

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ
КОМУНІКАЦІЙ 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 другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему

**«ТЕАТР І ГЛЯДАЧ.
ФОРМУВАННЯ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В ТЕАТРАХ КИЄВА»**

Студента Скрипкіна Владислава Олеговича

2М-ПСМ курсу

Освітньої програми

«Продюсерство сценічного мистецтва

Спеціальності 026 «Сценічне мистецтво»

Галузь знань Мистецтво

Ступеня вищої освіти «Магістр»

Науковий керівник

академік НАМУ,

кандидат мистецтвознавства, професор,

заслужений діяч мистецтв України

Безгін Олексій Ігорович

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ФОРМУВАННЯ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕАТРАХ КИЄВА	6
1.1. Роль національних театрів Києва у формуванні культурного середовища міста	6
1.2. Вплив основних факторів на формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва	20
Висновки до розділу 1	36
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕАТРАХ КИЄВА	38
2.1. Сучасний склад глядацької аудиторії національних театрів Києва: демографічні та соціокультурні характеристики	38
2.2. Аналіз запитів глядачів до театральних постановок	55
Висновки до розділу 2	61
РОЗДІЛ III. СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ	64
3.1. Маркетингові стратегії в національних театрах Києва	64
3.2. Інноваційні підходи до залучення та збереження нової аудиторії	70
Висновки до розділу 3	82
ВИСНОВКИ	84
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	88
ДОДАТКИ	94

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 три провідних колективи державного підпорядкування : Національний академічний театр опери та балету України імені Тараса Шевченка, Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка та Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки. У кожного з вище згаданих театрів свій особливий підхід до глядацької аудиторії.

Актуальність теми дослідження. Актуальність теми зумовлена необхідністю виявлення специфіки взаємодії «театр – глядач» у сучасній

культури України. 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 національних театрах 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 сучасних умовах.
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 національних театрах Києва.

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 театрив; аналіз та порівняння даних на основі результатів проведення інтерв'ю з керівниками національних театрив Києва.

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

Апробація результатів дипломної роботи. Матеріали дослідження обговорювалися на засіданнях кафедри театрознавства Київського національного університету театру кіно і телебачення імені І.К. Карпенка-Карого.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, висновків, списку використаних джерел (46 позицій) та додатків. Робота містить 2 таблиці. Загальна кількість сторінок складає 110.

РОЗДІЛ І. ФОРМУВАННЯ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕАТРАХ КИЄВА

1.1. Роль національних театрів Києва у формуванні культурного середовища міста

Національні театри Києва відіграють важливу роль у формуванні культурного середовища столиці України, представляючи собою не лише осередки мистецтва, а й потужні інституції, що відображають історичні, соціальні та культурні зміни в суспільстві.

Історія театру в Києві має глибоке коріння, яке сягає ще в період козацької доби, проте найбільш інтенсивний розвиток національного театрального мистецтва спостерігався у XIX-XX століттях. Відзначаючи важливі етапи становлення театральної культури, такі як заснування перших українських труп, постановка класичних і сучасних драматургічних творів, театри стали платформою для вираження національної ідентичності, мовних традицій та культурних цінностей.

Національні театри не тільки збагачують мистецький ландшафт Києва, але й виступають важливими носіями соціальних змін, адже вони беруть участь у формуванні громадської думки, формують естетичні смаки глядачів і сприяють розвитку театрального мистецтва. Через свої вистави та програми театри не лише відображають актуальні проблеми сучасності, а й піднімають важливі питання, що стосуються національної самосвідомості, ідентичності та культурних традицій.

Перші згадки про театральні виступи в сучасному розумінні датуються другою третьою XVII – початком XVIII століття, коли головним навчальним закладом Києва був Київський колегіум, який з 1701 року отримав статус академії [2]. У колегіумі діяв шкільний театр, який виступав у приміщенні навчального закладу, а влітку – на відкритих майданчиках. За свідченням

митрополита Євгенія Болховитинова «Літні виступи часто відбувалися на схилах гори Щекавиці, неподалік урочища річки Глибочиці» [1].

Шкільні драми створювали викладачі поетики та риторики, і щороку писали нові п'єси, зокрема мораліте, міраклі, діалоги, а також різдвяні та великодні цикли. Одним із найпопулярніших творів був «Олексій, чоловік божий», написаний невідомим автором у 1673 р., а поставлений у 167 р. [15]. Ця драма з агіографічним сюжетом містила образи з античної міфології. Студенти також писали короткі комічні інтермедії на народні теми, які виставлялися між актами великих «професорських» драм, іноді сюжетно пов'язані з основними п'єсами (наприклад, інтермедія «Іграння весілля» до п'єси «Олексій, чоловік божий»). З 1650-х років також поширився жанр вертепної драми, створюваної студентами Київського колегіуму [2].

До другої половини XVIII століття театральне життя в Києві залишалося майже повністю прив'язаним до Київської академії. У репертуарі шкільного театру були такі твори, як трагікомедія Феофана Прокоповича «Володимир», драма невідомого автора «Милість божа», «Трагікомедія» Сильвестра Ляскоронського, «Комічне дійство» Митрофана Довгалевського, «Воскресіння мертвих» Григорія Кониського [1].

У XVIII столітті театр академії використовував складні декорації, зорові, світлові та звукові ефекти. В цей час у театральному мистецтві Києва домінував бароковий стиль, який відзначався багатством форм, складністю алегорій та символів. Можна сказати, що театральні постановки цього періоду були спрямовані на емоційний і духовний вплив на глядача. Важливим для барокових вистав релігійна тематика, що поєднувалася з елементами патетики, динаміки та сценічної пишноти.

Згодом, у XVIII ст. шкільний театр почав поступово втрачати свою популярність через зміни в освітній системі та розвиток світської культури. Основне є те, що його спадок залишив вагомий слід у розвитку театральної традиції Києва.

У XVIII столітті в Києві набули популярності виступи балаганних артистів і кріпосних театрів. Останні влаштовували вистави в приватних будинках, де «театр» облаштовували у великій кімнаті. З 1789 року театральні вистави проводили у флігелі Маріїнського палацу, а наприкінці століття – в одному з будинків на Печерську, що називався «Редутою» [15]. Вони виконували популярні європейські п'єси, часто адаптовані до українських реалій. Завдяки цим постановкам, кияни мали можливість познайомитися з різними жанрами, такими як комедія, драма, трагедія.

Особливе місце в історії київського театру посідає переїзд Дубненських контрактних ярмарків до Києва у 1797 році. На київські контрактні ярмарки, окрім купців і підприємців, приїжджали й артисти. Тут виступали польські, російські, українські трупи, балет з Іспанії та італійська опера. Саме такі дійства створили потребу в будівництві постійного театального приміщення.

Перший Міський театр у Києві звів архітектор А. І. Меленський у 1804-1806 роках на площі, яка тоді називалася Кінною. У 1834 році був зведений перший літній театр у Маріїнському парку. Згодом активно відкривались літні театри в різних парках та садах Києва. Також у Контрактовому будинку на Подолі діяв концертно-театральний зал [34, с. 93].

Другий Міський театр відкрився у 1856 році. Протягом п'яти років Київ залишався без постійної театальної будівлі, тому київські артисти організували театральне товариство та орендували різні приміщення. Серед них були садиба генераліші Брінк на Хрещатику, будинок спадкоємців генерала Білогородського на Липках та колишня етапна в'язниця на Подолі.

Відкриття світських театрів у XVIII ст. стало важливим етапом у розвитку театальної культури міста. Слід зазначити, що такі театри орієнтувалися на широку публіку і сприяли поширенню європейських тенденцій у театальному мистецтві. Вистави стали доступнішими, а самі театри перетворилися на важливі соціальні простори, де відбувалися не лише культурні події, а й політичні дискусії.

До кінця XIX століття київський театр не мав власної постійної трупи і залишався універсальним: у репертуарі були драми, комедії, опери, балети, оперети. Артисти зазвичай не спеціалізувалися на одному жанрі, виконуючи як драматичні, так і вокальні ролі.

На той момент Київ став важливим гастрольним містом для труп з європейських країн, тут ставилися твори класиків Шекспіра, Шиллера, Мольєра, опери Россіні та Керубіні. У 1823 році відбулася перша постановка української опери «Українка, або Чарівний замок», того ж року йшла драма українською мовою «Олена, або Розбійники на Україні». У Києві регулярно гастролювали видатні актори, зокрема як львівські оперні співаки, так і драматичні актори з Парижа [28, с. 116].

Другу половину XIX ст. можна назвати періодом національного відродження українського театру, адже в репертуарі з'являються постановки саме українською мовою. Безпосередньо важливу роль у цьому процесі відіграли українські драматурги, такі як Іван Котляревський, Марко Кропивницький, Михайло Старицький, Іван Карпенко-Карий тощо.

Історично склалось, що середини XIX століття українська театральна культура зазнавала суворих цензурних обмежень з боку царського уряду. У 1882 році в Києві було створено перший український професійний театр під керівництвом Марка Кропивницького, який швидко здобув популярність завдяки постановкам українських драм і комедій, а також виступам видатних акторів – Миколи Садовського, Марії Заньковецької та Панаса Саксаганського. Цей театр заклав основи для подальшого розвитку українського театального мистецтва, яке на межі століть стало важливою складовою культурного життя Києва.

Згодом київські гастролі українських театрів були заборонені наказом генерал-губернатора О. Р. Дрентельна. Лише у 1893 році трупа М. Садовського змогла знову виступити в Києві, і з того часу українські театри регулярно виступали в місті, проте під ще більшим контролем цензури. У інформаційній записці, підготовленій провідними діячами української театральної культури

для першого Всеросійського з'їзду сценічних діячів, українські п'єси того періоду були названі «одноманітними» і «абсолютно нецікавими для народу», що стало наслідком посилення цензури. Тільки після революції 1905 року і ухвалення Маніфесту 17 жовтня, який надав громадянські права і свободи, тиск цензури став менш жорстким [40].

З кінця 1880-х років у Міському театрі та театрі Бергоньє почали регулярно гастролювати драматичні колективи. У 1891 році керівник однієї з труп заснував Київське драматичне товариство, яке в 1893 році отримало назву «Драматичний театр «Соловцов»» Це був перший постійний драматичний колектив у Києві. Театр працював до 1919 року. Соловцов та його наступники приділяли велику увагу складу трупи та підбору репертуару, завдяки чому театр здобув репутацію зразкової сценічної культури. У 1894–1905 роках сцена театру «Соловцов» щорічно надавалася для виступів українських театрів, таких як трупи М. Л. Кропивницького, М. К. Садовського, П. К. Саксаганського, Д. А. Гайдамаки, О. Л. Суходольського, О. П. Ратмирової [38].

Варто зазначити, що окрім драматичних вистав, у ХІХ ст. в Києві активно розвивалося оперне мистецтво. Київський оперний театр став одним із провідних музичних закладів міста, де виступали кращі оперні співаки й диригенти того часу. Репертуар складався переважно з класичних європейських опер, таких як твори Джузеппе Верді, Джакомо Пуччіні та інших. Безперечно, що оперні вистави мали значний вплив на розвиток театральної культури в Києві, адже вони не лише знайомили публіку з найкращими зразками світового музичного мистецтва, а й формували естетичні смаки і національну самосвідомість.

У період з 1890 по 1918 рр. у Київ приїздили іноземні театри оперети, серед яких першим був театр мадам Ласаль з Франції. Місто відвідали французькі, а також австрійські трупи. Особливо популярною стала оперета С. Джонса «Гейша», яка швидко здобула популярність: після прем'єри була надрукована видавництвом Ідзиковських, а мелодії з неї виконували багато оркестрів і вуличних артистів [34, с. 47].

На початку ХХ ст. театральне мистецтво розвивалося в умовах суворої цензури, що значно обмежувало можливості для українського театру. Незважаючи на це, театральні діячі намагалися популяризувати українську мову та культуру через драматичні вистави, інтерпретуючи національні теми. Політичні та соціальні зрушення, зокрема революція 1905 року та подальші демократичні реформи, відкрили нові можливості для розвитку театрального життя. Було частково послаблено цензуру, що дозволило зростати числу українських театральних вистав. Це дало новий поштовх до створення та розвитку українських театрів, а також вплинуло на тематичний діапазон вистав.

У 1902 році в Києві були відкриті два народних будинки: Лук'янівський і Троїцький. Ці зали здавалися в оренду театральним антрепренерам. Троїцький народний будинок став важливим етапом у розвитку української театральної культури, оскільки з 1907 по 1917 рік тут функціонував перший український постійний професійний театр М. Садовського. Завдяки інноваційному підходу керівника та вмілій експлуатації переваг постійної сцени, цей театр зміг втілити прогресивні ідеї сценічного мистецтва.

Згідно з адресним довідником 1907 року, у Києві налічувалося сім постійних театральних сцен, включаючи театри Соловцова, Бергоньє, оперний, два народних будинки, театр у Контрактовому будинку та «Малий театр» О. М. Крамського.

У 1911 році в Києві почали відкриватися театри малих форм, зокрема кабаре, театри мініатюр і мюзик-холи. Як зазначав журнал «Київська рампа» «У жовтні 1912 року спочатку інтерес публіки до цих закладів швидко згас, залишивши лише два – «Перший театр мініатюр» Д. Г. Гутмана та «Художній театр мініатюр». Однак незабаром мода на них повернулася, і в 1912 році спостерігався справжній бум театрів мініатюр» [2].

Роки Громадянської війни (1917–1920) в Україні стали часом великих політичних та соціальних потрясінь, що глибоко вплинули на культурне й театральне життя Києва. Незважаючи на економічні труднощі, політичну нестабільність і військові конфлікти, театральне мистецтво Києва переживало

період активних перетворень. Театри продовжували функціонувати, хоч і в складних умовах, і навіть ставали майданчиками для ідейно-політичних дискусій, пошуків нових форм мистецького самовираження та експериментів.

Після завершення Другої світової війни театральне життя Києва почало потроху відновлюватись. Незважаючи на значні втрати, спричинені бойовими діями та окупацією, театри зберегли свою важливу роль у культурному житті міста. Цей період характеризується поєднанням відродження довоєнних традицій, державного контролю над репертуаром і прагненням до пошуку нових форм театрального мистецтва.

Зрозуміло, що багато театрів постраждали від руйнувань. Наприклад, будівлі театру опери та балету, а також інших театрів міста потребували відновлення. Зазвичай, радянська влада виділяла кошти на відбудову театрів, адже театр вважався важливим засобом ідеологічного впливу.

Деякі трупи, які евакуювались під час війни, повернулися до Києва. В свою чергу це сприяло швидшому відновленню театрального життя.

Слід зазначити, що у післявоєнний період театри працювали під сильним впливом радянської ідеології. Репертуар мав відповідати партійній лінії, прославляти радянських лідерів, армію, трудові подвиги. Популярними були також п'єси про соціалістичну реальність. Але попри ідеологічний тиск, театри продовжували ставити вистави за творами українських класиків, наприклад, Тараса Шевченка, Івана Франка, Лесю Українку. Безпосередньо це сприяло збереженню національної культури.

Ключовими театрами в Києві у післявоєнний період стали Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка – один із провідних театрів країни швидко відновив свою діяльність. Під керівництвом Гната Юри театр продовжував розвивати традиції українського театрального мистецтва.

Відбудова Національний академічний театр опери та балету України імені Тараса Шевченка дозволила повернути класичні опери й балети до репертуару. Вже у 1946 році відновлено постановку опери «Запорожець за Дунаєм» С. Гулака-Артемовського.

Театр російської драми імені Лесі Українки (нині Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки) у післявоєнний період театр стає центром російської драматургії в Києві, пропонуючи репертуар, який поєднував класичні твори російської літератури з сучасними радянськими п'єсами.

Післявоєнний період став часом повернення до нормального культурного життя. Театри відігравали важливу роль у відновленні морального духу населення, об'єднуючи суспільство навколо високих ідеалів мистецтва. Театр сприяв збереженню національної ідентичності, навіть в умовах жорсткого ідеологічного контролю.

Післявоєнний період для київських театрів був непротим, але важливим етапом. Вони змогли відновити свою діяльність, зберегти та розвинути національну культуру в умовах ідеологічного тиску. Театри стали важливим осередком культурного життя Києва, сприяли формуванню нової глядацької аудиторії та підготовці ґрунту для майбутніх художніх експериментів.

Кінець радянської епохи збігся з коротким, але потужним розквітом українського театру, який позбавився цензури та інертності. У Києві на межі 80 х–90 х років ХХ століття з'явилося близько ста нових театральних компаній, що значно перевершило кількість театрів середини 80-х (12 театрів). Українська культура в кінці 80-х років потерпала від «колоніального синдрому» та русифікації, що також вплинуло на театр. Деякі українські театри почали ставити вистави російською мовою через неприйняття української мови аудиторією. Репертуарний та жанровий діапазон значно розширився, дозволяючи ставити п'єси, які раніше були під заборонаю, включаючи твори критичні до радянської системи, західну абсурдистську драму та національну модерністську літературу [42, с. 51].

Український театр на початку 90-х років зазнав спроб реформування та оновлення завдяки режисерам, які прагнули внести нові інтонації та сенси в мистецтво. Однак цей рух виявився невдалим, оскільки більшість провідних митців покинули Україну, а створені ними театри припинили існування.

Яскравим прикладом є Андрій Жолдак, талановитий режисер-новатор, який шукав нові форми театральної виразності, але також змушений був працювати за кордоном. Театральні інновації, як у Жолдака, так і в інших митців, часто не знаходили підтримки серед української аудиторії та критиків. На початку 90-х український глядач отримав широкий вибір постановок – від національної класики до західної драматургії (Беккет, Йонеско, Пінтер). Видова трансформація театру включала створення нових жанрів, таких як танцювальні трупі, пантоміма, клоунада та театри маріонеток. Незалежні театри брали участь у міжнародних фестивалях, зокрема Київський театр на Подолі був фаворитом Единбурзького Фрінджа [42, с. 64].

Здобуття Україною незалежності збіглося з відродженням театральної культури, яка почала орієнтуватися на європейські стандарти, згадуючи доктрину Леся Курбаса про «шлях до психологічної Європи». Театри отримали шанс вийти за межі «національного гетто». В Україні з'явилися національні театри різних етнічних груп (єврейський, кримськотатарський, угорський). Угорський театр став прикладом реалізації ідей Леся Курбаса, завдяки керівнику Аттілі Віднянському, який створив унікальний репертуар (Шекспір, Беккет тощо) [40].

Наприкінці 90-х років ентузіазм до театру зменшився через економічні труднощі, соціальну деградацію та зміну статусу митця. Держава втратила інтерес до театру, що призвело до зменшення кількості прем'єр. Театр почав орієнтуватися на публіку, що потребує розваг, уникаючи філософських та суспільно значимих тем. Театри стали більш одноманітними, ніж у радянські часи, а глядач втратив вибір. Він звикає до посередніх видовищ, що призводить до неприйняття серйозних творів. Наприклад, вистава «Мерлін, або Спустошена країна» не змогла зацікавити аудиторію [42, с. 72].

Український театр, попри відставання від сучасних європейських тенденцій, не демонструє серйозних зусиль щодо змін чи прагнення до інновацій. Відсутність сучасної драматургії, слабка державна підтримка та низький інтерес режисерів до актуальних тем і нових творчих методологій

призводять до того, що український театр залишається ізольованим від світової театральної сцени. Попри окремі зусилля окремих митців, ця відсталість поглиблюється, і навіть важливі соціально-політичні події, такі як «помаранчева революція», не знаходять виразного відображення на сцені.

Київ як столиця України завдяки своїм театрам є культурним центром, де зароджуються і розвиваються культурні тенденції. Національні театри стають платформою для співпраці режисерів, драматургів і акторів, що впливають на культурне життя країни.

Було б поверховим стверджувати, що саме історичні події зими 2013–2014 років кардинально змінили ситуацію в українському театрі. Правильніше сказати, що ці події розкрили його потенціал, який накопичувався ще з початку 2000-х років. Пробуджена громадська активність та певна розгубленість адміністративних структур, які були готові йти на поступки, лише підсилили пасіонарний імпульс, наслідком якого стали значні зміни майже у всіх сферах національної сцени.

Період 2014–2018 років ознаменувався суттєвими змінами в ієрархії режисерських поколінь. Покоління «міленіалів», яке заявило про себе на початку 2010-х, почало активно претендувати на лідерство в театральному процесі. Водночас покоління «сорокарічних» не лише не втратило свій творчий потенціал, а й продовжує його розвивати. Крім того, заявляє про себе і покоління «двадцятилітніх». У цей період саме ці три покоління українських режисерів привертають увагу професійної спільноти, оскільки вони створюють унікальну ситуацію, яку український театр не бачив із 1920-х років – замість послідовної зміни стилів, естетик і режисерських підходів, вони існують паралельно, іноді в конкуренції [41].

Ці три покоління режисерів знаходять спільну мову з попередниками, завдяки яким відбулися їхні дебюти на професійній сцені або подальша співпраця сприяла їхньому кар'єрному зростанню. Такими наставниками стали Е. Митницький, В. Малахов, А. Бакіров, Д. Богомазов та інші. Вони підтримували молодші покоління на різних етапах їхнього становлення.

Для поколінь «тридцятилітніх» та «двадцятилітніх» важливим фактором є можливість стажувань у європейських театрах – вони активно беруть участь у стипендіальних і освітніх програмах. Представники цих поколінь також активно залучені до різноманітних конкурсів, лабораторій і фестивалів, організованих як українськими, так і європейськими інституціями. Вони стають «кризовими менеджерами» для державних театрів у столиці та регіонах, які перебувають у стагнації та вичерпали свої художні ресурси. Завдяки омолодженню української театральної режисури на сценах почали з'являтися п'єси таких авторів, як Н. Ворожбит, П. Ар'є, В. Маковій, К. Малініна та інші [33].

У період 2014-2018 років на театральних сценах різних форм власності почала з'являтися сучасна українська драматургія, яка відкриває нові теми, представляє нових героїв і збагачує жанровий спектр вистав.

Безперечно, культурна привабливість Києва як туристичного міста значно зростає завдяки національним театрам. Їхні вистави часто приваблюють не лише місцеву аудиторію, а й туристів, зокрема завдяки міжнародним фестивалям і гастролям. Участь у міжнародних фестивалях і гастролі за кордоном сприяють популяризації українського театального мистецтва та встановленню культурних зв'язків.

Помітна також тенденція поступового відходу українських фестивалів від радянської моделі, яка полягала у демонстрації «досягнень» театального мистецтва, і перехід до концепції театральних форумів, що піднімають актуальні суспільні питання, пропонують мистецькі та філософські ідеї, а також виконують утилітарні функції, як, наприклад, ревіталізація промислових об'єктів або створення позитивного іміджу міста чи регіону через мистецтво.

