії з аудиторією. Доведено, що у воєнних умовах Національний цирк України вийшов за межі стандартної моделі репертуарного показу, активно освоюючи нові формати роботи із глядачем. Серед таких ініціатив виділяються екскурсії за лаштунки, виставкові проекти, медійні кампанії, а також соціальні й благодійні заходи. Встановлено, що цифрові комунікації, публічна демонстрація закулісного життя, інформування про забезпечення безпеки та участь у культурно-символічних проектах суттєво посилили зв'язок між інституцією та її аудиторією. Подібний підхід сприяє не лише підтримці стабільного рівня відвідуваності, а й формуванню довгострокової лояльності глядачів.

Таким чином, у другому розділі здійснено аналіз функціонування Національного цирку України в умовах воєнного стану. З'ясовано, що заклад не лише успішно адаптувався до кризових обставин, а й переосмислив свою діяльність, інтегруючи творчий, соціальний, комунікаційний і символічний виміри. Цей досвід дозволяє розглядати Національний цирк України як стійку інституцію, здатну забезпечити збереження та розвиток глядацького інтересу навіть у надзвичайно складних умовах війни.

РОЗДІЛ III.

АНАЛІЗ ГЛЯДАЦЬКОГО ПОПИТУ НАЦІОНАЛЬНОГО ЦИРКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

3.1. Загальна характеристика аудиторії та джерела емпіричних даних

Аналіз глядацького інтересу до Національного цирку України в умовах воєнного стану доцільно проводити, враховуючи кілька груп емпіричних даних. Такий комплексний підхід дозволяє якісно оцінити не лише кількісні показники відвідуваності, але й якісні характеристики аудиторії, її мотивацію, уподобання і зміни в поведінці. Сучасні дослідження аудиторії виконавських мистецтв демонструють, що найефективнішою методологічною стратегією є саме поєднання кількісних та якісних методів.

Для вивчення глядацького попиту Національного цирку України основними джерелами емпіричних даних можуть бути касові звіти, електронні системи продажу квитків, статистичні дані про заповненість залу, анкети відвідувачів, інформація про групові відвідування, а також аналітика офіційного сайту цирку й його сторінок у соціальних мережах. Такий підхід відповідає сучасним практикам вивчення аудиторії у культурному секторі, де поряд зі статистичними даними все більшу увагу приділяють цифровим показникам залученості та активності аудиторії.

У контексті цього аналізу аудиторію Національного цирку України доцільно розглядати як сукупність реальних та потенційних глядачів, котрі взаємодіють із циркум як безпосередньо через відвідування вистав, так і опосередковано – через інформаційні канали, рекламні кампанії, онлайн-комунікацію, а також виставкові й екскурсійні формати. Такий підхід особливо актуальний в умовах воєнного стану, коли частина попиту може мати відкладений або прихований характер. Люди можуть виявляти інтерес до заходів, але не завжди реалізовувати його у формі безпосереднього відвідування. [3, с. 47]

На основі аналізу специфіки циркового мистецтва та діяльності Національного цирку України аудиторію закладу можна умовно поділити на

кілька ключових сегментів. Найчисленнішим є сімейна аудиторія – дорослі, які приходять на вистави разом із дітьми. Саме цей сегмент традиційно формує основу попиту на циркові програми, особливо у дні свят, вихідні та під час шкільних канікул.

Другий важливий сегмент складають організовані дитячі групи, котрі відвідують цирк у рамках шкільних, позашкільних, соціальних чи благодійних програм. В умовах війни роль цього сегмента посилюється, адже цирк виконує не лише розважальну функцію, а й слугує засобом емоційної підтримки для дітей, які переживають стресові ситуації через військовий конфлікт.

Третя категорія включає дорослих індивідуальних глядачів та молодь, які відвідують циркові вистави без дітей. У довоєнний період цей сегмент вважався другорядним, але сучасні тенденції в розвитку циркового мистецтва, зокрема створення більш складних режисерських і візуальних програм, а також акцент на подієвий характер вистав, сприяють поступовому розширенню цієї аудиторії.

Окрему групу складають спеціальні аудиторії: внутрішньо переміщені особи, діти військовослужбовців, родини загиблих захисників, благодійні організації та відвідувачі соціальних заходів. У нинішніх умовах цей сегмент набуває особливого значення, адже його присутність на циркових шоу пов'язана не лише з культурним споживанням, але й із виконанням соціальної місії закладу.

Якщо розглядати джерела емпіричних даних більш детально, найбільшу аналітичну цінність мають показники фактичної відвідуваності. Це кількість проданих квитків, число відвідувачів кожної вистави, рівень заповнення залу, динаміка продажів за днями тижня, сезонні зміни, а також розподіл місць за цінновими категоріями. Крім того, важливо враховувати співвідношення між індивідуальними, сімейними та груповими продажами. Аналіз цих даних дозволяє перейти від загальних припущень про попит до його точного статистичного вимірювання.

Другою важливою групою джерел є опитування глядачів. Вони надають інформацію про соціально-демографічний профіль аудиторії, мотиви відвідування, чинники вибору конкретної вистави, оцінку якості сервісу, способи отримання інформації про цирк, рівень задоволеності враженнями та готовність рекомендувати Національний цирк України. Для проведення таких досліджень доцільно використовувати як паперові анкети під час заходів, так і цифрові інструменти, такі як Google Forms для збору відповідей онлайн.

Третя група джерел пов'язана із цифровою аналітикою. Сучасна глядацька взаємодія часто розпочинається не з купівлі квитка в касі, а з перегляду афіш у соціальних мережах, переходу на вебсайт, ознайомлення з фото- та відеоконтентом, читання коментарів і відгуків чи отримання рекомендацій. Тому для комплексного аналізу попиту важливо враховувати не тільки показники продажів, а й кількість переглядів сторінок, активність у соцмережах, аналіз коментарів і взаємодій з публікаціями, кількість переходів на сторінку для купівлі квитків і популярність окремих відеоанонсів.

Одним із джерел даних можуть слугувати внутрішні спостереження адміністративного персоналу та працівників, відповідальних за взаємодію з глядачами. Для Національного цирку України, де управлінські рішення значною мірою ґрунтуються на практичному досвіді роботи з аудиторією, така інформація є надзвичайно важливою для аналітики. Спостереження за поведінкою відвідувачів у фойє, під час розсаджування, в антракті, у моменти тривоги або після завершення вистави дають змогу виявити ключові поведінкові риси, які часто залишаються поза межами звичайних анкет чи статистичних звітів.

Таким чином, у межах цього дослідження аудиторія Національного цирку України сприймається як багатосегментна і динамічна спільнота. Джерела емпіричних даних розглядаються як взаємодоповнювальні інструменти, що дозволяють аналізувати як кількісні, так і якісні чинники глядацького попиту в умовах воєнного стану.

3.2. Динаміка та структура глядацького попиту

Динаміка глядацького попиту Національного цирку України в умовах воєнного стану визначається комплексною взаємодією двох основних груп факторів: загальносуспільних змін, спричинених повномасштабною війною, та внутрішніх адаптаційних кроків, здійснених самою установою. Війна суттєво вплинула на звичний ритм повсякденного життя, моделі споживання культурних послуг, дозвіллі пріоритети та можливість планування подорожей чи відвідування різних заходів. У таких умовах кожен випадок стабільної діяльності значущого культурного закладу, особливо орієнтованого на сімейну аудиторію, стає прикладом витривалості та здатності адаптуватися. [13] Саме таким прикладом виступає Національний цирк України, який, незважаючи на серйозні виклики безпеки, економіки та психологічної напруги, зумів зберегти регулярність своїх програм і досягти порівняно високого рівня відвідуваності.

У більш широкому контексті культурної сфери під час війни дослідники зазначають, що попит на культурні заходи не зникає зовсім, навіть у періоди тривалого стресу, а скоріше трансформується. Частина аудиторії редукує частоту відвідувань або відкладає рішення через загрози безпеці чи фінансові труднощі. Водночас зростає потреба в тих форматах культурного дозвілля, які здатні дарувати емоційний відпочинок, моральну підтримку або можливість відчувати короткочасне повернення до звичного ритму життя. У цьому аспекті Національний цирк України має беззаперечну перевагу завдяки своїй видовищності, доступності для людей різного віку та сильному емоційному впливу.

Щоб оцінити зміни у попиті, можна виділити кілька ключових етапів його трансформації. Перший етап пов'язаний із початком повномасштабного вторгнення, коли все культурне життя в Києві було призупинено, а заклади культури змушені були закритися. Для Національного цирку України це означало повну паузу в роботі з лютого по травень 2022 року. Це був період

фактичної відсутності реалізованого попиту: навіть за бажання відвідати цирк, об'єктивні обставини робили це неможливим або надто небезпечним.

