

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:
«ОРГАНІЗАЦІЯ ГЛЯДАЧЕВОЇ АУДИТОРІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО
ДРАМАТИЧНОГО ТЕАТРУ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ
В УМОВАХ ВІЙНИ»

Студента Резоненко Ігоря
4-ОТСз курсу
Освітньо-професійної програми
«Організація театральної справи»
спеціальності
026 «Сценічне мистецтво»
Ступеня вищої освіти «Бакалавр»

Науковий керівник
доцент, заслужений працівник
культури України
Білан Василь Вікторович

КИЇВ – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В ТЕАТРАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	6
1.1. Глядач у театрі: від античності та сьогодення	6
1.2. Поняття та сутність глядацької аудиторії театру	10
1.3. Особливості формування та розвитку театральної аудиторії	14
1.4. Вплив кризових ситуацій та воєнного стану на діяльність театрів	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В НАЦІОНАЛЬНОМУ ДРАМАТИЧНОМУ ТЕАТРІ ІМ. Л. УКРАЇНКИ	24
2.1. Загальна характеристика театру	24
2.2. Особливості діяльності театру в умовах воєнного стану	31
2.3. Аналіз складу та поведінки глядацької аудиторії	34
2.4. Інструменти залучення та утримання глядачів	37
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ ТЕАТРУ В УМОВАХ ВІЙНИ	42
3.1. Проблеми формування та збереження аудиторії	42
3.2. Розробка стратегії розвитку глядацької аудиторії	45
3.3. Перспективні напрями роботи театру з аудиторією	49
3.4. Оцінка ефективності запропонованих заходів	53
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	64

ВСТУП

У формуванні культурного простору кожної країни театральне мистецтво завжди відіграє важливу роль, саме через театр передається культурне, духовне, етнічне, надбання поколінь, що в свою чергу впливає на соціокультурні, освітньо-ментальні сфери, а також на економічний розвиток.

Театр постійно розвивається, відображає дійсність, реагує на зміни, водночас надихає, вкладає віру, має особливий вплив на глядача, формує його світогляд, національну ідентичність. Слід зазначити, що сучасний український театр все більше завойовує різні верства глядацької аудиторії через відображення злободенних, складних проблем сучасності.

Тому дослідження факторів впливу на формування та збільшення сучасної глядацької аудиторії, на прикладі національних театрів Києва, що в свою чергу має велике значення для забезпечення життєздатності, розвитку цих театрів, особливо з урахуванням конкуренції в порівнянні з іншими видами культурно-розважальних пропозицій; вивчення питань складової взаємозв'язку «театр-глядач» в українському культурному просторі є актуальним, особливо враховуючи події сьогодення, з якими зіткнулася Україна в геополітичному просторі.

Важливо зауважити, що навіть в умовах повномасштабної війни, українська громадськість виявляє особливий інтерес до театральних вистав, тому що театр залишається культурним простором, який відіграє важливу роль у формуванні національної свідомості та соціального об'єднання громадян.

В Києві існує чимало національних театрів, але для аналізу автором було обрано колектив державного підпорядкування: Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки. У цього театру є свій особливий підхід до глядацької аудиторії.

Актуальність теми дослідження. Актуальність теми зумовлена необхідністю виявлення специфіки взаємодії «театр – глядач» в умовах

війни. Оскільки театр є одним з провідних видів мистецтва й культури по складанню нових життєвих форм, стратегій, збереження культурної цілісності, духовних орієнтирів нації, а в умовах глобалізації театр виступає ще як і культурний центр, який активно взаємодіє з аудиторією.

Метою дослідження є вивчення процесу формування глядацької аудиторії в національному театрі Києва та розробка стратегій привертання та утримання глядачів. Реалізація мети передбачала до виконання наступних завдань:

1. Визначити фактори, чинники, інструменти, які впливають на формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва.

2. Проаналізувати зміни в глядацькій аудиторії та їх вплив на роботу театрів в умовах війни.

3. Вивчити ефективні стратегії залучення та утримання глядачів у національних театрах Києва в період воєнного стану, та після закінчення війни.

4. Розглянути інноваційні підходи до залучення та утримання глядачів в національних театрах.

Об'єкт дослідження – процес формування глядацької аудиторії в національному театрі імені Лесі Українки.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних та практичних положень, які визначають особливості формування глядацької аудиторії в театральних закладах.

Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань дослідження планується використання таких методів: аналіз літературних джерел та наукових публікацій з тематики вивчення питань формування глядацької аудиторії; аналізу класифікації статистичних даних, звітів щодо відвідуваності театрів; аналіз та порівняння даних на основі результатів проведення дослідження роботи театру імені Лесі Українки.

Революції гідності та початок російсько-української війни відбуваються значні зміни у сфері культури і мистецтв, зокрема в

театральному мистецтві. Український театр в умовах війни переживає як труднощі (втрати, руйнування), так і своєрідне відродження, заповнюючи простір для підтримки національної ідентичності та єднання суспільства. Попри повномасштабну війну український театр живе, працює, готує прем'єри та має шалений глядацький попит. Ця проблематика все більше стає предметом сучасного наукового дискурсу.

Практичне значення одержаних результатів має важливе значення для подальшого розвитку театрального мистецтва в Києві та забезпечення його відповідності сучасним вимогам та потребам глядачів.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (32 позиції). Загальна кількість сторінок складає 68.

У першому розділі розглядаються теоретичні засади організації глядацької аудиторії в театральній справі.

У другому розділі здійснюється аналітичний огляд організації глядацької аудиторії в Національному академічному драматичному театрі імені Лесі Українки.

Третій розділ присвячений шляхам вдосконалення організації глядацької аудиторії Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки театру в умовах війни.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В ТЕАТРАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Глядач у театрі античності та середньовіччя.

Стародавня Греція - батьківщина театру. Історія театру сягає своїм корінням далеко в минуле людства. Перші сценічні дійства можна було побачити в релігійних обрядах, святкуваннях на честь Богів, яким поклонялися древні люди.

Класичний театр в його розумінні як вид мистецтва починає свою історію зі стародавньої Греції.

Народження грецької драми й театру пов'язано з обрядовими іграми, що присвячувалися Богом-покровителям землеробства: Деметрі, її дочці Кори, Діонісу. Такі обряди іноді перетворювалися на культову драму. Наприклад, у місті Елевсіні під час містерій (таїнств, на яких були присутні лише посвячені) влаштовувалися ігри, під час яких зображувалося одруження Зевса й Деметри, викрадення Кори Плутоном, блукання Деметри в пошуках дочки та повернення Кори на землю. Діоніс (або Вакх) уважався богом творчих сил природи, пізніше він став богом виноробства, а потім богом поезії та театру. Символами Діоніса були рослини, особливо виноградна лоза. Діоніса часто зображували у вигляді бика або цапа.

Слово «трагедія» перекладається з грецької як «пісня козла», тому що саме цю тварину в кінці вистави скидали з високої скелі в якості жертви. Козу (козла) прикрашали стрічками та квітами, співали на честь неї пісні, влаштовували дійства, а після жертвопринесення оплакували жертву. Тому до цих пір в драмі - сумний кінець. Герої не можуть вирішити свої проблеми, гинуть або не знаходять виходу із ситуації.

Середньовічний театр

Однією з форм театрального мистецтва раннього середньовіччя стала церковна драма. Борючись проти залишків античного театру, проти сільських ігрищ, церква прагнула використати дієвість театральної пропаганди в своїх цілях. Сам священик виходив з книгою в руках і читав епізоди з легенд про життя Христа, про його поховання і воскресіння. З цих

оповідань народилася літургійна драма. Існувало два цикли такої драми - Різдвяний, що розповідає про народження Христа, і Пасхальний, що передає історію його воскресіння.

У Різдвяній літургійній драмі посеред храму ставили хрест, потім його загортали в чорну тканину, що було символом поховання тіла господнього.

У Великодній літургійній драмі розігрувалася сцена трьох Марій і ангела біля труни Христа (їх зображали четверо священиків). Ангел запитував: «Кого ви шукаєте в труні, християнки?» - Марії хором відповідали: «Ісуса Назарянина, розп'ятого, о небожителю!» І ангел говорив їм: «Його тут немає, він воскрес, як передбачив раніше. Ідіть, сповістіть, що він повстав із гробу!».

Після цього хор співав молитву, що восславляла воскресіння Христа. З часом літургійна драма ускладнюється, урізноманітнюється костюми «акторів», створюються «режисерські інструкції» з точним зазначенням тексту і рухів. Усім цим займалися самі священики.

Містерія

Час розквіту містеріального театру - XV-XVI століття, час бурхливого розквіту міст і загострення соціальних протиріч. Місто вже значною мірою пододало феодальну залежність, але ще не підпало під владу абсолютного монарха. Містерія була вираженням розквіту середньовічного міста, його культури. Вона виросла з так званих «мімічних містерій» - міських процесій на честь релігійних свят та урочистих виїздів королів. З цих святкувань поступово складалася майданна містерія, яка використовує ранній досвід середньовічного театру.

Вистави містерії організовувалися не церквою, а міськими цехами та муніципалітетами. Авторами виступали вчені, богослови, юристи, лікарі. Містерії були масовим майданним самодіяльним мистецтвом. У виставах брали участь сотні людей.

Фарс

Фарс - ще один театральний жанр другої половини XV століття. Назва походить від латинського *farta* («начинка»). І дійсно, організатори містерій часто-густо писали: «Тут вставити фарс».

Веселі вистави на масляну й народні спектаклі дали початок «дурним корпораціям» - об'єднанням дрібних судових чиновників, різноманітної міської богеми, школярів, семінаристів. У XV ст. блазнівське суспільство поширюється по всій Європі.

У Парижі були чотири великі організації та регулярно влаштовувалися огляди їх фарсових вистав. У цих спектаклях висміювалися єпископи, судді, королі та вельможі.

Світська та духовна влади переслідували фарсерів, виганяли їх з міста, кидали у в'язниці. Особливо боялися поетів, котрі вміли влучно висміяти вади багатіїв та священників. Їх твори легко сприймалися народом і повторювалися при кожній можливості.

Театр епохи Відродження

Театр Відродження це початок театру професіоналів. В Італії - вперше в Європі - на сцену піднялися актори, що вразили світ яскравою, сильною грою, народжується тут, на очах у глядача, і чарівною своєю свободою, азартом, блиском і дотепністю. Вміння імпровізувати, змагатися в дотепності було початком нового театрального мистецтва. Сталося це в середині XVI століття.

Своєї вершини театр Відродження досяг в Англії. Тепер він воістину увібрав в себе усі сфери життя, проник у глибини буття. І головним дивом століття була людина зі Стратфорда, що прийшла до Лондона, щоб писати п'єси для театру «Глобус». Гучна назва театру виправдалася - у творіннях Шекспіра дійсно відкрився світ: виднілися історичні далі минулого життя, з'ясовувалися головні істини нинішнього сторіччя і чудодійно, крізь пелену часу, проглядали контури майбутнього.

У величну епоху Ренесансу, в епоху Данте, Леонардо і Мікеланджело, маленький прапор, що розвівається над «Глобусом»,

сповістив про грандіозні звершення. Геній Шекспіра злив воедино всі раніше досягнення в драмі і на сцені. Тепер за дві-три години на шести-восьми квадратних метрах можна було побачити світи та епохи.

Еволюція театрального глядача — це шлях від активного громадянина античності, який вирішував долю героїв і держави, до сучасного рефлексуючого глядача, який бере участь в інтерактивних експериментах та перформансах. Зміна епох трансформувала не лише естетику, а й статус самого глядача.