Один із найяскравіших прикладів такої трансформації – «ГОГОЛЬFEST». Його керівник і натхненник Влад Троїцький, зіткнувшись із труднощами в організації фестивалю в Києві, перетворив його на франшизу, що дозволяє адаптувати концепцію фестивалю під потреби різних регіонів України [29]. У 2018 році фестиваль відбувся у Маріуполі та Вінниці, залучивши як державні,

так і приватні ресурси. Для кожного міста була розроблена індивідуальна концепція, що враховувала місцеві особливості.

Після 2014 року особливо гостро постало питання відсутності українського театрального шоу-кейсу, який би дозволив презентувати українське театральне мистецтво. Попри кілька спроб у минулому, цей досвід не вдалося стабільно закріпити через брак фінансування. Однак у 2018 році український шоу-кейс став ініціативою європейської театральної мережі IETM, і нині одним із його адвокатів є Український інститут.

Пандемія COVID-19, що почалася на початку 2020 року, стала однією з найбільших кризових ситуацій для театральної сфери у Києві. Більшість театрів вимушено припинили свою діяльність через карантинні заходи, що значно скоротило їхні доходи та поставило під загрозу існування багатьох театральних колективів. Водночас пандемія стала поштовхом до активного розвитку нових форм комунікації з глядачами. Онлайн-вистави, стріми, використання цифрових платформ – це нові інструменти, які театри почали активно опановувати. Після зняття жорстких карантинних обмежень театри Києва поступово відновлювали свою діяльність. Важливим моментом у цей період стало осмислення нових викликів, які висунула пандемія, і переосмислення театральних форм та практик. Багато театрів звернули увагу на теми самоізоляції, соціальної дистанції та трансформації суспільних відносин у сучасному світі.

Одним із найбільших потрясінь для театрального життя Києва стало повномасштабне вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року. Це спричинило не лише значну кількість гуманітарних і політичних проблем, але й поставило під загрозу культурні інституції, включаючи театри. Багато театрів тимчасово закрилися, будівлі зазнали пошкоджень через ракетні обстріли, а частина труп була змушена емігрувати.

Попри це, київські театри продовжили свою діяльність у складних умовах. Вистави перетворилися на інструмент підтримки духу нації, висвітлення воєнної тематики та боротьби за незалежність. На сценах театрів ставилися п'єси, що відображали реалії війни, соціальні виклики та національні

прагнення. Театральне мистецтво стало своєрідним культурним фронтом, підтримуючи національну свідомість і духовну міць. У цей період на перший план виходили теми війни, героїзму, національної ідентичності та відновлення після кризи. Багато театрів, такі як Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка та Молодий театр, ставили вистави, присвячені темам війни та трагедіям, що вона принесла. Також важливим напрямом театральної діяльності стали благодійні вистави та акції, спрямовані на підтримку Збройних сил України та постраждалих від війни. Театри брали активну участь у зборі коштів, організації гуманітарної допомоги та психологічної підтримки для глядачів [30].

Національні театри, такі як Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка, Національна опера України імені Тараса Шевченка, і Національний академічний театр драматичний театр імені Лесі Українки, виконують важливу роль у популяризації української культури серед різних поколінь. Вони презентують як класичні твори українських драматургів, так і сучасну драматургію, тим самим формуючи національну ідентичність.

Національні театри є своєрідними «живими музеями», які зберігають культурну спадщину через постановки класичних творів українських авторів (Івана Франка, Лесі Українки, Михайла Старицького, Василя Стефаника, Карпенко-Карого та інших). Їхні репертуари часто акцентують увагу на ключових історичних подіях і моральних цінностях українського народу.

Театри не тільки зберігають традиції, але й експериментують із сучасними формами театрального мистецтва, що залучає молодь та розширює глядацьку аудиторію. Наприклад, використання мультимедійних технологій або нестандартних форматів сценічної постановки. Таким чином, класична українська п'єса ставиться на більш ширшу аудиторію.

У 2022–2023 роках київські театри активно співпрацювали з міжнародними культурними інституціями, зокрема в Європі. Прем'єри українських вистав проходили на сценах театральних майданчиків Польщі, Німеччини, Франції та інших країн. Це стало важливим інструментом

культурної дипломатії, що дозволило привернути увагу міжнародної спільноти до української культури та проблем країни. Українські митці отримували запрошення на міжнародні фестивалі, де презентували роботи, створені в умовах війни. Театральні колективи Києва стали своєрідними амбасадорами української культури на міжнародній арені, показуючи стійкість і талант українського народу.

Таким чином, національні театри Києва відіграють ключову роль у формуванні культурного середовища міста, сприяючи розвитку театрального мистецтва, популяризації національної культури та формуванню громадської свідомості. Київ, як столиця України, є важливим культурним центром, де національні театри не лише представляють українське мистецтво, а й стають майданчиками для обговорення соціально-політичних тем, відображаючи історичний контекст і сучасні виклики.

Такі театри Києва як Національний драматичний академічний театр ім. Івана Франка, Національний театр опери та балету України, Національний академічний Молодий театр, Національний академічний театр драматичний театр імені Лесі Українки мають багатий історичний спадок, що формувався протягом десятиліть. Вони стали осередками, де відбувалися вистави українських класиків, що сприяло збереженню та розвитку української мови, культури та ідентичності.

Національні театри Києва виконують важливу роль у формуванні культурного середовища міста через організацію вистав, фестивалів та інших культурних заходів. Вони є платформами для молодих митців, що дозволяє їм реалізувати свої ідеї та пропонувати нові підходи до театрального мистецтва. Завдяки цьому театри стають місцем для творчого експериментування і взаємодії між різними культурними напрямками.

Крім того, театри сприяють формуванню громадської свідомості. Вони піднімають актуальні соціально-політичні питання, такі як права людини, національна ідентичність та соціальна справедливість. Через вистави глядачі отримують можливість замислитися над важливими темами, що формують їхні

цінності та погляди на навколишній світ. Національні театри також активно співпрацюють з міжнародними театральними колективами, що сприяє обміну досвідом і культурним традиціям. Це взаємозбагачення дозволяє українським театрам інтегрувати нові ідеї та форми, підвищуючи їхню конкурентоспроможність на міжнародній арені.

Отже, національні театри Києва є важливими культурними інститутами, які впливають на формування культурного середовища міста, сприяючи розвитку театрального мистецтва, збереженню національної ідентичності та підвищенню рівня суспільної свідомості. Вони виконують не лише естетичну, а й соціальну функцію, ставлячи перед собою завдання розвивати та підтримувати культурні традиції, а також адаптувати їх до сучасних реалій.

1.2. Вплив основних факторів на формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва

Формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва є багатогранним процесом, на який впливають різні соціальні, культурні, економічні та технологічні фактори. Театр у Києві, як культурний феномен, зазнає постійних змін в контексті розвитку суспільства, змінюючи свої форми, репертуар, стилістику та підходи до взаємодії з глядачами. Важливими чинниками, що впливають на цей процес, є культурна політика, соціальні уподобання аудиторії, маркетингові стратегії, сучасні технології, економічна ситуація та інші фактори.

Соціально-економічні фактори мають вирішальний вплив на формування глядацької аудиторії національних театрів у Києві. Театр, як складова культурного життя суспільства, відображає стан соціально-економічної ситуації в країні та місті, а також рівень добробуту населення. Умови, в яких перебуває соціум, впливають на можливість відвідування театральних заходів, вибір репертуару та здатність культурних установ адаптуватися до сучасних викликів.

Одним з ключових соціально-економічних факторів, що визначають рівень відвідуваності театрів, є платоспроможність населення. Високий рівень

доходів дозволяє глядачам частіше відвідувати театральні вистави, обирати місця з кращою видимістю, брати участь у прем'єрних показах та спеціальних заходах. Натомість, в умовах економічних криз чи зниження доходів населення, відвідуваність театрів може суттєво знижуватися, оскільки люди обмежують витрати на дозвілля та культурні заходи.

Цінова політика театрів безпосередньо залежить від економічного стану країни. Театри змушені балансувати між покриттям витрат на постановки та можливістю забезпечити доступність вистав для широкої аудиторії. Як зазначає Куріцин Борис Олександрович, керівник літературно-драматургічної частини театру імені Лесі Українки: «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» (Див. Додаток,2)

Запровадження знижок для студентів, пенсіонерів та інших соціальних груп дозволяє певною мірою зберегти інтерес до театральних вистав навіть у складних економічних умовах. Однак, в умовах економічної нестабільності підвищення цін на квитки може обмежити доступ до театру для значної частини потенційних глядачів [27].

Ще один важливий фактор у формуванні театральної аудиторії, це соціально-економічні умови, які також впливають на кількість вільного часу, яким володіє населення. Режим роботи, кількість вихідних днів, наявність оплачуваних відпусток визначають можливість відвідувати театральні постановки. «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» – зазначає Борис Олександрович (Див. Додаток, 2).

Люди з інтенсивними робочими графіками можуть мати обмежені можливості для культурного дозвілля, що знижує рівень відвідуваності

театральних заходів. Генеральний директор-художній керівник Національного академічного драматичного театру імені Івана Франка Михайло Васильович Захаревич ділиться: «Якщо ми говоримо про формування бюджету, треба звертати увагу на те, хто коли може приходити на вистави. От ми перенесли вистави на 18 годину вечора – це негативно впливає на відвідуваність, тому що повернутися з роботи не всі встигають. На 19 годину збирається більше глядачів» (Див. Додаток, 3)

Державна політика у сфері культури, а саме підтримка національних театрів, також є важливим соціально-економічним фактором. Фінансування з боку держави або місцевих органів влади може сприяти зниженню вартості квитків, модернізації інфраструктури театрів, а також розвитку культурних програм, що залучають різноманітну аудиторію. Михайло Захаревич наголошує, що «державна фінансує не театр, а – глядачів. Загальні витрати театру не можуть окупуватися тим, він заробляє, а глядачі не можуть оплатити собівартість квитка, тому держава фінансує глядача і додає ці гроші як доходну частину. Це не покриття збитків театру, це – фінансування глядача. Дотації та гранти допомагають театрам підтримувати якість постановок на високому рівні навіть у періоди економічної нестабільності» [8].

Глобалізація та розвиток нових технологій змінюють культурні вподобання аудиторії. В умовах економічного розвитку театри стикаються з конкуренцією з боку кінотеатрів, інтернет-сервісів, телебачення та інших форм візуальних розваг. Для того щоб зберегти глядацьку аудиторію, театри змушені адаптуватися до цих змін, пропонуючи інноваційні форми театрального мистецтва, залучати нові формати, такі як онлайн-трансляції вистав, та використовувати сучасні технології.

Рівень урбанізації та розвиток міської інфраструктури мають значний вплив на відвідуваність театрів. Важливими аспектами є наявність зручного транспортного сполучення, можливість швидко дістатися до театру, а також розвиток зон відпочинку поблизу театрів. Покращення інфраструктури та

сприяння доступності театрів для широкого кола населення сприяє збільшенню кількості відвідувачів, навіть серед мешканців віддалених районів міста.

Освітні фактори відіграють знакову роль у формуванні глядацької аудиторії національних театрів Києва. Рівень освіченості населення, культурна обізнаність та можливість отримання естетичної освіти значною мірою визначають зацікавленість театром і його культурною пропозицією. Театри, як осередки високого мистецтва, залежать від аудиторії, яка готова сприймати інтелектуальні та емоційно глибокі вистави, а рівень такої підготовленості формується під впливом освітнього середовища.

Тобто, один із ключових освітніх факторів, що впливають на формування театральної аудиторії, є загальний рівень освіти населення. Люди з вищою освітою частіше цікавляться культурними заходами, у тому числі театральними постановками. Вища освіта сприяє розвитку критичного мислення, здатності до інтерпретації складних тем, що, своєю чергою, робить театр привабливішим для такої аудиторії. Більшість національних театрів Києва орієнтуються на глядачів, які здатні цінувати естетичні та інтелектуальні аспекти постановок, що зумовлює необхідність освіченої аудиторії [8].

Культурна освіта відіграє важливу роль у формуванні театральної аудиторії. Школи, університети, мистецькі та культурні заклади, що проводять спеціалізовані курси або гуртки з мистецтва та театральної майстерності, впливають на розвиток інтересу до театру. Театральні та мистецькі факультети, які функціонують в київських університетах, випускають студентів, які не лише стають активними учасниками театального процесу як актори, режисери чи сценографи, але й формують важливу частину глядацької аудиторії.

Театральна освіта як спеціалізована підготовка акторів і режисерів також сприяє формуванню глядачів, які розуміють специфіку театального мистецтва та цінують професійний підхід до сценічного процесу. Студенти та випускники театральних навчальних закладів є однією з основних груп, які регулярно відвідують вистави, оскільки вони мають глибокі знання про цей вид мистецтва та постійно прагнуть його вивчати.

Шкільна програма, зокрема предмети, що стосуються літератури, культури та історії мистецтв, також сприяють формуванню інтересу до театрального мистецтва серед молоді. Вивчення класичних творів драматургії в школах (твори Лесі Українки, Івана Карпенка-Карого, Вільяма Шекспіра) допомагає учням знайомитися з театром ще на ранніх етапах їхньої освіти. Організовані шкільні походи до театрів, спеціальні покази для учнів є важливими елементами виховання майбутньої глядацької аудиторії. Зокрема Національна опера України в квітні-червні 2024 року провела 36 екскурсій для тих, хто прагне дізнатися більше про життя і устрій театру, познайомитися з процесом підготовки вистав. [16, с. 4].

Сучасні театри Києва активно пропонують різноманітні освітні програми для своїх відвідувачів, спрямовані на залучення нової аудиторії. Лекції, майстер-класи, зустрічі з акторами та режисерами, інтерактивні театральні заходи сприяють розвитку інтересу до театрального мистецтва, особливо серед молоді. Зокрема в Національній опері України 6 червня до свого ювілею та 40-річчя творчої діяльності народний артист України, балетмейстер, педагог С. Бондур підготував творчий вечір під назвою «Сергій Бондур запрошує». У першій частині був показаний «Клас-концерт» – дещо театралізований, але справжній щоденний урок, з якого починається кожен ранок артиста балету, а у другій – мініатюри у хореографії С. Бондура на музику А. Ганьйона, К. Сен Санса, Ф. Ліста, А. П'яццолі, П. Масканьї, фрагмент з балету «Даремна обережність» Л. Герольда і А. Адана. Це був своєрідний звіт ювіляра у якості балетмейстера-хореографа. У концерті взяли участь учні ювіляра, які працюють в різних театрах України: Львівській національній опері, Дніпро опері, Одеській національній опері. Такі освітні програми допомагають не тільки залучати нових глядачів, але й утримувати інтерес постійних відвідувачів через поглиблене розуміння мистецтва [17, с. 3].

Київ є науково-освітнім центром України, що значною мірою впливає на відвідуваність театрів. Багато студентів, особливо тих, хто навчається на гуманітарних та мистецьких факультетах, є частою аудиторією театральних

вистав. Співпраця національних театрів з університетами та навчальними закладами сприяє збільшенню кількості відвідувачів. Наприклад, організація студентських пілг на квитки або проведення спеціальних вистав для студентів допомагає молоді активніше долучатися до театрального життя.

Історія київських національних театрів сягає корінням у ХІХ століття, коли театр був важливим засобом збереження та вираження національної культури в умовах політичного та соціального тиску. Утвердження національної драматургії на сценах Києва сприяло формуванню стійкої театральної традиції, яка стала одним із символів української культурної спадщини. Історичний контекст вплинув на глядацькі вподобання, оскільки театр став місцем, де відбувалося відродження національної свідомості, зокрема через постановки класичних українських творів таких драматургів, як Іван Карпенко-Карий, Леся Українка та Михайло Старицький.

Українські національні театри не лише відображають культурну спадщину, але й активно впливають на її формування. Театр в Україні завжди був не лише розвагою, а й засобом поширення національних ідей, що об'єднували аудиторію довкола спільних цінностей.

Сьогодні глядачі національних театрів Києва приходять не лише заради мистецтва, але й щоб долучитися до національних культурних процесів, що продовжують традиції. Яскравим прикладом є той факт, що з квітня 2022 року, як тільки театри знову запрацювали після початку повномасштабного вторгнення, кияни водили дітей в театр під бомбами. Це показує, що люди мають попит на культуру, що їм це необхідно. У Харкові ж вистави театру імені Лесі Українки відбувалися переважно в бомбосховищі, але люди все одно продовжують їх відвідувати. Показовим також є те, що після деокупації Херсону там знову відкрився театр, хоч місто потерпає від обстрілів (Див. Додаток, 2).

Відродження і постановка класичних творів на сценах київських театрів забезпечують тяглість національної культури й посилюють інтерес до її збереження.

Національні театри Києва, такі як Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка, Національна опера України та Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки, відіграють важливу роль у збереженні і популяризації культурних символів. Твори, що зображують національних героїв або події історичного значення, привертають увагу глядачів, які бажають долучитися до відтворення важливих етапів національної історії. Постановки на теми козацької доби, боротьби за незалежність України чи українських літературних героїв викликають особливий інтерес у сучасній аудиторії, підкреслюючи зв'язок із культурними та історичними коренями нації. Національна опера України на вище перелічені теми має оперу «Запорожець за Дунаєм» С. Гулака-Артемовського [17, 3].

У сучасному театральному мистецтві дедалі частіше спостерігається тенденція до переосмислення національних тем через постмодерністські підходи. Київські театри активно звертаються до перегляду класичних наративів, пропонуючи нові погляди на історію та культуру України. Цей процес викликає інтерес у різних категорій глядачів – від тих, хто прагне глибшого осмислення національних ідей, до молоді аудиторії, яка відкрита до експериментів та нових художніх форм. Така взаємодія традиції та сучасності робить театр цікавим для широкого кола глядачів, посилюючи його роль у сучасному культурному житті Києва.

Репертуарна політика є ключовим елементом стратегії театральних установ і має вирішальний вплив на формування глядацької аудиторії. Формування глядацької аудиторії відбувається групою людей, які в театрі займаються формуванням репертуару, прокатом репертуару та режисерськими уподобаннями. Б. Куріцин розказує: «Режисерська команда отримує від керівництва доручення назвати 10 вистав, які вона хоче поставити за своє життя. Після того, як вони їх називають, група, яка дотична до формування репертуару, з цих вистав формує репертуар на рік. В національних театрах Києва репертуар не тільки відображає культурні цінності, але й орієнтується на потреби та уподобання різних соціальних груп. Важливим аспектом є те, як

театри формують і змінюють репертуар, реагуючи на соціокультурні зміни, актуальні теми, мистецькі інновації та очікування глядачів. Яскравим прикладом цього є історія про те, що з початком повномасштабного вторгнення театр імені Лесі Українки вперше, майже за 97 років перейшов на українську мову, відмовився від російськомовного репертуару та прийняв рішення зняти назву «Російська драма»» (Див. Додаток, 2).

Цей процес прямо впливає на кількісні та якісні характеристики аудиторії. Репертуарна політика охоплює вибір постановок, жанрову спрямованість, тематику та художні рішення, які театр пропонує своїй аудиторії. Цей вибір є наслідком багатьох факторів, серед яких: культурні та історичні традиції, актуальні соціальні проблеми, запити глядачів, а також стратегічні цілі театру. В національних театрах Києва репертуарна політика орієнтується на поєднання класичних і сучасних творів, прагнучи залучити як консервативну аудиторію, так і молодь [11].

Одним із ключових аспектів репертуарної політики національних театрів Києва є баланс між класичною драматургією і сучасними постановками. Класичні п'єси, такі як твори Шекспіра, Мольєра мають постійний попит серед інтелектуальної аудиторії, яка цінує традиції і якість театрального мистецтва. Такі твори слугують основою репертуару, забезпечуючи стабільний інтерес і залучаючи глядачів різних вікових груп. Прикладом є вистава театру імені Лесі Українки – «Джульєтта і Ромео». Б. Куріцин зазначає, що «Ця вистава йде вже більше 10 років при повних аншлагах, є люди, які вже по 15-16 разів дивляться цю виставу. Також добре йде класична вистава, яка називається «Отелло». Вона була поставлена не як трагедія, а все ж таки більше як мелодрама. Тобто цей жанр заявив про себе і тримає глядача» (Див. Додаток, 2).

Водночас, національні театри дедалі більше інтегрують у репертуар сучасні п'єси та експериментальні форми театру, що дозволяє їм залучати молодь та глядачів, які цікавляться новими формами вираження. Постановки на теми, пов'язані з актуальними соціальними питаннями, такими як війна, соціальна нерівність, ідентичність або екологія, викликають резонанс у

сучасного глядача. Таким чином, баланс між класикою та інноваціями є вирішальним у створенні динамічної та різнобічної аудиторії.

Тематичне розмаїття в репертуарі театру дозволяє залучати різні сегменти аудиторії, враховуючи їх інтереси та соціокультурний досвід. У національних театрах Києва представлений широкий спектр тем, від філософських роздумів та історичних реконструкцій до сучасних соціальних драм та комедій. Тематичне розмаїття є важливим для того, щоб театр залишався цікавим для різних вікових і соціальних груп. Постановки, присвячені національній історії та культурі, зокрема українським класичним творам, таким як п'єси Івана Франка або Лесі Українки, допомагають підтримувати інтерес до національної спадщини та виховувати національну свідомість. З іншого боку, постановки на актуальні соціальні та політичні теми сприяють залученню молодіжної аудиторії, яка часто прагне осмислення реалій сучасного світу [11].

Жанрове різноманіття є ще одним чинником, який впливає на формування глядацької аудиторії. Театри пропонують різні жанри – від драми, трагедії та комедії до музичних вистав, мюзиклів та театру абсурду. Кожен жанр має свою аудиторію. Не дивно, що мелодрами та комедії популярні в будь-яких театрах, адже глядач часто приходять в театр саме відволіктись. Наприклад, в театрі імені Лесі Українки досить популярні такі комедії як «Занадто одружений таксист», «Сімейна вечеря», «Блискуча ідея», «Дамський кравець» тощо. Комедії часто приваблюють широку публіку, яка шукає розваги, тоді як драматичні вистави або експериментальні форми театру залучають глядачів, які шукають інтелектуального та емоційного досвіду.

Особливу роль у репертуарі національних театрів відіграють музичні та літературні вистави, які інтегрують різні види мистецтва і таким чином приваблюють аудиторію, що цінує синтез театру, музики та літератури. Жанрове різноманіття сприяє тому, що театр стає платформою для різних культурних досвідів, що залучає різноманітну аудиторію.

Фестивалі та спеціальні проєкти, що проводяться на базі національних театрів, також є важливою складовою репертуарної політики. Вони не тільки

сприяють популяризації театрального мистецтва, але й дозволяють розширити аудиторію за рахунок міжнародних вистав та участі в театральних форумах.

