

взаємодії, коли партнери або друзі сприймають світ однаково й гармонійно доповнюють один одного.

Дослідження цього феномену показують, що почуття духовної прихильності сприяє позитивній самооцінці, зниженню рівня тривожності та розвитку саморефлексії. Людина, яка має духовно близьку людину, легше долає життєві труднощі, оскільки відчуває підтримку на глибшому екзистенційному рівні. При цьому необхідно розуміти, що справжнього духовного зв'язку не може бути без внутрішньої гармонії — тільки доросла людина може побачити в іншій людині споріднену душу, не намагаючись його змінити або підкорити.

Цікавим є також соціально-культурний аспект проблеми. У сучасному світі, де спілкування все частіше відбувається у віртуальному просторі, люди гостро потребують справжніх глибоких стосунків, основаних на довірі та душевній відкритості. Тому тема споріднених душ стає особливо актуальною. Вона відображає прагнення сучасної людини до щирості, справжності та подолання самотності — однієї з головних проблем ХХІ ст.

Таким чином, феномен спорідненої душі можна вважати унікальним поєднанням філософських, психологічних та етичних аспектів людського існування. У ньому розкривається прагнення людини до духовної єдності, гармонії та любові як найвищого прояву людяності. Розуміння цього феномену не тільки допомагає зрозуміти природу стосунків між індивідами, але й сприяє формуванню людських цінностей як основи сучасної культури та освіти.

Г. Отич

АВТОРСЬКЕ ПРАВО ЯК СКЛАДОВА ЕТИЧНОЇ ТА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ СУЧАСНОГО ТЕАТРУ

Н. Отыч

COPYRIGHT AS A COMPONENT OF THE ETHICAL AND MARKETING STRATEGY OF CONTEMPORARY THEATRE

У сучасних умовах розвитку культурної індустрії театр виступає не лише осередком творчості, а й повноцінним учасником ринку культурних послуг, де правова грамотність і дотримання норм інтелектуальної власності стають невід'ємними елементами успішного брендингу. Авторське право в цьому контексті виконує подвійну функцію: воно є юридичним механізмом охорони творчих результатів і водночас важливою частиною маркетингової стратегії театру. Саме повага до авторських прав формує репутацію театральної установи як відповідального суб'єкта культурного процесу, що діє в правовому полі й демонструє високу етичну культуру.

Дотримання авторського права — це не лише юридичний обов'язок, визначений Законом України «Про авторське право і суміжні права» (№ 2811-IX від 1 грудня 2022 р.), а й важливий чинник формування позитивного іміджу театру в очах глядачів, партнерів, донорів та грантодавців. Згідно із Законом, охороні підлягають усі твори, незалежно від форми їх вираження, що для театру означає правову захищеність літературних п'єс, перекладів, музичних композицій, сценографічних рішень, режисерських концепцій і навіть акторських інтерпретацій. Усе це становить

не лише художню, а й маркетингову цінність театрального продукту, адже саме через ці елементи вибудовується комунікація з аудиторією.

У системі маркетингових комунікацій театру дотримання авторського права виконує функцію легітимації творчої діяльності. Театр, який демонструє прозорість у використанні чужих творів, створює атмосферу довіри, що є основою його репутаційного капіталу. Коректне зазначення авторства в програмках, афішах, рекламних матеріалах і публікаціях виступає не лише вимогою закону, а й маркетинговим прийомом персоналізації контенту: глядач краще сприймає виставу, коли бачить у ній знайомі імена драматургів, композиторів або художників. Так театр розширює комунікаційне поле, залучаючи нові аудиторії та підкреслюючи власну повагу до творчих особистостей.

Важливою складовою правомірного використання творів у театрі є процес адаптації літературних джерел. Інсценізація, переклад чи будь-яке скорочення тексту потребують згоди автора або його правонаступників. Водночас цей процес має значний маркетинговий потенціал: правомірна адаптація літературного матеріалу може перетворитися на успішний комунікаційний продукт, що поєднує відомий текст і сучасну сценічну форму. Театр, який дотримує правових норм при створенні інсценізацій, демонструє не лише професіоналізм, а й етичну зрілість, що позитивно впливає на його бренд. Натомість порушення авторських прав, неузгоджені зміни чи відсутність дозволу на постановку можуть спричинити репутаційні втрати, оскільки публічні конфлікти у цій сфері сприймаються глядачами як прояв неповаги до митців і недоброчесності.

