

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
КУЛЬТУРИ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ
КАФЕДРА СЦЕНІЧНОГО МИСТЕЦТВА І КУЛЬТУРИ**

ДЕМОНСТРАЦІЯ ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

**«Продюсування камерної драми: особливості постановки «Двоє на
гойдалках» Вільяма Гібсона»**

Ниципорович Лілія Сергіївна
здобувач першого бакалаврського
рівня вищої освіти
спеціальність - 026 Сценічне мистецтво
ОП «Акторська майстерність та
продюсування»

Керівник продюсерського проєкту –
кандидат філософських наук, доцент
Матяш Сергій Вікторович

Київ 2025

ЗМІСТ

1. ВСТУП.....	3
2. КОНЦЕПЦІЯ ПОСТАНОВКИ.....	4
2.1 Інформація про п'єсу.....	4
2.2 Короткий сюжет п'єси.....	4
2.3 Основна ідея та тема.....	5
2.4 Цільова аудиторія.....	5
3. ХУДОЖНЯ КОНЦЕПЦІЯ.....	6
3.1 Сценографія.....	6
3.2 Костюми.....	6
3.3 Світло.....	7
3.4 Музичне оформлення.....	7
3.5 Акценти.....	8
4. ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП.....	8
4.1 Творча команда та їхні ролі.....	9
4.2 Вибір локації.....	10
4.3 Планування бюджету.....	10
4.4 Пошук джерел фінансування.....	11
4.5 Прогнозовані доходи.....	12
5. ТВОРЧО-ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС.....	12
6. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ.....	12
7. МОЖЛИВІ РИЗИКИ ТА СТРАТЕГІЇ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ.....	14
8. ПРЕЗЕНТАЦІЙНИЙ ТА ПІДСУМКОВИЙ ЕТАПИ.....	15
8.1. Очікувані результати та перспективи	16
9. ЮРИДИЧНИЙ СУПРОВІД ПРОЄКТУ.....	17
10. ВИСНОВКИ ТА ПІДСУМКИ РЕАЛІЗАЦІЇ.....	19
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	20

ВСТУП

Продюсування є комплексним процесом організації, фінансування та управління творчими проєктами у будь-якій сфері, зокрема театру та кіно. Продюсер не лише забезпечує фінансову подушку для реалізації мистецької ідеї, а й координує всі етапи виробництва: від формування творчої та технічної команди, розробки бюджету - до контролю над виробничим процесом, просуванням проєкту та його представленням глядачеві.

Вважаю важливим для студентів, що навчаються на театральному факультеті за спеціальністю "актор театру і кіно", такий досвід роботи з продюсування для розширення професійного кругозору та здобуття практичних знань про те, як функціонує театральний або кінопроєкт зсередини. Розуміння основ продюсерської діяльності допомагає акторам краще орієнтуватися у творчому процесі - від ідеї до реалізації вистави чи фільму.

Актор, який знає, як формується бюджет, планується репетиційний та знімальний процес, відбувається пошук фінансування або ведуться переговори з командою, стає більш свідомим, відповідальним і самостійним учасником творчого ринку.

Також такі знання відкривають можливість у майбутньому самостійно мати бажання придумати та реалізовувати власні художні проєкти.

Формат проєкту віртуальний, але навіть у запропонованому форматі дозволяє опанувати важливі навички планування, менеджменту та комунікації, які є актуальними в сучасному театральному середовищі і навіть просто корисними для звичайних людей. Крім того, цей проєкт розвиває власну креативність та фантазію. Під час роботи над ним можна опанувати себе у ролях багатьох спеціальностей. Стати і режисером, і художником зі звуку і т.д.

Думаю цей проєкт дає розуміння великої відповідальності - якості, що є необхідною не лише продюсерам, але й сучасним акторам, що прагнуть бути активними учасниками культурного процесу, а не лише виконавцями.

2. КОНЦЕПЦІЯ ПОСТАНОВКИ

Головною метою мого дипломного продюсерського проєкту є дослідження й реалізація камерної драми. Це особлива театральна форма висловлювання, що дозволяє створити максимально інтимний зв'язок між акторами та глядачем. До того ж я обрала п'єсу “ Двоє на гойдалках” адже вважаю її легкою для реалізації і перевезень під час майбутніх гастролей, так як у ній задіяні лише два персонажі. Головний фокус постановки я акцентую на внутрішньому світі персонажів, нюансах їхньої взаємодії та впливу середовища на особистість і внутрішнє “Я”.