Наприклад, участь Києва у міжнародних театральних фестивалях та організація власних тематичних проєктів дозволяють привернути увагу не тільки української, але й зарубіжної аудиторії. Фестивалі на кшталт «Молодість», «ГогольFest» або «Київські театральні вечори» дозволяють театрам демонструвати широкий спектр постановок – від класичних до сучасних експериментальних. Це сприяє залученню молоді та міжнародної аудиторії, що відкриває для київських театрів нові можливості розвитку [29].

Сучасні театри Києва активно взаємодіють із зарубіжними митцями, що сприяє розширенню культурного горизонту глядацької аудиторії. Зокрема театр імені Лесі Українки співпрацює з режисерами з Польщі та Литви. Гастролі іноземних театрів, участь у міжнародних проєктах дозволяють українським театрам демонструвати своє мистецтво на міжнародній арені, а також знайомити вітчизняного глядача з іноземними театральними традиціями. Це збагачує досвід глядача та розширює межі національної театральної культури.

Сучасні театральні установи активно використовують рекламні та маркетингові стратегії для популяризації своїх постановок та залучення нових категорій глядачів. Успішна маркетингова діяльність допомагає театрам не лише підвищити рівень відвідуваності, але й утвердити їхнє місце у конкурентному культурному середовищі. Б. Куріцин стверджує: «У Києві і, думаю, що в Україні теж, найбільш дієва система реклами називається сарафанне радіо. Хоча ТікТок, фейсбук, телеграм-канали теж допомагають розповсюджувати інформацію. Існує старий принцип – три перші прем'єри на совісті адміністрації театру, а інші – на совісті самої вистави, тобто як зарекомендувала себе вистава за ці три покази, так глядач і піде (Див. Додаток, 2).

Безумовно, що театри використовують маркетингові дослідження для аналізу поведінки глядачів, визначаючи їхні уподобання, інтереси та потреби. Це дозволяє не лише пропонувати постановки, які відповідають запитам

аудиторії, але й підбирати канали комунікації, що найбільш ефективно донесуть інформацію до цільової групи. Наприклад, для залучення молодшої аудиторії національні театри активно використовують соціальні мережі, відеоконтент та інтерактивні акції, які допомагають створювати більш безпосередній зв'язок з потенційними відвідувачами. Зокрема на сторінці Національної опери в соцмережах ведеться постійна робота з інформування поціновувачів оперно-балетного мистецтва про поточні події, публікуються анонси, посилання на інтерв'ю визначних діячів української культури, артистів Національної опери України – Людмили Монастирської, Анатолія Солов'яненка, Яна Вані, у яких вони піднімають складні питання сучасності: як бути, коли йдеться про знищення української нації, а дехто і досі вважає нормальним пропагувати культуру держави-терориста. Що протиставити давнім і тісним культурним зв'язкам європейців з росією та як зберегти і примножити захоплення світу усім українським, як повномасштабна війна вплинула на творчість артистів тощо.

Рекламні кампанії також відіграють значну роль у створенні інтересу до театральних вистав та подій. Театри використовують традиційні засоби реклами, такі як афіші, телевізійні та радіореклами, а також сучасні цифрові інструменти, як-от контекстна реклама, таргетована реклама в соціальних мережах та Google Ads [24]. Прикладом реклами Національної опери України можна назвати документальний серіал про цей театр, що вийшов на франко-німецькому культурному телеканалі ARTE. У серіалі йдеться про безліч питань, які постали перед українською культурою з початком повномасштабного російського вторгнення, обмеження фінансування, болісний синдром відміни, пошуки національної ідентичності та внутрішніх сил для опору. Режисер Ерік де Лаварен не обмежується потрясіннями перших місяців війни. Знімаючи героїв протягом двох років, він фіксує зміни стану та еволюцію поглядів. За версією відомого французького видання про документальне кіно *Télérama*, цей фільм увійшов до 9-ти найкращих фільмів про Україну останнього року.

Одним із важливих елементів успішного маркетингу національних театрів Києва є створення їхнього бренду. Бренд театру допомагає сформувати в свідомості глядача певний образ і очікування від театральних постановок. Важливим аспектом бренду є унікальність театру, його художня концепція та соціальна місія. Наприклад, Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка асоціюється з високоякісними постановками класичної української та світової драматургії, що приваблює як постійних театралів, так і туристів, які шукають культурні враження в Києві.

Окрім традиційних рекламних та маркетингових заходів, національні театри Києва розробляють програми лояльності, які дозволяють утримувати постійну аудиторію та залучати нових глядачів. Введення абонементів на сезонні вистави, знижок на квитки для студентів, пенсіонерів або групових відвідувань сприяє розширенню глядацької бази. Партнерські програми з іншими культурними інституціями, туристичними агенціями та закладами освіти дозволяють театрам розширювати канали залучення аудиторії. Наприклад, співпраця з освітніми закладами та проведення тематичних вечорів або зустрічей із митцями сприяє підвищенню інтересу до театру серед студентської аудиторії [25].

У сучасних умовах розвитку театрального мистецтва одним із ключових чинників, що впливають на формування глядацької аудиторії, є участь у виставах зіркових акторів. Театри Києва, зокрема національні театральні заклади, активно використовують цей фактор для залучення більшої кількості відвідувачів, адже імена популярних акторів часто стають вирішальними при виборі глядачем тієї чи іншої вистави. Участь відомих митців на сцені не тільки підвищує інтерес до конкретних постановок, але й сприяє загальному зростанню престижу театру. Зіркові актори володіють особливим харизматичним потенціалом, що дозволяє їм впливати на глядацькі смаки та уподобання. Їхня популярність, створена як завдяки успішним театральним ролям, так і через участь у кіно, телебаченні або інших медіапроектах, дозволяє створювати атмосферу довіри між актором і аудиторією. Глядачі сприймають

відомих акторів як «бренд», що гарантує високу якість вистави, навіть не будучи знайомими з конкретною постановкою. У такому випадку індивідуальність актора стає центральною фігурою, навколо якої вибудовується інтерес до спектаклю.

Зіркові актори відіграють важливу роль не лише в естетичному, але й у маркетинговому аспекті формування глядацької аудиторії. Театри активно використовують популярність акторів у рекламних кампаніях, привертаючи увагу широкої публіки через засоби масової інформації, соціальні мережі та інші маркетингові канали. Відомі актори можуть стати «обличчям» театру, сприяючи його популяризації серед різних верств населення. Окрім того, присутність зіркових митців у репертуарі сприяє створенню «сарафанного радіо», коли глядачі, вражені грою актора, рекомендують відвідувати виставу своїм знайомим.

Безперечно, зіркові актори значно підвищують культурний капітал театру, впливаючи на його статус у культурному середовищі міста та країни. Театр, що співпрацює з відомими акторами, часто вважається більш престижним, що стимулює залучення не лише місцевої аудиторії, але й іноземних туристів, які бажають побачити гру знаних українських акторів. Таким чином, зіркові актори сприяють глобалізації театральної культури та залученню глядачів з різних соціальних і географічних груп [24].

Одним із факторів, що також впливають на формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва, є режисери та креативна команда, які створюють унікальні та художньо виразні театральні постановки. У сучасному театрі ці фахівці не лише забезпечують високий рівень професійності, а й часто стають обличчями проєктів.

Творчі команди з їхніми інноваційними підходами до постановки, адаптації класики та створення нових оригінальних творів здатні не тільки впливати на якість вистав, а й формувати довіру та інтерес серед глядачів. Режисери мають визначальний вплив на загальну концепцію театральних постановок. Вони обирають естетичний напрямок, визначають теми та підходи,

які будуть цікаві різним сегментам аудиторії. Національні театри Києва, співпрацюючи з відомими режисерами, можуть залучати не лише шанувальників їхньої творчості, а й залучати нових глядачів, які прагнуть побачити незвичайний підхід до класичних творів або захопиви інтерпретації сучасних текстів. Відомі режисери з авторським стилем створюють навколо себе певний мистецький «бренд», на який орієнтуються глядачі, формуючи стійку аудиторію прихильників. Креативна команда, що складається з драматургів, художників, музикантів, хореографів, дизайнерів костюмів та освітлювачів, формує художню основу будь-якої постановки.

Інноваційні рішення в дизайні сценографії, використання новітніх технологій, оригінальні костюми та музичне оформлення суттєво впливають на сприйняття вистави глядачем. Прикладом є використання мультимедійних елементів, інтерактивних технологій або незвичайних сценічних рішень привертає увагу молодшої аудиторії та тих, хто шукає в театрі нових вражень. Завдяки креативності команди, вистави стають справжніми видовищами, що поєднують різні види мистецтв: музику, візуальне мистецтво, акторську майстерність та технології. Це дає змогу глядачам відчутти інноваційний підхід до класичних творів або відкрити для себе нові жанри й стилі, які, у свою чергу, впливають на широку аудиторію.

Театри, що активно працюють над створенням креативних ідей, можуть залучати не тільки шанувальників традиційного театрального мистецтва, а й тих, хто цікавиться сучасними формами вираження. Однією з важливих функцій режисерів і креативних команд є їхня здатність створювати високоякісні вистави, які стають об'єктами обговорення в культурних колах, привертаючи увагу засобів масової інформації та громадськості. Критичні огляди, інтерв'ю з режисерами, аналіз мистецьких рішень – усе це допомагає театрам формувати свій імідж і привертати увагу нових глядачів. Зокрема, нагороди за режисуру або за креативні рішення в оформленні вистав сприяють підвищенню престижу театру, що, своєю чергою, позитивно впливає на рівень відвідуваності [22].

Якість інфраструктури є ще одним чинником, що визначають успіх театральних закладів та впливають на формування глядацької аудиторії. У сучасному світі, де конкуренція між різними формами культурного дозвілля зростає, національні театри Києва повинні приділяти особливу увагу не лише мистецькій складовій, але й зручності та комфорту глядачів. Інфраструктурні аспекти – від доступності та зручності розташування до технічної оснащеності залів і рівня обслуговування – стають вирішальними факторами, що впливають на вибір відвідувачів.

Одним із базових інфраструктурних факторів, що впливають на формування глядацької аудиторії, є географічне розташування театру та його доступність для відвідувачів. Національні театри Києва, як і інші культурні заклади, мають бути легко досяжними для різних категорій населення. Театри, що розташовані в центральних районах міста, мають значно більше можливостей для залучення глядачів завдяки хорошій транспортній розв'язці та близькості до інших культурних об'єктів. Наявність зручних паркувальних місць, безбар'єрний доступ для людей з обмеженими можливостями також є важливими елементами, що визначають рівень комфорту для глядачів. Технічна оснащеність театру відіграє важливу роль у створенні приємного глядацького досвіду. Від якості акустики, освітлення, вентиляції та клімат-контролю залежить те, наскільки комфортно глядачі будуть себе почувати під час перегляду вистави. У сучасних театрах важливо використовувати новітні технології для забезпечення належного рівня комфорту та сприйняття постановок.

Театри, які впроваджують передові технічні рішення, здатні створювати більш насичені та видовищні вистави, що привертають увагу глядачів. Наприклад, оновлення звукових систем або використання 3D-технологій може зробити виставу більш ефектною, що підвищує інтерес до театрального мистецтва серед молоді та технологічно обізнаної аудиторії. Натомість відсутність сучасних технічних засобів або їхня низька якість може негативно вплинути на враження глядачів і знизити кількість відвідувань у майбутньому.

Окрім технічної складової, значну роль відіграють також інші інфраструктурні аспекти, такі як зручність глядацьких місць, наявність комфортних фойє, гардеробів, санітарних кімнат, зон для відпочинку, а також рівень обслуговування персоналом театру. Глядачі часто оцінюють загальний досвід відвідування театру не лише за якістю вистави, а й за комфортом під час перебування у приміщенні. Окрім того, наявність кафе або ресторанів при театрі може стати додатковим бонусом для глядачів, які планують провести час перед або після вистави.

Важливим є також зручне придбання квитків – сучасні національні театри Києва активно впроваджують електронні системи продажу, що дозволяє глядачам замовляти та оплачувати квитки онлайн, уникати черг та зручніше планувати свій візит. Високий рівень обслуговування та турбота про зручність глядачів є запорукою їхнього позитивного досвіду, що сприяє подальшому формуванню лояльної аудиторії. Якість інфраструктури також визначається її здатністю відповідати потребам різних соціальних груп. Наприклад, забезпечення інклюзивного середовища, що включає доступність для людей з обмеженими можливостями, а також пропозиція спеціальних програм для молоді, сімей з дітьми та старшого покоління, робить театр більш привабливим для широкого кола глядачів. Театри, які активно працюють над створенням таких умов, здатні формувати різноманітну аудиторію, задовольняючи потреби кожної категорії глядачів [26].

Отже, формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва є результатом взаємодії багатьох факторів, серед яких соціально-економічні умови, освітній рівень, культурні традиції, рекламні стратегії та технологічні нововведення. Розуміння цих факторів є необхідним для ефективного розвитку театрального мистецтва в Україні та створення сприятливого середовища для залучення нових глядачів. Тільки з урахуванням цих складових театри зможуть адаптуватися до сучасних умов та задовольнити потреби своєї аудиторії.

Висновки до розділу 1

Формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва безперечно є складним та динамічним процесом, який залежить від багатьох взаємопов'язаних чинників. Краще сказати, що національні театри виступають важливими інституціями, які не лише розвивають театральне мистецтво, а й впливають на загальну культуру міста й цілої країни. Їхній внесок полягає у створенні середовища, що стимулює розвиток національної самосвідомості, розширює межі художнього сприйняття та сприяє інтеграції українського мистецтва у світовий культурний контекст.

Ключовою основою формування аудиторії – є грамотна репертуарна політика театрів. Поєднання класичних творів українських і зарубіжних авторів із сучасною драматургією дозволяє задовольняти інтереси різних категорій аудиторії. Постановки за творами українських класиків (Іван Франко, Леся Українка, Василь Стефаник, Ольга Кобилянська) сприяють збереженню культурної спадщини та вихованню національної ідентичності. Актуалізація сучасних соціальних, політичних і моральних тем робить театр ближчим до реалій сьогодення, залучаючи молоду аудиторію. Також важливим є регулярне оновлення репертуару, прем'єри та участь у фестивалях. Це все стимулює постійний інтерес глядачів до театрального життя.

Безумовно, національні театри мають відповідати високому рівню художньої майстерності. Імена відомих режисерів, сценографів, професійні актори та творчі експерименти є важливими для розширення глядацької бази. Використання інноваційних сценографічних рішень, мультимедіа та сучасних технологій привертає молодіжну аудиторію, яка цінує нестандартний підхід до мистецтва.

Один з основних заporук залучення глядачів є фізична доступність до театру, перевагою є центрові райони міста Києва, недалеко від метро. Інфраструктурні зміни, такі як облаштування театрів для людей з інвалідністю, забезпечують доступність.

Гнучка цінова політика також має важливий вплив на формування глядацької аудиторії. Цифровізація послуг, включно з онлайн-продажем квитків і активною рекламою в соцмережах, робить театр більш доступним для сучасного глядача.

Національні театри активно використовують маркетингові інструменти для залучення нових відвідувачів: соціальні мережі, сучасні медіа та партнерства з культурними організаціями підвищують поінформованість про події. Також рецензії, рекламні кампанії та фестивалі стають важливим способом популяризації театру.

Національні театри Києва стають дедалі більш інклюзивними, забезпечуючи доступ до своїх послуг усім категоріям населення. Постановки для дітей, сімейні вистави, молодіжні експериментальні постановки та класичні вистави залучають широку аудиторію.

У періоди криз (війна, політична нестабільність, COVID-19) театр стає платформою для діалогу суспільства, пошуку моральних і духовних орієнтирів. Підтримка з боку держави та громадських ініціатив сприяє не лише розвитку театрів, а й формуванню культурної єдності.

Отже, національні театри Києва виконують важливу функцію не лише в розвитку театрального мистецтва, але й у формуванні культурного середовища столиці. Їхня здатність інтегрувати традиції та інновації, реагувати на соціальні зміни та адаптуватися до нових запитів аудиторії робить їх важливими осередками культурного життя міста. Успішне формування глядацької аудиторії є результатом взаємодії багатьох факторів, зокрема художньої майстерності, доступності, інклюзивності та активної маркетингової політики. Театри залишаються важливим простором, де глядачі можуть знайти відповіді на актуальні питання, розширити свій світогляд і долучитися до багатої культурної традиції України.

РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ В НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕАТРАХ КИЄВА

2.1. Сучасний склад глядацької аудиторії національних театрів Києва: демографічні та соціокультурні характеристики

Сучасний склад глядацької аудиторії національних театрів Києва відображає широкий спектр демографічних та соціокультурних характеристик, що є важливим чинником у формуванні культурної політики та стратегії розвитку цих закладів. Театри столиці приваблюють як молодь, так і старше покоління, що зумовлено багатограним репертуаром, який задовольняє різні смакові вподобання та інтереси. В умовах зростання глобалізаційних тенденцій та динамічних змін у культурній сфері, національні театри Києва стають осередками підтримки та популяризації української культурної спадщини.

У 2024 році глядацька аудиторія національних театрів Києва складається з різних соціально-демографічних груп, зумовлених специфікою українських реалій, що відображають вплив соціально-економічних, культурних і політичних факторів.

Сучасний склад відвідувачів національних театрів в Києві можна охарактеризувати за кількома основними демографічними аспектами:

- віковий розподіл;
- гендерний склад;
- рівень освіти;
- місце проживання та доходи.

Віковий розподіл глядацької аудиторії національних театрів Києва відображає як загальні культурні тенденції, так і вплив соціально-економічної ситуації в Україні.

Молоді люди (18–29 років) становлять одну з найдинамічніших груп відвідувачів, яку дедалі більше приваблюють сучасні форми театрального мистецтва: експериментальні вистави, соціальні драми, перформанси.

Зростання зацікавленості серед молоді також зумовлено зміною репертуару в театрах, які частіше представляють вистави на актуальні соціальні теми, що викликають відгук серед нових поколінь. Для цієї групи важливі інтерактивність, новизна та інклюзивність театру, що дозволяє їм не лише спостерігати, але й активно брати участь у культурному процесі [8].

Середня вікова група (30–49 років) складає значну частину театральної аудиторії. Люди середнього віку зазвичай мають стабільніший рівень доходу, що дозволяє їм на регулярній основі відвідувати культурні заходи. Їх приваблюють як класичні постановки, так і сучасний театр, а також вистави, які висвітлюють українську історію та національну ідентичність. Ця група орієнтована на якісні й змістовні культурні події, часто сприймаючи театр як можливість для інтелектуального відпочинку та культурного розвитку.

Глядачі старшого віку (50–64 років) зберігають зацікавленість в театрі, оскільки він для них є традиційним видом дозвілля. Більшість представників цієї групи віддають перевагу класичним постановкам, історичним драмам та комедіям. Як зазначає Володимир Гребініченко, який багато років займає одну з керівних посад Національного театру Опери та Балету: «На класичні вистави попит завжди був і залишається високим, зокрема це такі постановки як «Жізель», опери: «Аїда», «Кармен», «Турандот»; балети: «Баядерка», «Весілля Фігаро», «Віденський Вальс». Проте фінансові можливості глядачів старшого віку обмежені, що може знижувати частоту відвідувань. Важливо, що ця група стабільна й лояльна до національних театрів, розглядаючи їх як простір, де можна залишатися близькими до українських культурних цінностей» (Див. Додаток, 1)

Серед старшого покоління (65+ років) театри мають особливо лояльну аудиторію, яка, однак, є менш чисельною через низьку доступність квитків та фізичні обмеження. Для них театр залишається важливою складовою культурного життя, а їхня відданість відображає глибокий зв'язок з традиційною українською культурою. Залучення цієї групи потребує

додаткових програм підтримки, соціальних знижок та зручніших умов для відвідування.

Як зазначає генеральний директор-художній керівник Національного академічного драматичного театру імені Івана Франка М. Захаревич: «В залі нашого театру сидять різні верстви населення по віковому складу: поряд із середнім і старшим поколінням сидить молодь» (Див. Додаток, 3)

Цікавим є те, що під час повномасштабної війни в Україні, в Театрі імені Лесі Українки почала активно змінюватись глядацька аудиторія. Публіка значно омолодилася завдяки сучасним постановкам та інноваційним проектам, що включають камерні сцени та вистави, присвячені складним періодам української історії

Репертуар Театру імені Лесі Українки поповнився виставами на основі української класики та творами, які підкреслюють значення української культури: «Три кохання» за Лесею Українкою, «Украдене щастя» Івана Франка, «Стефаник. Новели» Василя Стефаника, «Україна вогні» Олександра Довженка.

Театр активно підтримує українське суспільство, актори волонтерять, проводять благодійні заходи для ЗСУ, прикладом є вистава «Хвиля» поставлена Заслуженим актором Юрієм Дяком. Ця вистава виключно благодійна та грається у вихідний театральний день (в Театрі імені Лесі Українки – це середа). Всі кошти йдуть на потреби ЗСУ.

Театр імені Лесі Українки продовжує зберігати свої традиції, але і трансформується відповідно до викликів часу, забезпечуючи актуальність свого мистецтва для різноманітної аудиторії.

Важливим аспектом є те, що на 2024 рік саме жінки складають більшу частину глядацької аудиторії київських національних театрів, що відповідає загальній тенденції культурного життя в Україні, де жінки більше цікавляться театральним мистецтвом, літературою та іншими культурними заходами.

Серед жінок на театральних виставах переважають представниці середнього віку (30–49 років) та старшого покоління (50+ років). Жінки

обирають театр як можливість культурного відпочинку, часто віддаючи перевагу виставам, що торкаються психологічних, сімейних і соціальних тем. Крім того, жінки більш схильні відвідувати театри у форматі сімейного чи дружнього дозвілля, що підвищує їхню активну присутність у театральній аудиторії.

Хоча чоловіків серед глядачів театрів менше, їхня кількість поступово зростає, особливо серед молодшого та середнього віку (18–40 років). Цьому сприяє розширення репертуару, який все частіше включає інноваційні та експериментальні постановки, спектаклі на соціально гострі теми, а також сучасні жанри (детектив, трилер, комедія). Чоловіки частіше відвідують театри у форматі парного дозвілля або в компанії друзів, особливо коли йдеться про постановки, які поєднують інтелектуальний виклик із розважальною складовою. Чоловіки середнього віку також відвідують театр як частину культурного розвитку та для підтримки національної культури [8].

Перевага жінок серед глядацької аудиторії зумовлює необхідність розробки стратегій для залучення більшої кількості чоловіків, особливо серед молодих аудиторій. Національні театри Києва, реагуючи на ці тенденції, намагаються адаптувати репертуар і маркетингові підходи, створюючи додаткові можливості для різноманітного гендерного складу аудиторії. Організація спеціальних заходів, акцій чи тематичних вечорів сприяє розширенню гендерного балансу.