Другий етап можна назвати періодом поступового відновлення. Він почався зі стабілізацією безпекової ситуації у столиці, що дало змогу поступово відновлювати репетиції, технічну підготовку вистав і проводити перші покази. Зокрема, у травні цирк відновив репетиційний процес, а вже на початку червня глядачам була запропонована перша після тривалої перерви вистава. Завдяки цьому Національний цирк України досить оперативно перейшов від стану повної зупинки до контрольованої активної діяльності, а попит почав поступово повертатися до стабільнішого рівня через обережне відновлення інтересу аудиторії.

Третій етап умовно можна назвати періодом адаптованої стабілізації попиту. Саме в цей час аудиторія вже не сприймає циркові вистави як випадкову розвагу, а починає інтегрувати їх у своє нове, хоча й обмежене війною, але все ж впорядковане культурне життя. На цьому етапі формується свіжа модель культурної поведінки: глядачі усвідомлюють існування ризиків, однак сприймають їх як частину реальності й враховують під час ухвалення рішень. У результаті попит на циркові заходи набуває адаптивного характеру, ознаки якого включають дотримання безпекових вимог, наявність укриття, сприйняття реального досвіду інших відвідувачів, довіру до закладу та важливість психологічного комфорту.

Цей етап знайшов відображення в відвідуваності Національного цирку України. За даними керівництва установи, лише за частину поточного циркового сезону вистави зібрали понад 119 тисяч глядачів. Середнє завантаження залу досягло 60–70%. Для культурного закладу, який продовжує функціонувати в столиці країни у воєнний час, такі результати є 30показовими. Вони свідчать не лише про зацікавленість громадян цирковими програмами, але й про налагоджену довіру до самого цирку, а також про ефективну організацію і здатність забезпечити комфортні та безпечні умови для відвідувачів.

Стабільна динаміка попиту також помітна за регулярністю проведення вистав. За відкритими даними, Національний цирк України організовує 4–5 вистав на тиждень, зберігаючи цей інтенсивний графік упродовж всього циркового сезону, за винятком звичної літньої перерви в липні та серпні. Така частота подій демонструє не лише високу організованість закладу, а й постійну присутність зацікавленої аудиторії, готової підтримувати цей графік своїми відвідинами.

Детальніший аналіз попиту дозволяє зрозуміти склад аудиторії цирку. Особливо стійким ядром його є родини. Це закономірно, адже циркові вистави традиційно сприймаються як розвага для всієї сім'ї. Під час війни значення цього сегмента ще більше зростає: родини шукають способи відпочити разом, отримати емоційну розрядку та водночас почуватися в безпеці.

Всередині сімейної аудиторії можна виокремити кілька груп. Першою групою є родини з маленькими дітьми і дітьми молодшого шкільного віку, яких особливо приваблюють яскравість вистав, динаміка та зрозумілість подій на сцені. Друга група включає родини з підлітками, яких більше цікавить технічна складова шоу: видовищність трюків, світлові ефекти та загальна ритмічність постановок. Третьою категорією стають так звані «міжпоколінневі» родини: до жонглерів і акробатів разом із дітьми приходять не лише батьки, а й бабусі та дідуся. Ця тенденція підкреслює роль цирку у збереженні сімейних традицій і передачі досвіду культурного проведення часу наступним поколінням.

Іншою важливою складовою структури попиту є організовані дитячі групи. Особливий пік їхньої активності спостерігається під час канікул, передсвяткових заходів, а також у межах благодійних чи соціальних ініціатив. В умовах війни ці відвідування набувають не лише комерційного, а й соціальної підтримки, оскільки певні категорії дітей – з родин військовослужбовців, внутрішньо переміщені особи або ті, що постраждали від воєнних дій, – можуть користуватися спеціальними програмами та партнерськими заходами для відвідування вистав. Хоча цей сегмент може не завжди враховуватися звичною ринковою логікою, він відіграє ключову роль у

розумінні реальної аудиторії Національного цирку України в умовах воєнного стану.

Третій складник попиту становлять індивідуальні дорослі відвідувачі та молодь. Хоч цей сегмент традиційно вважають менш численним для циркового мистецтва, у сучасних реаліях він набирає ваги. Це пояснюється оновленням візуальної концепції і стилю постановок, зацікавленістю в закулісному житті, появою тематичних шоу та екскурсій, а також популяризацією культури подієвого проведення часу. Для частини молодих і дорослих людей цирк поступово стає далеко не «дитячим» способом дозвілля, натомість – окремим видовищним жанром із власною естетикою та цінністю.

Водночас не можна оминати увагою явище латентного та відкладеного попиту. У період війни не всі, хто цікавиться програмами Національного цирку України, мають змогу реалізувати своє бажання відвідати заходи. Багато людей відкладають такі візити через страх повітряних тривог, обмежені фінансові можливості, проблеми з логістикою або загальний психологічний стан. У зв'язку з цим структура попиту виходить за межі простого підрахунку проданих квитків: за статистикою перебуває ширше коло потенційних глядачів, які цікавляться програмами та слідкують за діяльністю цирку, проте не завжди доходять до етапу придбання квитка.

Ключовою характеристикою попиту залишається сезонність. [1, с. 12] Як і у більшості закладів, орієнтованих на сімейну аудиторію, у Національного цирку України спостерігаються чітко виражені періоди підвищеної активності. Найбільший попит припадає на різдвяний період, шкільні канікули та святкові вихідні. У цей час похід до цирку стає частиною сімейної святкової традиції. Для підтримання такої сезонної динаміки Національний цирк створює тематичні програми, адаптовані до очікувань аудиторії, що лише посилює ефект свята та задовольняє запити відвідувачів.

У структурі попиту важливо враховувати також часову поведінку глядачів. Для воєнного періоду характерним є збільшення частки так званих «пізніх рішень» щодо придбання квитків. Згідно з міжнародними

дослідженнями поведінки аудиторії, після кризових періодів спостерігається схожа тенденція до last-minute booking, коли значна частина публіки відкладає купівлю до останнього моменту. Одне з цих досліджень зазначає, що 40% опитаних частіше почали бронювати культурні заходи в останній момент, ніж раніше, а 71% змінили свої звички щодо придбання квитків, відкладаючи ухвалення рішення. Попри те, що ці дані стосуються більшою мірою інших країн, вони можуть цілком відображати очікувану логіку поведінки в умовах війни в Україні.

Для Національного цирку України такий зсув у попиті означає зниження передбачуваності порівняно з довоєнним періодом. Якщо раніше значна частина продажів відбувалася заздалегідь, то тепер багато глядачів, ймовірно, ухвалюють рішення ближче до дати вистави. Основними факторами, які впливають на вибір часу придбання квитків, є актуальна безпекова ситуація, особистий психологічний стан, сімейні обставини та погодні умови. У зв'язку з цим ключового значення набувають оперативна комунікація та постійна присутність цирку в інформаційному полі.

Ще одним важливим аспектом структури попиту є баланс між комерційною та соціально складовими. У період війни діяльність Національного цирку України охоплює не лише звичайні ринкові продажі квитків, а й соціально спрямовані ініціативи – благодійні заходи, запрошення окремих категорій відвідувачів і партнерські проєкти із громадськими та гуманітарними організаціями. Таким чином, попит формується як платоспроможним сегментом аудиторії, так і суспільно значущою аудиторією, яка частково користується пільгами чи субсидіями.

Аналіз структури попиту доцільно проводити не лише за демографічними ознаками чи рівнем платоспроможності, а й за джерелами залучення глядачів. У сучасних умовах інформація про циркову програму поширюється не лише через традиційні офлайн-афіші чи касову інфраструктуру. Велике значення мають цифрові канали: офіційний сайт цирку, сторінки у соціальних мережах, відеоконтент, фотоанонси,

повідомлення у месенджерах, публікації у засобах масової інформації та рекомендації знайомих. Таким чином, структура попиту має враховувати не лише соціально-демографічний вимір глядацької аудиторії, але й медіакommунікаційні аспекти. Важливо зрозуміти не тільки те, хто приходить до цирку, а й через які саме канали інформація дійшла до цих відвідувачів і яка подача була найбільш переконливою.