Античність: Громадянин і суддя

- **Епоха:** Стародавня Греція та Рим (V ст. до н.е. — V ст. н.е.).

- **Роль:** Повноправний учасник полісного життя. Відвідування театру було обов'язком, нарівні з голосуванням, а для незаможних держава виділяла кошти (теорікон).

- **Емоції:** Глядачі відкрито виражали гнів або захват, кричали, плакали. Трагедія та комедія слугували школою виховання, інструментом для катарсису (очищення через емпатію) та обговорення важливих соціальних та політичних питань. [32]

Середньовіччя: Вірянин і учень

- **Епоха:** V — XV століття.

- **Роль:** Паства та слухач повчальних історій. Театр вийшов за межі античних амфітеатрів на міські площі у вигляді містерій, мораліте та фарсів.

- **Емоції:** Натовп ставав частиною масштабного дійства, де реальність перепліталася з містикою. Глядач глибоко співпереживав релігійним сюжетам та карався страхом перед Страшним судом.

Відродження та Класицизм: Спостерігач і естет

- **Епоха:** XVI — XVIII століття.

- **Роль:** Театр повертається в закриті приміщення і стає елітарним мистецтвом. Глядач перетворюється на пасивного естета, який оцінює майстерність актора та дотримання жорстких правил (наприклад, правила трьох єдностей у класицизмі).

Романтизм і Реалізм: Емпат та емоційний співрозмовник

- **Епоха:** Кінець XVIII — XIX століття.

- **Роль:** Емоційний співпереживач, людина, що шукає в театрі віддушину від жорстоких реалій індустріалізації. З появою психологічного театру (Чехов, Станіславський) акцент змістився на внутрішнє життя героїв. Глядач має глибоко зануритися в ілюзію «четвертої стіни» та повірити у те, що відбувається на сцені.

Модернізм та Авангард: Провокований інтелектуал

- **Епоха:** Початок — середина XX століття.

- **Роль:** Режисерський театр ламає «четверту стіну» (Брехт, Мейерхольд). Глядач більше не є сліпим спостерігачем. Він має мислити, робити висновки, ставити під сумнів побачене, іноді ставати об'єктом провокацій.

Сучасність: Співавтор і дослідник

- **Епоха:** Кінець XX — початок XXI століття.

- **Роль:** Театр стає мультидисциплінарним та інтерактивним. З'явилися такі формати як імерсивний театр, документальний театр (вербатім), променад-театр та перформанси.

- **Особливості:** Глядач часто стає повноцінним учасником вистави, переміщується локаціями разом з акторами або впливає на сюжет (як в іграх-виставах). У сучасному театрі стираються межі між залом і сценою, а фокус зміщується на особистий досвід кожної людини.

1.2. Визначення глядацької аудиторії

Глядацька аудиторія є невід'ємною складовою театрального процесу, без якої неможливе повноцінне існування театального мистецтва. У найширшому розумінні глядацька аудиторія – це сукупність осіб, які сприймають театральний продукт, беруть участь у культурній комунікації та формують попит на театральні послуги.

У театрознавстві глядацьку аудиторію розглядають як соціальну спільноту, об'єднану спільними культурними потребами, інтересами та мотивацією до відвідування театру. Вона є не лише споживачем мистецького продукту, а й активним учасником творчої взаємодії між театром та суспільством.

У сучасних умовах діяльності театрів, особливо під час воєнного стану, глядацька аудиторія набуває особливого значення як фактор соціальної підтримки театру, джерело зворотного зв'язку та важливий показник ефективності роботи мистецької установи.

Функції аудиторії у театральному процесі

Глядацька аудиторія виконує низку важливих функцій у діяльності театру:

1. Комунікативна функція

Театр є засобом художньої комунікації між митцем і суспільством. Глядач сприймає, інтерпретує та оцінює сценічний твір, завершуючи процес театральної комунікації.

2. Соціокультурна функція

Аудиторія забезпечує реалізацію культурно-просвітницької місії театру, сприяє поширенню духовних цінностей, національної культури та історичної пам'яті.

3. Естетична функція

Глядач отримує художньо-естетичний досвід, формує власні смаки, оцінює творчі експерименти та впливає на розвиток театального мистецтва.

4. Економічна функція

Відвідування вистав і придбання квитків забезпечують частину доходів театру. Рівень відвідуваності є одним із ключових показників ефективності діяльності театральної установи.

5. Репутаційна функція

Позитивні відгуки, рекомендації та активність глядачів у соціальних мережах сприяють формуванню іміджу театру та залученню нових відвідувачів.

6. Соціально-психологічна функція

Особливо актуальною в умовах війни є роль театру як простору психологічної підтримки, емоційного відновлення та суспільної згуртованості. Відвідування вистав допомагає глядачам долати стрес і підтримувати культурне життя навіть у кризових умовах.

Основні підходи до сегментації глядачів

Сегментація глядацької аудиторії передбачає поділ глядачів на окремі групи за певними ознаками з метою більш ефективної організації маркетингової та комунікаційної діяльності театру.

1. Демографічна сегментація

Передбачає поділ аудиторії за соціально-демографічними характеристиками:

- вік;
- стать;
- рівень освіти;
- професія;
- сімейний стан;
- рівень доходів.

Наприклад, молодь частіше відвідує сучасні експериментальні постановки, тоді як старша аудиторія надає перевагу класичному репертуару.

2. Географічна сегментація

- Поділ глядачів залежно від місця проживання:
- мешканці столиці;
- жителі інших регіонів;
- внутрішньо переміщені особи;
- іноземні відвідувачі.

В умовах війни особливого значення набуває робота з внутрішньо переміщеними особами, які формують нові сегменти театральної аудиторії.

3. Психографічна сегментація

Базується на способі життя, цінностях та інтересах глядачів:

- прихильники класичного мистецтва;
- поціновувачі сучасного театру;
- культурно активна молодь;
- сімейна аудиторія;
- творчі спільноти.

4. Поведінкова сегментація

- Враховує особливості поведінки глядачів:
- частоту відвідування театру;
- лояльність до конкретного театру;
- мотивацію відвідування;
- реакцію на рекламні кампанії.

За цим критерієм виділяють постійних, періодичних та випадкових глядачів.

5. Сегментація за мотивацією відвідування

- Глядачі можуть відвідувати театр з різних причин:
- культурно-освітня потреба;
- відпочинок і дозвілля;
- професійний інтерес;
- соціальна взаємодія;
- психологічна підтримка.

В умовах воєнного стану значна частина аудиторії відвідує театр саме з метою емоційного відновлення та підтримання відчуття культурної нормальності.

Отже, глядацька аудиторія є ключовим елементом театральної діяльності, що виконує комунікативні, соціокультурні, естетичні та економічні функції. Ефективна сегментація аудиторії дозволяє театру краще

розуміти потреби різних груп глядачів, формувати відповідну репертуарну політику та розробляти дієві стратегії залучення відвідувачів, що є особливо важливим для функціонування театру в умовах війни.

1.3. Особливості формування та розвитку театральної аудиторії

Соціально-демографічні характеристики глядачів

Соціально-демографічні характеристики глядацької аудиторії є важливим інструментом для вивчення потреб відвідувачів театру та формування ефективної репертуарної й маркетингової політики. Аналіз таких характеристик дозволяє визначити основні групи глядачів, їхні інтереси та особливості культурного споживання.

Вікова структура аудиторії

Вік є одним із ключових критеріїв сегментації театральної аудиторії.

Традиційно виділяють такі групи:

- молодь (16–25 років);
- молоді дорослі (26–40 років);
- глядачі середнього віку (41–60 років);
- старше покоління (60+ років).

Молодіжна аудиторія частіше відвідує сучасні постановки, експериментальний театр та вистави, що порушують актуальні соціальні проблеми. Старші глядачі, як правило, віддають перевагу класичному репертуару та традиційним формам театрального мистецтва.

Освітній рівень

Дослідження свідчать, що більшість постійних театральних глядачів мають вищу або незакінчену вищу освіту. Освічена аудиторія зазвичай проявляє більший інтерес до культурних заходів, літературної класики та мистецьких експериментів.

Професійна належність

Серед активних відвідувачів театрів переважають:

- працівники сфери освіти;
- державні службовці;

- представники творчих професій;
- студенти;
- підприємці;
- працівники сфери послуг.

Професійна діяльність часто впливає на вибір репертуару та частоту відвідування театру.

Рівень доходів

Фінансові можливості суттєво впливають на культурну активність населення. В умовах економічної нестабільності та воєнного стану значна частина потенційної аудиторії скорочує витрати на культурне дозвілля. Тому театри активно впроваджують пільгові програми, спеціальні акції та соціальні проекти.

Соціальний статус та сімейний стан

На відвідування театру впливають також сімейні обставини. Сімейна аудиторія зазвичай обирає вистави для спільного перегляду, тоді як молодь і студенти віддають перевагу сучасним та інтерактивним театральним форматам.

Мотивація відвідування театру

Мотивація глядачів визначає характер взаємодії між театром та аудиторією і є одним із головних чинників формування попиту на театральний продукт.

Культурно-пізнавальна мотивація

Однією з найпоширеніших причин відвідування театру є прагнення до культурного розвитку та розширення світогляду. Глядачі відвідують вистави для ознайомлення з творами драматургії, історичними подіями та актуальними суспільними проблемами.

Естетична мотивація

Театр задовольняє потребу людини у сприйнятті мистецтва, художніх образів та творчих інтерпретацій. Глядачі прагнуть отримати естетичне

задоволення від акторської гри, режисерських рішень, сценографії та музичного оформлення вистав.

Рекреаційна мотивація

Для багатьох людей театр є формою дозвілля та відпочинку. Відвідування вистав дозволяє змінити повсякденне середовище, відволіктися від проблем та провести час у культурній атмосфері.

Соціальна мотивація

Театр виступає місцем соціальної взаємодії. Люди відвідують вистави разом із друзями, родиною чи колегами, підтримуючи соціальні контакти та культурні традиції.

Емоційно-психологічна мотивація

Особливого значення ця мотивація набуває в умовах війни. Театр допомагає:

- знизити рівень психологічного напруження;
- отримати позитивні емоції;
- відчувати підтримку та єдність із суспільством;
- осмислити складні суспільні процеси через мистецтво.

Саме тому після початку повномасштабного вторгнення багато українських театрів стали не лише культурними осередками, а й важливими просторами психологічної підтримки населення.

Сучасні тенденції розвитку театральної аудиторії

У XXI столітті театральна аудиторія зазнає суттєвих змін під впливом цифровізації, соціальних трансформацій та нових культурних практик.

Омолодження аудиторії

Сучасні театри активно працюють над залученням молодих глядачів через:

- сучасний репертуар;
- освітні проєкти;
- інтерактивні формати;
- активну присутність у соціальних мережах.

Молодь стає дедалі важливішим сегментом театральної аудиторії.

Цифровізація комунікацій

Інтернет і соціальні мережі перетворилися на головний канал взаємодії театру з глядачами. Сучасна аудиторія отримує інформацію про вистави через:

- офіційні сайти театрів;
- Facebook;
- Instagram;
- TikTok;
- YouTube;
- електронні розсилки.

Цифрові комунікації значно спрощують залучення нових відвідувачів.

Зростання ролі персоналізованого маркетингу

Театри дедалі частіше використовують індивідуальний підхід до різних категорій глядачів. Формуються окремі рекламні кампанії для молоді, сімейної аудиторії, студентів, людей старшого віку та корпоративних клієнтів.