Рівень освіти глядацької аудиторії національних театрів Києва є важливим фактором, який впливає на її склад, а також на вибір репертуару і тематичну спрямованість театральних постановок. Більшість відвідувачів київських театрів мають вищу освіту, що визначає їхнє прагнення до інтелектуального та емоційного збагачення. Ця категорія глядачів особливо цінує глибокі та складні постановки, які торкаються філософських, соціальних або історичних тем. Їх цікавлять як класичні, так і сучасні вистави, що надають можливість для особистого осмислення та розширення світогляду.

Вищий рівень освіти дозволяє цій аудиторії краще розуміти культурні коди, літературні та мистецькі відсилки, що часто використовуються в постановках. Б. Куріцин стверджує: «Для того, щоб театр розвивався, повинні бути вистави психологічного плану, серйозна драматургія, яка підживлює, з одного боку творчий склад театру, а з іншого боку дає іншим людям можливість подумати» (Див. Додаток, 2).

Молоді люди, що здобувають вищу освіту, складають важливу частину аудиторії. Вони цікавляться театром як частиною власного культурного розвитку та прагнуть знайти нові форми мистецького вираження. Важливо, що для студентів часто пропонуються знижки чи спеціальні програми, які дозволяють їм більше долучатися до культурного життя столиці. Студенти найчастіше обирають сучасний театр, перформанси, експериментальні та мультимедійні постановки, які виходять за рамки традиційного театрального формату. Наприклад, у Національному академічному театрі опери та балету України імені Т. Г. Шевченка у минулому сезоні поставили сучасну оперу «Кіт у чоботях». Із сучасних постановок у театрі також є балет, зокрема «Широко заплющені очі», «Доктор Фауст», «Весна та Осінь». Оперу «Севільський Цирульник» і «Травіата» можна називати «поза часом», у них повністю сучасне оформлення, яке не відноситься до епохи, коли вони були написані. Наприклад, використання самокатів чи гаджетів. Цікавим є те, що саме побідні сучасні вистави користуються попитом у глядача [17].

Представники людей із середньою спеціальною освітою також є частими відвідувачами театрів, хоча менш чисельними у порівнянні з аудиторією з вищою освітою. Їхні інтереси здебільшого орієнтовані на постановки з доступними сюжетами та виразною акторською грою, а також комедії та музичні шоу. Вони цінують театр як спосіб відпочинку й культурного дозвілля та віддають перевагу виставам, які є легшими для сприйняття, але зберігають високу якість виконання.

Хоча представників людей без вищої освіти в театральній аудиторії найменше, театри Києва намагаються залучити їх через пропозицію різних

жанрів та доступніших форматів. Ця група цікавиться передусім масовими виставами, музичними та комедійними шоу, які не потребують спеціальної підготовки для сприйняття. Театри Києва, прагнучи до інклюзивності, розробляють програми, орієнтовані на широку аудиторію, включаючи освітні проекти, майстер-класи та лекції, які знайомлять глядачів з основами театрального мистецтва. Зокрема упродовж січня-березня 2024 року Національною оперою України було проведено понад 50 планових та індивідуальних екскурсій, зокрема благодійних [17].

В умовах зростання попиту на постійну освіту та саморозвиток, багато глядачів, навіть маючи вищу освіту, регулярно відвідують театри для того, щоб збагачувати свої знання та розвивати критичне мислення. Це також впливає на зміни в репертуарній політиці, де зростає кількість вистав із суспільно важливими темами, які піднімають питання сучасної культури, політики та моральних цінностей.

Склад глядацької аудиторії національних театрів Києва за місцем проживання відображає змішаний характер аудиторії, який формується як за рахунок місцевих жителів, так і за рахунок гостей з різних регіонів України. Основну частину глядацької аудиторії національних театрів столиці складають кияни, які мають регулярний доступ до культурних подій та заходів. Київські жителі відвідують театр з різними цілями: від дозвілля та сімейного відпочинку до інтелектуального розвитку та підтримки українського мистецтва.

Якщо взяти до прикладу Театр імені Івана Франка, в якому репертуар демонструє значний інтерес до української класики, інноваційних постановок і міжнародної драматургії.

Театр активно звертається до світової класики, таких як «Король Лір» Вільяма Шекспіра та «Тартюф» Жана-Батіста Мольєра, разом з тим до українських творів, зокрема «Конотопської відьми» Григорія Квітки-Основ'яненка, що набула шалену популярність, тим вистава самим привела до театру значну кількість молодшої аудиторії.

У 2022–2024 роках було Театром імені Івана Франка було презентовано нові постановки, серед яких варто виділити «Калігулу» Альбера Камю та «Візит» Фрідріха Дюрренматта. Ці вистави викликали значний інтерес завдяки оригінальним режисерським рішенням і актуальності тематики для сучасного суспільства.

Слід зауважити, що Театр імені Франка зберігає статус одного з провідних культурних центрів Києва, об'єднуючи традиції з сучасними підходами до організації постановок і роботи з аудиторією. Успіх у залученні глядачів свідчить про його актуальність і важливість для українського суспільства

Серед киян також особливою популярністю користуються нові прем'єри та вистави на актуальні соціальні теми, що відображають українські реалії. Національний академічний театр опери та балету України імені Т. Г. Шевченка у своєму репертуарі має постановки на подібні теми, зокрема це вистава «П'ять Танго. Елегія воєнного часу» балетмейстера Віктора Іщука. На першому показі цієї постановки в Сієтлі 26 вересня 2022 року в театрі Pacific Northwest Ballet перед початком вистави Олексій Ратманський розгорнув перед завісою український прапор. Публіка підвелася і аплодувала стоячи, зі сльозами на очах. «Елегія воєнного часу» – це особистий відгук О. Ратманського на певний момент часу, але хореограф створив витвір мистецтва про людський дух і прагнення до життя, свободи та власного щастя [17].

Завдяки близькості до столиці жителі Київської області активно відвідують національні театри, особливо на вихідних чи під час святкових заходів. Високий інтерес до театру серед жителів передмістя зумовлений недостатньою кількістю великих культурних центрів у регіоні, що спонукає їх до поїздок у Київ для культурного дозвілля. Театри, зі свого боку, пропонують доступні квитки та тематичні вистави, які підходять для сімейного відпочинку.

У зв'язку з покращенням транспортної інфраструктури та зростаючим інтересом до культурного туризму, частка відвідувачів із різних регіонів України постійно збільшується. Гості з інших областей приїжджають до Києва

як для загального відпочинку, так і спеціально для відвідування театральних вистав, особливо якщо це стосується відомих прем'єр, які не завжди доступні в інших містах. Серед гостей із регіонів спостерігається високий інтерес до національних постановок, що піднімають теми української історії та ідентичності, а також класичних вистав, що є частиною української культурної спадщини, зокрема в Театрі імені Івана Франка в репертуарі є така вічна українська класика: «Конотопська відьма», «Мартин Боруля» «Шельменко-денщик», «Кайдашева сім'я».

Театри активно залучають відвідувачів із регіонів через спеціальні програми, гастролі, а також онлайн-акції та анонси, орієнтовані на широку українську аудиторію. Це створює можливість для театрів збільшити свій вплив і популяризувати українське театральне мистецтво на національному рівні, залучаючи нові категорії глядачів, які потенційно можуть стати регулярними відвідувачами київських національних театрів.

Склад глядацької аудиторії національних театрів Києва за рівнем доходів у 2024 році є відображенням економічної ситуації в Україні, зростаючого інтересу до культурного життя та загальної цінової політики театрів, спрямованої на залучення різних верств населення. Безперечно, люди з високим рівнем доходу становлять важливу частину аудиторії національних театрів Києва, яка часто відвідує вистави. Представники цієї групи цікавляться як класичним, так і сучасним театром і зазвичай обирають місця з кращою видимістю та комфортом. Для них театр є частиною регулярного культурного дозвілля, що дозволяє підтримувати інтелектуальний і соціальний статус. Театри реагують на інтерес цієї аудиторії, пропонуючи прем'єрні покази, камерні вистави, закриті заходи та спеціальні вечори, що створює можливість для розширення зв'язків у культурному середовищі [19].

Глядачі з середнім доходом – це найбільша категорія глядачів, яка активно підтримує театральне життя Києва. Представники цього прошарку охоче відвідують театр, вбачаючи в ньому доступний спосіб культурного відпочинку, особливо на вихідних та у святкові дні. Їхній вибір часто залежить

від ціни квитка, і тому вони схильні обирати вистави зі знижками або спеціальними пропозиціями. Театри підтримують цей сегмент аудиторії, пропонуючи акції, програми лояльності та різні категорії цін на квитки. Це сприяє популяризації театру серед середнього класу, який прагне поєднати інтелектуальний розвиток із приємним дозвіллям.

Глядачі з нижчим рівнем доходу менше представлені в театрах через обмежені фінансові можливості, хоча вони зберігають інтерес до театрального мистецтва. Люди з нижчим рівнем доходу переважно відвідують вистави за спеціальними знижками або обирають найекономніші місця. Для підтримки цієї категорії театри все частіше пропонують спеціальні квиткові програми, знижки для студентів, пенсіонерів та інших соціальних груп. Це дає змогу залучити до театру ширшу аудиторію, зробивши мистецтво доступнішим і для людей із нижчим рівнем доходу.

М. Захаревич стверджує: «Цінова політика впливає на формування глядацької аудиторії. І цінова політика – не значить, що квитки повинні бути дешеві. Якісний товар повинен коштувати дорого або відносно дорого, щоб люди, які приходять в театр, могли квиток купити, і тому в залі повинна бути розподіл місць, щоб всі верстви населення могли потрапити в залу» (Див. Додаток, 3)

Хоча молодь часто має обмежений рівень доходів, студенти складають вагомий частку аудиторії. Молоді люди обирають театр як доступний спосіб культурного відпочинку, особливо коли йдеться про сучасні та експериментальні постановки. Багато національних театрів Києва пропонують спеціальні пропозиції та знижки для студентів, що стимулює відвідування театру серед молодих глядачів і сприяє культурному вихованню нового покоління.

Незважаючи на невелику частку в загальній аудиторії, іноземні глядачі часто мають вищий рівень доходу та готові витратити більше на культурні заходи. Для цієї категорії особливо привабливими є прем'єри, популярні вистави та події з можливістю англомовного супроводу. Театри враховують

інтереси іноземних глядачів, організовуючи покази популярних вистав і створюючи події, які відображають українську культуру й традиції, що сприяє підвищенню міжнародної культурної привабливості Києва. Володимир Гребініченко каже, що «До пандемії іноземці склали 10-40%, яких зараз немає. Вони купували, як правило, найдорожчі квитки і забирали найкращі місця (Див. Додаток,1)

Загалом глядацька аудиторія національних театрів Києва є досить різноманітною за віком, гендером та рівнем освіти, проте залишається орієнтованою на середній клас та освічену аудиторію. Такий склад підкреслює потребу театрів у розробці нових форм комунікації та культурної взаємодії з аудиторією для залучення ще більш широких верств населення України.

Соціокультурні характеристики сучасної глядацької аудиторії національних театрів Києва у 2024 році є складним і багатогранним поєднанням факторів, що відображають поточні суспільні тенденції, культурні інтереси, а також цінності українського суспільства. Ці характеристики обумовлюють інтерес до певних жанрів театру, тематики вистав і навіть форми театральних постановок. У сучасному українському суспільстві патріотизм та національна ідентичність стають фундаментальними чинниками формування культурних пріоритетів. Ці тенденції набули особливої актуальності у 2024 році, з огляду на соціально-політичні реалії та зовнішні виклики, що загострили потребу у збереженні й переосмисленні української культури, історії та традицій. Відвідувачі київських національних театрів все частіше демонструють інтерес до театральних постановок, які розкривають патріотичні теми, сприяють консолідації національної ідентичності та підтримують національний дух.

Національні театри в Києві, зокрема Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка, Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки, Національний академічний театр оперети відіграють центральну роль у цьому процесі. Вони не лише зберігають традиційний репертуар, що розкриває українські культурні архетипи, але й активно пропонують сучасні інтерпретації класики, нові постановки на

історичну тематику, що відповідають сучасним викликам і потребам. Відвідування таких вистав сприяє зміцненню зв'язків із національною спадщиною і задоволенню духовних потреб глядачів, які знаходять в українському мистецтві не тільки джерело інтелектуального натхнення, але й своєрідний «емоційний притулок» в умовах невизначеності.

Національна опера України розуміє потреби глядачів, тому репрезентує широкий спектр національної класики та творів українських композиторів ХХ ст. У репертуар 2024 року були включені опери «Запорожець за Дунаєм» С. Гулака-Артемовського, «Наталка Полтавка» М. Лисенка, балети «Лілея» К. Данькевича, «Вечори на хуторі біля Диканьки» Є. Станковича [17, с. 2].

Попит на вистави, присвячені українській історії, культурі та традиціям, є особливо високим серед різних вікових груп глядачів, що прагнуть ідентифікувати себе з українським культурним простором. Цей інтерес відображається у популярності постановок за творами Тараса Шевченка, Івана Франка, Лесі Українки, які адаптуються для сучасного глядача, зберігаючи ідею національної самобутності. Такі вистави віддзеркалюють боротьбу за свободу, особисту відповідальність перед народом і піднесення українського духу, що є актуальним для глядачів в умовах постійних викликів, з якими стикається сучасне суспільство.

Слід також відзначити зростання інтересу до теми української історичної боротьби за незалежність. Наприклад, вистави про визвольні змагання, теми козацтва, а також сучасні драматичні події, пов'язані з війною на сході України, знаходять широкий відгук серед відвідувачів. Глядачі відчують емоційний зв'язок із представленими на сцені історіями, що дає їм можливість розділити колективний досвід і відчути свою приналежність до національної спільноти.

Значною мірою, патріотичний наратив у репертуарі національних театрів допомагає аудиторії розвивати відчуття солідарності, співпереживання та підтримки. Ця соціальна функція театру особливо важлива в умовах, коли країна переживає емоційні потрясіння, і глядачам потрібно об'єднатися навколо спільних цінностей і символів. Театр стає своєрідною платформою для

зміцнення моральних переконань, підтримки соціальних зв'язків і створення атмосфери духовної близькості, яка необхідна для суспільної єдності.

Національні театри Києва активно використовують символіку та знакові елементи української культури, такі як народні пісні, традиційні костюми, обряди, танці, а також етнічні мотиви. Ці культурні елементи надають виставам особливого звучання і посилюють патріотичний вплив на глядачів. Символи, знайомі аудиторії з дитинства, стають важливими акцентами у виставах, допомагаючи створити атмосферу ідентифікації із культурною спадщиною і збереження традицій.

Патріотичний аспект впливає на вибір театру для багатьох глядачів, які обирають національні театри саме через прагнення підтримати українське мистецтво і підняти його престиж. Глядачі бачать у підтримці національних театрів внесок у збереження та популяризацію української культури. У відповідь на це, національні театри розвивають репертуар із акцентом на патріотичні та національні теми, підтримують культурні проекти, орієнтовані на висвітлення українських традицій та історії.

Важливим є те, що у відповідь на реалії війни, що триває в Україні, театральні постановки звертаються до теми боротьби за свободу, героїзму, патріотизму, втрати та відновлення після травмуючих подій. Вистави, що відображають ці аспекти, надають глядачам можливість рефлексувати над власним досвідом, поділитися емоціями та знайти підтримку у спільному переживанні. Театр виступає не лише культурним майданчиком, а й важливим простором для соціальної реабілітації, де глядачі можуть знайти відгук своїм почуттям. Національні театри Києва активно включають до репертуару п'єси, що висвітлюють досвід учасників бойових дій та вимушено переміщених осіб, надаючи можливість глибокого осмислення їхнього стану та викликів, з якими вони стикаються [24].

Актуальність таких постановок проявляється у формуванні соціальної солідарності та підтримки між різними групами населення. Глядачі, незалежно від вікових чи соціальних відмінностей, знаходять у виставах можливість

співпереживання та усвідомлення важливості колективної підтримки, що надає додатковий сенс їхньому відвідуванню театру. Показово, що київські театри впроваджують проекти, спрямовані на адаптацію військових тем для різних аудиторій, від молоді до старшого покоління, що сприяє залученню широкого спектра глядачів.

Національні театри Києва також звертаються до питань соціальної справедливості, дискримінації та прав людини. Такі постановки привертають увагу до проблем гендерної рівності, расової дискримінації, прав людини та викликів, пов'язаних із забезпеченням рівних можливостей для всіх громадян. Соціально активні глядачі, зокрема, молодь, усе більше цікавляться виставами, які піднімають питання рівності та свободи особистості. Ця тематика актуалізується через динамічне зростання запиту на суспільну свідомість і відповідальність, які віддзеркалюються у театральних постановках.

Київські театри, зокрема молодіжні колективи та експериментальні сцени, розвивають репертуар, що зображує нові соціальні рухи та моральні дилеми, пов'язані з проблемами особистої свободи та рівності. Це підвищує обізнаність глядачів щодо актуальних питань і формує критичне ставлення до суспільних норм, що сприяє культурному діалогу та соціальній рефлексії. Звичайно, що такі вистави мають важливе виховне значення і слугують стимулом для розвитку толерантності, відкритості та емпатії у суспільстві.

Національні театри звертаються до тем самотності, втрати, боротьби з психологічними труднощами, що дозволяє глядачам подолати відчуття ізольованості та знайти спільність із оточенням. Постановки, що висвітлюють ці питання, мають значний емоційний вплив, який сприяє формуванню більш відкритого та підтримуючого середовища. Психологічні теми стають також важливим інструментом виховання у глядачах емпатії та розуміння до інших людей, які можуть стикатися з подібними викликами [31].

З огляду на події останніх років, зокрема пов'язані з війною, соціально-економічними кризами та глобальними викликами, українське суспільство стало більш обізнаним та відкритим до обговорення складних, емоційно

насичених питань. Київські національні театри активно включають до своїх репертуарів постановки, що рефлексують на соціально значущі теми, здатні знайти відгук у широких верств населення. Теми війни, суспільної злагоди, боротьби за права людини та громадянських свобод є важливими для аудиторії, що прагне не лише отримати естетичне задоволення від мистецтва, а й осмислити сучасні виклики крізь призму театральних образів. Яскравим прикладом рефлексії є вистава «Отелло» режисера Давида Петросяна в Театрі імені Лесі Українки.

Актуальність таких вистав обумовлена тим, що вони допомагають глядачам відчутти емоційний зв'язок із суспільством, підтримуючи відчуття спільного досвіду та солідарності. Вистави, що піднімають соціально значущі питання, перетворюють театр у майданчик для громадського діалогу та підсилюють відчуття причетності до колективного переживання, що є важливим для суспільства, яке перебуває у стані змін.

Відчуття соціальної відповідальності також впливає на інтерес сучасної аудиторії до тем, що порушують питання рівності, прав людини, свободи особистості та справедливості. У виставах часто висвітлюються конфлікти, пов'язані з нерівністю, дискримінацією та громадянською відповідальністю. Зокрема, глядачі все більше цікавляться театральними постановками, що розкривають соціальні конфлікти, подолання стереотипів та боротьбу за рівність. Вистави, які піднімають ці питання, створюють передумови для роздумів, розвитку критичного мислення та розширення суспільної свідомості глядачів. Ці вистави часто мають соціальне виховне значення, оскільки сприяють вихованню толерантності, розумінню важливості різноманітності і рівноправ'я у суспільстві, що формує більш гармонійне культурне середовище [31].

Аудиторія національних театрів Києва поступово стає більш відкритою до нових форм театального мистецтва, таких як інтерактивні вистави, мультимедійні постановки, сучасний танець та перформанси. Така зацікавленість експериментальними жанрами особливо характерна для молодії

аудиторії, яка шукає нові емоційні враження та незвичні мистецькі форми. Це стимулює театри включати до програми більш сміливі та інноваційні проекти, які поєднують традиційне мистецтво з сучасними технологіями, звуковими та візуальними ефектами.

Театр для українських сімей стає місцем, де вони можуть разом переживати емоції та обговорювати важливі теми. Київські театри у своїх постановках часто піднімають теми, що мають значення для сучасного українського суспільства: моральні принципи, сімейна єдність, емпатія, взаємодопомога та терпимість. Завдяки виставам, присвяченим таким темам, сім'ї знаходять спільний культурний досвід і можливість для обговорення важливих аспектів, що сприяє збагаченню взаєморозуміння. Такий підхід допомагає родинам підтримувати відкриті й чесні відносини, а також передавати дітям основні моральні цінності.

Тобто, зростання інтересу до сімейних вистав у театрах Києва є свідченням того, що батьки прагнуть не лише розважити своїх дітей, але й залучити їх до світу культурних і духовних цінностей, сприяти формуванню у них відповідальності та почуття національної єдності. Поширеність сімейних відвідувань театру підкреслює важливість театрального мистецтва як елемента родинної культури.

Театр відіграє важливу роль у розвитку дітей, адже він не лише розширює їхнє сприйняття світу, а й сприяє вихованню естетичних смаків і культурних навичок. Сучасні дитячі вистави в національних театрах Києва часто мають інтерактивний характер, залучаючи дітей до участі в постановці, що сприяє кращому засвоєнню цінностей та розумінню культурного контексту. Театральні постановки, що орієнтовані на молодшу аудиторію, не тільки сприяють розвитку фантазії, а й допомагають дітям освоювати елементи соціальної поведінки: співпраця, спілкування та співчуття.

Показово, що національні театри Києва, реагуючи на потреби аудиторії, постійно доповнюють репертуар дитячими виставами, що піднімають соціально важливі питання, такі як чесність, повага до інших, відповідальність, дружба та

сімейні цінності. Такі постановки не лише розважають, а й навчають, створюючи культурно-освітнє середовище, в якому діти можуть усвідомлювати цінності сучасного суспільства. Цей процес є фундаментальним для виховання майбутніх громадян, які розумітимуть важливість культури, мистецтва та міжособистісних відносин [12].

У репертуар театру імені Лесі Українки завжди включали вистави для дитячої аудиторії – «Чарівник», «У країні казок», «Ой!.. Андерсен! Казки!» тощо. А у 2024 році вийшла масштабна постановка про піратів «Острів скарбів» режисерки Ольги Гаврилюк, яка орієнтована на підліткову та дорослу аудиторію. Впевнено можна сказати, що «Острів скарбів» займає нішу «сімейної вистави».