Особливу увагу варто приділити якісному аспекту структури попиту, а саме повторним відвідуванням. Для цирку вони мають ключове значення, адже свідчать не лише про миттєвий інтерес, але й про глибоку лояльність аудиторії. Повторний візит демонструє, що перший досвід був настільки позитивним, що глядач вирішив подолати всі бар'єри воєнного часу, серед яких психологічні, логістичні, фінансові та безпекові чинники. У випадку Національного цирку України така лояльність виглядає особливо ймовірною завдяки історичному статусу закладу, стабільному іміджу та розширенню форматів взаємодії, як-от екскурсій.

Якщо узагальнити вказане, глядацький попит Національного цирку України в умовах воєнного стану можна охарактеризувати як перехід від стадії шокowego обвалу до етапу адаптованої стабілізації. Структура попиту відображає поєднання традиційного сімейного ядра, організованих дитячих груп, зростаючого сегмента дорослої та молодіжної аудиторії, а також латентного і відкладеного попиту. Ця структура є більш багатогранною порівняно з довоєнним періодом, оскільки її формування відбувається не лише під впливом художньої пропозиції, а й під тиском реалій війни, які змінюють ритми часу, мотиви відвідувань та сам процес ухвалення рішень.

У практичному вимірі це означає, що для комплексного дослідження динаміки та структури попиту необхідно врахувати кілька взаємопов'язаних блоків показників, серед яких:

- кількість відвідувачів за виставами та сезонами;
- середній рівень заповнюваності залу;
- частки сімейних, індивідуальних, групових і пільгових відвідувань;

- сезонні зміни у рівнях попиту;
- часові тенденції в придбанні квитків;
- канали комунікації із аудиторією;
- дані щодо повторних візитів і готовності рекомендувати заклад.

Така багатовимірна модель аналізу дає змогу отримати реальну картину попиту в умовах війни й створити основу для вивчення факторів, які впливають на рівень відвідуваності та уподобання глядачів.

3.3. Фактори впливу на відвідуваність та глядацькі уподобання

Відвідуваність Національного цирку України за умов воєнного стану не можна пояснити лише одним чи кількома окремими чинниками, адже рішення про участь у культурній події під час війни формується через складну взаємодію багатьох факторів. Зокрема, це стосується безпеки, економічної ситуації, психологічного стану, соціального середовища, репутації закладу та мистецько-естетичної привабливості. Згідно з дослідженнями аудиторії виконавських мистецтв, відвідування культурних заходів має багаторівневу мотивацію: глядачі прагнуть не лише насолодитися мистецтвом, а й отримати відпочинок, емоційну розрядку, можливості для соціалізації, нові враження, час для сімейного дозвілля та шлях до культурного самовираження. [5, с. 100-101] Навіть під час війни ці фактори залишаються актуальними, хоча їхня значимість і форма впливу змінюються.

У межах цього дослідження чинники, що впливають на відвідуваність Національного цирку України, доцільно об'єднати в кілька ключових груп:

- безпекові чинники;
- соціально-психологічні аспекти;
- економічні передумови;
- організаційні та сервісні фактори;
- художньо-репертуарні особливості;
- комунікаційно-інформаційна стратегія;

- соціально-демографічні характеристики та поведінкові відмінності аудиторії.

3.3.1. Безпекові фактори

Умови воєнного стану висувають питання безпеки на перший план, адже без її гарантування неможливо пояснити ні факт відвідування культурного заходу, ні причини відмови від нього. Для відвідувачів це не абстрактне чи другорядне питання – воно стосується їхньої особистої фізичної безпеки, а також захисту їхніх дітей та близьких. Таким чином, рішення піти до Національного цирку України ґрунтується передусім на довірі до цієї організації як до відповідального суб'єкта, здатного забезпечити заходи безпеки навіть в умовах повітряних тривог, ракетної загрози та загальної непередбачуваності.

Матеріали, оприлюднені Національним циркум України, акцентують увагу на тому, що наявність просторого укриття, чітко визначених шляхів евакуації та зрозумілих дій під час небезпеки стали ключовими елементами, які дозволили відновити вистави і зберегти інтерес глядачів. Для деяких відвідувачів вирішальним аргументом для візиту є саме забезпечення захищеного простору під будівлею цирку. Це особливо важливо для сімей із дітьми. У такій ситуації глядач оцінює не лише художню цінність програми, але й ефективність закладу у зменшенні можливих ризиків та здатність утримувати контроль у кризових ситуаціях.

Окрім матеріального аспекту безпеки, не менш важливим є її психологічний вимір. Людина може погодитися відвідати цирк навіть за умов об'єктивної загрози, якщо відчуває, що заклад діє професійно, прозоро та відповідально. Тому важливим є не лише наявність укриття як такого, а й спосіб комунікації про це: чіткі правила, зрозумілі алгоритми дій і створення загальної атмосфери порядку й спокою. У воєнний час безпека стає не просто технічним аспектом, а важливим елементом довіри та частиною культурного сервісу.

3.3.2. Соціально-психологічні фактори

Соціально-психологічні чинники посідають ключове місце серед мотивів поведінки глядачів. Дослідження причин відвідування заходів у сфері виконавських мистецтв показують, що вирішальну роль у виборі відіграють бажання втекти від буденних стресів, відпочити, пережити задоволення, провести час із родиною та отримати насичені емоції. У контексті війни ці мотиви не лише залишаються актуальними, а й часто набувають більшої інтенсивності через зростаюче психологічне напруження серед населення.

Для багатьох відвідувачів Національний цирк України пропонує можливість тимчасово забути про щоденні тривоги та знайти емоційний відпочинок. Однак це не стільки втеча від реальності, як спосіб знизити рівень стресу, перемкнути увагу і розділити радісні моменти з близькими чи дітьми. Матеріали про стан українського культурного життя в умовах війни наголошують, що такі заходи суттєво сприяють підтримці психоемоційної стабільності, боротьбі з виснаженням і створенню відчуття соціальної нормальності.

Мотивація, пов'язана з дітьми, є особливо вагомою. Для багатьох батьків похід у цирк стає способом подарувати своїй дитині позитивний досвід, відволікти її від тривожних новин і створити момент радості чи святкування. У такому випадку глядацькі вподобання дорослих часто підлаштовуються під потреби та емоційний стан дитини, формуючи модель «дорослий ухвалює рішення – дитина визначає мотивацію».

Окрему увагу слід звернути на фактор соціальної солідарності. У воєнний час відвідування Національного цирку можуть сприймати не лише як форму розваги, а й як символ підтримки національної культурної спадщини, що функціонує навіть за надзвичайних умов. Для частини глядачів участь у культурних подіях такого роду стає вираженням громадянської позиції, способом підтримати українських митців і зберегти цілісність національної культури.

3.3.3. Економічні фактори

Економічний аспект також відіграє вагомую роль у формуванні попиту на циркові вистави. Незважаючи на високу емоційну та культурну значущість таких заходів, їх відвідування пов'язане з реальними матеріальними витратами: ціною квитків, транспортними витратами, витратами на їжу, сувеніри та інші складові сімейного дозвілля. Під час війни, коли багато домогосподарств стикаються зі зниженням доходів, втратою роботи або фінансовою нестабільністю, ці економічні бар'єри можуть суттєво гальмувати реалізацію інтересу до культурних подій.

Для Національного цирку України це означає, що попит не обмежується виключно художньою цінністю програми. Навіть якщо вистава зацікавлює потенційних глядачів, вони оцінюють співвідношення вартості квитка та очікуваного рівня задоволення. Це особливо актуально для сімейної аудиторії, адже загальні витрати на відвідування для кількох членів родини можуть стати суттєвим фінансовим навантаженням. Як наслідок, значний вплив на фактичну відвідуваність мають такі фактори, як цінова політика цирку, наявність акцій, сімейних пакетів, групових знижок або спеціальних пропозицій для соціально вразливих категорій. [7, с. 24-25]

Водночас дія економічного чинника не завжди є передбачуваною. Для окремих глядачів циркові вистави можуть залишатися пріоритетним вибором навіть у ситуації обмеженого бюджету, якщо вони сприймаються як якісний, емоційно насичений і «вартісний» досвід. Тому економічний аспект тісно взаємопов'язаний із цінністю культурного продукту: справа не лише в ціні квитка, але й у тому, наскільки людина вважає цей витрачений ресурс справедливим з огляду на отримані враження.

3.3.4. Організаційно-сервісні фактори

Відвідуваність безпосередньо залежить від рівня організаційного забезпечення. Дослідження аудиторії виконавських мистецтв постійно підтверджують, що рішення відвідати захід знову формується не лише на основі естетичної оцінки події, але й у контексті повного спектра послуг:

зручності придбання квитків, орієнтації в приміщенні, ставлення персоналу, комфорту глядацьких місць, доступності логістики входу та виходу, якості інформаційного супроводу та загального враження від простору закладу.