Розвиток інклюзивності

Сучасні театри прагнуть забезпечити доступність культурних послуг для різних соціальних груп:

- людей з інвалідністю;
- ветеранів;
- внутрішньо переміщених осіб;
- соціально вразливих категорій населення.

Інклюзивність стає важливим напрямом культурної політики театральних установ.

Підвищення суспільної ролі театру в умовах війни

Після 2022 року українські театри почали виконувати не лише мистецькі, а й соціально-консолідаційні функції. Театральні майданчики стали простором:

- підтримки національної ідентичності;
- осмислення воєнного досвіду;
- благодійної діяльності;
- психологічної реабілітації населення.

Формування нових груп глядачів

Внаслідок внутрішньої міграції та змін у соціальній структурі суспільства з'явилися нові сегменти театральної аудиторії:

- внутрішньо переміщені особи;
- військовослужбовці;
- ветерани війни;
- волонтери;
- представники міжнародних організацій.

Таким чином, сучасна театральна аудиторія стає більш різноманітною, мобільною та вимогливою до якості культурного продукту. Для успішного функціонування театру в умовах війни важливо враховувати ці зміни, адаптувати форми комунікації та пропонувати глядачам актуальний репертуар, що відповідає їхнім культурним і соціальним потребам.

1.4. Вплив кризових ситуацій та воєнного стану на діяльність театрів

Театр у період соціальних криз

Театр як соціокультурний інститут завжди перебуває в тісному взаємозв'язку із суспільством, тому будь-які соціальні, економічні чи політичні кризи безпосередньо впливають на його діяльність. Водночас саме в кризові періоди значення театру як осередку культури, комунікації та суспільного діалогу суттєво зростає.

Соціальні кризи можуть бути спричинені економічними потрясіннями, пандеміями, політичними конфліктами, військовими діями або іншими надзвичайними обставинами. У таких умовах театри стикаються з низкою проблем:

- скороченням фінансування культурної сфери;
- зменшенням платоспроможності населення;
- зниженням відвідуваності вистав;
- обмеженням гастрольної діяльності;
- необхідністю перегляду репертуарної політики.

Разом із тим театр виконує важливу суспільну місію. Він стає простором осмислення актуальних подій, формування громадянської позиції та підтримки морального стану населення. Через художні образи театр допомагає суспільству переосмислювати кризові явища, сприяє збереженню культурної ідентичності та суспільної згуртованості.

Історія свідчить, що навіть у найскладніші періоди театральне мистецтво не припиняло свого існування. Під час воєн, революцій та економічних криз театри адаптували свою діяльність до нових умов, знаходячи нові форми взаємодії з аудиторією.

Особливості функціонування театрів України після 2022 року

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну у лютому 2022 року стало безпрецедентним викликом для всієї культурної

сфери країни. Значна частина театрів була змушена тимчасово припинити діяльність або суттєво змінити формат роботи.

Основними особливостями функціонування українських театрів після 2022 року стали:

Забезпечення безпеки глядачів і працівників

В умовах воєнного стану театри запровадили спеціальні правила проведення вистав:

- обов'язкове інформування про найближчі укриття;
- переривання вистав під час повітряних тривог;
- обмеження кількості глядачів;
- розробка планів евакуації.

Безпековий чинник став одним із головних критеріїв організації театрального процесу.

Зміна репертуарної політики

Багато театрів переглянули репертуар відповідно до нових суспільних потреб. Відбулися:

- відмова від творів російської драматургії;
- збільшення кількості постановок українських авторів;
- поява вистав на воєнну тематику;
- актуалізація історичних та патріотичних сюжетів.

Театральне мистецтво стало важливим інструментом культурного спротиву та зміцнення національної ідентичності.

Активізація благодійної діяльності

Українські театри почали активно долучатися до волонтерських ініціатив:

- проведення благодійних показів;
- збір коштів для Збройних Сил України;
- організація мистецьких заходів для військових та внутрішньо переміщених осіб;
- участь у міжнародних культурних проєктах підтримки України.

Розвиток цифрових комунікацій

Після 2022 року суттєво зросла роль цифрових платформ у роботі театрів. Соціальні мережі стали основним каналом інформування аудиторії про зміни в репертуарі, перенесення вистав та проведення благодійних акцій.

Трансформація глядацької аудиторії

Війна спричинила зміни у структурі театральної аудиторії. До числа постійних глядачів увійшли:

- внутрішньо переміщені особи;
- військовослужбовці;
- ветерани;
- волонтери;
- представники міжнародних гуманітарних організацій.

У цих умовах театр почав виконувати не лише культурну, а й важливу соціально-психологічну функцію.

Світовий досвід роботи театрів в умовах воєнних конфліктів

Історія світового театру містить чимало прикладів функціонування культурних установ під час воєнних конфліктів. Незважаючи на складні умови, театри часто продовжували працювати, підтримуючи моральний дух населення та зберігаючи культурні традиції.

Театри Великої Британії під час Другої світової війни

Під час німецьких бомбардувань Лондона у 1940–1941 роках багато театрів продовжували роботу навіть в умовах постійної небезпеки. Вистави розглядалися як важливий засіб підтримки психологічної стійкості населення.

Держава підтримувала діяльність культурних закладів, усвідомлюючи їх значення для суспільної єдності та морального духу громадян.

Театри Франції в роки окупації

У період німецької окупації французькі театри стали осередками збереження національної культури. Через драматургію та сценічні образи митці часто передавали приховані ідеї свободи та спротиву.

Театральне життя в Сараєво під час Боснійської війни

Одним із найвідоміших прикладів є діяльність театрів під час облоги Сараєва у 1992–1996 роках. Незважаючи на постійні обстріли, театральні колективи продовжували ставити вистави для місцевих мешканців.

Театр став символом культурної незламності та прагнення суспільства зберегти людяність навіть у надзвичайно складних умовах.

Театри Ізраїлю в умовах постійних безпекових загроз

Ізраїльські театри мають багаторічний досвід роботи в умовах воєнних ризиків. У своїй діяльності вони поєднують високі стандарти безпеки з безперервністю культурного процесу. Для цього використовуються:

- спеціально обладнані укриття;
- чіткі протоколи дій під час тривоги;
- адаптивне планування репертуару;
- гнучка система комунікації з аудиторією.

Значення світового досвіду для українських театрів

Світова практика демонструє, що театр навіть у період воєнних конфліктів залишається важливим чинником суспільної стабільності та культурної безперервності. Для українських театрів особливо корисними є такі підходи:

- забезпечення безпеки глядачів;
- розвиток кризового менеджменту;
- підтримка психологічного стану населення через мистецтво;
- активне залучення міжнародної культурної співпраці;
- використання театру як інструменту збереження національної ідентичності.

Таким чином, досвід різних країн підтверджує, що театр здатний ефективно функціонувати навіть у надзвичайних умовах, виконуючи не лише мистецьку, а й важливу соціальну, психологічну та консолідаційну роль. Для українських театрів після 2022 року цей досвід став особливо актуальним і сприяє виробленню нових моделей роботи з глядацькою аудиторією в умовах війни.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В НАЦІОНАЛЬНОМУ ДРАМАТИЧНОМУ ТЕАТРИ ІМЕНІ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

2.1. Загальна характеристика театру

Історія створення та розвитку театру

Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки є одним із найстаріших і найавторитетніших драматичних театрів України. Його історія бере початок наприкінці XIX століття, коли в Києві активно розвивалося професійне театральне мистецтво.

Будівля театру розташована в історичному центрі Києва і є пам'яткою архітектури. Протягом багатьох десятиліть театр був важливим осередком культурного життя столиці. У різні роки на його сцені працювали видатні режисери, актори та драматурги, які зробили значний внесок у розвиток українського та світового театального мистецтва.

У 1941 році театру було присвоєно ім'я видатної української письменниці та драматургині Леся Українка. Протягом своєї діяльності театр неодноразово змінював творчі концепції відповідно до суспільних викликів та культурних тенденцій.

У 2022 році життя театру змінилося. По-перше, майже 97 років театр був російськомовним, і основа репертуару – це була драматургія російськомовних авторів або переклади російською мовою.

Після початку війни, по-перше, колектив театру прийняв рішення зняти назву «Російська драма», це було абсолютно адекватне рішення і звичайно 99% репертуару треба було змінити.

Отже, театр залишився без репертуару. Це безпрецедентний випадок, практично жоден театр України з цим не стикався. Відкривши сезон під час війни в квітні 2022 року, в театрі було дві вистави. Практично на той час театр був таким єдиним в Україні, хто стикнувся з такою проблемою. На превеликий жаль, обмаль перекладачів, які займаються саме драматургією. Для перекладачів це не цікава діяльність.

Якщо в інших країнах перекладачі слідкують що відбувається на заході, на сході, в Америці, в країнах Європи і витаскують звідти цікаві для них або для їхніх театрів драматичні твори, то в Україні це абсолютно не робоча ситуація.

Для того, щоб у театрі з'явилися переклади українською мовою, для цього треба було віднайти в дуже стислі строки перекладачів, які хотіли б цим займатися та вміли би цим займатися. Ми з цим достатньо швидко впоралися.

Вистави, що йшли російською мовою, але першоджерело належало французам, англійцям, італійцям і таке інше, де нам не довелося шукати першоджерела, то ми переклали. Ну, наприклад, у нас вийшли прем'єра вистави «Цвіт Жакаранди» п'єси іспанського драматурга, яка йшла свого часу російською мовою. Але коли зробили переклад з іспанської, то з'ясувалося багато цікавих речей, яких не було в російському першоджерелі. І таким чином було зроблено виставу практично за новим текстом.

Сьогодні глядач іде в театр за релаксом, тобто, відновити свій психологічний стан, а це дуже важливо сьогодні, або просто відпочити, і це теж дуже важливо сьогодні, бо сьогоднішній глядач, на відміну від західноєвропейського глядача, від американського глядача, який крім того що розважатися, хоче щоб йому полоскотали нерви, наш сьогоднішній глядач не хоче щоб йому лоскотали нерви, а з іншого боку, він не дуже хоче завантажувати себе якимись там психологічними ізисками.

Особливість сучасного репертуару театру імені Лесі Українки в тому що театр Лесі Українки через сто тридцять з чимось років перейшов на українську мову. Друга – це три сцени, які працюють, і так театр шукає свій шлях розвитку, свою мову розмови з глядачем, кожна сцена має якщо не конкретне спрямування, то в будь-якому разі вистави адресні.

Тому що, наприклад, великою популярністю користується там ряд вистав на сцені під дахом, на новій сцені, але на велику сцену вони не можуть піти не тому що вони погані, а тому що вони більш камерні, більш

пристосовані для розмови віч на віч із глядачем, на великій залі так не можливо. Наприклад вистави «Фальшивка», «Пральня», «За зачиненими дверима», краще сприймаються, коли очі в очі, ніж на великій сцені. Тут справа не в якості драматургії, ні в якості вистави, сьогодні ця тема вона для розмови віч-навч.

Середня наповненість глядацької зали залежить від сезону. Високий сезон – одна активність, низький сезон зовсім інша активність. Крім високого/низького сезону є дні тижня. Під час високого сезону більше глядачів – п'ятниця, субота, неділя. Під час низького сезону навпаки в ці дні найменша кількість глядачів. Тобто на це впливає високий/низький сезон і день тижня.