Що стосується Національної опери України, то вона вже багато років формує свій репертуар першого кварталу з огляду на показ значної кількості вистав для дітей під час різдвяних канікул: це «Снігова королева», нова постановка – опера Ю. Шевченка «Кіт у чоботях». Значну увагу публіки привернув Новорічно-різдвяний концерт, що відбувся 12 та 13 січня 2024 року, який репрезентував не тільки провідних майстрів оперно-балетної сцени, а й талановиту молодь, якою поповнилася трупа [17].

Особливо популярними серед глядачів є вистави, що висвітлюють національні українські традиції, легенди та казки, адже вони забезпечують дітям доступ до української культурної спадщини. Це допомагає формувати у них відчуття національної гордості, повагу до історії та культури рідної країни. З огляду на сучасні суспільні умови, у яких національна ідентичність та культурна спадщина мають стратегічне значення, театральні постановки стають незамінним інструментом для виховання дітей у дусі патріотизму та шанобливого ставлення до своєї історії.

Соціокультурний вплив театру також полягає у вихованні в дітей терпимості та відкритості до різних точок зору та емоцій, що є важливими для гармонійного розвитку особистості. Театральні постановки дозволяють дітям побачити багатогранність людського досвіду та усвідомити важливість

співпереживання. Це формує емоційно зрілу особистість, здатну до емпатії, яка у сучасному світі стає однією з найважливіших якостей.

Сучасні українські театральні постановки активно висвітлюють теми єдності та солідарності, оскільки вони резонують з особистими та суспільними переживаннями глядачів. Теми взаємодопомоги та підтримки є актуальними, зважаючи на випробування, які стоять перед українським суспільством. Театральне мистецтво слугує майданчиком, на якому глядачі можуть відчуті та пережити ці важливі цінності в контексті колективного досвіду, де емоції, зображені на сцені, сприяють згуртуванню. Завдяки цьому національні театри Києва допомагають формувати атмосферу колективної підтримки, підкреслюючи важливість соціальної єдності та колективної ідентичності.

Глядачі, які відвідують вистави, що пропагують солідарність, часто знаходять у них джерело сили та натхнення для подолання особистих і суспільних труднощів. Це сприяє зміцненню відчуття причетності до суспільного життя, що, в свою чергу, підсилює усвідомлення взаємозалежності та морального обов'язку перед ближніми.

Театр виконує т соціальну функцію, пропагуючи цінності відповідальності та суспільного блага. У виставах на соціально значущі теми часто піднімаються питання особистої відповідальності перед суспільством, співчуття до нужденних і підтримки тих, хто потребує допомоги. Це робить театр важливим елементом культурного виховання, що сприяє розвитку соціально відповідальних громадян. Глядачі, особливо молодь, під впливом таких постановок починають замислюватися про своє місце в суспільстві та значення активної громадянської позиції [31].

Соціокультурні особливості сучасної аудиторії київських театрів відображають також прагнення до психологічної підтримки та емоційної стійкості. У часи соціальних криз та нестабільності театр стає простором, де глядачі можуть знайти розраду, моральне підкріплення та відчуття, що вони не самотні. Це робить театр своєрідним «культурним притулком», де люди можуть

обговорювати складні питання, ділитися думками та досвідом, що зміцнює відчуття соціальної єдності.

Постановки, що мають емоційно підтримуючий зміст, створюють атмосферу згуртованості, яка допомагає глядачам подолати тривожність та зневіру, спричинені сучасними реаліями. Театр таким чином сприяє формуванню суспільного оптимізму та віри у майбутнє, забезпечуючи глядачам необхідну емоційну підтримку та підживлюючи дух солідарності, що є критично важливим для гармонійного розвитку суспільства.

Отже, соціокультурні характеристики глядачів національних театрів Києва є багатогранними, відображаючи цінності та інтереси сучасного українського суспільства. Театри Києва враховують ці особливості, адаптуючи репертуар і формати постановок до запитів аудиторії та забезпечуючи її культурне збагачення, підтримку та можливість для рефлексії над важливими питаннями сучасності.

2.2. Аналіз запитів глядачів до театральних постановок

Звернемо увагу, що у сучасному культурному просторі театр займає особливе місце як джерело емоційного та інтелектуального збагачення, що задовольняє широкий спектр естетичних та соціальних потреб глядачів. У 2024 році київські театри стикаються з новими викликами і запитам глядацької аудиторії, які обумовлені динамічними змінами в культурних уподобаннях, розвитком цифрових технологій та новими соціальними трендами.

Глядачі у 2024 році висувають до театру ряд вимог, які впливають як на зміст, так і на форму постановок. Основними запитам глядачів є наступні:

- актуальність тем та соціальний контекст;
- інтерактивність і взаємодія;
- новаторство у сценічному мистецтві;
- комфорт;
- доступність.

Сучасні глядачі цінують постановки, що відображають важливі соціальні питання, включаючи війну, гендерну рівність, питання особистої ідентичності,

сімейні конфлікти тощо. Дослідження показують, що саме постановки, що торкаються соціально-політичних тем, зокрема сучасного конфлікту в Україні, привертають найбільшу увагу аудиторії. Національна опера України підхоплює запити українців.

«Зокрема у 2024 році до Дня Героїв Небесної Сотні і до річниці повномасштабного вторгнення росії в Україну солісти Тетяна Ганіна, Ірина Петрова, Дмитро Іванченко, Тарас Штонда, хор та оркестр театру виконали «Реквієм» В. А. Моцарта. Диригент-постановник – Микола Дядюра. Диригент та хормейстер-постановник – Богдан Пліш» - зазначає В. Григорович [17, с. 3].

Театр демонструє свою активну громадську позицію не лише додаванням у репертуар вистав на важливі суспільні теми, а також проведенням волонтерських та символічних заходів. Один із репетиційних залів час від часу перетворюється на майстерню, де артисти та працівники театру власноруч виготовляють окопні свічки, які потім відправляють на фронт.

До річниці трагедії в Маріупольському драмтеатрі на площі перед будівлею театру пройшла масштабна акція-перформанс, у якій брали участь і працівники театру. Два роки тому, 16 березня, російські військові скинули дві потужні авіабомби на драматичний театр у Маріуполі, де в підвалі переховувалося понад тисячу мирних жителів, включно з дітьми. Щоб захиститися, на площі перед театром залишили великий напис російською мовою: «ДЕТИ». Однак це не зупинило агресорів. У річницю трагедії українці в різних містах організували акції пам'яті за тими, хто загинув під руїнами. На площі перед Національною оперою України учасники акції виклали слово «ДЕТИ», але його потрібно читати як «ДЕ ТИ?» – питання, яке рідні та близькі зниклих безвісти в Маріуполі ставлять собі й досі. Точна кількість загиблих під уламками Маріупольського драмтеатру досі невідома [17].

Багато глядачів прагнуть не лише спостерігати, але й брати участь у процесі, взаємодіяти з акторами та розвивати власний емоційний досвід у межах вистави. Як зазначає Б. Куріцин: «Сьогодні краще сприймаються вистави, де взаємодія між глядачем і актором відбуваються очі в очі, ніж на

великій сцені. Тут справа не тільки в якості драматургії або вистави, сьогодні це про розмови віч-навіч, про спосіб враження» (Див. Додаток, 2)

Запит київського глядача до Національного театру імені Лесі Українки є деколи зверхній, бо тільки під час повномасштабного вторгнення театр остаточно перейшов на українську мову. Саме тому аудиторія активно слідкує за процесом в Театрі імені Лесі Українки. Важливо зауважити, що керівництво театру провело грамотну репертуарну політику і станом на 2024 рік в репертуарі театру більше 60-ти назв.

Інтерактивні постановки, перформанси та імерсійний театр здобувають все більше прихильників у Києві. Зокрема в Національній опері України в перший квартал 2024 року після тривалої перерви була представлена опера Дж. Пуччіні «Богема». Ця постановка із застосуванням інтерактивних технологій вимагала ретельного відновлення, введення нових виконавців.

Глядачі, особливо молодше покоління, очікують нових підходів у театральному мистецтві. Це може включати використання мультимедійних технологій, аудіовізуальних ефектів, проекцій, 3D-анімацій та інших інноваційних рішень, що підсилюють емоційне сприйняття твору. Національна опера України доволі часто використовує в своїх виставах подібні технології. Зокрема в опері «Трубадур», яка була представлена в жовтні, застосовували проекції на сцені, оскільки в цій виставі дуже затратна постановочна частина, і постановники йшли шляхом мінімізації того, що відбувається на сцені.

Ще одним вдалим прикладом застосування мультимедійних технології є дистанційний формат, що використовує Національна опера України. Зокрема дистанційно, але динамічно відбувалася постановочна робота над гостро актуальним балетом на тему війни: у травні в Амстердамі, на базі Dutch National Ballet розпочалися репетиції балету «Елегія воєнного часу» у постановці всесвітньовідомого соліста балету і хореографа Олексія Ратманського, який запросив до Нідерландів вісім провідних солістів Національної опери України, а потім колектив продовжив творче спілкування вже по скайпу.

Важливими факторами є також фізичний комфорт та можливості, пов'язані з доступом до театру. Глядачі очікують сучасного технічного обладнання, зручних місць та гарної видимості, а також додаткових сервісів (буфет, бар), які забезпечують зручність і приємну атмосферу відвідування. М. Захаревич розповідає: «Ми зробили оцінку глядацьких місць, щоб глядачі залишалися в задоволенні, щоб вони добре бачили та чули. По цій причині 200 місць з поганою видимістю було знято з глядацького залу, тому що це йде поголос про театр, що негативно впливає на формування глядацької аудиторії» (Див. Додаток, 3)

Потреби глядачів визначаються також їхнім бажанням задовольнити різноманітні особисті та соціальні потреби, серед яких: емоційне розвантаження та естетичне задоволення, соціальна взаємодія та культурне збагачення, пошук нових сенсів та можливостей для рефлексії.

Наприклад, вистава «Отелло» (реж. Д. Петросян) в Київському театрі імені Лесі Українки відгукнулася багатьом глядачам. Хоча, здавалося б, що матеріал складний, за жанром п'єса трагедія, але режисер сформував жанр як казка. Щомісяця вистава йде три дні поспіль з аншлагами. Тобто, можна сказати, що діалог глядача з театром дуже позитивний.

Театр завжди був джерелом особистого та колективного катарсису, і глядачі очікують, що постановки забезпечать емоційне залучення, яке дозволить їм відчувати широкий спектр емоцій та позбутися психологічного напруження, особливо це актуально для українців, що живуть в умовах війни. Як зазначає В. Григорович: «Людина, яка прийшла в театр, хоче залишити всі свої проблеми за його стінами і хоч на 2-3 години поринути кудись, де немає ніяких проблем, обстрілів, повітряних тривог, і насолодитися мистецтвом та повернутися вже з кращим настроєм, з вірою у перемогу», (Див. Додаток,1)

Театр надає глядачу великий вибір вистав, при перегляді яких він може отримати естетичне задоволення. Зокрема значне місце в репертуарі театру належить виставам, які створені як ексклюзивний творчий контент

Національної опери України. Вони постійно мають велику популярність в глядачів.

Наприклад, у першому кварталі 2024 року було показано низку балетів, які з'явилися внаслідок креативної творчої співпраці постановників театру: «Снігова королева», «Віденський вальс», «Весілля Фігаро», а також нові постановки балетів, які стали окрасою репертуарної афіші театру: «Широко заплющені очі», «Доктор Фауст» та «Мадам Боварі». У лютому до репертуару театру після тривалої перерви повернулися дві оперні вистав: до 165-річчя від дня першої постановки – «Фауст» Ш. Гуно. А 9 лютого глядачі мали змогу згадати не лише рівень креативності цієї постановки, а й оцінити блискучі дебюти: А вже 16 лютого на сцену повернулася масштабна опера «Макбет» Дж. Верді.[17, с. 1].

Відвідування театру – це не лише особистий досвід, а й можливість для соціалізації, обміну думками та спільного переживання з іншими людьми. Театри стають місцем, де формуються культурні та соціальні зв'язки. Культурне збагачення активно відбувається під час міжнародних турів. Коли артисти надають громадянам інших країн під час вистав доторкнутися до культурної спадщини іншої держави. Прикладом подібної міжкультурної взаємодії є благодійний тур балету Національної опери України «Nadiya Ukraine» під патронатом Фонду першої леді України Олени Зеленської, який проходив із 15 січня до 11 лютого в Канаді. Концерти відбулися в різних містах, зокрема в Квебеку, Монреалі, Оттаві, Торонто, Вінніпезі, Реджині, Саскатуні, Ванкувері, Едмонтоні та Калгарі. Загалом артисти провели 20 виступів, які відвідали понад 30 000 глядачів [17, с. 4].

Кожен концерт розпочинався відеозверненням Олени Зеленської до глядачів, виконанням Гімнів Канади й України солістами чи хоровими колективами діаспори, а в фіналі гопака до артистів долучалися місцеві танцювальні колективи, такі як аматорський ансамбль «Троянда», ансамбль «Барвінок» із Торонто, «Русалка» з Вінніпега та відомий фольклорний ансамбль «Shumka» в Едмонтоні. У програмі виступів були уривки з класичних

балетів «Корсар» і «Дон Кіхот», а також сучасна й народна українська хореографія. [17, с. 4].

У січні відбулися гастролі в Японії, під час яких проводилися Різдвяні симфонічні концерти. У виступах брали участь солісти Національної опери України, а також великий японський зведений хор, який вже кілька років поспіль співпрацює з театром. Під час гастролей відбулися важливі зустрічі з японськими посадовцями та представниками бізнесу. Генеральний директор-художній керівник Національної опери України Петро Чуприна провів переговори з головою SHINTAI Corporation, яка включає багаторічного партнера театру – агенцію KORANSHA, паном Шикеру Сато; з Уповноваженим з питань культури Японії, відомим композитором Шунічі Токурою; та з мером Кіото, великим другом київського театру, паном Даісака Кадокавою. Було досягнуто домовленостей щодо подальшої підтримки спільних гастрольних проєктів Національної опери України та агенції KORANSHA, а також щодо отримання грантів на закупівлю музичних інструментів та інженерно-технологічного обладнання для театру [17, с. 3].

Сучасний театр намагається відповідати на фундаментальні питання буття, що стає важливим аспектом для значної частини аудиторії. Твори світової класики якнайкраще підходять для пошуку нових сенсів та рефлексії. Національна опера України надає своїм глядачам на вибір великий сегмент класики, зокрема це такі оперні вистави, як «Фауст» Ш. Гуно, «Травіата», «Набукко», «Аїда», «Ріголетто», «Дон Карлос», «Макбет» Дж. Верді, «Мадам Баттерфлай», «Турандот», «Флорія Тоска», «Богема», «Джанні Скіккі» Дж. Пуччіні, «Севільський цирульник» Дж. Россіні, «Кармен» Ж. Бізе, «Служниця-пані» Дж. Б. Перголезі, балети «Сильфіда» Х. Левенсхольда, «Жізель», «Корсар» А. Адана, «Дон Кіхот», «Баядерка», «Пахіта» Л. Мінкуса та «Шопеніана» [16, с. 1].

Отже, очікування та потреби глядачів київських театрів у 2024 році демонструють зростання інтересу до актуальних, соціально значущих тем, інтерактивного театру, новаторства та комфортних умов перегляду. Київські

театри можуть задовольнити ці запити, створюючи постановки, які поєднують глибокий зміст, сучасні технології та нові форми взаємодії з аудиторією. Врахування цих потреб стане важливим фактором для залучення та утримання глядачів, забезпечуючи їм унікальний та емоційно насичений театральний досвід.

Висновки до розділу 2

Розгляд особливостей глядацької аудиторії національних театрів Києва свідчить про багатогранність її складу, різноманітність потреб і запитів, а також про виклики, з якими стикаються театральні інституції у сучасному культурному середовищі. Безумовно, театри продовжують залишатися важливими майданчиками для збереження національних традицій, популяризації української культури та адаптації до динамічних змін у суспільстві.

Національні театри Києва об'єднують представників різних вікових груп і соціальних верств:

Молодь (18–29 років) є найбільш перспективною для розширення аудиторії. Адже цю категорію цікавлять інноваційні та інтерактивні форми театального мистецтва. Вони надають перевагу виставам, що торкаються актуальних тем: гендерна рівність, екологія, війна, пошук ідентичності. У той же час вони проявляють зацікавленість у поєднанні традиційної драматургії з новітніми технологіями.

Середня вікова група (30–49 років) складає переважну частину глядачів. Така група людей на регулярній основі мають змогу відвідувати культурні заходи. Ця категорія любить як класичні постановки, так і сучасний театр, а також вистави, які висвітлюють українську історію та національну ідентичність.

Люди старшого віку (50–64 років) театр вважають за традиційним видом дозвілля. Більшість представників цієї групи віддають перевагу класичним постановкам, історичним драмам та комедіям.

Старша аудиторія (65+ років) є відданими шанувальниками театру, які надають перевагу класичним творам, що відображають традиційні цінності та історико-культурну спадщину.

Важливо, що соціокультурний портрет глядача національних театрів Києва характеризується високим рівнем освіти та інтересом до інтелектуальних та естетичних видів мистецтва.

Слід зазначити, що глядачі київських театрів приходять на вистави не лише заради розваг, а й для отримання глибокого емоційного та культурного досвіду, адже театр виступає місцем емоційного відпочинку, натхнення та катарсису. Аудиторія хоче пережити сильні почуття, які допоможе ще краще зрозуміти себе та світ навколо.

Як не дивно, але театр також є джерелом знань про історію, літературу та сучасні соціальні явища. Вистави з елементами пізнавального контексту мають великий попит серед освіченої аудиторії.

Ключовий чинник є зовнішній фактор на формування аудиторії, адже глядачі все більше очікують, що театр буде відповідати сучасним реаліям, реагувати на актуальні виклики (війна, соціальна нерівність, політика, екологічні кризи) та пропонувати матеріал, що спонукає до роздумів.

Вистави за творами класиків української та світової драматургії залишаються знаковим елементом репертуарної політики, що сприяє збереженню культурної спадщини та підтримці національної ідентичності. Також театри інтегрують твори сучасних авторів, що дозволяє їм залучати молодь та відображати актуальні теми, які хвилюють суспільство.

Організація інклюзивних програм, тематичних фестивалів, освітніх проєктів та лекцій сприяє залученню нових категорій глядачів та зміцненню зв'язку між театром і суспільством.

Аналіз глядацької аудиторії національних театрів Києва свідчить про їхню вкрай важливу роль у формуванні культурного середовища столиці. Вони задовольняють широкий спектр потреб аудиторії, одночасно зберігаючи традиції та впроваджуючи сучасні підходи. Успішне адаптування до нових

викликів дозволить театрам і і надалі залишатися центрами культурного життя, сприяючи зростанню їхньої аудиторії та розвитку мистецького потенціалу.

РОЗДІЛ III СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ГЛЯДАЦЬКОЇ АУДИТОРІЇ

3.1. Маркетингові стратегії в національних театрах Києва

Національні театри Києва, такі як Національний академічний театр опери та балету України імені Тараса Шевченка, Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка, Київський національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки, є осередками культурного життя столиці. Основні виклики, з якими стикаються ці заклади в контексті залучення та утримання аудиторії, полягають у зростанні конкуренції з боку інших форм розваг, змінах культурних уподобань аудиторії, впливу соціальних мереж та цифрових медіа. Це спонукає театри застосовувати інноваційні маркетингові підходи, адаптовані до потреб сучасного глядача

Соціальні медіа є важливим каналом комунікації з молодіжною аудиторією, яка менш активно цікавиться театральними заходами через наявність альтернативних розваг. Театри активно розробляють стратегії просування вистав у Facebook, Instagram, YouTube та TikTok. Ці платформи дозволяють створювати інтерактивний контент, як-от закулісні відео, інтерв'ю з акторами, живі трансляції, що дають змогу глядачам ближче познайомитися з театральним життям і стати частиною спільноти.

Володимир Гребініченко зазначає, що «Національна опера використовує в своїй комунікації такі платформи як Facebook, Instagram та Телеграм, також планують перейти і до ТікТоку, але поки що впираються в кадрову та фінансову ситуацію. На сторінці Національної опери в соцмережах ведеться постійна робота з інформування поціновувачів оперно-балетного мистецтва про поточні події, публікувалися анонси, посилання на інтерв'ю визначних діячів української культури, артистів. Театр тримає постійний зв'язок з публікою як на сцені, так і в інтерактивному просторі (див. додаток, 1).

Безперечно, що ефективно використання соціальних мереж сприяє підвищенню впізнаваності театрів, залученню молодшої аудиторії та зростанню відвідуваності. Наприклад, національні театри часто використовують креативні кампанії, аби привернути увагу до прем'єр чи акційних подій. Такі дії не лише залучають аудиторію, але й формують новий тип глядача, який активно взаємодіє з театром онлайн та офлайн.

Однією з проблем є необхідність постійного оновлення контенту та створення професійних креативів. Без належної стратегії та аналізу відгуків аудиторії ризики втрати уваги значно зростають.

Михайло Захаревич звертає увагу, що «Сайт театру – це турбота про глядача. Глядач має можливість і квитки купити там, і познайомитись з репертуаром, і подивитися історію театру, і подивитися склад виконавців, і так далі. У театрі Франка хороший сайт, який регулярно оновлюється, що позитивно впливає на формування глядацької аудиторії» (див. додаток, 3).

Національні театри дедалі частіше вдаються до постановок сучасних творів або модернізованих версій класики. Оригінальні театральні формати, які звертаються до сучасних проблем або мають новаторське сценічне втілення, привертають нову, менш консервативну аудиторію.

Наприклад важливою подією в Національній опері України стала прем'єра нової редакції балету А. Адана «Жізель», яка відбулася 18 травня 2024 року. Вистава, що незмінно йшла на сцені Національної опери з 1959 року, потребувала зовнішнього оновлення. Та театр не обмежився зміною сценографії та костюмів: балетмейстер-постановник

Серед стратегій утримання глядачів національними театрами Києва можна виділити наступні: програми лояльності та абонементи, персоналізований маркетинг, організація тематичних вечорів та зустрічей з акторами.

Програма лояльності є маркетинговим інструментом, що спрямований на створення довготривалих стосунків між театром та глядачем. У театральному контексті це можуть бути різноманітні бонуси та привілеї для постійних

відвідувачів, як-от знижки на квитки, пріоритетний доступ до популярних вистав, ексклюзивні заходи за участю акторів тощо. Національні театри Києва можуть запроваджувати такі програми для заохочення глядачів до повторного відвідування вистав. Прикладом може бути бонусна система, за якої за кожен придбаний квиток нараховуються бали, які можна обміняти на знижки або інші привілеї.

Згідно з дослідженням маркетингових стратегій у сфері розваг, програми лояльності мають значний вплив на повторні покупки квитків. У випадку національних театрів Києва, така програма може допомогти побудувати стійкі відносини з аудиторією, зокрема шляхом створення додаткової цінності від відвідування театру. Наприклад, у Національному театрі імені Івана Франка запровадження такої програми може бути особливо ефективним для залучення молоді, яка шукає альтернативні культурні заходи та цінує доступність мистецтва [27].