У випадку Національного цирку України значущість цих аспектів у період воєнного часу суттєво зростає. Глядачі більш схильні звертати увагу на організаційні недоліки, оскільки в умовах війни будь-які прояви непевності чи поганої координації сприймаються значно гостріше. Злагоджена посадка, чіткі й зрозумілі інструкції, швидка реакція співробітників, їхня ввічливість у спілкуванні та чіткі дії під час можливих надзвичайних ситуацій – усе це значно впливає на суб'єктивне сприйняття якості візиту.

Важливим фактором також є тривалість програми. [11, с. 105-106] У воєнний час найбільш привабливими стають вистави оптимальної протяжності, без зайвих затримок через довгі антракти чи технічні паузи. Це диктується як питанням безпеки, так і потребами глядачів, які цінують насичені, але не виснажливі враження. Таким чином, обдумане планування темпу, ритму та загальної тривалості виступів є важливим чинником впливу на попит.

3.3.5. Художньо-репертуарні фактори

Окрему категорію складають художньо-репертуарні чинники, які формують інтерес глядачів до циркових програм. Уподобання публіки базуються на гармонійному поєднанні таких елементів, як видовищність, технічна складність номерів, емоційна виразність, цілісність композиції, музичне оформлення, візуальний дизайн, костюми, сценографія та загальний рівень майстерності артистів. [17, с. 90] Для одних глядачів головну роль відіграє ефект захоплення і подиву, для інших – цілісність постановки, її драматургічна наповненість та сучасність художніх рішень.

Аналіз досвіду сприйняття сучасного цирку свідчить про те, що рівень обізнаності або «експертність» глядача істотно впливає на спосіб оцінки вистави. Освіченіша аудиторія з більш глибоким знанням циркового мистецтва віддає перевагу технічній майстерності, інтелектуальним аспектам номерів,

оригінальності концепції та професіоналізму виконання. Водночас менш досвідчені глядачі здебільшого орієнтуються на емоційну складову, видовищність, новизну й розважальний характер програми. Це підкреслює необхідність створення репертуару національного циркового мистецтва, який буде відповідати різним рівням сприйняття та очікувань публіки.

Сімейна аудиторія зазвичай цінує яскравість і доступність представлених номерів. Натомість для залучення більш дорослої аудиторії важливими стають інноваційні режисерські рішення, тематична завершеність вистави, складні постановочні елементи й виразна візуальна образність. У результаті сформувалися нові підходи до репертуарної політики: сьогодні глядачі очікують не просто видовищного циркового номера, а цілісного художнього задуму, який враховуватиме їхній вік, досвід, мотивацію та культурний контекст.

3.3.6. Комунікаційно-інформаційні фактори

У сучасному культурному просторі формування попиту залежить не тільки від самої події, але й від того, як вона комунікується із аудиторією. Важливими елементами стають якісна афіша, ефективний візуальний анонс, майстерно створений трейлер, активна присутність у соцмережах, регулярне оновлення інформації на сайті, точні дані щодо дати, часу, правил відвідування та заходів безпеки. Усі ці аспекти зливаються в інтегрований механізм, який сприяє формуванню інтересу глядачів.

За умов воєнного часу роль інформаційного компоненту стає ще більш суттєвою, адже прийняття рішень часто відбувається спонтанно і залежить від актуальних обставин. Глядачам потрібна стислий, чіткий, переконливий та емоційно заряджений зміст, що не лише приваблює програмою, але й відповідає на практичні запитання: чи безпечно відвідати подію, як дістатися місця проведення, чи є поруч укриття, чи працює каса і чи можливо придбати квиток онлайн. Таким чином, комунікація виходить за рамки допоміжної функції та стає ключовим фактором у стимулюванні інтересу.

Окрему увагу слід приділити міжособистісному спілкуванню. Для таких заходів, як циркові вистави, великого значення набувають відгуки друзів, родичів, знайомих, шкільних колективів, локальних чатів і онлайн-платформ. Позитивний досвід інших людей з акцентом на якість програми, дитячі емоції і рівень безпеки події часто має значно більшу вагу для потенційних глядачів, ніж традиційна реклама. Задоволеність аудиторії таким чином відіграє важливу роль не лише в оцінці минулих заходів, але і як інструмент прогнозування попиту на майбутнє. [22, с. 44-45]

3.3.7. Соціально-демографічні та поведінкові характеристики

На відвідуваність значно впливають характеристики самих глядачів, зокрема їхній вік, сімейний стан, рівень доходу, місце проживання, наявність дітей, культурний бекграунд, звички щодо регулярного відвідування подій та рівень цифрової грамотності. Дослідження у сфері виконавського мистецтва свідчать, що стабільні моделі відвідування найчастіше формуються на основі поєднання мотиваційних і демографічних факторів. Так, наприклад, сімейні зв'язки та бажання провести спільне дозвілля можуть бути не менш значущими, ніж інтерес до певного виду мистецтва.

У випадку Національного цирку України це означає, що смаки глядачів не варто розглядати як однорідні. Уподобання сімей із маленькими дітьми помітно відрізняються від очікувань молоді або окремих дорослих відвідувачів. Одні шукають святкової атмосфери й видовищ, інші цінують комфорт і безпеку, треті прагнуть художніх новацій, а ще для когось найважливішими є доступність вистав за ціною чи зручність часу. Таким чином, одна і та ж програма може викликати інтерес у різних груп глядачів з абсолютно різних причин. [31, с. 131]

Поведінковий фактор також відіграє важливу роль: попередній досвід відвідування значною мірою впливає на подальші рішення. Якщо глядач отримав позитивні враження під час перебування в Національному цирку України – зручний вхід, гарний огляд сцени, яскраві емоції, задоволення дитини, злагоджену роботу персоналу під час непередбачуваних ситуацій –

шанси на повторний візит суттєво зростають. Таким чином, лояльність аудиторії формується не лише завдяки якісним виставам, а й завдяки комплексному позитивному досвіду.

3.3.8. Узагальнення факторів

Фактори, які впливають на відвідуваність та глядацькі уподобання Національного цирку України в умовах воєнного стану, утворюють складну багатовимірну систему, де жоден елемент не діє ізольовано. Безпека забезпечує базові умови для можливості відвідування, психологічні мотиви стимулюють бажання прийти, а економічні чинники окреслюють фінансові рамки цього наміру. Художня якість програми додає події змістовну привабливість, організаційний сервіс формує загальне враження, а ефективна комунікація сприяє видимості та зрозумілості пропозицій. При цьому соціально-демографічні особливості аудиторії визначають різноманітність мотивації та уподобань глядачів.

Це означає, що для підвищення відвідуваності Національного цирку України недостатньо створити лише якісну виставу. Необхідно реалізувати комплексний підхід, який включатиме безпечну та комфортну інфраструктуру, адаптивну цінову політику, сегментовану та ефективну комунікацію, високий рівень сервісу, постійне оновлення художнього контенту програм і систематичні дії для формування відданої аудиторії. Така стратегія не тільки підтримує інтерес до цирку в поточних умовах, але й створює міцний фундамент для розвитку його популярності у повоєнний час.

Висновки до III розділу

Згідно поставлених завдань, у III розділі було проведено детальний аналіз попиту глядачів Національного цирку України в умовах воєнного стану. Зібрані емпіричні та аналітичні дані засвідчили, що попит на циркові програми, попри виклики часу, не зникає, а змінюється під впливом нових соціальних, психологічних, безпекових і організаційних умов. Глядацький інтерес до програм цирку набуває адаптивного характеру: він стає більш чутливим до зовнішніх ризиків, але все ж залишається стійким завдяки високій

емоційній цінності циркового мистецтва, авторитету інституції та покращенню організаційної діяльності.

У підрозділі 3.1 проведено аналіз загальної характеристики аудиторії Національного цирку та окреслено основні джерела для збору емпіричних даних. Було встановлено, що аудиторія є багатосегментною і включає різні категорії глядачів: сімейні відвідувачі, організовані дитячі групи, індивідуальні дорослі гості, молодь і соціальні категорії, що беруть участь у благодійних та партнерських програмах. Аналіз попиту був здійснений на основі комплексного підходу, що включає касові й квиткові дані, анкетування, цифрову аналітику, внутрішні спостереження та якісні дослідницькі методи.