Є соціологічні дослідження, що середа – це так званий домашній, сімейний день. Це день, коли найбільша кількість людей сидить вдома, вони не підуть в театр. Найактивніший день залежно від сезону. Коли починаються так звані фазенди, то майже з четверга по неділю включно місто вимирає практично, а у високий сезон навпаки ці дні – найбільшої глядацької зацікавленості.

Є практика ставити на більш розкручені вистави у вівторок. За цим графіком працюють всі театри. Тут немає винятку. Зараз підключаються різні джерела інформації, які так чи інакше впливають на людей. У Києві і, найбільш дієва система реклами називається сарафанне радіо. Хоча ТікТок, фейсбук, телеграм-канали, вони допомагають розповсюджувати цю інформацію. Існує старий принцип – три перші прем'єри на совісті адміністрації театру, а інші – на совісті саме вистави, тобто як зарекомендувала себе вистава за ці три покази, так глядач і піде.

Основна сцена – 725 місць, нова сцена – 130 місць, сцена під дахом 60 місць. Так буває так, що за вечір буває близько тисячі глядачів на трьох майданчиках. Театр отримав дозвіл на відкриття сезону завдяки тому що поруч метро.

Практична стовідсоткова наповненість під дахом, майже стовідсоткова, за винятком однієї-двох вистав, нова сцена, і приблизно 84-86% – середня заповненість великої зали.

Бюджетне фінансування театру все ще лишається за спадковим принципом.

Щороку скорочується бюджет, а це означає, що театр повинен за свій рахунок робити вистави, утримувати приміщення, доплачувати колективу ті гроші, які не додає бюджет. Скорочення фінансування від держави йде на мільйони. Держава вже давно відмовилася від фінансування нових вистав, від утримання приміщення, від фінансування комунальних послуг. У Харкові вистави театру відбувалися переважно в бомбосховищі, але люди йдуть.

У 2022 році генеральним директором став Кирило Кашліков. Зміни лише в тому, що театр почав активно працювати в досить складних умовах, він зміг створити умови для всіх працівників театру, йому повірили, його підтримали, актори повернулися в Київ у 2022 році і почали працювати.

За цей час сформувалася дуже цікава труппа творча, де є багато молодих талановитих людей, збереглися також старші актори. Важливі також режисери та перекладачі. Від державної підтримки теж залежить розвиток театру. Усі вистави знаходять свого глядача. Театр знає свого глядача, любить його, ти турбуєшься про нього, щоб він ішов від нас із бажанням повертатися.

У 2022 році, після початку повномасштабної війни, театр адаптував свою діяльність до умов воєнного стану, продовжуючи виконувати важливу культурну та суспільну місію.

Організаційна структура театру

Організаційна структура театру забезпечує ефективне управління творчими, адміністративними та господарськими процесами.

У структурі театру можна виділити такі основні підрозділи:

Керівництво театру

- генеральний директор — художній керівник;

- заступники директора;
- керівники структурних підрозділів.

Творчий персонал

- режисери;
- акторська трупа;
- художники-постановники;
- балетмейстери;
- композитори;
- концертмейстери;
- помічники режисера.

Художньо-постановочна частина

- декораційні майстерні;
- костюмерний цех;
- гримерний цех;
- бутафорський цех;
- освітлювальна служба;
- звукотехнічна служба.

Адміністративно-управлінський персонал

- бухгалтерія;
- юридичний відділ;
- кадрова служба;
- відділ маркетингу та реклами;
- PR-служба;
- відділ організації глядача.

Служба роботи з глядачами

Особливе значення має відділ організації глядача, який займається:

- реалізацією квитків;
- взаємодією з аудиторією;
- організацією рекламних кампаній;
- залученням нових категорій глядачів;

- проведенням соціокультурних заходів.

Саме діяльність цього підрозділу є ключовою для формування та розвитку глядацької аудиторії театру.

Матеріально-технічна база театру

Матеріально-технічна база театру включає:

- основну сцену;
- камерні сценічні майданчики;
- репетиційні приміщення;
- костюмерні та гримерні кімнати;
- декораційні майстерні;
- сучасне світлове та звукове обладнання;
- адміністративні приміщення.

Наявність сучасної технічної інфраструктури дозволяє реалізовувати як класичні, так і експериментальні театральні проекти.

Репертуарна політика театру

Репертуарна політика театру ґрунтується на поєднанні класичної та сучасної драматургії. У репертуарі представлені:

- твори української класики;
- постановки за творами світової драматургії;
- сучасні українські п'єси;
- експериментальні сценічні проекти;
- вистави для молодіжної аудиторії.

Після 2022 року репертуарна політика зазнала суттєвих змін. Значно посилилася увага до української драматургії, національної історії та тематики війни. Театр активно підтримує сучасних українських авторів та реалізує проекти, спрямовані на осмислення сучасних суспільних процесів.

Місія та роль театру в сучасному суспільстві

Основною місією театру є створення якісного мистецького продукту, розвиток національної культури та формування духовних цінностей суспільства. У сучасних умовах театр виконує такі функції:

- культурно-просвітницьку;
- виховну;
- естетичну;
- комунікативну;
- соціально-консолідаційну;
- психологічно-підтримувальну.

Особливої актуальності ці функції набули після початку повномасштабної війни, коли театр став важливим простором культурного спротиву, суспільного діалогу та емоційної підтримки населення.

Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки в Києві продовжує працювати попри війну. Його діяльність адаптувалася до умов сьогодення: частина колективу долучилася до Сил оборони, а сам театр активно збирає кошти на потреби ЗСУ через благодійні покази. [1, 2, 3]

Основні аспекти роботи театру в умовах війни:

- **Волонтерська діяльність:** Театр проводить спеціальні покази для допомоги фронту (наприклад, під час показів вистави «Хвиля» збирають сотні тисяч гривень на дрони) та бере участь у реабілітаційних ініціативах (таких як показ вистав за участю ветеранів у рамках Національного тижня безбар'єрності). [1, 2]

- **Тематичний репертуар:** У репертуарі з'явилися постановки, що відображають реалії сьогодення, досліджують трагедію українського народу, а також містять реальні фронтові історії. [1, 2]

- **Безпека:** Як і більшість закладів культури, театр працює з урахуванням безпекових правил під час повітряних тривог. У разі оголошення небезпеки вистави призупиняються, а глядачам пропонується пройти в найближче укриття (найближча станція метро — «Театральна»). [1]

Актуальний репертуар, розклад та інформацію про те, як придбати квитки на благодійні вистави, можна знайти на Офіційному сайті театру ім. Лесі Українки. [1]

Таким чином, Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки є провідною театральною установою України, яка поєднує багаторічні мистецькі традиції з сучасними підходами до організації театральної діяльності та роботи з глядацькою аудиторією. Така характеристика є важливою основою для подальшого аналізу особливостей формування та організації його глядацької аудиторії в умовах війни.

2.2. Особливості діяльності театру імені Лесі Українки в умовах воєнного стану

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України у лютому 2022 року суттєво вплинуло на функціонування всіх закладів культури, зокрема театрів. В умовах воєнного стану діяльність театрів набула нових форм і змісту, що було зумовлено необхідністю забезпечення безпеки працівників і глядачів, підтримки культурного життя країни та збереження національної ідентичності. Не став винятком і Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки, який адаптував свою роботу до нових суспільних реалій.

Забезпечення безпеки глядачів та працівників

Одним із найважливіших завдань театру після початку повномасштабної війни стало створення безпечних умов для проведення вистав. Відповідно до вимог воєнного стану були впроваджені спеціальні заходи безпеки:

- інформування відвідувачів про розташування найближчих укриттів;
- розроблення алгоритмів евакуації під час повітряної тривоги;
- тимчасове припинення вистав у разі оголошення сигналу повітряної небезпеки;
- проведення інструктажів для персоналу щодо дій у надзвичайних ситуаціях;
- посилення контролю доступу до приміщень театру.

Такі заходи дозволили забезпечити безперервність театральної діяльності навіть в умовах постійної загрози ракетних ударів.

Адаптація репертуарної політики

Війна спричинила значні зміни у творчій діяльності театру. Репертуар став відображенням суспільних настроїв та актуальних проблем українського суспільства.

Основними тенденціями стали:

- збільшення кількості постановок українських авторів;
- переосмислення класичних творів через призму сучасних подій;
- звернення до тем національної пам'яті та історії;
- створення вистав, присвячених війні та боротьбі українського народу за незалежність;
- відмова від постановок, пов'язаних із російським культурним простором.

Новий репертуар сприяв зміцненню національної свідомості та підтримці морального духу глядачів.

Соціальна та волонтерська діяльність

Після 2022 року театр значно розширив свою соціальну місію. Окрім мистецької діяльності, колектив активно долучився до волонтерського руху та благодійних ініціатив.

Основними напрямками стали:

- проведення благодійних вистав;
- збір коштів на потреби Збройних Сил України;
- організація культурних заходів для військовослужбовців;
- підтримка внутрішньо переміщених осіб;
- участь у міжнародних акціях на підтримку України.

Така діяльність сприяла зміцненню зв'язку між театром і суспільством та підвищила його роль як важливого соціального інституту.

Трансформація роботи з глядацькою аудиторією

Воєнний стан змінив не лише умови діяльності театру, а й саму структуру глядацької аудиторії. До традиційних категорій глядачів додалися:

- внутрішньо переміщені особи;
- військовослужбовці;
- ветерани;
- волонтери;
- представники міжнародних організацій.

У зв'язку з цим театр був змушений переглянути підходи до організації роботи з аудиторією, впроваджуючи:

- спеціальні пільгові програми;
- благодійні квиткові проєкти;
- соціальні культурні ініціативи;
- нові форми комунікації через цифрові платформи.

Особлива увага приділялася підтримці постійного зв'язку з глядачами через соціальні мережі та офіційні інформаційні ресурси.

Використання цифрових технологій

В умовах війни значно зросла роль цифрових комунікацій. Соціальні мережі стали важливим інструментом взаємодії театру з аудиторією.

Основними напрямками цифрової діяльності стали:

- оперативне інформування про зміни в афіші;
- анонсування нових постановок;
- проведення онлайн-трансляцій окремих заходів;
- популяризація діяльності театру через відеоконтент;
- залучення молодіжної аудиторії через сучасні комунікаційні

канали.

Цифровізація дозволила театру підтримувати постійний контакт із глядачами навіть у складних умовах воєнного часу.

Психологічна роль театру в умовах війни

Особливого значення набула психологічна функція театру. В умовах постійного стресу, повітряних тривог та невизначеності театральне мистецтво стало важливим засобом емоційної підтримки населення.

Відвідування вистав сприяє:

- психологічному розвантаженню;
- подоланню тривожності;
- підтримці емоційної стійкості;
- формуванню почуття єдності та солідарності;
- збереженню культурної нормальності в умовах війни.

Таким чином, театр виконує не лише мистецькі, а й важливі соціально-терапевтичні функції.

Отже, діяльність Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки в умовах воєнного стану характеризується високим рівнем адаптивності та соціальної відповідальності. Театр зміг забезпечити безперервність творчого процесу, трансформувати репертуарну політику відповідно до суспільних потреб, розширити соціальну місію та зберегти активну взаємодію з глядацькою аудиторією.

У сучасних умовах він виступає не лише культурним закладом, а й важливим центром суспільної підтримки, національної консолідації та духовної стійкості українського суспільства.

2.3. Аналіз складу та поведінки глядацької аудиторії

Глядацька аудиторія є основним споживачем театального продукту та важливим чинником успішного функціонування театру. Аналіз її складу та поведінки дозволяє визначити особливості попиту на театральні послуги, оцінити ефективність комунікаційної діяльності та сформулювати перспективні напрями розвитку роботи з глядачами.

