

Г. Омич

ОСНОВНІ НАПРЯМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У ТЕАТРІ

А. Отыч

MAIN DIRECTIONS OF MARKETING COMMUNICATIONS IN THEATRE

Сьогодні театр виходить за межі традиційної сцени, активізуючи свою присутність у цифровому просторі, співпрацюючи з бізнесом і залучаючи інноваційні методи взаємодії з аудиторією. Ефективна маркетингова стратегія театру базується на двох ключових напрямках: на цифровому маркетингу та соціальних мережах. Також театри дедалі частіше використовують онлайн-платформи для просування своїх постановок. Instagram, Facebook, TikTok, YouTube допомагають створювати відеоанонси, інтерактивний контент, а також залучати нову аудиторію через пряму комунікацію, брендинг та візуальну айдентіку. Важливим аспектом маркетингової стратегії є формування впізнаваного іміджу театру, логотип, стиль афіш та оформлення приміщення, колаборації та партнерські проекти. Театри активно співпрацюють із комерційними брендами, креативними агенціями, освітніми установами та громадськими організаціями. Це дає змогу не лише розширити коло глядачів, а й залучити додаткові ресурси на розвиток проектів.

Проведення відкритих репетицій, театральних воркшопів, публічних читань сценаріїв та зустрічей з акторами сприяє формуванню лояльності до театру. Це також дозволяє розширити культурний вплив театрального мистецтва. Важливим маркетинговим інструментом є система знижок, абонементні програми, спеціальні пропозиції для студентів та родинні квитки, що стимулює відвідуваність вистав.

В процесі активного впровадження маркетингових стратегій, українські театри стикаються з низкою труднощів: обмежені фінансові ресурси, що ускладнюють реалізацію масштабних рекламних кампаній; зміни в споживчих звичках глядачів, які дедалі частіше надають перевагу цифровим розвагам; високий рівень конкуренції з кіноіндустрією; стрімінговими сервісами та іншими видами дозвілля.

У процесі дослідження було доведено, що український театр активно адаптується до сучасних умов, впроваджуючи ефективні маркетингові комунікації. Використання цифрових технологій, розвиток брендингу, співпраця з бізнесом і впровадження інтерактивних форматів дозволяють театрам не лише зберігати свою аудиторію, а й залучати нових глядачів. У майбутньому подальша інтеграція маркетингових стратегій стане ключовим фактором успішного розвитку театрального мистецтва в Україні.

О. Любченко, П. Кучин, В. Кучина

ІМЕРСИВНИЙ ТЕАТР ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ПРОФЕСІЮ АКТОРА

О. Lyubchenko, P. Kuchin, V. Kuchina

IMMERSIVE THEATRE AND ITS IMPACT ON THE PROFESSION OF AN ACTOR

Сучасний театральний процес постійно еволюціонує, і одним із найбільш прогресивних напрямів є іммерсивний театр. Цей жанр пропонує унікальний досвід як для глядача, так і для актора, оскільки стирає межі між сценою та аудиторією. У такому театрі глядач не просто спостерігає за виставою, а є її частиною, що змінює традиційні уявлення про акторську майстерність і вимагає від виконавця нових професійних навичок.