У підрозділі 3.2 розглянуто динаміку та структуру глядацького попиту. З'ясовано, що в період воєнного стану попит пройшов кілька фаз: від різкого падіння відвідуваності на початку повномасштабних бойових дій до поступового відновлення з наступною стабілізацією. Публічні дані засвідчують, що Національний цирк України зумів зберегти регулярний показ вистав із відносно високим рівнем заповненості залу, що свідчить про стійкий інтерес публіки. Виявлено, що глядацька аудиторія переважно складається із сімейних відвідувачів, хоча також охоплює групові, індивідуальні та пільгові сегменти. Культурне споживання в умовах війни стало ситуативним і залежить від таких факторів, як сезонність, безпека та комунікаційний супровід.

У підрозділі 3.3 визначено головні чинники, які впливають на відвідуваність і глядацькі вподобання. Серед них ключова роль належить безпековим умовам, адже вони є базовою передумовою для реалізації попиту в умовах військових дій. Додатковими важливими факторами виступають психологічна потреба у відновленні, сімейна мотивація, висока емоційна цінність циркових програм, їх художня якість, рівень організації та обслуговування, ефективна комунікація із аудиторією та доступність входу з огляду на економічну ситуацію. Таким чином, глядацькі вподобання формуються через взаємодію різних факторів, що визначає необхідність комплексного підходу до управління попитом на циркові послуги.

У підрозділі 3.4 розглянуто перспективи розвитку глядацького попиту у післявоєнний період. Встановлено, що після завершення воєнного стану можна очікувати зростання інтересу до культурних заходів, оскільки суспільство матиме сильну потребу в емоційному відновленні, святковій атмосфері та поверненні до активного культурного життя. Водночас підкреслено, що післявоєнний попит матиме якісні відмінності від довоєнної ситуації – аудиторія стане більш вимогливою до якості послуг, доступності цифрових рішень, змістовного наповнення заходів та різноманітності форматів взаємодії. У цьому контексті перспективи Національного цирку України пов'язуються із впровадженням стратегії audience development, розширенням цифрової комунікації, запуском соціальних програм, посиленням міжнародного позиціонування та збільшенням кількості аудиторних сегментів.

Таким чином, третій розділ дослідження був присвячений аналізу сучасного глядацького попиту Національного цирку України в умовах воєнного стану, ідентифікації ключових чинників його формування та прогнозуванню основних тенденцій для майбутнього розвитку. Зроблені висновки свідчать про значний потенціал Національного цирку України у забезпеченні стійкого інтересу аудиторії навіть в умовах війни, з перспективою його подальшого розширення. Для цього необхідно сполучити високий рівень художньої якості постановок, безпечну організацію заходів, сучасні комунікаційні підходи та системну роботу з розвитком глядацької бази.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській кваліфікаційній роботі проведено ґрунтовний аналіз діяльності Національного цирку України в умовах воєнного стану, зосереджений на дослідженні глядацького попиту. Завдяки цьому дослідженню вдалося досягти поставленої мети та виконати завдання щодо осмислення поняття глядацького попиту, вивчення особливостей його формування у сфері циркового мистецтва, аналізу функціонування Національного цирку під час війни, а також визначення динаміки, структури та перспектив розвитку попиту на циркові вистави.

За результатами роботи виявлено, що глядацький попит у сфері культури – це складна багатовимірна категорія, яка формується під впливом економічних, соціальних, психологічних, комунікаційних і символічних факторів. На відміну від звичайного споживчого попиту, попит у мистецькій сфері значною мірою залежить від емоційної цінності культурного продукту, рівня довіри до інституції, культурного капіталу аудиторії та якості взаємодії між закладом і глядачем. Це обґрунтувало необхідність використання міждисциплінарного підходу до дослідження таких явищ, що включає елементи культурології, соціології, менеджменту та маркетингу.

Дослідження також засвідчило, що циркове мистецтво має унікальну модель формування попиту, зумовлену видовищністю його програми, універсальністю сценічної мови, високим рівнем емоційного впливу та міжпоколінним характером аудиторії. Цирк виконує декілька важливих функцій: є простором для культурного дозвілля і сімейних подій, дарує емоційні враження та створює платформу для соціальної комунікації. Такі особливості забезпечують стабільний інтерес до цирку навіть у періоди суспільних криз, коли інші форми культурного споживання можуть втрачати свою актуальність.

У роботі було доведено, що в умовах воєнного стану глядацький попит на програми Національного цирку України не зменшився, а зазнав якісних змін. Глядачі стали значно чутливішими до аспектів безпеки, економічної

доступності та психологічного комфорту. Водночас цей попит залишився стійким завдяки високому символічному статусу цирку, емоційній привабливості вистав, добрій репутації інституції та її здатності швидко адаптуватися до нових реалій. Аналіз публічної статистики підтвердив, що після початкового періоду повномасштабної війни Національний цирк відновив свою діяльність, забезпечив регулярність вистав і зберіг відносний рівень відвідуваності.

Дослідження виявило, що діяльність Національного цирку України під час воєнного стану демонструє високий рівень організаційної стійкості. Інституція адаптувала свою роботу до нових викликів, упроваджуючи заходи безпеки, такі як використання укриттів, чіткі алгоритми дій під час повітряної тривоги, а також змінюючи структуру вистав, підтримуючи стабільність репетицій і впроваджуючи оновлені формати комунікації з глядачами. Одним із ключових результатів стало розширення соціальної місії цирку, який у військових умовах функціонує не лише як розважальний майданчик, а й як осередок психологічної підтримки, місце для зміцнення суспільної солідарності та символ культурної стійкості країни.

Аудиторія Національного цирку характеризується багатосегментністю. Вона включає сімейні групи, організовані дитячі колективи, індивідуальних дорослих глядачів, молодь і соціально вразливі категорії населення, яких охоплюють благодійні та партнерські програми. Основним сегментом у структурі попиту залишається сімейна аудиторія. Це обумовлено традиційною роллю цирку як місця спільного дозвілля для дітей і дорослих. У той самий час, у період війни зростає значення спеціалізованих і соціально мотивованих сегментів глядачів, які сприймають цирк як джерело емоційної підтримки та розвантаження.

Дослідження динаміки попиту на події Національного цирку України під час воєнного стану показало кілька етапів: перший період характеризувався різким зниженням відвідуваності, за яким слідувало поступове відновлення та адаптація до нових умов. Це свідчить про те, що попит на культурні заходи в

умовах війни не зникає повністю, а стає більш гнучким і ситуаційним. Основними рисами такого попиту є пізніше прийняття рішення про відвідування, більша залежність від комунікації з організаторами, підвищена увага до безпекових аспектів та зростання інтересу до заходів у святковій або канікулярні періоди.

На відвідуваність та смаки глядачів впливає комплекс взаємозалежних чинників. Найважливішим з них є безпека, але вона не діє ізольовано. Рішення про відвідування формується лише за наявності довіри до заходів безпеки, поєднаної з емоційною цінністю програми, комфортністю перебування для відвідувача, доступністю інформації та позитивним досвідом попередньої взаємодії з установою.

У післявоєнний період Національний цирк України має значний потенціал для зростання зацікавленості глядачів, що базується на очікуваному підвищенні інтересу до культурних подій. Це зумовлено потребою суспільства в емоційній реабілітації, поверненні до багатогранного культурного життя та відновленні традицій сімейного дозвілля. Водночас слід прогнозувати, що аудиторія стане більш вимогливою до змістовності програм, рівня обслуговування, зручності цифрових рішень і різноманітності форматів комунікації. Усі ці фактори підкреслюють важливість стратегічного розвитку управління аудиторією, сегментованих комунікацій, впровадження соціальних ініціатив, зміцнення міжнародних зв'язків та цифрової модернізації у взаємодії з глядачами.

Практичне значення отриманих результатів полягає в їхньому використанні для вдосконалення діяльності Національного цирку України. Це включає підвищення ефективності роботи з аудиторією, оптимізацію репертуарної та маркетингової політики, розробку програм лояльності, поліпшення системи анкетування й моніторингу відвідувань. Крім того, результати можуть слугувати основою для розробки довгострокових стратегій розвитку циркової інституції в післявоєнний період. Висновки цього дослідження також можуть бути корисними іншим культурним закладам

України, що працюють у схожих умовах і стикаються з викликами збереження та розширення аудиторії у кризовий час.