В умовах воєнного стану дослідження аудиторії набуває особливого значення, оскільки суспільні зміни безпосередньо впливають на культурні потреби населення.

Соціально-демографічний склад аудиторії

Глядацька аудиторія театру є досить різноманітною та охоплює різні соціальні групи населення. Найбільш активною групою є глядачі віком від 26 до 40 років. Це пояснюється високою культурною активністю цієї категорії населення, використанням сучасних каналів комунікації та зацікавленістю у культурному дозвіллі.

За рівнем освіти переважають:

- особи з вищою освітою;
- студенти закладів вищої освіти;
- працівники сфери культури, освіти та державного управління.

В умовах війни до складу аудиторії також активно долучилися внутрішньо переміщені особи, військовослужбовці та ветерани.

Динаміка відвідуваності театру

Початок повномасштабної війни спричинив тимчасове зниження відвідуваності театру. Проте вже після відновлення роботи культурних установ спостерігалось поступове повернення глядачів до театрального життя. [5]

Дані свідчать про різке скорочення кількості відвідувачів у 2022 році, що було пов'язано з воєнними діями та безпековими обмеженнями. У наступні роки спостерігається поступове відновлення глядацького інтересу до театру.

Поведінкові особливості глядачів

Поведінка сучасної театральної аудиторії характеризується низкою особливостей.

Частота відвідування

За частотою відвідування можна виділити:

- постійних глядачів (відвідують театр понад 5 разів на рік);
- періодичних глядачів (2–4 рази на рік);
- випадкових відвідувачів (1 раз на рік або рідше).

Найбільшу частку становлять періодичні відвідувачі, які відвідують театр залежно від репертуару та особистих обставин.

Способи придбання квитків

Сучасні глядачі дедалі частіше користуються електронними сервісами, на яких припадає 65% продажів. Це свідчить про активну цифровізацію процесу взаємодії між театром та аудиторією.

Джерела отримання інформації

Основними джерелами інформації про вистави є:

- соціальні мережі;
- офіційний сайт театру;
- рекомендації знайомих;
- афіші та рекламні матеріали;
- публікації в засобах масової інформації.

Особливої популярності набули соціальні мережі, які забезпечують швидкий та зручний доступ до інформації.

Мотивація відвідування театру

Серед основних мотивів відвідування театру можна виділити: культурний розвиток; відпочинок та дозвілля; естетичне задоволення; спілкування та соціальні контакти; психологічна підтримка.

Після 2022 року суттєво зросла роль психологічної мотивації. Багато глядачів сприймають театр як місце емоційного відновлення та підтримки.

Вплив воєнного стану на поведінку аудиторії

Війна суттєво змінила культурні практики населення.

Основними змінами стали:

- підвищення інтересу до української драматургії;
- зростання попиту на патріотичні та історичні вистави;
- збільшення уваги до благодійних культурних заходів;
- посилення значення безпекових факторів під час вибору культурного заходу;
- активніше використання цифрових сервісів.

Глядачі стали більш уважно ставитися до організації заходів, умов безпеки та соціальної місії театру.

Рівень лояльності аудиторії

Важливим показником ефективності роботи театру є лояльність глядачів.

Основними ознаками високої лояльності є:

- повторні відвідування вистав;
- участь у театральних заходах;
- рекомендації театру іншим особам;
- активність у соціальних мережах;
- участь у благодійних проєктах театру.

У період війни рівень підтримки українських театрів значно зріс, оскільки культурні установи стали символом стійкості та незламності суспільства.

Проведене дослідження показує, що глядацька аудиторія Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки характеризується різноманітним соціально-демографічним складом та високим рівнем культурної активності.

В умовах війни відбулися суттєві зміни у структурі та поведінці глядачів, зокрема зросла роль цифрових комунікацій, психологічної мотивації та патріотичної тематики. Незважаючи на складні умови воєнного часу, театр зберігає стабільний зв'язок із аудиторією та поступово відновлює показники відвідуваності, що свідчить про його важливе місце у культурному житті українського суспільства. [7]

2.4. Інструменти залучення та утримання глядачів

У сучасних умовах успішна діяльність театру значною мірою залежить від ефективності роботи з глядацькою аудиторією. Конкуренція з іншими закладами культури, розвиток цифрових технологій, зміна культурних потреб населення та виклики воєнного часу зумовлюють необхідність використання сучасних інструментів залучення й утримання глядачів. Для Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки ця діяльність є однією із пріоритетних напрямів розвитку.

Маркетингові комунікації як засіб залучення аудиторії

Одним із головних інструментів взаємодії театру з потенційними глядачами є система маркетингових комунікацій, що спрямована на інформування населення про діяльність театру та формування позитивного іміджу закладу.

Основними каналами комунікації є:

- офіційний вебсайт театру;
- сторінки в соціальних мережах;
- електронні розсилки;
- зовнішня реклама;
- публікації у засобах масової інформації;
- партнерські інформаційні ресурси.

Використання комплексу маркетингових інструментів сприяє підвищенню впізнаваності театру та розширенню його аудиторії.

Використання соціальних мереж

У сучасних умовах соціальні мережі стали одним із найефективніших засобів комунікації з глядачами.

Основними завданнями соціальних мереж театру є:

- інформування про прем'єри та поточний репертуар;
- популяризація творчої діяльності колективу;
- демонстрація закулісного життя театру;
- взаємодія з аудиторією через коментарі та опитування;
- залучення молодіжної аудиторії.

Публікація фото- та відеоматеріалів, інтерв'ю з акторами, анонсів вистав і репортажів із репетицій сприяє формуванню емоційного зв'язку між театром та глядачами.

PR-технології у формуванні лояльності аудиторії

Важливим напрямом роботи є використання інструментів зв'язків із громадськістю.

До основних PR-заходів належать:

- пресконференції;
- творчі зустрічі з акторами;
- відкриті репетиції;
- культурно-просвітницькі проєкти;
- участь у фестивалях;
- співпраця з лідерами громадської думки.

PR-діяльність сприяє формуванню позитивного іміджу театру та зміцненню довіри з боку громадськості.

Програми лояльності та стимулювання повторних відвідувань

Одним із важливих інструментів утримання аудиторії є впровадження програм лояльності.

Серед найбільш ефективних заходів можна виділити:

- систему знижок для постійних глядачів;
- спеціальні пропозиції для студентів та пенсіонерів;
- абонементні програми;
- подарункові сертифікати;
- акційні пропозиції до свят;
- бонуси для колективних відвідувань.

Такі програми стимулюють повторне відвідування вистав та формують довготривалі відносини між театром і глядачем.

Робота з молодіжною аудиторією

Молодь є одним із найбільш перспективних сегментів театральної аудиторії.

Для залучення молодих глядачів театр використовує:

- студентські знижки;
- освітні лекції та майстер-класи;
- інтерактивні мистецькі проєкти;
- сучасні театральні постановки;
- активну присутність у соціальних мережах.

Формування інтересу до театру серед молоді забезпечує розвиток майбутньої постійної аудиторії.

Благодійні та соціальні проекти

Після початку повномасштабної війни особливого значення набули соціальні та благодійні ініціативи театру.

Серед них:

- благодійні вистави;
- підтримка військовослужбовців;
- заходи для ветеранів;
- культурні програми для внутрішньо переміщених осіб;
- участь у волонтерських проєктах.

Подібні заходи сприяють зміцненню соціальної ролі театру та залученню нових категорій глядачів.

Партнерські програми та співпраця з освітніми закладами

Ефективним інструментом розширення аудиторії є співпраця з:

- закладами вищої освіти;
- школами;
- громадськими організаціями;
- культурними центрами;
- міжнародними фондами.

Організація тематичних заходів, творчих зустрічей та спільних культурних проєктів сприяє популяризації театрального мистецтва серед різних груп населення.

Цифровізація сервісів для глядачів

Сучасний театр активно використовує цифрові технології для підвищення комфорту відвідувачів.

До таких сервісів належать:

- онлайн-продаж квитків;
- електронні квитки;
- мобільні сервіси бронювання;

- автоматичні інформаційні розсилки;
- цифрові афіші;
- онлайн-консультації для глядачів.

Цифровізація спрощує взаємодію між театром і аудиторією та відповідає сучасним вимогам споживачів культурних послуг.

Особливості залучення та утримання глядачів в умовах війни

В умовах воєнного стану особливого значення набувають додаткові інструменти роботи з аудиторією:

- інформування про безпекові заходи;
- гнучка система повернення квитків;
- благодійні акції;
- соціальна підтримка окремих категорій населення;
- створення атмосфери психологічного комфорту;
- акцентування суспільної значущості театру.

Для багатьох українців театр став не лише місцем культурного дозвілля, а й простором емоційної підтримки та збереження відчуття нормального життя.

Залучення та утримання глядачів у Національному академічному драматичному театрі імені Лесі Українки здійснюється за допомогою комплексу маркетингових, комунікаційних, соціальних та цифрових інструментів. Особливу роль у сучасних умовах відіграють соціальні мережі, PR-технології, програми лояльності, партнерські проєкти та благодійна діяльність.

В умовах війни ці інструменти не лише сприяють збереженню аудиторії, а й допомагають театру виконувати важливу соціальну та культурну місію, підтримуючи духовну стійкість українського суспільства.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ ТЕАТРУ В УМОВАХ ВІЙНИ

3.1. Проблеми формування та збереження аудиторії

Формування та збереження глядацької аудиторії є одним із ключових завдань діяльності театру. В умовах воєнного стану цей процес ускладнюється впливом численних соціальних, економічних, психологічних та демографічних факторів. Для Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки підтримання стабільного інтересу глядачів до театрального мистецтва стало важливою складовою забезпечення безперервності культурного процесу та реалізації суспільної місії театру. [7]

Економічні проблеми формування аудиторії

Однією з головних перешкод для відвідування театру є погіршення матеріального становища населення внаслідок війни.

Основні економічні чинники:

- зниження рівня доходів населення;
- зростання витрат на базові потреби;
- скорочення витрат на культурне дозвілля;
- нестабільність ринку праці;
- вимушене переміщення громадян.

У таких умовах придбання театральних квитків часто перестає бути пріоритетом для значної частини населення. Це негативно впливає на відвідуваність вистав і фінансову стабільність театру.

Демографічні зміни в структурі аудиторії

Повномасштабна війна спричинила суттєві демографічні трансформації українського суспільства.

До основних змін належать:

- масова міграція населення за кордон;
- внутрішнє переміщення громадян;
- мобілізація значної частини чоловічого населення;
- зміна соціальної структури суспільства.

У результаті традиційна аудиторія театру зазнала істотних змін, а деякі категорії постійних глядачів тимчасово втратили можливість відвідувати культурні заходи. [9]

Психологічні бар'єри відвідування театру

Війна створює значне емоційне навантаження на населення, що впливає на культурну активність громадян.

Основними психологічними чинниками є:

- підвищений рівень тривожності;
- емоційне виснаження;
- невизначеність майбутнього;
- страх масових зібрань;
- постійний стрес через повітряні тривоги та воєнні загрози.

Частина потенційних глядачів відмовляється від відвідування театрів саме через безпекові та психологічні причини, навіть за наявності інтересу до театрального мистецтва.

Безпекові виклики

Однією з найсерйозніших проблем у роботі театрів під час війни є забезпечення безпеки глядачів та працівників.

До основних безпекових ризиків належать:

- ракетні обстріли;
- повітряні тривоги;
- можливі перебої в роботі транспорту;
- обмеження проведення масових заходів.