Абонементи в театральній сфері – це попередній продаж квитків на низку вистав за фіксовану ціну, що забезпечує економію на кожному окремому квитку та надає додаткові переваги. Впровадження абонементів на вистави дозволяє театрам планувати свій репертуар і зменшувати ризики пов'язані з неповною заповнюваністю залів. Абонементи також створюють для глядачів елемент «зобов'язання» до відвідування театру, що збільшує ймовірність регулярної участі.

Національний академічний театр опери та балету України імені Тараса Шевченка вже частково використовує абонементи для різних категорій глядачів. Подібні програми дозволяють глядачам обирати сезонні пакети вистав або конкретні жанри, які їх цікавлять (опера, балет, драма). Дослідження показують, що абонементи забезпечують високий рівень утримання аудиторії на рівні близько 30–50% [25].

Поєднання програм лояльності та абонементів дозволяє театрам Києва розробляти персоналізовані пропозиції для глядачів, що допомагає задовольнити різноманітні культурні смаки. Наприклад, для молодіжної

аудиторії можна пропонувати абонементи на експериментальні вистави або спеціальні знижки на популярні постановки. Такі програми можуть включати додаткові бонуси для володарів абонементів, що стимулює їх продовжувати відвідувати театр навіть після завершення початкового абонементного періоду.

Загалом програми лояльності та абонементи є ефективними інструментами для національних театрів Києва, що дозволяють підвищити рівень утримання аудиторії, збільшити фінансову стабільність та забезпечити сталий інтерес до театрального мистецтва. Завдяки таким програмам театри можуть конкурувати з іншими формами дозвілля, надаючи глядачам не лише мистецьку цінність, а й додаткові переваги та гнучкість у виборі подій. Ці інструменти сприяють не тільки підвищенню відвідуваності, але й формуванню лояльної спільноти навколо театрального мистецтва Києва.

Персоналізований маркетинг орієнтований на створення унікального досвіду для кожного глядача за допомогою таких інструментів, як цільова реклама, рекомендації на основі попередніх відвідувань, спеціальні пропозиції та комунікаційні повідомлення. Для національних театрів Києва це означає можливість забезпечити аудиторію більш релевантним контентом, що відповідає її інтересам та вподобанням. Згідно з дослідженнями, персоналізація може підвищити лояльність до бренду на 20–30% та забезпечити стабільний приріст відвідувачів.

Національні театри Києва, такі як Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка та Київський національний театр опери та балету України імені Тараса Шевченка, можуть використовувати персоналізований маркетинг для залучення не лише постійної аудиторії, але й нових відвідувачів. Це дає можливість стимулювати інтерес до конкретних постановок чи жанрів, а також підтримувати інтерес глядачів між сезонами та виставами [21].

У таблиці 3.1 розглянемо як персоналізація в театральній сфері може охоплювати широкий спектр інструментів.

Таблиця 3.1

Інструменти персоналізації в театральній сфері

Інструмент персоналізації	Опис
Сегментація аудиторії	Театр може сегментувати аудиторію за віком, культурними уподобаннями, частотою відвідувань, історією купівель та іншими критеріями. Це дозволяє спрямовувати різні типи контенту для різних сегментів, що підвищує релевантність повідомлень та ефективність маркетингових кампаній.
Персоналізовані електронні розсилки та рекламні кампанії	Театри можуть використовувати дані про вподобання глядачів для створення цільових розсилок. На основі попередніх переглядів можна пропонувати індивідуально підібрані вистави, інформувати про нові постановки або спеціальні акції, забезпечуючи глибшу взаємодію з глядачем і підвищуючи ймовірність повторного відвідування.
Рекомендаційні системи	Рекомендаційні алгоритми, що аналізують минулі перегляди та реакції глядача на певні жанри або теми, можуть підвищити задоволеність глядачів. Театри можуть привертати увагу до менш популярних або експериментальних постановок та знайомити аудиторію з новими культурними продуктами.
Соціальні мережі та цифрові платформи	Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram або YouTube, дозволяють сегментувати рекламні кампанії та створювати персоналізовані дописи для різних категорій глядачів. Театри можуть розміщувати контент (інтерв'ю, кадри з вистав, новини про прем'єри), що відповідає інтересам окремих груп глядачів.

Персоналізація допомагає національним театрам Києва формувати віддану аудиторію, яка відчуває себе важливою частиною театральної спільноти. Крім того, індивідуальний підхід сприяє підвищенню задоволеності глядачів і створенню унікального емоційного зв'язку з театром. Це, своєю чергою, збільшує ймовірність повторних відвідувань та підвищує довіру до театрального бренду. Також, завдяки персоналізованому маркетингу, театри можуть збирати зворотний зв'язок і краще розуміти потреби своєї аудиторії.

Персоналізований маркетинг також позитивно впливає на фінансові показники театру. Використання персоналізації дозволяє зменшити витрати на традиційну рекламу і збільшити коефіцієнт конверсії рекламних кампаній. Такий підхід сприяє раціональнішому використанню маркетингових ресурсів і дає змогу театрам досягати високих показників утримання аудиторії навіть за умов обмеженого бюджету [27].

Загалом персоналізований маркетинг є потужною стратегією, яка здатна суттєво підвищити рівень утримання глядачів у національних театрах Києва. Впровадження персоналізації дозволяє театрам створити більш релевантний і цікавий досвід для своїх відвідувачів, сприяючи формуванню лояльної аудиторії та забезпечуючи стабільну відвідуваність. Незважаючи на певні виклики, персоналізований маркетинг відкриває нові можливості для театрів у боротьбі за увагу аудиторії в сучасному цифровому середовищі, забезпечуючи індивідуальний підхід до кожного глядача і формуючи тісний емоційний зв'язок із мистецьким середовищем Києва.

Ще однією важливою маркетинговою стратегією є залучення нових режисерів, що спрямовано на розширення аудиторії, урізноманітнення репертуару та збагачення театрального мистецтва.

Якщо брати за приклад Київський театр імені Лесі Українки, керівництво театру активно запрошує до постановки як українських режисерів (Д. Петросян, І. Уривський тощо) так і міжнародних (Р. Стемпінь, В. Козьменко-Делінде, А. Дарела). Тим самим національний театр знищує кордони та дає можливість в одному театрі охопити різний матеріал, режисуру та культуру в цілому.

Для формування довготривалого інтересу театри організують зустрічі з акторами, обговорення вистав та майстер-класи після вистав, які дозволяють глядачам глибше зануритися у театральне мистецтво. Такі ініціативи створюють відчуття приналежності до театральної спільноти, що зміцнює лояльність до театру. Наприклад, Театр імені Лесі Українки проводив інтерактивну репетицію вистави «Острів скарбів», зокрема з дітьми. Це посприяло розвитку продажу квитків, адже така близька зустріч з акторами театру та вихід на сцену зацікавлюють глядача ще більше.

Національна опера України за традицією вшановує ювілярів, присвячуючи популярним артистам сучасності й минулого вистави, фотовиставки, концерти. Прикладом є творчий вечір народного артиста України, балетмейстера, педагога С. Бондура. У I відділенні був показаний «Клас-концерт» – дещо театралізований, але справжній щоденний урок, з якого починається кожен ранок артиста балету, а у другому – мініатюри у хореографії

Отже, національні театри Києва сьогодні активно адаптують маркетингові стратегії до потреб сучасного глядача, зберігаючи свою унікальність та традиції. Використання цифрових технологій, персоналізованого підходу до аудиторії, креативних форматів вистав та партнерських ініціатив дозволяє театрам конкурувати на ринку розваг та культурних подій.

3.2. Інноваційні підходи до залучення та збереження нової аудиторії

Київські національні театри – центри культурної спадщини та творчих експериментів, які активно шукають шляхи залучення нової аудиторії та підтримання інтересу існуючих глядачів. Сьогодні театри змушені адаптуватися до нових умов, зокрема розвитку цифрових технологій, змін у культурних запитах, а також до конкуренції з іншими видами розваг. Ці зміни спонукають театри впроваджувати інноваційні підходи, орієнтовані на інтерактивність, доступність і креативність, що допомагає зробити театральний досвід привабливим для широкої аудиторії.

Інноваційні підходи включають наступні інструменти:

- VR і AR-технології для нових форматів досвіду;
- колаборації з іншими брендами та культурними інституціями;
- інклюзивність та адаптація до потреб різних груп глядачів.

Віртуальна реальність дозволяє створювати повноцінні віртуальні середовища, які глядачі можуть досліджувати за допомогою VR-шоломів. Це може бути новий підхід до сценографії та побудови простору вистави, де кожен глядач занурюється у світ спектаклю та може взаємодіяти з персонажами або об'єктами. Водночас доповнена реальність (AR) дозволяє інтегрувати цифрові елементи у реальний світ, що може бути цікавим підходом для театральних постановок на відкритих майданчиках або в просторах залах. Ці технології дозволяють не лише урізноманітнити сприйняття вистав, а й привабити нову аудиторію, яка цінує сучасні цифрові інновації.

За допомогою VR-гарнітур театр може створити імерсійну виставу, де кожен глядач відчуває себе повністю зануреним у події, які відбуваються навколо нього. Такі постановки можуть використовуватися як для нових вистав, так і для модернізації класичних постановок. Наприклад, у Національному академічному театрі імені Івана Франка можна розробити VR-версію вистави, в якій глядачі занурюються у декорації та можуть бачити все з перспективи будь-якого персонажа. Це дозволяє створювати ефект повного занурення і збільшує емоційний вплив на глядача [45].

Додатки на основі AR можуть доповнювати живі вистави, додаючи цифрові елементи, які глядачі бачать через свої смартфони або планшети. Наприклад, театри Києва можуть розробити додатки, які дозволяють глядачам спостерігати за віртуальними об'єктами, що «з'являються» на сцені або у залі. Київський національний академічний театр оперети міг би впровадити AR-елементи, які розширюють сцени або дають додаткову інформацію про персонажів, яку глядачі можуть дізнатися під час вистави. Безперечно, цей підхід дозволяє поєднувати реальний і віртуальний простір, додаючи глибину до театального досвіду.

Окрім того, VR-технології можуть бути застосовані для створення віртуальних екскурсій, що дозволяють глядачам «відвідати» театр, не виходячи з дому. Це може бути корисно для залучення іноземних глядачів або тих, хто фізично не може відвідати театр. Театри Києва можуть створити VR-тури по своїх залах та закулісних приміщеннях, де глядачі можуть побачити, як відбувається підготовка до вистави, познайомитися з акторами та режисерами. Це також може стати ефективним інструментом для залучення нової аудиторії, яка цінує інтерактивні та освітні елементи в культурних заходах.

Доповнена реальність може застосовуватися в маркетингових кампаніях для залучення уваги до нових вистав або подій. Театри можуть використовувати AR-афіші, які «оживають» при наведенні смартфона і показують трейлери, кадри з репетицій або звернення акторів до глядачів. Це допомагає зацікавити потенційних відвідувачів і створює інтерактивний досвід ще до відвідування театру. Такі інноваційні маркетингові рішення можуть привернути увагу молоді аудиторії, яка активно користується смартфонами та соціальними мережами.

Цікаво, що VR та AR-технології здатні значно урізноманітнити досвід театрального відвідування, роблячи його більш сучасним та привабливим для молоді та аудиторії, яка активно користується цифровими технологіями. Ці інструменти сприяють:

1. Створенню інноваційного іміджу театру. Театри, які використовують сучасні технології, можуть формувати образ культурних установ, що йдуть в ногу з часом і орієнтовані на задоволення потреб нових поколінь.

2. Підвищенню залученості глядачів. VR та AR дозволяють створювати інтерактивний досвід, у якому глядач є активним учасником. Це підвищує емоційну взаємодію і спонукає до повторних відвідувань.

3. Розширенню аудиторії за рахунок дистанційних форматів. Завдяки VR, театри можуть досягати глядачів по всьому світу, забезпечуючи доступ до вистав тим, хто не може відвідати театр фізично [45].

Попри значний потенціал, театри Києва можуть зіткнутися з низкою викликів при впровадженні VR та AR. Основними перешкодами є високі витрати на обладнання та програмне забезпечення, необхідність навчання персоналу для роботи з новими технологіями, а також потреба в постійному оновленні контенту. Крім того, важливо зберегти баланс між новими технологіями та класичними елементами театру, щоб не зруйнувати автентичність театрального мистецтва.

Загалом впровадження VR та AR-технологій відкриває нові горизонти для театральної сфери, надаючи можливість створювати інноваційні та інтерактивні формати досвіду для аудиторії. Театри Києва можуть використати ці технології для залучення молодшої та цифрово орієнтованої аудиторії, підвищуючи конкурентоспроможність та актуальність своїх постановок. Незважаючи на певні виклики, VR і AR здатні значно збагатити культурний ландшафт міста, створюючи нові можливості для глядачів і сприяючи розвитку театрального мистецтва у цифрову епоху.

Колаборації з брендами та культурними інституціями допомагають театрам вийти за межі традиційного театрального простору та привернути увагу аудиторії, яка раніше не цікавилася театром. Основні переваги таких співпраць включають:

1. Розширення аудиторії. Завдяки співпраці з іншими брендами, театри мають можливість взаємодіяти з аудиторією партнерів. Наприклад, партнерство з популярними локальними брендами може привернути увагу молодшої аудиторії, яка цінує підтримку локальних проєктів.

2. Посилення культурного іміджу театру. Співпраця з відомими культурними установами, такими як музеї або музичні гурти, дозволяє театрам розширювати свій культурний вплив і зміцнювати репутацію як інноваційної та відкритої до нових форматів інституції.

3. Підвищення конкурентоспроможності. У сучасному насиченому інформаційному середовищі важливо виділятися за рахунок унікальних подій та

проектів. Колаборації допомагають театрам пропонувати нові формати подій, які приваблюють аудиторію, що шукає незвичайні культурні враження [27].

Театри Києва можуть організовувати спільні постановки з іншими театрами або культурними установами. Наприклад, Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка може співпрацювати з Мистецьким Арсеналом або Національним музеєм мистецтв імені Богдана та Варвари Ханенків, створюючи вистави на основі експонатів музеїв або виставок. Це не лише розширює тематику вистав, але й дозволяє залучати відвідувачів музеїв, які можуть зацікавитися театральним мистецтвом. Спільні проекти можуть проводитись як на базі театру, так і на базі культурного партнера, що сприяє обміну аудиторією.

Театри можуть створювати партнерства з брендами, які підтримують мистецтво або надають продукти, що підходять для театральної тематики. Наприклад, співпраця з брендами, що випускають каву або напої, дозволяє організовувати тематичні вечори з театральними перформансами або дегустаціями під час антрактів. Крім того, такі бренди можуть виступати спонсорами вистав і створювати унікальні маркетингові кампанії, які залучають нових глядачів через їхні платформи. Це сприяє зміцненню іміджу театру як інноваційної платформи для культурних подій, що пропонує не тільки вистави, а й особливий досвід.

Інший цікавий підхід – співпраця з музичними гуртами або фестивалями. Театри можуть організовувати концерти або музичні виступи у власних стінах, що допоможе залучити фанатів музики, які, можливо, ніколи не відвідували театральні вистави. Такі заходи можуть бути інтегровані у загальну культурну програму театру або стати частиною спеціальних подій. Наприклад, театри Києва можуть співпрацювати з відомими українськими гуртами, запрошуючи їх на спільні вечори або постановки, в яких музика є важливим елементом. Це дозволяє поєднати різні культурні жанри та створити унікальні події, які приваблюють нову аудиторію [24].

Колаборації з іншими брендами та інституціями, хоча і мають значний потенціал, пов'язані з певними викликами. Детальніше розглянемо ці виклики в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Виклики колаборацій театрів із іншими брендами та інституціями

Проблема	Опис
Проблеми з узгодженням цінностей та репутації	Театри повинні обирати партнерів, які поділяють їхні цінності та підтримують мистецьку репутацію. Співпраця з брендами, що не узгоджуються з іміджем театру, може негативно вплинути на його репутацію.
Труднощі в організації та координації	Спільні проєкти вимагають ефективної координації та розподілу обов'язків між партнерами, що може бути викликом при роботі з великими брендами чи організаціями.
Необхідність інтеграції різних форматів контенту	Співпраця з технологічними та комерційними брендами часто вимагає адаптації театрального контенту до цифрових або комерційних форматів, що може потребувати додаткових ресурсів та професійних знань.

Для подолання цих викликів театри можуть створювати чіткі договори про співпрацю, які визначають цінності, обов'язки кожної сторони та стандарти якості. Це забезпечить послідовність у реалізації проєктів та знизить ризики репутаційних втрат.

Загалом колаборації з іншими брендами та культурними інституціями є перспективним підходом для театрів Києва, які прагнуть залучити нову аудиторію та підвищити свою конкурентоспроможність. Спільні проєкти дають змогу розширити аудиторію, підвищити рівень інтерактивності та запропонувати унікальні культурні формати, що виходять за межі традиційних театральних постановок. Попри виклики, співпраця з партнерами у сфері

технологій, музики та комерції може значно збагачити театральний репертуар та підвищити інтерес до театального мистецтва в сучасному цифровому середовищі. Таким чином, колаборації стають не тільки інструментом залучення нових глядачів, а й важливим

Інклюзивний підхід приносить низку переваг для театрів, які прагнуть розширити свою аудиторію та створити більш відкриту культурну платформу. Завдяки адаптації театри можуть залучати глядачів, які раніше не мали можливості відвідувати вистави через фізичні або комунікаційні бар'єри. Театри, які приділяють увагу інклюзивності, підвищують свою репутацію як соціально відповідальних установ, що сприяє підвищенню лояльності аудиторії. Інклюзивні заходи сприяють тіснішому зв'язку з різними соціальними групами, підтримуючи позитивні зміни в суспільстві та стимулюючи інтерес до культурного життя.

Створення безбар'єрного середовища є основним елементом інклюзивності. Театри Києва вже адаптують свої будівлі для потреб людей з інвалідністю, обладнують приміщення пандусами, ліфтами, спеціальними місцями для глядачів на візках та адаптованими санітарними зонами. Такі заходи забезпечують доступність і створюють комфорт для людей з різними фізичними можливостями. Крім того, театр може передбачити резервування місць для глядачів з інвалідністю та їхніх супроводжуючих осіб, що допомагає зробити досвід відвідування театру приємним та безпечним.

Адаптація контенту вистав для людей з вадами слуху та зору є важливим кроком до створення інклюзивного театру. Театри можуть забезпечити субтитрування або інтерпретацію жестовою мовою для глядачів із порушенням слуху, а також аудіоопис для людей із порушенням зору, що дозволяє їм краще розуміти дії на сцені та насолоджуватися виставою. Наприклад, аудіоописи можуть містити детальний опис костюмів, декорацій та міміки акторів, надаючи глядачам із вадами зору повніший театральний досвід [45].

Для залучення нової аудиторії театри можуть адаптувати свій репертуар, пропонуючи вистави, які відображають інтереси та цінності різних соціальних

груп. Наприклад, театри можуть вводити постановки для дітей, що орієнтовані на розвиток та навчання, а також вистави, які торкаються соціально важливих тем, цікавих для молоді та дорослих глядачів. Крім того, створення вистав, що демонструють інклюзивність у тематиці, може зацікавити тих, хто підтримує принципи рівності та соціальної справедливості.

Спеціальні театральні програми для людей з когнітивними особливостями, наприклад, вистави для людей з аутизмом або синдромом Дауна, є ще одним напрямом інклюзивності. Театри можуть адаптувати атмосферу під час таких вистав, забезпечуючи м'яке освітлення, знижену гучність звуків, а також можливість вільно залишати зал у будь-який момент. Такі програми дозволяють людям із когнітивними особливостями насолоджуватися театральними постановками в комфортних для них умовах.

Адаптація інформаційних матеріалів та рекламних матеріалів театру є ще одним важливим аспектом інклюзивності. Театри можуть використовувати доступні формати для афіш та програмок, наприклад, великі шрифти, шрифт Брайля або відео з субтитрами та жестовою мовою. Окрім цього, важливо забезпечити доступність вебсайту театру для людей із порушенням зору, використовуючи адаптивні технології, які дозволяють легко переглядати інформацію про вистави, квитки та розклад.

Безперечно, що інклюзивні ініціативи значно розширюють потенційну аудиторію театру. Люди, які раніше стикалися з бар'єрами доступу, можуть розглянути театр як місце для культурного дозвілля. Крім того, інклюзивність сприяє залученню молодшої аудиторії, яка підтримує ідеї рівності та соціальної справедливості. Соціальні групи, що зазнають обмеженого доступу до культурних послуг, із задоволенням відвідують інклюзивні заклади та події, що призводить до розширення аудиторії та підвищення відвідуваності театру.

Хоча інклюзивність є перспективним напрямом розвитку, її впровадження часто супроводжується викликами, серед яких: фінансові обмеження, необхідність спеціалізованих знань, складнощі в організації [45].

Загалом інклюзивність та адаптація до потреб різних груп глядачів є важливими аспектами, які можуть сприяти розширенню аудиторії театрів Києва. Завдяки забезпеченню фізичної доступності, адаптації контенту, розвитку інклюзивних програм та доступності інформаційних матеріалів театри мають можливість привабити нову аудиторію та підвищити свою соціальну відповідальність. Хоча впровадження інклюзивних практик може супроводжуватися певними труднощами, позитивний вплив на залучення нових глядачів та створення відкритого культурного середовища робить інклюзивність важливою частиною стратегії сучасного театру.

Інноваційні підходи до збереження існуючої аудиторії театрів Києва включають: персоналізація комунікації та CRM-системи, інноваційні підходи до продажу квитків та зручність.

Персоналізація комунікації з глядачами дозволяє театрам краще розуміти потреби та інтереси своєї аудиторії. Вивчаючи індивідуальні переваги відвідувачів, театри можуть пропонувати відповідні рекомендації, таким чином підвищуючи їхній інтерес до нових постановок. Сучасні комунікаційні платформи дозволяють здійснювати персоналізовані розсилки, надаючи глядачам інформацію про вистави, які можуть зацікавити їх на основі історії попередніх відвідувань, вікових і культурних уподобань.

Крім цього, персоналізація включає використання різноманітних каналів комунікації, таких як електронна пошта, соціальні мережі, мобільні додатки та SMS-сповіщення. Важливим аспектом персоналізації є зворотний зв'язок, який дозволяє глядачам ділитися своїми враженнями та пропозиціями. Це не лише допомагає театрам адаптуватися до очікувань аудиторії, але й дозволяє глядачам відчувати свою значимість, що сприяє підвищенню лояльності.