Таким чином, у період воєнного стану Національний цирк України демонструє себе не лише як осередок видовищного мистецтва, але й як стійка культурна інституція. Він задовольняє суспільний запит на творчість, виконує важливі соціальні функції та адаптується до нових реалій. Дослідження підтверджує, що попит на циркове мистецтво в умовах війни слід розглядати не як прояв культурної звички, а як свідчення життєздатності українського суспільства, його прагнення до емоційного відновлення, підтримання культурної спадщини та створення простору для спільних переживань і єднання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ІНФОРМАЦІЇ

1. Богуцький Ю. П. Самоорганізація культури в умовах глобалізаційних викликів. Культурологічна думка. 2018. № 13. С. 9–16.
2. Вплив повномасштабної війни на українську культуру та креативні індустрії : статистичний звіт / Міністерство культури та інформаційної політики України. Київ, 2024. 32 с.
3. Воронова О. В. Арт-менеджмент у структурі сучасної культури України: теоретико-методологічний аспект. Мистецтвознавчі записки. 2017. Вип. 31. С. 45-52.
4. Гальченко О. В. Культурні індустрії в Україні: стан, тенденції та перспективи розвитку. Культурологічна думка. 2019. № 15. С. 132-139.
5. Гончаренко І. І. Маркетингові комунікації в системі управління закладами культури та мистецтв. Гуманітарний вісник. 2018. № 4. С. 98-105.
6. Гриценко О. А. Культурна політика в Україні: концепції, досвід, перспективи: монографія. Київ : Інститут культурології НАМ України, 2017. 256 с.
7. Гуменюк Т. К. Мистецький менеджмент у сучасному видовищному просторі. Культура і мистецтво у сучасному світі. 2016. Вип. 17. С. 23-31.
8. Давидова Г. В. Формування та функціонування ринку видовищних послуг в Україні. Економіка культури. 2015. № 2. С. 34-41.
9. Динаміка внутрішньої міграції в Україні та її вплив на інфраструктуру великих міст : звіт / Міжнародна організація з міграції (МОМ), Представництво в Україні. Київ, 2025. 56 с.
10. Дячук В. П. Репертуарний театр у системі сучасних продюсерських технологій. Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії. 2018. Вип. 18. С. 115-122.
11. Єрмилова В. В. Особливості промоції видовищних мистецтв у сучасному медіапросторі. Вісник Харківської державної академії культури. 2019. Вип. 54. С. 102-110.

12. Закон України «Про правовий режим воєнного стану» : від 12 трав. 2015 р. № 389-VIII (зі змінами та доповненнями). Відомості Верховної Ради України. 2015. № 28. Ст. 250.
13. Збереження культурної спадщини України в умовах воєнного стану // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Електронний ресурс. URL: <https://journals.urau.ua/visnyknakkkim/article/view/351832/338966> (дата звернення: 11.02.2026).
14. Інтеграція внутрішньо переміщених осіб у соціокультурний простір приймаючих громад : соціологічне дослідження / Інститут соціології НАН України. Київ, 2023. 64 с.
15. Кашуба В. Г. Організаційно-творчі аспекти української циркової школи // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2021. № 2. Електронний ресурс. URL: <https://journals.urau.ua/visnyknakkkim/article/download/240113/238491>.
16. Кашуба В. Г. Сценічне мистецтво: українська циркова школа в контексті історичних і сучасних трансформацій // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2022. Електронний ресурс. URL: <https://journals.urau.ua/visnyknakkkim/article/download/262283/258762>.
17. Ковтуненко В. І. Маркетингові стратегії театральних підприємств. Питання культурології. 2017. Вип. 33. С. 88-95.
18. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурній сфері України: менеджерський аспект : монографія. Київ : НАКККіМ, 2014. 312 с.
19. Кулик О. В. Економічні аспекти діяльності державних видовищних підприємств в Україні. Економічний часопис-XXI. 2016. № 5. С. 72-76.
20. Культура під час війни: виклики, потреби, стратегії розвитку : аналітична доповідь / Український культурний фонд. Київ, 2023. 48 с.
21. Культурний фронт: як видовищні заклади України адаптувалися до умов воєнного стану : оглядовий матеріал / Державне агентство України з питань мистецтв та мистецької освіти. Київ, 2024. 20 с.

22. Кучеренко А. В. Менеджмент видовищних підприємств: особливості взаємодії з глядацькою аудиторією. *Культура і сучасність*. 2020. № 2. С. 41-47.
23. Литвиненко Д. О. Маркетингові дослідження глядацького попиту на послуги видовищних закладів. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності*. 2018. № 1. С. 44-53.
24. Мельниченко Л. О. Фандрейзинг як технологія залучення позабюджетних ресурсів у сферу культури. *Арт-менеджмент*. 2015. № 4. С. 29-35.
25. Моніторинг соціально-економічного становища населення м. Києва в умовах воєнного стану : статистичний бюлетень / Головне управління статистики у м. Києві. Київ, 2024. 42 с.
26. Національний цирк України : офіційний сайт. Електронний ресурс. URL: <https://www.circus.kyiv.ua> (дата звернення: 29.04.2026).
27. Олійник В. П. Організаційно-управлінські аспекти діяльності театральних-видовищних зальних структур. *Театральна справа*. 2019. № 2. С. 67-74.
28. Петрова О. М. Використання соціальних мереж у комунікаційній політиці закладів культури. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2019. Т. 2, № 1. С. 82-91.
29. Поплавський М. М. Менеджмент соціокультурної діяльності : підручник. Київ : Видавничий центр КНУКіМ, 2012. 536 с.
30. Проекти у сфері культури та воєнні виклики: досвід грантових програм / Український культурний фонд. Київ, 2024. 38 с.
31. Рибчинський О. В. Специфіка організації гастрольної діяльності видовищних підприємств. *Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського*. 2018. № 3. С. 129-136.
32. Романова Т. А. Динаміка культурних потреб міського населення України (соціологічний аналіз). *Український соціум*. 2017. № 2. С. 45-54.

33. Рудчук В. В. Організація масових видовищних заходів: безпековий та управлінський аспекти. Науковий вісник Національної академії внутрішніх справ. 2019. № 1. С. 112-120.
34. Саніна Т. О. Маркетинг у сфері культури: теоретико-методологічні засади дослідження ринку. Економіка і прогнозування. 2016. № 3. С. 105-113.
35. Стан культурної сфери України в умовах воєнного стану : експертно-аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень. Київ, 2023. 12 с.
36. Степанова О. В. Формування художньо-естетичних запитів сучасної молоді. Педагогічна майстерність. 2016. Вип. 11. С. 54-61.
37. Стратегія розвитку культури в умовах воєнного стану та повоєнного відновлення : збірник рекомендацій / Національна академія мистецтв України. Київ, 2024. 54 с.
38. Указ Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» від 24 лютого 2022 року № 64/2022, затверджений Законом України від 24 лютого 2022 року № 2102-IX. Офіційний вісник України. 2022. № 19. Ст. 995.
39. A Circus Brings Joy to Lviv's Children. Wilson Center. 27.03.2025. Електронний ресурс. URL: <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/circus-brings-joy-lvivs-children> (дата звернення: 06.02.2026).
40. Audience development and cultural policy. Springer. Електронний ресурс. URL: <https://ouci.dntb.gov.ua/en/works/9JAwge11/> (дата звернення: 24.04.2026).
41. Audience engagement in the performing arts. Springer. 2020. Електронний ресурс. URL: <https://www.springerprofessional.de/en/audience-engagement-in-the-performing-arts/17162272> (дата звернення: 16.02.2026).
42. Audience Research for the Performing Arts. Електронний ресурс. URL: https://seaopenresearch.eu/Journals/articles/SPAS_3_36.pdf (дата звернення: 12.04.2026).
43. Audience Research Made Easy: A Guide for Small to Medium Performing Arts Organizations. Hill Strategies Research, 2006. Електронний

ресурс. URL: <https://hillstrategies.com/2006/01/31/audience-research-made-easy-a-guide-for-small-to-medium-performing-arts-organizations/> (дата звернення: 01.02.2026).

44. Audience Spectrum in Action: Securing Funding for a Circus Festival. 2024. Електронний ресурс. URL: <https://evidence.audienceanswers.org/en/resources/case-studies/audience-spectrum-in-action-securing-funding-for-a-circus-festival> (дата звернення: 21.04.2026).

45. Circostrada Network. CS Audience. 2021. Електронний ресурс. URL: <https://www.circostrada.org/en/cs-audience> (дата звернення: 09.02.2026).

46. CirqueMusique Audience Development. Електронний ресурс. URL: https://lielaisdzintars.lv/dividocuments/file/augsupielades/CirqueMusique%20Audience%20Development%20English_compressed.pdf (дата звернення: 18.04.2026).

47. Circus in Ukraine - Between a bright History and a difficult Present. Scenic Circus. 2024. Електронний ресурс. URL: <https://www.scenic-circus.de/en/post/circus-in-ukraine-between-a-bright-history-and-a-difficult-present> (дата звернення: 13.03.2026).