Навіть за наявності належно облаштованих укриттів частина населення уникає відвідування культурних заходів через ризики, пов'язані з воєнними діями.

Конкуренція з цифровими формами дозвілля

Сучасний розвиток цифрових технологій створює додаткові виклики для театральних установ.

Основними конкурентами театру стали:

- стримінгові платформи;
- онлайн-кінотеатри;
- соціальні мережі;
- відеохостинги;
- комп'ютерні ігри.

Особливо це стосується молодіжної аудиторії, яка значну частину вільного часу проводить у цифровому середовищі. Театри змушені шукати нові формати взаємодії з глядачами для підтримання їхньої зацікавленості.

Проблеми залучення молоді аудиторії

Попри активне використання цифрових комунікацій, багато театрів стикаються з труднощами у формуванні стабільної молодіжної аудиторії.

Причинами цього є:

- зміна культурних пріоритетів молоді;
- популярність цифрових розваг;
- недостатня обізнаність про театральне мистецтво;
- обмежені фінансові можливості студентів та молодих спеціалістів.

Для подолання цих проблем театри повинні адаптувати репертуарну політику та використовувати сучасні маркетингові інструменти.

Проблеми підтримання лояльності глядачів

В умовах нестабільності особливого значення набуває збереження постійної аудиторії.

Основними проблемами є:

- нерегулярність відвідування вистав;
- зменшення кількості культурних заходів у житті населення;
- зниження платоспроможності постійних глядачів;
- складність підтримання довгострокових комунікацій.

Для утримання аудиторії театри повинні постійно підтримувати контакт із глядачами через соціальні мережі, електронні розсилки та програми лояльності.

Вплив воєнного стану на культурні потреби населення

Війна змінила характер культурного споживання українців. Серед основних тенденцій можна виділити:

- зростання попиту на український культурний продукт;
- підвищення інтересу до історичної та патріотичної тематики;
- потребу в психологічній підтримці через мистецтво;
- посилення соціальної значущості культурних заходів.

Водночас змінюються очікування глядачів щодо змісту театральних постановок, якості сервісу та рівня безпеки.

Формування та збереження глядацької аудиторії Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки в умовах війни супроводжується низкою складних викликів. Серед них найбільш вагомими є економічні труднощі населення, демографічні зміни, психологічні бар'єри, безпекові ризики та конкуренція з цифровими формами дозвілля.

Незважаючи на це, театр зберігає важливу роль у культурному житті суспільства та має значний потенціал для подальшого розвитку аудиторії через удосконалення маркетингових комунікацій, розширення соціальних програм і впровадження сучасних технологій взаємодії з глядачами. [9]

3.2. Розробка стратегії розвитку глядацької аудиторії

В умовах воєнного стану та трансформації культурних потреб населення одним із ключових завдань театру є формування довгострокової стратегії розвитку глядацької аудиторії. Така стратегія має бути спрямована не лише на збільшення кількості відвідувачів, а й на зміцнення лояльності постійних глядачів, залучення нових цільових груп та підвищення суспільної значущості театру.

Для Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки доцільно розробити комплексну стратегію розвитку аудиторії, яка включатиме маркетингові, комунікаційні, соціальні та інноваційні заходи.

Мета та основні завдання стратегії

Мета стратегії

Забезпечення стабільного розвитку глядацької аудиторії театру шляхом залучення нових категорій відвідувачів, підвищення рівня лояльності постійних глядачів та адаптації діяльності театру до умов воєнного часу.

Основні завдання

- збільшення загальної відвідуваності вистав;
- розширення молодіжної аудиторії;
- формування системи довгострокових відносин із глядачами;
- підвищення ефективності цифрових комунікацій;
- розвиток соціальних та інклюзивних проєктів;
- зміцнення позитивного іміджу театру.

Сегментація цільової аудиторії

Для ефективної реалізації стратегії необхідно визначити основні цільові групи. Молодь (18–25 років); Доросла аудиторія (26–45 років); Сімейна аудиторія; Старше покоління; ВПО; Військові та ветерани; Туристи та іноземці

Основні сегменти аудиторії

Для кожної групи необхідно застосовувати окремі механізми комунікації та залучення.

Удосконалення маркетингових комунікацій

Одним із головних напрямів стратегії має стати розвиток маркетингової діяльності театру.

Основні заходи

- модернізація офіційного сайту;
- регулярне оновлення афіші;
- створення тематичного контенту для соціальних мереж;
- використання відеореклами;
- проведення онлайн-опитувань глядачів;
- впровадження email-маркетингу.

Системна комунікація дозволить підтримувати постійний зв'язок із цільовою аудиторією.

Розширення молодіжної аудиторії

Молодь є стратегічно важливою категорією глядачів, оскільки саме вона формує майбутню постійну аудиторію театру.

Запропоновані заходи

- впровадження студентських абонементів;
- проведення театральних лекторіїв;
- організація творчих зустрічей з акторами;
- створення молодіжного клубу при театрі;
- використання платформ Instagram, TikTok та YouTube;
- проведення спеціальних молодіжних показів.

Розвиток програм лояльності

Для утримання постійної аудиторії доцільно створити багаторівневу систему лояльності.

Пропозиції

- накопичувальна система знижок;
- бонуси за повторні відвідування;
- спеціальні пропозиції для постійних глядачів;
- персоналізовані запрошення на прем'єри;
- клуб друзів театру.

Такі заходи стимулюватимуть регулярне відвідування вистав.

Реалізація соціальних програм

В умовах війни важливим напрямом розвитку аудиторії є посилення соціальної складової діяльності театру.

Основні заходи

- безкоштовні або пільгові покази для військових;
- культурні програми для ветеранів;
- спеціальні проєкти для внутрішньо переміщених осіб;
- благодійні вистави;

- інклюзивні культурні заходи.

Соціальна діяльність підвищує авторитет театру та сприяє формуванню позитивного суспільного іміджу.

Використання цифрових технологій

Сучасні технології дозволяють значно підвищити ефективність роботи з аудиторією.

Рекомендовані інструменти

- CRM-система для роботи з глядачами;
- електронна база постійних відвідувачів;
- автоматизовані розсилки;
- мобільний застосунок театру;
- онлайн-бронювання місць;
- цифрова аналітика поведінки глядачів.

Використання таких інструментів дозволить персоналізувати взаємодію з аудиторією.

Партнерство з освітніми та культурними установами

Для розширення аудиторії доцільно розвивати співпрацю з:

- закладами вищої освіти;
- школами;
- творчими спілками;
- громадськими організаціями;
- міжнародними культурними фондами.

Спільні заходи сприятимуть популяризації театру серед нових категорій населення.

Очікувані результати впровадження стратегії

У результаті реалізації запропонованої стратегії можна прогнозувати: відвідуваність; повторні відвідування; активність у соціальних мережах; рівень лояльності.

Стратегія розвитку глядацької аудиторії Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки повинна базуватися на комплексному підході, який поєднує сучасні маркетингові технології, розвиток цифрових комунікацій, програми лояльності, соціальні ініціативи та партнерські проєкти.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме збільшенню відвідуваності театру, залученню нових категорій глядачів та зміцненню його позицій як провідного культурного центру України навіть в умовах воєнного стану.

3.3. Перспективні напрями роботи театру з глядацькою аудиторією

У сучасних умовах розвитку культурної сфери та функціонування театрів під час воєнного стану особливого значення набуває пошук нових підходів до роботи з глядацькою аудиторією. Зміна культурних потреб суспільства, розвиток цифрових технологій та поява нових соціальних груп глядачів вимагають від театру впровадження інноваційних механізмів взаємодії з аудиторією. Для Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки перспективними є напрями, спрямовані на розширення аудиторії, підвищення її лояльності та зміцнення суспільної ролі театру. [11]

Цифрова трансформація комунікації з глядачами

Одним із найважливіших напрямів розвитку є активне використання цифрових технологій у роботі з аудиторією.

Перспективними заходами можуть стати:

- створення мобільного застосунку театру;
- персоналізовані електронні розсилки;
- автоматизована система бронювання квитків;
- онлайн-консультації для глядачів;
- використання CRM-систем для управління взаємовідносинами з аудиторією;
- розширення присутності театру в соціальних мережах.

Цифровізація дозволить підвищити якість комунікації та забезпечити більш тісний контакт із різними категоріями глядачів.

Розвиток молодіжних програм

Молодіжна аудиторія є одним із найбільш перспективних напрямів розвитку театру.

Для залучення молоді доцільно реалізувати:

- театральні клуби для студентів;
- освітні лекторії та творчі майстер-класи;
- зустрічі з акторами та режисерами;
- інтерактивні театральні проекти;
- спеціальні молодіжні абонементи;
- студентські фестивалі та конкурси.

Подібні заходи сприятимуть формуванню довгострокового інтересу молоді до театрального мистецтва.

Впровадження програм глядацької лояльності

Сучасні театри дедалі активніше використовують механізми утримання аудиторії через програми лояльності.

До перспективних напрямів належать:

- накопичувальні бонусні системи;
- клуб постійних глядачів;
- персоналізовані пропозиції;
- пріоритетне бронювання квитків;
- спеціальні запрошення на прем'єри;
- екскурсії театром для активних відвідувачів.

Такі заходи сприяють формуванню емоційної прихильності глядачів до театру.

Розширення соціальних та інклюзивних проєктів

Важливим напрямом роботи є забезпечення доступності театрального мистецтва для різних категорій населення.

Перспективними можуть бути:

- програми для ветеранів війни;
- культурні заходи для внутрішньо переміщених осіб;
- спеціальні покази для людей з інвалідністю;
- адаптовані вистави для осіб із порушеннями слуху та зору;
- інклюзивні творчі лабораторії;
- соціальні культурні проєкти для вразливих груп населення.

Розвиток інклюзивності відповідає сучасним принципам культурної політики та соціальної відповідальності театру.

Формування нових форматів театрального продукту

Для розширення аудиторії театр може використовувати сучасні творчі формати.

До них належать:

- камерні вистави;
- імерсивний театр;
- site-specific постановки;
- театральні читання;
- мультимедійні проєкти;
- театральні перформанси у громадських просторах.

Такі форми особливо привабливі для молодшої та креативної аудиторії.

Розвиток культурно-освітньої діяльності

Сучасний театр дедалі більше виконує освітню функцію.

Перспективними заходами можуть стати:

- публічні лекції з театрального мистецтва;
- дискусійні клуби;
- творчі зустрічі з митцями;
- театральні школи для молоді;
- освітні програми для школярів;
- співпраця із закладами вищої освіти.

Освітні проєкти сприяють формуванню майбутньої театральної аудиторії та підвищують культурний рівень суспільства.

Розвиток міжнародної співпраці

В умовах європейської інтеграції України особливого значення набувають міжнародні культурні зв'язки.

Основними напрямками можуть бути:

- участь у міжнародних фестивалях;
- спільні театральні проєкти;
- гастрольна діяльність за кордоном;
- міжнародні грантові програми;
- обміни творчими колективами;
- культурна дипломатія.

Міжнародна співпраця сприяє популяризації українського театального мистецтва та залученню нових аудиторій.

Посилення психологічної та соціальної функції театру

В умовах війни особливо актуальним є розвиток терапевтичного потенціалу театального мистецтва.

Перспективними напрямками можуть бути:

- мистецькі програми психологічної підтримки;
- творчі заходи для військових і ветеранів;
- благодійні культурні проєкти;
- театральні дискусії на актуальні суспільні теми;
- проєкти культурної реабілітації.