Моральні права автора — право на ім'я, на недоторканність твору, на оприлюднення — у сучасному театральному середовищі мають не лише етичне, а й маркетингове значення. Театр, який відкрито декларує повагу до авторів і не допускає спотворення першотвору, формує імідж закладу з високими моральними стандартами. У добу соціальних медіа така позиція набуває особливого значення: будь-яке порушення авторських прав миттєво стає відомим публіці, підриваючи довіру до театру. Водночас прозорість правових відносин може бути використана як складова маркетингової комунікації — приклад корпоративної культури, основаної на етичності та відповідальності. Такий театр стає більш привабливим для партнерів, інвесторів і міжнародних культурних програм, які віддають перевагу установам, що діють відповідно до європейських стандартів інтелектуальної власності.

Договірна практика також становить важливу частину маркетингової стратегії театру. Укладання авторських договорів із драматургами, композиторами, перекладачами, сценографами та виконавцями не лише врегульовує фінансові питання, а й забезпечує сталість і легітимність маркетингового продукту. Наявність чіткої договірної бази захищає театр від судових ризиків, дозволяє брати участь у міжнародних фестивалях і грантових програмах, зміцнює довіру партнерів. Такий підхід свідчить про високий рівень управління інтелектуальними ресурсами і формує уявлення про театр як про професійний, надійний та прозорий бренд. В українській практиці цей підхід поступово поширюється завдяки співпраці з організаціями колективного управління (ОКУ), які забезпечують виплату винагород авторам і правласникам, контролюють законність публічного виконання музичних і літературних творів.

Особливу увагу слід приділити дотриманню авторського права в контексті креативного маркетингу. Сучасні театри активно використовують цифрові формати — відеотрейлери, онлайн-трансляції, подкасти, афіші, інтерактивні пости в соціальних мережах. Кожен із цих елементів є об'єктом правового регулювання, оскільки передбачає використання фотографій, музики, графіки, текстів. Використання будь-якого контенту без дозволу правовласників є не лише порушенням закону, а й репутаційною загрозою. Глядачі все частіше оцінюють не лише художній рівень вистави, а й поведінку театру в інформаційному просторі, тому дотримання авторських прав у рекламних і промоційних кампаніях стає маркером професійної етики і підвищує довіру до бренду.

Таким чином, авторське право у сфері театрального мистецтва є важливим інструментом стратегічного управління. Воно поєднує юридичну, етичну та маркетингову функції, забезпечуючи легітимність творчої діяльності, зміцнюючи довіру глядачів і партнерів, підтримуючи позитивний імідж театру в публічному просторі. Правова культура стає частиною комунікаційної політики театру, а її дотримання — умовою ефективної реалізації маркетингових стратегій. Театр, який поважає авторські права, позиціонує себе не лише як осередок мистецьких інновацій, а й як відповідальний суб'єкт культурної дипломатії, що формує позитивний образ українського мистецтва у світі. Отже, у системі маркетингових комунікацій дотримання авторського права є не додатковою вимогою, а невід'ємною частиною конкурентоспроможності, етичності й довгострокового розвитку сучасного українського театру.

Н. Пека

ПРОБЛЕМИ АВТОРСЬКОГО ПРАВА В ТЕАТРАЛЬНІЙ АДАПТАЦІЇ ТВОРІВ ІВАНА БАГРЯНОГО

N. Pecka

COPYRIGHT ISSUES IN THE THEATRE ADAPTATION OF THE WORKS OF IVAN BAHRIANYI

Сценічна адаптація літературного твору — це складний творчо-правовий процес, у якому поєднуються художня інтерпретація та юридична відповідальність. Театр завжди був місцем свободи, експерименту і переосмислення, однак ця свобода не означає всюдозволеність. Створюючи сценічний образ за мотивами літературного джерела, актор, режисер і вся творча група мають діяти в межах чинного законодавства, зокрема Закону України «Про авторське право і суміжні права» № 2811-IX від 1 грудня 2022 р. Згідно з його положеннями, будь-яке використання твору — переклад, інсценізація, екранізація або сценічна композиція — вважається переробкою (адаптацією) і вимагає згоди правовласника.

У контексті творчості Івана Багряного ці вимоги мають особливу актуальність. Письменник, який залишив глибокий слід у національній культурі, помер у 1963 р., тому майнові авторські права на його твори залишатимуться чинними до 1 січня 2034 р. Це означає, що театральні постановки за романом «Тигролови» чи іншими творами потребують письмового дозволу спадкоємців або офіційних представників родини. На практиці ж в Україні тривалий час твори Багряного інсценізувалися і перевидавалися без належного правового врегулювання. Лише