CRM (Customer Relationship Management) – це системи, що дозволяють централізовано зберігати дані про клієнтів, керувати їх взаємодією з театром і використовувати ці дані для покращення обслуговування. Впровадження CRM-системи в театрі допомагає акумулювати інформацію про кожного глядача,

включаючи історію купівель квитків, відвідуваність подій, вподобання та реакції на маркетингові кампанії [25].

CRM-системи допомагають театрам створювати профілі глядачів і сегментувати їх за певними критеріями, такими як вік, частота відвідувань або вид мистецтва, який вони віддають перевагу. Це дає можливість будувати більш ефективні маркетингові стратегії, адаптовані під кожен сегмент аудиторії, та здійснювати персоналізовані рекламні кампанії. Наприклад, для постійних глядачів можна пропонувати програми лояльності, знижки на квитки або запрошення на закриті прем'єри.

Поєднання персоналізованої комунікації та CRM-систем відкриває нові можливості для забезпечення якісного клієнтського досвіду. CRM-система може зберігати інформацію про інтереси кожного глядача та автоматизувати процес пропозиції контенту, що йому підходить. Наприклад, відвідувачі, які частіше відвідують сучасні постановки, можуть отримувати запрошення на подібні вистави, тоді як шанувальники класичних вистав – на інші події.

Інноваційний підхід, який поєднує персоналізацію та CRM, дозволяє театрам Києва не лише підвищувати рівень задоволеності відвідувачів, але й формувати міцніші зв'язки з ними. Задоволені глядачі частіше повертаються на нові вистави, а позитивний досвід стимулює їх до рекомендацій театру своїм друзям та близьким, що є одним із найефективніших способів збільшення лояльної аудиторії.

Загалом у сучасних умовах київські театри повинні звертати особливу увагу на впровадження інноваційних підходів для утримання аудиторії. Персоналізація комунікації та CRM-системи сприяють ефективнішому управлінню взаємовідносинами з глядачами, забезпечуючи індивідуальний підхід і можливість задоволення конкретних потреб кожного клієнта. Використання цих технологій у комбінації допомагає формувати лояльну аудиторію, підвищувати відвідуваність та створювати унікальний досвід для кожного глядача, що, зрештою, є ключовим фактором конкурентоспроможності на театральному ринку Києва.

Зміна звичок аудиторії вимагає впровадження нових цифрових рішень для продажу квитків. Сучасні театри активно використовують онлайн-платформи, мобільні додатки та партнерські сервіси для спрощення доступу до квитків. Наприклад, інтеграція з популярними платформами для продажу квитків (такими як Tickets.ua або Concert.ua) дозволяє глядачам вибирати місце, оплачувати квитки онлайн та отримувати їх в електронному вигляді, що є зручним та швидким рішенням, яке не потребує фізичної присутності [27].

Впровадження цифрових квитків також сприяє покращенню обслуговування клієнтів: глядачі можуть швидко знайти квиток на смартфоні, уникнути черг на касах та легко пройти контроль на вході. Цей підхід підвищує зручність та значно скорочує час, який відвідувач витрачає на купівлю квитка і відвідування вистави.

Іншим інноваційним підходом є використання динамічного ціноутворення, яке дозволяє коригувати вартість квитків залежно від популярності події, часу покупки або інших факторів, таких як день тижня. Наприклад, ціна на квитки може зростати з наближенням дати вистави, що спонукає аудиторію купувати квитки заздалегідь. Також театри можуть пропонувати знижки для певних категорій відвідувачів (студентів, пенсіонерів) або спеціальні ціни для групових покупок. Такий підхід допомагає оптимізувати заповнюваність залу та зберігати інтерес аудиторії.

Крім цього, використання CRM-систем у поєднанні з аналітичними інструментами дозволяє театрам формувати персоналізовані пропозиції для відвідувачів, на основі їхніх попередніх візитів, уподобань та поведінкових даних. Наприклад, можна запропонувати знижку на майбутні вистави тим, хто регулярно відвідує театр, або спеціальні акції для відвідувачів, які давно не купували квитків.

Сьогоднішній споживач цінує зручність, і для театрів Києва це означає створення максимально комфортних умов як до, так і під час відвідування вистави. Це включає доступність різних каналів для купівлі квитків, інтеграцію з картами для зручного пошуку місця проведення вистави, онлайн-підтримку та

сервіс відгуків. Театри можуть використовувати мобільні додатки для надання додаткових послуг, таких як попередні замовлення місць для парковки, рекомендації щодо ресторанів поблизу або нагадування про час початку вистави [45].

Також варто згадати роль систем лояльності та програм лояльності, які роблять повторне відвідування більш привабливим. Запровадження бонусних балів, можливості отримання знижок за кожне відвідування, ексклюзивних пропозицій для постійних клієнтів підвищують ймовірність повернення глядача до театру.

Поєднання нових технологій та зручності для глядачів формує якісний клієнтський досвід і сприяє підвищенню лояльності аудиторії. Використання мобільних додатків та онлайн-сервісів полегшує процес покупки квитків, мінімізує очікування та дає можливість глядачам зосередитися на самому театральному досвіді. Вдосконалення комунікаційних каналів, інтеграція з CRM та інструменти персоналізації дозволяють театрам пропонувати глядачам саме ті вистави та послуги, які відповідають їхнім інтересам і потребам.

Таким чином, у конкурентному середовищі київські театри повинні впроваджувати інноваційні підходи до продажу квитків і підвищувати рівень зручності для збереження своєї аудиторії. Діджиталізація процесу продажу квитків, використання динамічного ціноутворення, спеціальні пропозиції та персоналізовані програми лояльності є ключовими інструментами для підвищення задоволеності глядачів і стимулювання їхніх повторних відвідувань. Ці заходи дозволяють театрам задовольнити потреби сучасних споживачів та зберігати високий рівень інтересу аудиторії в умовах зростаючої конкуренції.

Національні театри Києва можуть посилювати зв'язок із глядачами через створення театральної спільноти. Така спільнота об'єднує не лише постійних відвідувачів, але й нових глядачів, які прагнуть бути частиною культурного простору. Організація театральних фестивалів, спеціальних показів, дитячих

заходів і майстер-класів сприяє популяризації театру та залученню нових шанувальників.

Отже, сучасні інноваційні підходи до залучення та утримання аудиторії стають важливою частиною діяльності національних театрів Києва. Завдяки цифровим технологіям, VR/AR-інструментам, креативним партнерствам і персоналізованим комунікаційним стратегіям театри можуть охоплювати нові аудиторії та підтримувати інтерес відданих глядачів. Інновації не лише допомагають розширювати межі театрального мистецтва, але й забезпечують стаке зростання культурного інтересу в Україні.

Висновки до розділу 3

Проаналізувавши стратегії формування та розвитку глядацької аудиторії в національних театрах Києва, можна зробити висновок про активну адаптацію до сучасних викликів культурного середовища та змін у сприйнятті театрального мистецтва.

Стратегії формування та розвитку глядацької аудиторії в національних театрах Києва є комплексним підходом, спрямованим на підтримку культурної спадщини, розширення впливу театру та створення нового покоління глядачів.

Національні театри Києва беззаперечно активно вивчають соціокультурні та демографічні характеристики своєї аудиторії, адже цей підхід дозволяє адаптувати репертуар, формати постановок і супутні сервіси до очікувань різних вікових та соціальних груп.

Забезпечення цікавості глядачів різної аудиторії – це експериментальні форми, а залучення нових режисерів, як українських, так і міжнародних, сприяє створенню постановок, що поєднують традиційні елементи з сучасними.

Окрім того, театри дедалі частіше впроваджують ініціативи для залучення широкого спектра глядачів, включаючи програми для дітей, сімейні вистави, вистави для людей з інвалідністю та створення багатомовних контентів.

Використання цифрових технологій є важливим чинником у формування розвитку аудиторії. Соціальні мережі, онлайн-реклама, інтерактивні платформи

стали важливими інструментами залучення нових глядачів. Така діяльність активно розширює охоплення аудиторії, особливо серед молоді, яка активно користується онлайн-сервісами.

Участь театрів у міжнародних фестивалях, гастролях та культурних обмінах сприяє підвищенню статусу національних театрів та формуванню позитивного іміджу українського мистецтва на глобальному рівні.

Цікаві колаборації з брендами та культурними інституціями допомагають театрам вийти за межі традиційного театрального простору та привернути увагу аудиторії, яка раніше не цікавилася театром. Виходячи за межі театру та співпрацюючи, здавалось би, з брендами, які не тісно пов'язаний з театральним мистецтвом, може зацікавити та залучити достатньо багато нових глядачів. Колаборації з іншими видами мистецтва значно розширяють аудиторію з обох боків та, в свою чергу, позбавлять конкуренції.

Національні театри Києва намагаються балансувати між класичними, сучасними та експериментальними виставами. В свою чергу, це дозволяє одночасно зберігати традиційних глядачів і приваблювати молодь, яка шукає нові художні форми та актуальні теми. Наприклад, адаптації сучасної української літератури та вистави за творами європейських драматургів сприяють інтернаціоналізації аудиторії.

Отже, стратегії формування та розвитку глядацької аудиторії базуються на багатовекторному підході, який охоплює як традиційні методи залучення, так і сучасні технологічні рішення. Це дозволяє театрам залишатися конкурентоспроможними у динамічному культурному просторі та підтримувати інтерес до театрального мистецтва.

ВИСНОВКИ

Процес формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва досить динамічний і багатогранний, який відображає сучасні культурні, соціальні та економічні зміни. Театри виступають не лише як осередки мистецтва, а й як центри громадського життя, адаптуючи свої підходи до вимог часу та різноманітних потреб публіки.

1. Формування глядацької аудиторії в національних театрах Києва 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 національних театрів Києва 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. 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 театрального 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. Крім того, пандемія COVID-19 прискорила необхідність розвитку онлайн-форматів і гібридних постановок, що дозволяє театрам не лише утримувати зв'язок з існуючими глядачами, а й залучати нових, зокрема через трансляції та записи вистав.

Тобто театрам Києва 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 національні театри Києва 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.

Національні театри Києва демонструють гнучкість у підходах до 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. «Київ від минулого до майбутнього». URL: <https://kyivpastfuture.com.ua/teatr-imeni-lesi-ukrayinki> (дата звернення: 15.10.2024).
2. 26 київських театрів. На просторах Вікіпедії. URL: <http://www.t-fishing.co.ua/events/articles/wikipedia/> (дата звернення: 20.10.2024).
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: 15.10.2024).
4. Базів Л. Тривога. Бомбосховище. Аншлаг. Театральні підсумки року. Укрінформ. 25 грудня 2022 р. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3637808-trivoga-bomboshovise-anstag-teatralni-pidsumki-roku.html> (дата звернення: 18.10.2024).
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: 17.10.2024).
6. Веселовська Г. Український театр у часі війни. URL: <https://tyzhden.ua/ukrainskyj-teatr-u-chasi-vijny/> (дата звернення: 25.10.2024).
7. Віталій Малахов. Театр на Подолі – сучасний театр, тому я запрошуюю молодих режисерів. URL: <https://web.archive.org/web/20220815043925/https://-theatre.love/blog/vitaliy-malahov-teatr-na-podoli-suchasniy-teatr-tomu-ya-zaproschuyu-molodih-rezhiseriv/> (дата звернення: 27.10.2024).
8. Глядач у театрі. Виховання глядача як запорука відтворення аудиторії. URL: <https://stud.com.ua/42740/menedzhment/glydach-teatri> (дата звернення: 21.10.2024).
9. Гринишина М. О. Театральна культура рубежу ХІХ-ХХ століть. Реалізм. Дискурс: монографія. Національна академія мистецтв України, Інститут проблем сучасного мистецтва. Київ : Фенікс, 2013. 344 с.

10. 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: 23.10.2024).

11. Дмитренко М. М. Репертуарна стратегія та прокат вистав в Київському академічному драматичному театрі на Подолі під час воєнного стану. URL: <https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/803/%d0%94%d0%b8%d0%bf%d0%bb%d0%be%d0%bc%20%d0%94%d0%bc%d0%b8%d1%82%d1%80%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be%20%d0%9c.%20%d0%9c.%2c%204-%d0%9e%d0%a-2%d0%a1%d0%b4.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 18.10.2024).

12. 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: 15.10.2024).

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

14. Журавель Д. О. Традиції та інновації організації театральної справи Швейцарії. URI: https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/807/%d0%-96%d1%83%d1%80%d0%b0%d0%b2%d0%b5%d0%bb%d1%8c_4%20%d0%9e%d0%a2%d0%a1_%d0%a2%d1%80%d0%b0%d0%b4%d0%b8%d1%86%d1%96%d1%97%20%d1%82%d0%b0%20%d1%96%d0%bd%d0%bd%d0%be%d0%b2%d0%b0%d1%86%d1%96%d1%97%20%d0%be%d1%80%d0%b3%d0%b0%d0%bd%d1%96%d0%b7%d0%b0%d1%86%d1%96%d1%97%20%d1%82%d0%b5%d0%b0%d1%82%d1%80%d0%b0%bb%d1%8c%d0%bd%d0%be%d1%97%20%d1%81%d0%bf%d1%80%d0%b0%b2%d0%b8%20%d0%a8%d0%b2%d0%b5%d0%b9%d1%86%d0%b0%d1%80%d1%96%d1%97.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 26.10.2024).

15. 3 історії театрального мистецтва України. URL: <https://nibu.kyiv.ua/exhibitions/382/> (дата звернення: 19.10.2024).

16. Звіт творчої роботи Національної опери України за другий квартал роботи. 5 с.

17. Звіт творчої роботи Національної опери України за перший квартал роботи. 6 с.

18. Історія театру – Київська опера. URL: <https://kyivoperatheatre.com.ua/history/> (дата звернення: 17.10.2024).

19. Іщук Є. О. Пошук нових організаційно-творчих форм діяльності Київського національного академічного Молодого театру під час воєнної агресії проти України. URL: https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/805/-%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%86%d1%89%d1%83%d0%ba_%d0%84%d0%b2%d0%b8.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 20.10.2024).

20. Ковбасюк Д. О. Організаційно-творча діяльність Київського академічного театру Золоті Ворота (2019 – 2023 рр.). URL: https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/799/%d0%9a%d0%be%d0%b2%d0%b1%d0%b0%d1%81%d1%8e%d0%ba.%d0%94%d0%b8%d0%bf%d0%bb%d0%be%d0%bc_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 15.10.2024).

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

22. Костинюк Л. Роль театрального мистецтва у часі війни. ZBRUC. 14 квітня 2023 р. URL: <https://zbruc.eu/node/115133> (дата звернення: 15.10.2024).

23. Костинюк Л. Український театр у реальності сучасної війни. URL: <https://zbruc.eu/node/115133> (дата звернення: 24.10.2024).

24. Котович С. Як театри і музеї волонтерять під час війни. Ukraïner. 18 вересня 2022 р. URL: <https://ukraïner.net/volonterstvo-kulturnykh-zakladiv/> (дата звернення: 29.10.2024).

25. 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: 30.10.2024).

26. Левенець А. І. Стили 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: 15.10.2024).

27. Матвеева А. Принципи формування глядацької аудиторії Національного академічного драматичного театру імені Івана Франка. URL: https://ir.knutkt.edu.ua/bitstream/handle/123456789/796/%d0%94%d0%98%d0%9f %d0%9b%d0%9e%d0%9c %d0%9c%d0%b0%d1%82%d0%b2%d0%b5%d0%b5 %d0%b2%d0%b0_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 18.10.2024).

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

29. Офіційна Веб-сторінка фестивалю. URL: <http://www.crossroads-ukraine.com> (дата звернення: 15.10.2024).

30. Паламарчук М. Український театр вступає в нову еру. URL: https://www.kyivpost.com/uk/post/22766?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR3W mbLLKaCmSfLFCoImGFKgmTYjb984fVDipc3TGv8dCRWD275ZF7cyA_aem_Ab BBOEfBdQjywVaZeE99I4JTTXI8ROsZ-n3dpjoi_hf0Xz9Ijn9hHNH_0zRxxelvmPc-BMVgD0tbGLbCIp2H6oWu (дата звернення: 22.10.2024).

31. Поляновська Л. О. Роль театру в соціальному відновленні України. Збірник Міжнародної науково-практичної конференції «Креативний потенціал економіки культури в повоєнній відбудові України». 15 липня 2023 р. URL: https://icr.org.ua/wp-content/uploads/2023/06/Conference_Program_15.06.2023.pdf (дата звернення: 15.10.2024).

32. Пономаренко Н. Михайло Захаревич. Театр – все життя. К., 2024. 304 с.

33. Радзіховська О. Як зрозуміти сучасний театр? Гайд від українських театральних режисерів. URL: <https://bit.ua/2019/11/theatre-2/> (дата звернення: 27.10.2024).

34. Рибаків М. О. З історії київських драматичних театрів, або адреси київської мєльпомени. Невідомі та маловідомі сторінки історії Києва. К. : Кий, 1997. 266 с.

35. 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: 15.10.2024).

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

37. Станішевський Ю. О. Театр, народжений революцією: Нариси історії української радянської театральної культури. 1917-1987. 246 с.

38. Театр «Соловцов». URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Театр_«Соловцов» (дата звернення: 16.10.2024).

39. Театральна лабораторія. Арт-арсенал: веб-сайт. URL: <https://artarsenal.in.ua/uk/laboratoriyi2/teatralnalaboratoriya/> (дата звернення: 21.10.2024).

40. 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: 15.10.2024).

41. 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: 19.10.2024).

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

43. Храми мистецтв: історія розвитку українських оперних театрів. URL: <https://pragmatika.media/khramy-mystetstv-istoriia-rozvytku-ukrainskykh-opernykh-teatriv/> (дата звернення: 28.10.2024).

44. 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: 24.10.2024).

45. Челяк О. Інклюзія, цифровізація, ремонт: Нищук про те, як працюватиме театр Франка за його керівництвом. URL: <https://suspilne.media/culture/724117-inkluzia-cifrovizacia-remont-nisuk-pro-te-ak-pracuvatime-teatr-franka-za-jogokerivnictvom/> (дата звернення: 19.10.2024).

46. 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: 15.10.2024).

ДОДАТКИ

1. Інтерв'ю з заступником генерального директора по роботі з глядачами Національної опери України Володимиром Гребініченком

Чи змінилася репертуарна політика Вашого театру під час воєнного стану?

Звичайно змінилася. По-перше, це пов'язано з тим, що виключено з репертуару повністю всіх російських композиторів. А це був доволі високий відсоток вистав, починаючи із Чайковського, Бородіна. Ну всіх не буду перераховувати. І всі ці опери та балети, скажемо так – відквалифіювалися, і треба було їхню відсутність заповнювати іншими. Тому ми робимо сучасні постановки: балетні, оперні та, звичайно, виходимо на європейський рівень і запрошуємо європейських постановників сюди та працюємо в цьому напрямку.

А з яких країн запрошуєте постановників?

Сполучені Штати, Німеччина. Тобто, останні наші з ними постановки – «Весна та осінь», «П'ять танго. Елегія воєнного часу». Це все, де були запрошені європейські балетмейстери.

А які найпопулярніші вистави, що користуються попитом у глядача?

Чесно кажучи, важко щось виділити, але скажу чесно, коли втратили Чайковського, то на заміну прийшли не сучасні вистави, а класичні вистави, які в нас йшли до цього, але не російські а саме: «Жізель», опера «Аїда», балети: «Баядерка», «Весілля Фігаро», «Віденський Вальс», опери: «Кармен», «Турандот». Те, що класичне, на що завжди був попит, те й надалі залишається затребуваним.

Чи є в репертуарі сучасний національний балет, опера?

Сучасний національний балет, що Ви маєте на увазі? Так, сучасні композитори пишуть. Наприклад, у нас поставили в минулому сезоні оперу «Кіт у чоботях» на музику, на жаль, покійного вже композитора Шевченка: він помер у 2022 році. Балет із залученням західних балетмейстерів – «Весна та Осінь», «П'ять Танго. Елегія воєнного часу», нашого балетмейстера Віктора

Іщука; «Широко заплющені очі», «Доктор Фауст» – це все сучасні балетні постановки. І ще треба сказати про оперу «Севільський Цирульник» і оперу «Травіата», вони були поставлені режисером і називаються «поза часом», тобто там сучасне повністю оформлення, яке не відноситься до епохи, коли вони були написані. Наприклад, використання самокатів чи гаджетів. Найголовніше, що вони користуються попитом у глядача.

У чому особливість сучасного репертуару опери та балету?

Особливість може бути в браку коштів на реалізацію того чи іншого великого проєкту. Ось зараз йде підготовка, і якщо все буде добре, то в жовтні місяці буде опера «Трубадур». Вона ставиться в класичному варіанті. Але це дуже й дуже затратна постановочна частина, тому постановники йдуть шляхом мінімізації того, що відбувається на сцені: костюми і використання проєкції.

Як реагує глядач на зміну репертуару: йде на нові вистави чи ні?

Звичайно, глядач іде, але можу сказати, що все-таки класичний репертуар, залишається класичним репертуаром, яким би він не був – глядач на нього іде. На нові вистави, звичайно, також іде, але все ж таки відсоток падає.

Яка середня наповненість глядацької зали?

Тут би я хотів зробити ремарку, преамбулу і все інше: після початку повномасштабного вторгнення МЧС дозволило нам використовувати із 1300 місць усього 459, і середня наповненість цього можна скажем так порівнювати з 1300 чи 459. Це питання, яке ми дискутуємо, тому що це є в планові, який звітуємо перед міністерством. Якщо виходити із 459, то це йде від 70% до 90% плюс залежно від сезону. А сезон мається на увазі високий чи низький. Зимовий період – це завжди надзвичайно високий, наприклад, на новорічні свята в нас доходить до 98 відсотків реалізації. Тому я ж кажу – це все відносно. Не можна сказати що як раніше, було середня наповненість 73 %, 74 % була. Зараз ми такого сказати не можемо. Тобто 1300 – це 30 %. Ми заводимо людей у наше укриття, а не в метро на час тривоги і вони там чекають.

Окремо на балетні вистави й окремо на оперні?

На балетні вище відвідуваність, ніж на оперні. Хочу ще сказати про один чинник, який грає важливу роль: раніше, до ковіду 10-40 % складали іноземці, яких зараз немає. Купували, як правило, найдорожчі квитки й забирали найкращі місця. Сподіваємося, що після війни ми їх повернемо.

Ваша оцінка стану бюджетного фінансування Національної опери. Тенденції?

Я не фінансист, але можу сказати, що в цьому фінансовому році в нас скоротилось державне фінансування. А фінансування в нас йде виключно із заробітної плати. Тому що постановочна частина, комуналка – ми платимо зі своїх зароблених грошей. У цьому році кожний працівник 4-5 днів бере за свій рахунок, тому що не вистачає грошей. А піднімати квитки зараз до 5000 грн теж не має сенсу.