Такі ініціативи сприятимуть зміцненню ролі театру як важливого соціального інституту.

Очікувані результати реалізації перспективних напрямів

У результаті впровадження запропонованих заходів театр може досягти:

- збільшення загальної кількості відвідувачів;
- розширення молодіжної аудиторії;
- підвищення рівня лояльності глядачів;
- зміцнення позитивного іміджу театру;

- посилення соціальної ролі культурної установи;
- підвищення конкурентоспроможності на культурному ринку.

Перспективні напрями роботи Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки з аудиторією мають базуватися на поєднанні інноваційних цифрових технологій, сучасних маркетингових підходів, освітніх програм, інклюзивних проєктів та соціальних ініціатив. Особливого значення в умовах війни набувають заходи, спрямовані на психологічну підтримку населення, розвиток громадянської згуртованості та зміцнення національної культурної ідентичності. Реалізація цих напрямів сприятиме сталому розвитку театру та розширенню його глядацької аудиторії в майбутньому.

3.4. Оцінка ефективності запропонованих заходів щодо розвитку глядацької аудиторії

Оцінка ефективності запропонованих заходів є важливим етапом розробки стратегії розвитку глядацької аудиторії театру. Вона дозволяє визначити доцільність впровадження запропонованих управлінських рішень, спрогнозувати їх вплив на діяльність театру та оцінити можливі соціальні, культурні й економічні результати. В умовах воєнного стану особливого значення набуває не лише кількісне зростання аудиторії, а й підвищення її лояльності, активності та рівня залученості до культурного життя.

Основні критерії оцінювання ефективності

Для оцінки результативності запропонованих заходів доцільно використовувати систему кількісних і якісних показників.

Кількісні показники:

- загальна кількість відвідувачів;
- середня заповнюваність глядацької зали;
- кількість проданих квитків;
- частка повторних відвідувань;
- кількість підписників у соціальних мережах;
- охоплення рекламних кампаній;

- кількість учасників освітніх та соціальних проєктів.

Якісні показники:

- рівень задоволеності глядачів;
- репутація театру;
- рівень довіри аудиторії;
- ступінь впізнаваності бренду театру;
- оцінка якості сервісу;
- ефективність комунікації з глядачами.

Прогноз зміни показників відвідуваності

Реалізація запропонованої стратегії розвитку аудиторії може позитивно вплинути на показники діяльності театру.

Прогноз динаміки відвідуваності театру після впровадження заходів. Отримані прогностичні показники свідчать про можливість поступового зростання глядацької активності навіть в умовах воєнного часу.

Оцінка ефективності цифрових комунікацій

Впровадження сучасних цифрових інструментів дозволить значно підвищити ефективність взаємодії з аудиторією.

Очікувані результати:

Показник	Поточний рівень	Очікуваний рівень
Підписники соціальних мереж	100 %	130–140 %
Онлайн-продаж квитків	65 %	80 %
Відкриття електронних розсилок	40 %	60 %
Залучення молодіжної аудиторії	100 %	125–130 %

Активне використання цифрових каналів сприятиме більш оперативній комунікації та розширенню охоплення потенційних глядачів.

Соціальна ефективність запропонованих заходів

Соціальний ефект діяльності театру в умовах війни має не менше значення, ніж економічні показники.

Основні соціальні результати:

- підвищення доступності культурних послуг;
- підтримка внутрішньо переміщених осіб;
- залучення військовослужбовців та ветеранів до культурного життя;
- зміцнення соціальної згуртованості;
- збереження національної культурної ідентичності;
- покращення психологічного стану населення.

Соціальний ефект важко виміряти кількісно, проте він має значний вплив на суспільний розвиток та культурну стійкість країни.

Економічна ефективність заходів

Підвищення відвідуваності театру позитивно впливатиме на його фінансові результати. Зростання фінансових показників сприятиме підвищенню фінансової стійкості театру та розширенню можливостей для реалізації нових творчих проєктів.

SWOT-оцінка запропонованої стратегії

Сильні сторони (Strengths)

- відомий бренд театру;
- багаторічна історія та авторитет;
- професійний творчий колектив;
- високий рівень довіри глядачів.

Слабкі сторони (Weaknesses)

- залежність від бюджетного фінансування;
- обмежені ресурси на маркетинг;
- вплив воєнних обмежень.

Можливості (Opportunities)

- розвиток цифрових технологій;
- залучення міжнародної підтримки;
- розширення молодіжної аудиторії;
- розвиток соціальних проєктів.

Загрози (Threats)

- тривалість воєнних дій;
- економічна нестабільність;
- міграція населення;
- конкуренція з цифровими платформами.

SWOT-аналіз свідчить, що театр має значний потенціал для розвитку навіть за наявності зовнішніх викликів.

Оцінка рівня досягнення стратегічних цілей

Очікуваний рівень досягнення стратегічних цілей

Стратегічна ціль	Очікуваний рівень виконання
Зростання відвідуваності	Високий
Залучення молоді	Високий
Розвиток цифрових сервісів	Високий
Підвищення лояльності аудиторії	Високий
Розвиток соціальних програм	Середній–високий

Оцінка ефективності запропонованих заходів свідчить про доцільність їх впровадження в діяльність Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки. Реалізація стратегії розвитку глядацької аудиторії сприятиме збільшенню відвідуваності вистав, підвищенню рівня лояльності глядачів, розширенню молодіжної аудиторії та зміцненню соціальної ролі театру.

Крім економічних результатів, важливим наслідком стане посилення культурної стійкості суспільства, підтримка національної ідентичності та забезпечення доступу населення до культурних цінностей в умовах воєнного стану. Такі результати підтверджують ефективність запропонованих заходів і перспективність їх практичного використання в діяльності театру. [13]

ВИСНОВОК

Український театр завжди був дзеркалом суспільних процесів. Сьогодні він проходить через складний, але водночас надзвичайно цікавий етап розвитку. Традиційні академічні сцени співіснують із новими форматами, з'являються експериментальні постановки, а війна та глобальні зміни формують новий контекст для театрального мистецтва.

Головні тенденції сучасного українського театру

1. Поєднання класики і сучасності — на одній сцені можна побачити Шекспіра, Лесю Українку й п'єси сучасних авторів.
2. Експериментальні форми — іммерсивні вистави, перформанси, відеоарт, VR-театр.
3. Відродження камерних сцен — інтерес глядача зміщується до інтимних форматів.
4. Міжкультурний діалог — театр в Україні поступово інтегрується у світовий культурний контекст.
5. Соціально значимі теми — вистави говорять про війну, ідентичність, травму, психологію та трансформацію.

Виклики, перед якими стоїть український театр

1. Війна та безпека

Театри змушені адаптуватися до умов війни, часто проводячи вистави у бомбосховищах або під час повітряних тривог.

2. Фінансування та виживання незалежних проєктів

Для маленьких театрів і студій це особливо гостра проблема.

3. Конкуренція з цифровими форматами

Аудиторія дедалі більше звикає до Netflix, YouTube, TikTok — і театр має знаходити нові шляхи залучення.

4. Пошук національної ідентичності

Сучасний театр балансує між локальною традицією та універсальними світовими темами.

5. Підтримка молодих митців

Молоді режисери й актори потребують платформи для розвитку та експериментів.

6. Сучасні формати театру

Сьогодні театр виходить за межі класичної сцени:

1. Камерний театр — інтимний контакт із глядачем.
2. Експериментальний театр — пошук нових форм і змішування жанрів.
3. Іммерсивний театр — коли глядач стає частиною подій.
4. Онлайн-театр і VR — нові технології, що створюють унікальний досвід.

Театр у глобальному контексті

Сучасний український театр дедалі більше стає частиною міжнародного діалогу.

Він запозичує нові режисерські практики, техніки роботи з тілом і мультимедіа.

Бере участь у копродукціях із закордонними митцями.

Водночас формує власну унікальну естетику, що вирізняє його серед європейських театрів.

Театр і глядацький досвід

Сьогодні театр — це не лише сцена, а й простір взаємодії з аудиторією.

Постановки часто стають майданчиком для діалогу.

Поширюються інтерактивні формати, коли глядач може впливати на розвиток дії.

Театр все більше перетворюється на місце співтворчості, а не одностороннього споглядання.

Головні теми сучасного українського театру це війна, ідентичність, соціальні трансформації, психологічні травми та пошук сенсу.

Сучасний театр більше експериментує з формою та інтерактивом, поєднує сцену з технологіями.

Український театр має міжнародне майбутнє завдяки унікальному досвіду він дедалі більше інтегрується у світовий простір.

Сучасний театр доступний широкій аудиторії завдяки камерним і онлайн-форматам він стає ближчим до людей.

Сучасний український театр — це простір пошуку та сміливого експерименту. Він реагує на виклики часу, відкриває нові форми та формує майданчик для суспільного діалогу.

Театр в Україні сьогодні — це не тільки мистецтво, а й інструмент комунікації, трансформації та взаєморозуміння.

Процес організації та формування глядацької аудиторії в національному академічному драматичному театрі імені Лесі Українки під час війни є досить динамічним і багатограним, який відображає сучасні культурні, соціальні та економічні зміни. Театр виступає не лише як осередок мистецтва, а й як центр громадського життя, адаптуючи свої підходи до вимог часу та різноманітних потреб публіки.

1. Організація та формування глядацької аудиторії в театрі залежить від багатьох взаємопов'язаних факторів. Ключові чинники включають культурну спадщину, рівень популяризації театрального мистецтва, економічні та соціальні умови, а також демографічні характеристики населення.

Традиції українського театру створюють стійку базу для формування інтересу до театрального мистецтва, проте в сучасних умовах цього недостатньо.

Поширеним є те, що театри впроваджують новаторські ідеї через сучасні постановки, спрямовані на молодіжну аудиторію. Такий підхід дозволяє поєднувати традиції із сучасними тенденціями, забезпечуючи залучення нової молоді аудиторії.

Серед основних інструментів впливу на формування глядацької аудиторії виділяються маркетингові стратегії, зокрема активне використання

соціальних мереж і рекламних кампаній, що сприяють залученню нових глядачів.

Також важливими є програми лояльності, спеціальні пропозиції для молоді, студентів і сімей, що роблять театр більш доступним для різних соціальних груп.

Інтерактивні заходи, такі як театральні майстер-класи, екскурсії за лаштунки, зустрічі з акторами, стають все більш важливими для залучення аудиторії, особливо молоді. Крім того, репертуарна політика, що враховує різноманіття жанрів і стилів, також має значний вплив на інтерес глядачів.

Успішне формування аудиторії театру вимагає комплексного підходу, що поєднує як традиційні інструменти, так і новітні технології та методи взаємодії з глядачами.

2. Сучасні зміни в глядацькій аудиторії театрів Києва значно впливають на їхню роботу, що вимагає адаптації до нових умов. Традиційна театральна аудиторія поступово змінюється під впливом соціальних, економічних та технологічних факторів, особливо у стані війни.

Молодь та аудиторія середнього віку виявляють зростаючий інтерес до нових форматів вистав, інтерактивного контенту та мультимедійних рішень. Це вимагає від театрів оновлення репертуару, залучення сучасних технологій та пропозиції нестандартних театральних форм, таких як іммерсивний театр чи спектаклі з доповненою реальністю.

Сучасні глядачі очікують від театру не лише естетичної насолоди, а й емоційного резонансу, можливості рефлексії та відповідей на актуальні питання суспільства. Тому театри пропонують вистави на актуальні соціальні теми, також впроваджують освітні програми, які підвищують обізнаність публіки щодо театального мистецтва.