48. Crisis management of Kharkiv cultural sphere in the conditions of martial law. 2024. Електронний ресурс. URL: <https://periodicals.karazin.ua/economy/article/view/25001> (дата звернення: 25.02.2026).

49. Field study of audience experience in contemporary circus: An exploratory study on the impact of audience's expertise. 2021. Електронний ресурс. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/pchj.441> (дата звернення: 07.04.2026).

50. How the National Circus of Ukraine Maintains Popularity Among Audiences During the War / Levchenko D. Kyiv24. 16.12.2025. Електронний ресурс. URL: <https://kyiv24.com/en/how-the-national-circus-ukraine/> (дата звернення: 28.02.2026).

51. How to Conduct Audience Research. Museums & Galleries NSW. Электронный ресурс. URL: <https://mgnsww.org.au/wp-content/uploads/2020/08/Engaging-Art-How-to-Conduct-Audience-Research.pdf> (дата звернения: 15.03.2026).

52. Introduction to Audience Research in museums, theatre, the arts and culture. Digital Culture Network. 2024. Электронный ресурс. URL: <https://digitalculturenetwork.org.uk/knowledge/introduction-to-audience-research/> (дата звернения: 20.04.2026).

53. Kolb B. Marketing for Cultural Organizations. London ; New York : Routledge, 2013.

54. LEGISLATIVE BACKGROUND OF STATE CULTURAL POLICY IN TIME OF WAR. NISS Panorama. 2023. Электронный ресурс. URL: <https://niss-panorama.com/index.php/journal/article/view/147> (дата звернения: 23.02.2026).

55. Late booking trends. Audience Answers. 2022. Электронный ресурс. URL: <https://evidence.audienceanswers.org/en/evidence/articles/late-booking-trends> (дата звернения: 10.04.2026).

56. Liu X. Audience engagement in the traditional performing arts. Tampere University. Электронный ресурс. URL: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/10024/156878/2/LiuXi.pdf> (дата звернения: 05.03.2026).

57. McDowell E. Mixing Methods in Audience Research Practice. 2021. Электронный ресурс. URL: https://eprints.whiterose.ac.uk/id/eprint/218890/3/McDOWELL%20Mixing%20Methods%20MARCH%202021%20FINAL%20version%2030.03_for%20Sy (дата звернения: 27.04.2026).

58. Methodologies in Circus Scholarship. In: The Cambridge Companion to the Circus. 2021. Электронный ресурс. URL: <https://www.cambridge.org/core/books/abs/cambridge-companion-to-the->

circus/methodologies-in-circus-scholarship/56AFD8323524D307A (дата звернення: 12.02.2026).

59. Motivational and Demographic Factors for Performing Arts Attendance across Place and Form. Hill Strategies. Електронний ресурс. URL: <https://hillstrategies.com/2012/06/21/motivational-and-demographic-factors-for-performing-arts-attendance-across-place-and-form/> (дата звернення: 17.04.2026).

60. Proximity and Performing Arts Attendance: What Leads Audiences to Go the Extra Mile? The Wallace Foundation. 2025. Електронний ресурс. URL: <https://wallacefoundation.org/report/proximity-and-performing-arts-attendance-what-leads-audiences-go-extra-mile-what-leads> (дата звернення: 01.04.2026).

61. Standing Room Only: Marketing Insights for Engaging Performing Arts Audiences / Kotler P., Scheff J. Boston : Harvard Business School Press, 1997.

62. Taking Out the Guesswork: Using Research to Build Arts Audiences. New York : The Wallace Foundation, 2014. Електронний ресурс. URL: <https://wallacefoundation.org/sites/default/files/2023-08/Taking-Out-the-Guesswork.pdf> (дата звернення: 09.03.2026).

63. The Diversity of Performing Arts Audiences: Weighing Organizational Factors and Business Decisions. National Endowment for the Arts. 2021. Електронний ресурс. URL: <https://www.arts.gov/stories/blog/2021/diversity-performing-arts-audiences-weighing-organizational-factors-and-business-decision> (дата звернення: 18.02.2026).

64. The show must go on: Ukraine's circus in wartime. Daily Maverick. 31.12.2025. Електронний ресурс. URL: <https://www.dailymaverick.co.za/article/2025-12-31-the-show-must-go-on-ukraines-circus-in-wartime/> (дата звернення: 22.04.2026).

65. The Ukrainian Cultural Sector in Wartimes: Emergencies – Needs – Measures. Goethe-Institut Ukraine. Електронний ресурс. URL: https://www.goethe.de/resources/files/pdf347/the-ukrainian-cultural-sector-in-wartimes_e.pdf (дата звернення: 07.03.2026).

66. Transformation of Event Trends in the Context of Socio-Cultural Changes. Электронний ресурс. URL: <https://socio-cultural.knukim.edu.ua/article/download/335885/324840/779987> (дата звернення: 24.02.2026).

67. Transformation of Ukrainian Event Industry under Martial Law. 2025. Электронний ресурс. URL: <https://culture-art-knukim.pp.ua/article/view/340291> (дата звернення: 11.04.2026).

68. Ukrainian Circus During the War: A Photo Exhibition in the Heart of Kyiv! / Sholokhova A. Circus Life. 12.12.2024. Электронний ресурс. URL: <https://circuslife.com.ua/en/ukrainian-circus-photo-exhibition-in-the-heart-of-kyiv/> (дата звернення: 14.02.2026).

69. Ukrainian Circus in Wartime Unveiled in Berlin's Photo Exhibition. Circus Life. 2025. Электронний ресурс. URL: <https://circuslife.com.ua/en/berlin-photo-exhibition-about-circus-during-the-war/> (дата звернення: 08.04.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А. Порівняння показників періоду пандемії та повномасштабного вторгнення

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВІДВІДУВАНOSTI ДП «НАЦІОНАЛЬНИЙ ЦИРК УКРАЇНИ»

у контексті соціокультурних та демографічних змін (2020, 2022, 2025 рр.)

Для комплексного аналізу діяльності Головного манежу країни в умовах кризових періодів (пандемія COVID-19 та повномасштабна війна) нижче наведено структуровані статистичні дані, що базуються на внутрішній репертуарній звітності підприємства та офіційних демографічних показниках столиці.

1. Демографічний контекст м. Київ та динаміка ВПО

Зміна кількості населення столиці та активні міграційні процеси, викликані повномасштабним вторгненням, безпосередньо вплинули на обсяг потенційної глядацької аудиторії цирку:

Календарний рік	Офіційне населення м. Київ (приблизно)	Кількість зареєстрованих ВПО	Соціокультурний фактор впливу
2020 рік	2 960 000 чол.	~30 000 чол.	Локдаун, суворі карантинні обмеження заповнюваності залів.
2022 рік	2 600 000 — 2 800 000 чол. (відтік навесні)	~380 000 чол. (різке зростання)	Початок повномасштабної війни, зупинка роботи на 4 місяці, повітряні тривоги.
2025 рік	~3 000 000 чол. (стабілізація)	~450 000 чол.	Адаптація до умов воєнного стану, інтеграція ВПО,

Календарний рік	Офіційне населення м. Київ (приблизно)	Кількість зареєстрованих ВПО	Соціокультурний фактор впливу
			відновлення стабільного попиту.