У Вашого театру цікавий сайт. Які форми реклами на сьогодні є актуальними та сучасними для організації глядацької аудиторії, заохочення до мистецтва.

Насправді наш сайт відносно старенький, В цьому році йому виповнюється 10 років. Це й застаріла платформа і все інше. Але все впирається у фінансову сторону, хоча в нас є і напрацювання, і технічне завдання про підготовку. Будуть кращі часи – зробимо. Сайт – це основний інструмент для реалізації квитків. Для реклами ми також використовуємо класичний варіант – афіші, банери, ну й соціальні мережі, які зараз відіграють відсотків 70-80 % у наданні інформації глядачу. Тобто це і фейсбук, перша сторінка, й телеграм, і інстаграм. Хочемо, звичайно, перейти й до ТікТоку, але знову ж таки впираємося в кадрову і фінансову ситуацію.

Які проблеми існують сьогодні в театрі у зв'язку з військовою агресією: кадрова політика, виконавці та співробітники художньо-постановочної частини?

Скажу, що проблема існує дуже висока, і проблема, що стосується військовозобов'язаних і військового обліку, і всього іншого. Не дивлячись на те, що ми є критичною інфраструктурою, – у нас є бронювання 50 % від

військовозобов'язаних, бракує чоловіків у ХПЧ (художньо-постановочна частина). Тобто в нас є всього 400 військовозобов'язаних, а ми бронюємо тільки 200, а інші 200 чоловік залишаються в «зоні ризику» – їх поступово, поступово забирають, і тенденція йде до зменшення на бронювання. Знову ж таки питання, щодо працевлаштування: люди хочуть працювати в нас, але вони приходять, і їм потрібно надати нам військовий квиток, облік та все інше, що треба провести. Почувши про це, вони одразу відмовляються і йдуть туди, де цього не потребують. Наведу приклад: машиністи сцени, коли весною з 28 людей по штату в нас у наявності було 13 людей, які тепер повинні працювати у дві зміни й не можуть фізично це витримати. Доводиться залучати людей із різних підрозділів і доплачувати, щоб це якось працювало.

Ваше бачення перспективи розвитку Національної опери?

Із цього приводу – хочеться кращого, але це питання більш творче, до якого має відношення головний режисер, головний балетмейстер, люди, які творчі, і вони знають куди, як і яким напрямком іти. Повторювати я їх не хочу.

Ваша думка, чому сьогодні глядач активно ходить у театр?

– Звичайно. Це я чув не один раз із вуст, і в повідомленнях, і скрізь воно іде червоною лінією, що людина, яка прийшла сюди, – вона хоче залишити всі свої проблеми за стінами театру й хоч на 2–3 години поринути кудись, де немає ніяких проблем, обстрілів, повітряних тривог, і насолодитися мистецтвом та повернутися вже з кращим настроєм, з вірою в перемогу. Це моє бачення.

2. Інтерв'ю з керівником літературно-драматургічної частини Київського національного академічного драматичного театру імені Лесі Українки Борисом Куріциним.

Чи змінилася репертуарна політика театру під час воєнного стану?

Звичайно змінилася, тому що, 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. Коли ми фактично відкрили сезон під час війни в квітні 2022 року, у нас було дві вистави. Практично на той час ми були єдині в Україні, хто стикнувся з такою проблемою. Ми зіткнулись з проблемою, що в Україні, 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 нас 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 в нас російською мовою. Але коли нам зробили переклад з іспанської, то з'ясувалося багато цікавих речей, яких не було в російському першоджерелі. І таким чином ми зробили виставу практично за новим текстом.

Скільки є режисерів-постановників в театрі і чи є запрошені режисери?

Взагалі в Україні проблема з режисурою існує досить гостро, тому що, на превеликий жаль, школа втрачена, і ті випускники, які з'являються, вони не задовольняють ці потреби, які нам потрібно. У штаті сьогодні всі творчі працівники на контракті, і звичайно на контракті режисери.

Сьогодні фактично у нас три режисери з якими ми більш-менш на постійному контакті працюємо, всі інші режисери – запрошені. Ми працюємо з Олею Гаврилюк, Олександром Степанцовим і художнім керівником театру Кирилом Кашліковим. Це три більш-менш постійних режисера, інші запрошені це Давид Петросян, зараз буде ставити у нас Іван Уривський. Тобто у нас дійсно зараз дуже вузьке коло режисерів, які тасуються як карти – театр Франка – театр Лесі Українки, театр Лесі Українки – театр на Подолі, тобто перелік цих режисерів малий. Серед запрошених у нас був литовський режисер, і зараз у нас буде працювати режисер із Польщі, й ще з одним польським режисером ми ведемо перемовини. Крім того повертається, після дуже довгої відсутності Андрій Жолдак. Його повернення, я думаю, трохи активізує нашу публіку і взагалі театральне життя. Я вважаю, що в нас дуже просідає режисерська школа, її практично сьогодні в Україні не існує.

Якщо можна назвіть п'ятірку найпопулярніших основних вистав.

Я не буду називати назви цих вистав, я просто скажу жанри, які популярні в будь-якому театрі, а особливо в такій гострій ситуації, в якій ми зараз знаходимось. Це жанр мелодрами та жанр комедії. А, на жаль, жоден із театрів не використовує такий дуже розгалужений жанр як детектив, але мелодрама та комедія – це те, що користується шаленою популярністю, тому що більш-менш психологічні вистави, які потребують роботи голови, вони звичайно користуються меншим попитом. Йдуть комедії «Занадто одружений таксист», «Сімейна вечеря», «Блискуча ідея». Наприклад, «Джувльєтта і Ромео» вже більше 10 років іде, при повних аншлагах, є люди, які вже по 15-16 разів дивляться цю виставу. Користується попитом вистава «Отелло», поставлена не як трагедія, а все ж таки більше як мелодрама. Тобто цей жанр заявив про себе і тримає глядача. Тому що глядач іде за чим? Або за релаксом, да, 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.

Чи є в репертуарі сучасна українська драматургія?

Сучасної української драматургії дуже мало, але вона на дуже низькому рівні, більш того, на превеликий жаль, глядач не хоче дивитися сучасну українську драматургію, тому що вона не відповідає його запитам.

У чому особливість сучасного репертуару театру імені Лесі Українки?

Перша особливість в тому що театр Лесі Українки через сто тридцять з чимось років перейшов на українську мову. Друга – це три сцени, яка працюють, і ми намацуємо, відшуковуємо свій шлях розвитку, ми відшукуємо 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.

Це можна привести приклад «Фальшивку» під дахом?

«Фальшивка», «Пральня», «За зачиненими дверима». Розумієте навіть «Украдене щастя» сьогодні краще сприймається, 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-навіч. І так воно і відбувається, і те ж саме з «Фальшивкою» і з «Пральнею». Це навіть справа не тільки в темах, а в способі враження.

Як реагує глядач на зміну репертуару? Іде він на нові вистави чи ні?

Глядачу абсолютно все одно як ви змінили репертуар, що ви з ним зробили, я завжди був впевнений і це зараз просто все доводиться, що в Україні

ніколи не існувало мовної проблеми, це була суто політична спекуляція. Від того, що театр перейшов лише на українську мову ми глядачів не втратили. Більш того, в Києві сьогодні немає того розмаїття мистецького, немає такої кількості глядачів. Я тих самих глядачів можу зустріти в Опері або в театрі Франка, в нас, у Молодому театрі. Більш того, вік цих глядачів особливо не вирізняється, тут не можна говорити, що до театру Франка і до театру Лесі Українки ходять більш вікові люди, а до Молодого театру лише молоді люди. Такого не можу сказати. Немає глядача, який ходить лише в наш театр і більш нікуди. Враховуючи, що сьогодні в театрі Лесі Українки має три вистави для дітей, а в ТЮЗі є кілька вистав для дорослих, то ТЮГ давно не тільки для дітей.

Яка середня наповненість глядацької зали?

Це 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 вмирає практично, а у високий сезон навпаки ці дні – найбільшої глядацької зацікавленості.

А чи є така практика ставити на більш розкручені вистави у вівторок, а на менші у суботу?

Так, є така практика, обов'язково. За цим графіком працюють всі театри. Тут немає винятку. Зараз підключаються різні джерела інформації, які так чи інакше впливають на людей. У Києві і, думаю, що в Україні теж, 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. Так всюди. Єдине що можна вирізняти – це оперний театр, тому що там все ж таки йдуть на вокал, на музику славетних композиторів. Оперний театр живе на 100% за рахунок класики. Ще одна зміна полягає в тому, що сьогодні глядач більше реагує на візуальний ряд. Якщо візуально ця вистава сприятлива, вона зацікавила глядача, то він з радістю ітиме на неї. Важливе зорове сприйняття. Зараз глядач хоч бачити картинку, він хоче релаксу, тобто звільнення своєї психіки від того негативу, в якому він по самі вуха, і розважатися. Але не лише за цим іде глядач, бо для того, щоб театр розвивався, повинні бути вистави психологічного плану, серйозна драматургія, яка підживлює, з одного боку творчий склад театру, а з іншого боку дає іншим людям (хай там будуть не стовідсоткові зали, хай там буде зал на 30 місць, на 50, на 300) можливість подумати. Сьогодні театр в досить складному стані.

Скільки на разі у театрі має місць на трьох сценах?

Основна сцена – 725 місць, нова сцена – 130 місць, сцена під дахом 60 місць. Всі задіяні. Всі працюють. Так, у нас буває так, що за вечір буває близько тисячі глядачів на трьох майданчиках. Ми отримали дозвіл на відкриття сезону завдяки тому що поруч метро.

Як відбувається відвідання інших сцен?

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

Яка Ваша оцінка стану бюджетного фінансування театру Лесі Українки

Як і всіх театрів дуже погана. Це недолуга політика наших депутатів, які не розуміють, що країна, народ якої не годує свою культуру, буде годувати культуру ворога. Так воно і відбувалося насправді, театральне мистецтво воно було 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 нас у культурі немає чіткої опозиції держави, бо культура там на 25 плані. Я розумію, що під час війни культура не може стояти на першому місці, але той факт, що люди з квітня 2022 року водили дітей під бомбами в театр, показує, що вони мають попит на культуру, що їм це необхідно. У Харкові вистави нашого театру відбувалися переважно в бомбосховищі, але люди йдуть. У Херсоні от відкрився театр.

У Вас змінилося керівництво, прийшов новий генеральний директор. Які новаторські зміни відбулися завдяки цьому?

Ну, по-перше, він не новий, він працював в цьому театрі багато років, колектив знає його, він ставив вистави. Кирило Кашліков спочатку як актор, потім як режисер, потім як директор-розпорядник – і вже став генеральним директором. 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.

Чи плануються закордонні гастролі театру? Якщо так, то які?

Планувати дуже важко і практично неможливо. Не можу сказати, що зарубіжні театри бажають театрив з України. Сьогоднішній український театр не дуже конкурентоздатний з ряду обставин, тому сказати, що українським театром цікавляться за кордоном дуже важко.

Які проблеми сьогодні існують у театрі у зв'язку з військовою агресією? Кадрова політика?

Проблема як у всіх – це руйнування. У нас велика кількість акторів та інших працівників, які добровольцями пішли – це один момент. Другий момент – це звичайно фінансування. І третій момент – це, на превеликий жаль, відсутність різноманіття режисури. Всі проблеми, які є в будь-якому театрі України, вони є і в нас.

Як Ви бачите розвиток театру імені Лесі Українки?

Хороший бачу. Я впевнений, що він буде розвиватися, адже він має шалене підґрунтя для того, щоб розвиватися. За цей час сформувалася дуже

цікава трупа творча, де є багато молодих талановитих людей, збереглися також старші актори. Важливі також режисери та перекладачі. Від державної підтримки теж залежить розвиток театру.

Чому глядач сьогодні активно відвідує театри?

Бо хоче. Кожен приходить за своїм. У нас адресні вистави, і вони знаходять свого глядача. Ми знаємо свого глядача, любимо його, ти турбуємося про те, щоб він ішов від нас із бажанням повернутися.

3. Інтерв'ю з генеральним директором-художнім керівником Національного академічного драматичного театру імені Івана Франка Михайлом Захаревичем

Чи змінилася репертуарна політика театру під час воєнного стану?

Давайте розпочнемо з того, що впливає на формування глядацької аудиторії. Найбільше впливає репертуар, що точно визначений за темами, за режисерськими вподобаннями та запитам глядача. Формування глядацької аудиторії відбувається групою людей, які займаються прокатом репертуару і знають режисерськими уподобаннями. Формування репертуару відбувалося в радянські часи та пострадянські часи керівниками театру. Керівники певною мірою, на свій розсуд і смак, формували назви вистав, але не враховувалися побажання режисерські. Режисер, який отримує від керівництва доручення назвати 10 вистав, які він хоче поставити за своє життя, потім вся режисерська команда називає ці вистави. Група, яка дотична до формування репертуару, з цих названих вистав формує на рік репертуар.

Якщо в нас п'ять режисерів і з цих п'ять кожен дасть по десять вистав, це буде вже п'ятдесят вистав. Вони досить різні. Є можливість (практично якщо ми в рік ставимо 6 вистав), то є можливість сформувати на кілька років репертуар, але ми залишаємо вакантними місця, тому що може з'явитися цікава п'єса, цікавий режисер запрошений, і включити до репертуару.

На формування попиту глядачів впливає виконавський склад акторів в тій чи іншій виставі. Для того, щоб сформувати виконавський склад акторів раніше, знову ж таки в радянський і пострадянський період долучалися арифметичним чином, керівники театру формували виконавчий склад тієї чи іншої вистави. При такій ситуації, як я вище сказав, проект призначень на ролі робить режисер, який буде ставити виставу, і тільки після того включається керівництво, якщо є збіги в призначеннях паралельних вистав репетиційного процесу призначених, то обов'язково повинні бути на кожній виставі два виконавці, щоб не було відміни вистав, бо це досить серйозно впливає на формування глядацького попиту.

Ви можете зробити певні висновки із того, що я сказав: от такий великий попит на квитки театру Франка. Дві сцени, кожен місяць іде близько шестидесяти вистав. Це досить багато вистав, і квитки розкуповуються наперед, тому що є якісні вистави, є якісні виконавці в тих виставах.

Потрібно сказати, що в свій час приїздили сюди з барселонського театру вивчати досвід формування глядацького попиту і наявність категорій глядачів у залі. Вони запросили мене читати лекцію в Барселону, і вони побачили, що в залі в нас сидять різні верстви населення по віковому складу: поряд із середнім і старшим поколінням сидить молодь, і переважна більшість в залі сидить молоді, і вони цьому дивувалися. В них (барселонського театру) інша ситуація. Я, коли прийшов сюди на роботу, тут були уповноважені по організації глядача, тобто люди, які займалися розповсюдженням квитків. Але вони не знали інформацію про вистави, не вміли про них розповідати, і тоді ми їх виключили з театру, і їх вже давно немає. Найкращий спосіб організації глядача – це якісна вистава. Ну ось зараз остання вистава, на превеликий жаль, литовського режисера, вона складна для сприйняття і люди залишають зал. Ось це і є найкраща реклама театру. Якщо й наступні вистави так підуть, то тоді вже треба буде звертатися до уповноважених по організації глядачів

Цінова політика впливає на формування глядацької аудиторії. І цінова політика – не значить, що квитки повинні бути дешеві. Цінова політика – це така штука, що якісний товар повинен коштувати дорого або відносно дорого, щоб люди, які приходять в театр, могли квиток купити, і тому в залі повинна бути розтановка місць, щоб всі верстви населення могли потрапити в залу.

Ми зробили оцінку глядацьких місць, щоб залишалися глядачі в задоволені, щоб вони добре бачили, добре чути і так далі. І по цій причині 200 місць зняли з глядацького залу. Там, де погані були місця, де погано було видно й чути, ми їх зняли, тому що це йде поголос про театр, що в цьому театрі погано видно й погано чути. І знову ж таки, це не вплинуло на максимальну аншлагову вартість вистави. Тому говорити про використання ЗМІ, спеціально створили рекламний відділ тут, який займався цим, спеціально ввели в штат

театру телевізійника, який знімав всі вистави; формували ролики і віддавали в ЗМІ. Крім того, кращі вистави, які пройшли й зняті з репертуару, ми їх віддавали для ютубу, щоб там їх показували, і особливо це було в часи, коли театр не працював у зв'язку з пандемією, щоб театр не забували. Це теж є турбота про глядача, і певною мірою заохочення його згадувати про театр.

Ну крім всього того, ми рекламуємо наших акторів. Ви бачите фасад, який в нас на сьогоднішній день. Фасад досить такий, на мій погляд цікавий, з нього можна отримати певну інформацію.

Ну і далі сайт. Сайт – це турбота про глядача. Глядач має можливість і квитки купити там, і познайомитись з репертуаром, і подивитися історію театру, подивитися склад виконавців і так далі. Ми це зробили вже давно, і сайт у нас працював добре. Зараз у нас є оновлення сайту. Мені здається, що це позитивно впливає на формування глядацької аудиторії.

Якщо ми говоримо про формування бюджету, треба звертати увагу на те, хто коли може приходити на вистави. От ми перенесли вистави на 18 годину вечора – це негативно впливає на відвідуваність, тому що з роботи дехто не встигає. На 19 годину було краще.

Актори не повинні негативно репрезентувати театр. Це коли вони потрапляють в нехороші якісь історії, буває таке. Вони не мають права виходити й проводити своїх друзів через центральний вхід перед виставою. Вони повинні гарно ставитися до виконання своїх обов'язків. Весь цей комплекс дає можливість нам полюбити нашого глядача та глядачу – полюбити наш театр.

Чи запрошуюте ви режисерів з інших українських театрів?

Зараз дівчина у нас поставила виставу з Львівського театру. В нас така ситуація, що наших режисерів запрошують, а ми хочемо, щоб вони в нас ставили, от в чому є величезна проблема. Зараз он поставили у Празі, наша постановочна група поставила виставу. Дуже гарно сприйнята вистава. Я думаю, що Іван Уривський і Давид Петросян підуть по руках, і в цьому є велика проблема. Вони повинні затриматися тут, ми їх хочемо тут бачити, вони гарно

бачать світ і свій варіант театру вони добре репрезентують на сцені нашого театру. Я думаю, що запрошувати режисерів можна тільки тоді, коли ти в ньому впевнений, що він фахівець. Якщо ти запрошуєш режисера, який три вистави поставив і всі не були успішні, тільки тому, що він з Прибалтики – це погано. Тому я за те, щоб запрошувати. Це досить позитивно впливає на імідж театру, і, найголовніше, на європейський імідж театру, тому що театру треба себе презентувати в Європі, і тоді режисери, які там працюють, побачивши трупку, вони будуть їхати сюди.

Назвіть, будь ласка, п'ятірку найпопулярніших вистав театру на сьогодні.

Ну давайте почнемо з «Конотопської відьми», «Співай, Лоло, співай», «Каріолан», «Річард III». Ну я всі назвав би, але їх п'ятдесят, вони всі гарні, вони всі відвідуються. І ще одне важливе для організації глядача, що різні вистави мають різні ціни. На одні максимальні ціни, на ті, що довше йдуть, вони менші. Це дає можливість збалансувати попит глядача.

У театрі є українська драматургія?

«Конотопська відьма», «Мартин Боруля» «Шельменко-денщик», «Кайдашева сім'я» вже 15 років іде.

У чому особливість сучасного репертуару театру Франка?

– У тому, що репертуар і вистави зрозумілі для глядачів, вони всі йдуть у європейському контексті. «Авіньйон» – це серйозний фестиваль. Якщо починають запрошувати театр на фестивалі – це значить, що він чогось вартий. Будапешт запрошував на фестивалі та все чекають, коли наш театр приїде.

Як зараз глядач реагує на зміну репертуару? Йде на нові вистави чи ні?

На хороші йде, на погані не піде.

Яка середня наповненість глядацької зали?

Більше 90%. Тому що є наказ Міністерства культури про те, щоб 70 місць бронювати на кожен день. Виходячи з цього немає 100% наповненості зали.

Скільки наразі в театрі є різних сцен?

Дві сцени. Це фактично два театри зі своїм повноцінним репертуаром.

Як відбувається відвідання інших сцен?

100% наповненість, тому що там мало місць. Всі 130 місць розкуповують.

Яка ваша оцінка фінансування театру імені Франка?

Фінансується не театр, фінансуються глядачі. Тому що загальні витрати театру, вони не можуть скуповуватися тим, що заробляємо, а глядачі не можуть оплатити собівартість квитка, тому держава фінансує глядача і додає нам ці гроші як доходну частину. Це не покриття збитків театру. Це фінансування глядача. Воно співпадає з видатками театру, раніше не співпадало.

Наразі змінилося керівництво театру. Які новаторські зміни відбулися у зв'язку з цим?

Оголошено про те, що будуть нові режисери приїздити і що сьогоднішній театр оновлюється, бо має значення. Навіть ці крісла, що тут стоять, це зміна певна. Знову ж таки ремонти, які йдуть в театрі, там зробити досить сучасні акторські гримерки. Зараз будуть відмінити завісу, що ми вже планували довго зробити, але не могли через певні проблеми з тендером, але проблему вирішено і буде зроблена нова завіса. Тобто театр розвивається, в театрі робляться нові речі, ремонтуються старі, відбувається реконструкція та реставрація. Це все залежить і від коштів, і від прокату, бо зупинити театр на місяць можна, але зупинити театр на рік не можна, і тому робити ремонти по черзі.

Чи плануються закордонні театральні гастролі? Якщо так, то які?

На сьогоднішній день фестивальний рух – це є закордонні гастролі. Тому що, щоб виїхати на гастролі треба мати продюсера. У перспективі вони плануються. Закордонні режисери можуть вивезти на гастролі з місцевими продюсерами. Залучаються закордонні продюсери. У нас був Йохан Хан, він возив нас по всій Європі. Зараз цей продюсер переключився на Китай. Ми теж їздили в Китай, але вже не через нього, а через китайську мистецьку академію. Їздили туди років п'ять підряд і отримували там всі перші премії. За всі п'ять поїздок.

Які проблеми існують сьогодні в театрі у зв'язку з військової агресією?

Яка кадрова політика?

Повітряна тривога – це перша проблема, оскільки треба переривати виставу. Хлопці наші, біля двадцяти людей служать в армії, один із працівників театру загинув, один хороший актор зник безвісти. Кадрових проблем у театрі немає.

Як ви бачите розвиток театру імені Франка на найближчу перспективу?

У театрі планується ще одну третю сцену зробити.

Чому глядач сьогодні активно відвідує театр імені Франка?

Тому що це найкращий театр у Києві.