Зростає також попит на більш інклюзивні театральні заходи та гнучкі ціни на квитки, що стимулює театри пропонувати знижки, програми лояльності, а також адаптувати репертуар для різних груп глядачів.

Тобто театру доводиться враховувати змінні потреби глядачів і трансформувати свою діяльність для підвищення конкурентоспроможності.

Використання маркетингових стратегій, інтерактивного підходу та онлайн-технологій допомагає театрам залучати нову аудиторію та забезпечувати постійний інтерес до театрального мистецтва в сучасних умовах.

3. У період воєнного стану (війни) театри стикаються з надзвичайними викликами, пов'язаними із безпекою, обмеженням ресурсів і зниженням відвідуваності. Проте в цих умовах стратегічний підхід до залучення та утримання глядачів може допомогти не лише зберегти інтерес до театрального мистецтва, а й підготувати основу для розвитку в майбутньому.

Серед ключових стратегій залучення глядачів під час війни виділяється акцент на патріотичному та емоційно підтримуючому контенті. Показ вистав, що піднімають моральний дух, звертаються до історичних подій чи тем боротьби та стійкості, може знайти особливий відгук у глядачів. Крім того, проведення благодійних вистав на підтримку військових і постраждалих цивільних сприяє створенню тісного зв'язку між театрами та аудиторією.

У післявоєнний період ефективними стануть стратегії, орієнтовані на розширення культурних програм і відновлення зв'язків із глядачами через сучасні медіа-інструменти. Інвестиції в цифрові платформи та гібридні покази (як онлайн, так і наживо) допоможуть охопити ширшу аудиторію, включно з глядачами, які могли виїхати за кордон. Особливо важливим буде відновлення та просування мистецької спадщини, а також підтримка молодих акторів і режисерів, які сприятимуть оновленню репертуару та залученню молоді аудиторії.

Стратегії, що враховують зміни в потребах глядачів під час війни та після її завершення, дозволяють театрам Києва залишатися культурними осередками, зберігати свою аудиторію і навіть збільшувати її в складні часи.

4. Розвиток театральної сфери Києва потребує стратегічного підходу, орієнтованого на адаптацію до сучасних потреб і вподобань глядачів. Щоб театри залишалися культурно значущими та економічно стійкими, важливо зосередитися на декількох ключових напрямках.

Репертуар театрів має бути різноманітним, включати як класичні постановки, так і сучасні експериментальні. Використання мультимедійних елементів, інтерактивних та іммерсивних вистав зробить театр більш привабливим і сучасним.

Активна діяльність у соціальних мережах, стрімінгові покази та онлайн-продаж квитків безперечно можуть допомогти театрам охопити ширшу аудиторію. Інвестиції в цифровий маркетинг дозволять налагодити комунікацію з молоддю та розширити географію аудиторії.

Для залучення різних категорій глядачів важливо створювати спеціальні пропозиції для молоді, студентів, сімей, а також запровадити програми лояльності для постійних відвідувачів. Це дозволить зробити театр більш доступним та підтримувати постійний інтерес до його подій.

Організація майстер-класів, зустрічей з акторами, екскурсій за лаштунки сприятиме глибшому розумінню театрального мистецтва та вихованню нових поколінь глядачів. Співпраця з навчальними закладами та проведення освітніх заходів для молоді допоможуть розширити інтерес до театру з раннього віку.

Показ вистав, що відображають українські історичні події, культурну спадщину та національні цінності, сприятиме формуванню патріотичного духу серед глядачів та посиленню національної ідентичності, що особливо важливо в сучасних умовах.

Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки демонструє гнучкість у підходах до організації та формування аудиторії, орієнтуючись на збереження традицій, інтеграцію сучасних технологій і відповідь на соціальні запити. Їхні стратегії формують унікальний симбіоз мистецтва, інновацій та громадської активності, сприяючи культурному

розвитку міста й підтримці високого рівня інтересу до театрального мистецтва.

Отже, завдяки оновленню театрального репертуару, впровадженню інноваційних форматів, посиленню взаємодії з глядачами через соціальні мережі, а також розвитку культурно-освітніх програм, київські театри зможуть збільшити свою аудиторію, задовольняти запити сучасних глядачів та залишатися важливими культурними центрами в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Цисельська, О. (2025). Український театр в умовах російсько-української війни: історіографія питання. Питання культурології, 46, 126–137. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.46.2025.348534>
2. «Київ від минулого до майбутнього». URL: <https://kyivpastfuture.com.ua/teatr-imeni-lesi-ukrayinki> (дата звернення: 15.04.2026).
3. Базів Л. Театральні прем'єри грудня – 2023: бум дитячо-сімейного репертуару, а ще Сковорода і Кобилянська. Укрінформ. 11 грудня 2023 р. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3798502-teatralni-premeri-grudna2023-bum-ditacosimejnogo-repertuaru-a-se-skovoroda-i-kobilanska.html> (дата звернення: 15.04.2026).
4. Базів Л. Тривога. Бомбосховище. Аншлаг. Театральні підсумки року. Укрінформ. 25 грудня 2022 р. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3637808-trivoga-bomboshovise-anslag-teatralni-pidsumki-roku.html> (дата звернення: 18.03.2026).
5. Вергеліс О. Театр часів агресії та пекла. Главком. 19.03.2022. URL: https://glavcom.ua/columns/olegvergelis/teatr-chasiv-agresiji-ta-pekla831223.html#google_vignette (дата звернення: 17.03.2026).
6. Веселовська Г. Український театр у часі війни. URL: <https://tyzhden.ua/ukrainskyj-teatr-u-chasi-vijny/> (дата звернення: 25.04.2026).
7. Глядач у театрі. Виховання глядача як запорука відтворення аудиторії. URL: https://stud.com.ua/42740/menedzhment/glydach_teatri (дата звернення: 21.04.2026).
8. Гринишина М. О. Театральна культура рубежу XIX-XX століть. Реалізм. Дискурс: монографія. Національна академія мистецтв України, Інститут проблем сучасного мистецтва. Київ : Фенікс, 2013. 344 с.
9. Гулий І. Театр під час воєнних дій. Інтерфакс-Україна Інформаційне агентство. 1 червня 2023 р. URL: <https://interfax.com.ua/news/blog/913810.html> (дата звернення: 23.03.2026).

10. Дрога Ю. Як культура і мистецтво допомагають дітям забути про війну. Полтавська думка. 17 травня 2023 р. URL: <https://www.dumka.-poltava.ua/yak-kultura-ta-mystetstvo-dopomahaiut-ditiam-zabuty-pro-viynu/> (дата звернення: 15.03.2026).

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

12. З історії театрального мистецтва України. URL: <https://nibu.kyiv.ua/exhibitions/382/> (дата звернення: 19.04.2026).

13. Ковтун Ю. П. Маркетинг у сфері культури та мистецтва. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstreamdownload/123456789/85854/1/Kovtun_bac_r_ob.pdf;jsessionid=A77CDC5EA6B4AA3E19CAE1748C23922D (дата звернення: 23.10.2024).

14. Костинюк Л. Роль театрального мистецтва у часі війни. ZBRUC. 14 квітня 2023 р. URL: <https://zbruc.eu/node/115133> (дата звернення: 15.04.2026).

15. Костинюк Л. Український театр у реальності сучасної війни. URL: <https://zbruc.eu/node/115133> (дата звернення: 24.05.2026).

16. Котович С. Як театри і музеї волонтерять під час війни. Ukraïner. 18 вересня 2022 р. URL: <https://ukraïner.net/volonterstvo-kulturnykh-zakladiv/> (дата звернення: 29.04.2026).

17. Кучин С. П. Впровадження принципів маркетингової діяльності в роботі організацій театрального мистецтва. URL: [http://zt.knute.edu.ua/-files/2012/03\(62\)2012/3_12_23.pdf](http://zt.knute.edu.ua/-files/2012/03(62)2012/3_12_23.pdf) (дата звернення: 30.04.2026).

18. Левенець А. І. Стилi управління та їх вплив на ефективність діяльності театрального колективу. URI: https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/-handle/123456789/806/%d0%94%d0%b8%d0%bf%d0%bb%d0%be%d0%bc_%d0%9b%d0%b5%d0%b2%d0%b5%d0%bd%d0%b5%d1%86%d1%8c_2024%20%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 15.04.2026).

19. Нариси з історії інонаціонального театру в Україні XX – початку XXI століть. Нац. акад. мистецтв України. Ін-т проблем сучасного мистецтва ; за заг. наук. ред. М. О. Гришиної. Київ : Фенікс, 2017. 973 с.

20. Офіційна Веб-сторінка фестивалю. URL: <http://www.crossroads-ukraine.com> (дата звернення: 15.04.2026).

21. Паламарчук М. Український театр вступає в нову еру. URL: https://www.kyivpost.com/uk/post/22766?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR3WmbLLKaCmSfLFCoImGFKgmTYjb984fVDipc3TGv8dCRWD275ZF7cyA_aem_AbBBOEfBdQjywVaZeE99I4JTTXI8ROsZ-n3dpjoi_hf0Xz9Ijn9hHNNH_0zRxxelvmPc-BMVgD0tbGLbCIp2H6oWu (дата звернення: 22.05.2026).

22. Радзіховська О. Як зрозуміти сучасний театр? Гайд від українських театральних режисерів. URL: <https://bit.ua/2019/11/theatre-2/> (дата звернення: 27.04.2026).

23. Самохвалов В. За лаштунками українських театрів: як живе і навіть процвітає український театр під час війни. <https://www.ukrinform.ua/amp/rubric-culture/3837134-mihajlo-zaharevic-gendirektor-teatru-im-i-franka.html> (дата звернення: 15.04.2026).

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

25. Театральна лабораторія. Арт-арсенал: веб-сайт. URL: <https://artarsenal.in.ua/uk/laboratoriyi2/teatralnalaboratoriya/> (дата звернення: 21.03.2026).

26. Театральне мистецтво в Києві. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B5_%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE_%D0%B2_%D0%9A%D0%B8%D1%94%D0%B2%D1%96 (дата звернення: 15.04.2026).

27. Театральні прем'єри воєнного стану: що дивитись на прифронтових сценах та у тилу. Українська правда. Життя. 09.11.2022. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2022/11/9/251219/> (дата звернення: 19.04.2026).

28. Український театр ХХ століття: антологія вистав. Національна академія мистецтв України, Інститут проблем сучасного мистецтва ; ред. М. О. Гринишина. К. : Фенікс, 2012. 944 с.

29. Чабан Т. О. Міжнародна діяльність Національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки під час повномасштабного вторгнення рф в Україну. URL: <https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/801/-%d0%94%d0%b8%d0%bf%d0%bb%d0%be%d0%bc%d0%bd%d0%b0%20%d1%80%d0%be%d0%b1%d0%be%d1%82%d0%b0%20%d0%a7%d0%b0%d0%b1%d0%b0%d0%bd%20%d0%a2%d0%b5%d1%82%d1%8f%d0%bd%d0%b8%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 24.05.2026).

30. Щокань Г., Голіздра І. Український театр за кордоном: вистави і проекти, які створюють враження про Україну. Українська правда. Життя. 2 січня 2023 р. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2023/01/2/252122/> (дата звернення: 15.05.2026).

31. Хвостова Т. В. Трансформація ролі глядача крізь призму особливостей цифрової репрезентації сучасного театру. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2024. № 4. С. 128–133.

32. <https://vseosvita.ua/> - Всеосвіта національна освітня платформа.