2. Репертуарні показники та відвідуваність по роках

2.1. Календарний 2020 рік (Період пандемії COVID-19)

Назва програми	Період / Місяці	Кількість вистав	Кількість глядачів
1. «МАНДРИ ЗАДЗЕРКАЛЛЯМ»	Січень	33	44 682
2. Циркове шоу «АФРИКА»	Лютий — Червень (карантин)	23	14 689
3. «День народження. Свято цирку»	Жовтень — Грудень	23	4 748
4. «Есойбігит. Цирк нової генерації»	Жовтень — Грудень	6	893
5. «Хелловін»	Жовтень — Листопад	3	1 467
6. «Дива Різдва»	Грудень	19	9 046
ВСЬОГО ЗА 2020 РІК (з урах. коригувань):		107	75 514

2.2. Календарний 2022 рік (Початок повномасштабного вторгнення)

Назва програми	Період / Місяці	Кількість вистав	Кількість глядачів
1. «Дива Різдва 2022»	Січень	34	48 550
2. «Цирк тиГра. Шоу сміливих»	Лютий, Вересень — Грудень	53	23 786
3. «У пошуках кохання. Циркові історії»	Лютий (до 14.02)	6	2 724
4. «Врятовані циркові тварини. Відкрита репетиція»	Липень — Серпень (відновлення)	24	3 991
5. «Хелловін»	Жовтень — Листопад	10	4 722
6. «Щасливого Різдва. Циркова казка»	Грудень	24	12 563
ВСЬОГО ЗА 2022 РІК:		151	96 336

2.3. Календарний 2025 рік (Адаптація та стабілізація в умовах війни)

Назва програми	Період / Місяці	Кількість вистав	Кількість глядачів
1. «Різдвяні історії»	Січень	26	30 141
2. «ЦИРКОВЕ РАНДЕВУ»	Лютий — Березень	43	13 005

Назва програми	Період / Місяці	Кількість вистав	Кількість глядачів
Кабаре-шоу»			
3. Док. фільм «2, Place de la Victoire, Kyiv»	25 Лютого	1	208
4. «БОН КУРАЖ»	Квітень — Червень	43	10 389
5. «Диво Цирк ГАЛА ШОУ»	31 Травня	1	593
6. «СЯЄВО. Відкриття циркового сезону»	Вересень — Листопад	38	20 893
7. «КУБОК ЗОЛОТИХ ВОРИТ. ГАЛА-ШОУ»	03 Жовтня	1	171
8. «ХЕЛЛОВІН У ЦИРКУ»	Жовтень — Листопад	12	11 156
9. «МОТАНКА. Циркова казка»	Грудень	30	32 703
ВСЬОГО ЗА 2025 РІК:		195	119 259

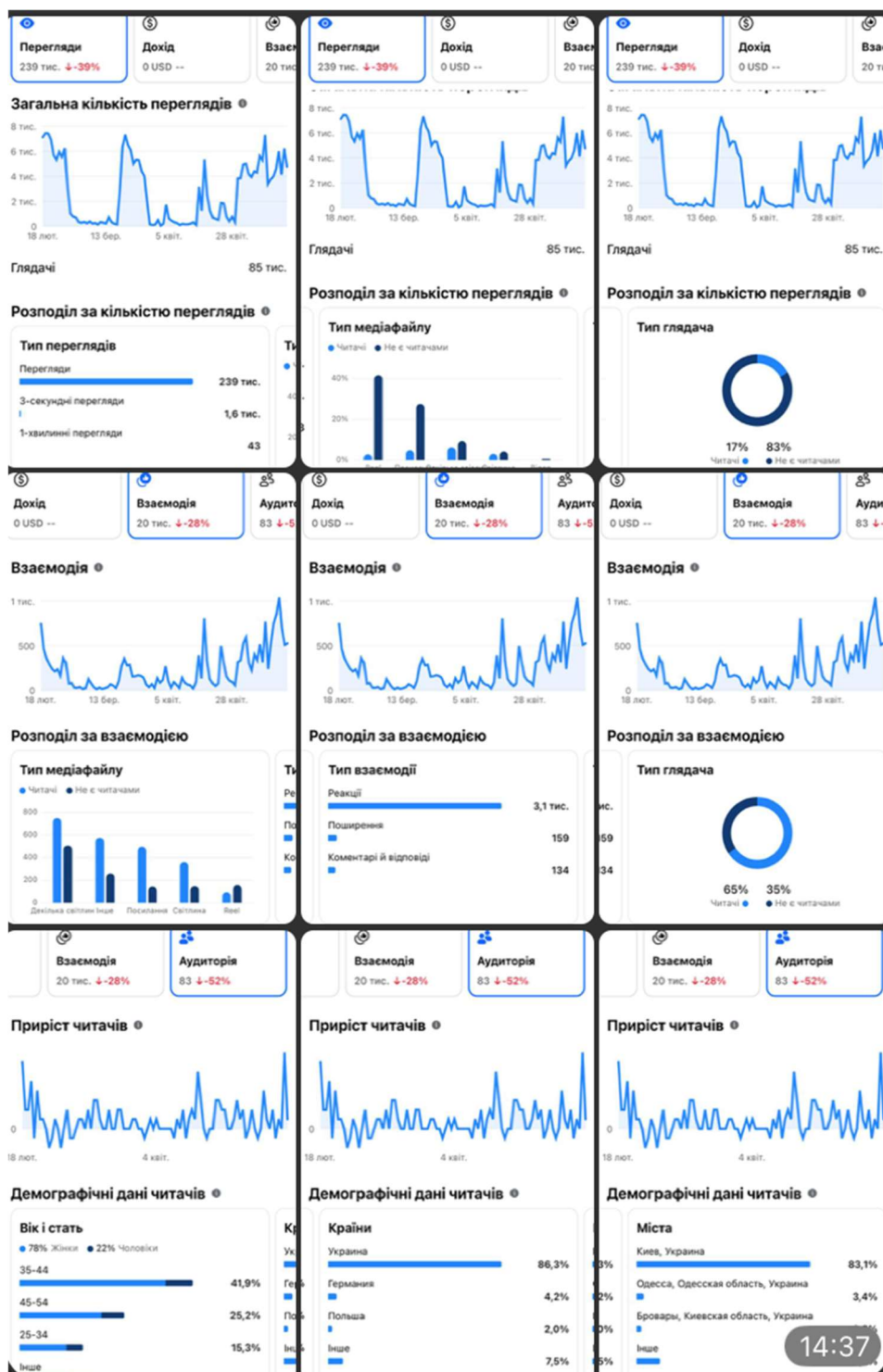
3. Зведена аналітична таблиця для побудови діаграми

Рік	Кількість вистав (од.)	Загальна кількість глядачів (чел.)	Населення Києва (млн чол.)	Кількість ВПО у місті (тис. чол.)
2020	107	75 514	2.96	~30
2022	151	96 336	~2.70	~380
2025	195	119 259	~3.00	~450

Додаток Б. Графік глядацького попиту



Додаток В. Аналіз цифрових слідів. Соціальна мережа Facebook



Додаток Г. Афіша відкритої репетиції. Перші публічні заходи Національного цирку України після початку повномасштабного вторгнення

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЦИРК
УКРАЇНИ

ВРЯТОВАНІ
ЦИРКОВІ
ТВАРИНИ

ЗА ПІДТРИМКИ
УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

ВІДКРИТА РЕПЕТИЦІЯ

02
3 ЛИПНЯ
2022

КВИТКИ ВІД
50 грн

КВИТКИ НА САЙТІ
circus.kiev.ua

КВИТКИ У КАСІ ЦИРКУ
+38 044 486 40 40

КОЛ-ЦЕНТР
+38 067 917 93 93

ВІКРИСТОВУЄТЬСЯ ЖИВИЙ ЗВУК ТА ФОНОГРАМА

*Вартість дзвінків згідно тарифного плану вашого оператора. Адміністрація залишає за собою право на зміну номерів програми, дати та часу проведення вистав.
Дітям до 5 років без надання окремого місця вхід безкоштовний (при наявності свідоцтва про народження)

Додаток Д. Афіша перерваної війною програми «Цирк ТиГра»

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

національний
ЦИРК
України

**ЦИРК
ТИГРА**

ШОУ СМІЛИВИХ

04
ФОТОГ
2022

КВИТКИ ВІД
50 грн

КВИТКИ НА САЙТІ
circus.kiev.ua

КВИТКИ У КАСІ ЦИРКУ
+38 044 486 40 40

КОЛ-ЦЕНТР
+38 067 917 93 93

ВІДПОВІДЬ НА ЗАПИТАННЯ

*Вартість квитків згідно тарифного плану вашого оператора. Адміністрація зберігає за собою право на зміну номерів програми, дати та часу проведення вистави. Діти до 5 років без надання окремого місця входять безкоштовно (при наявності сидіння про народження).

ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ЖИВИЙ ЗВУК ТА ФОНОГРАМА

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

національний
ЦИРК
України

**ЦИРК
ТИГРА**

ШОУ СМІЛИВИХ

17
вересня
2022

КВИТКИ ВІД
50 грн

КВИТКИ НА САЙТІ
circus.kiev.ua

КВИТКИ У КАСІ ЦИРКУ
+38 044 486 40 40

КОЛ-ЦЕНТР
+38 067 917 93 93

ВІДПОВІДЬ НА ЗАПИТАННЯ

*Вартість квитків згідно тарифного плану вашого оператора. Адміністрація зберігає за собою право на зміну номерів програми, дати та часу проведення вистави. Діти до 5 років без надання окремого місця входять безкоштовно (при наявності сидіння про народження).

ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ЖИВИЙ ЗВУК ТА ФОНОГРАМА

Додаток Е. Вистава «Різдвяні історії». 19 грудня 2022 року. Освітлення відбувається на побутовому генераторі