У продюсерській роботі ключовим є створення умов, у яких камерність не обмежує, а навпаки підсилює емоційний резонанс. Особлива увага буде приділена:

1. Пошуку майданчика. Це має бути невелика сцена (бажано театру), що дозволяє глядачу бути «свідком» діалогу, ніби спостерігати за подіями у чужих стосунках , як за вікном;
2. Кастингу акторів з потужною емоційною виразністю;
3. Художньому рішенню простору (мінімалістичні декорації, що підкреслюють зміну психологічних станів);
4. Звуковому оформленню та світлу як драматургічним інструментам, що допомагають глибше проникнути у людські душі.

2.1 Інформація про п'єсу

“Двоє на гойдалках”— це п'єса для двох осіб, написана американським драматургом Вільямом Гібсоном. Оригінальна назва: "Two for the Seesaw". Тривалість вистави: 2 дії (близько 2 годин із антрактом). Прем'єра п'єси на Бродвеї відбулася 16 січня 1958 року в театрі Бут у Нью-Йорку, там же було зіграно 750 вистав. Ця п'єса стала бродвейським дебютом письменника. Пізніше п'єса була адаптована у фільм з однойменною назвою в 1962 році режисером Робертом Вайзом , у головних ролях зіграли Роберт Мітчем та Ширлі Маклейн.

Жанр п'єси - лірична драма (мелодрама з елементами психологічного аналізу та комедії). Іноді класифікується як психологічна драма або камерна п'єса.

2.2 Короткий сюжет п'єси

Дія вистави починається у вересні. Джеррі Раян, нещодавно розлучений адвокат середнього віку, переїжджає з Омахи, штат Небраска, до Нью-Йорка, щоб розлучитися зі своєю колишньою дружиною Тесс. Гіттель Моска, ексцентрична уродженка Бронкса, — вільна танцівниця, яка бореться з недугами шлунка. Після випадкової зустрічі вони домовляються про побачення, що закінчується романтичними стосунками між Раяном і Москою. Минає місяць. Відмінності між Раяном і Москою стають дедалі помітнішими, оскільки вони проводять більше часу разом. Коли Раян намагається знайти роботу адвокатом, Моска стає жертвою кровоточивої виразки. Перший акт закінчується в лютому, коли Раян відводить Моску до лікарні.

Другий акт починається в березні, Моска одужує від кровоточивої виразки, а Раян піклується про неї. Під час цього акту дзвінки Раяна з колишньою дружиною Тесс стають частішими, що призводить до того, що він зізнається Мосці, що все ще закоханий у неї. Він повертається до Небраски, щоб відновити свої стосунки з Тесс, тоді як Моска залишається в Нью-Йорку. П'єса закінчується в травні останнім телефонним дзвінком між Раяном і Москою, під час якого вони дякують одне одному за короткі, але змістовні стосунки.

2.3 Основна ідея та тема

П'єса досліджує складні стосунки між двома самотніми людьми, які намагаються знайти опору та підтримку один в одному, взаєморозуміння та любов. Через внутрішні травми головних героїв, що постають перед проблемами актуальними і сучасним людям такими як: потреба в емоційній близькості, бажання бути почутим, страх самотності і втрати, а також внутрішню боротьбу між відкритістю та самозахистом, глядач може привідкрити двері у своє минуле і пізнати себе глибше, побачити себе у постаті головних героїв через проведення паралелі між своїм життям і життям персонажів п'єси.

Головна ідея — це протистояння між прагненням до пізнання партнера та себе через нього, та страхом бути кинутим і спорожнілим, а також труднощі спілкування між людьми, які зовсім різні та мають багато дитячих травм з якими крокують по життю і не поспішають їх позбутись.

П'єса вирізняється глибиною психологічного аналізу, тонким балансом між драмою та іронією, а також винятковою інтимністю, що робить її ідеальним матеріалом для камерної постановки.

2.4 Цільова аудиторія

- Дорослі глядачі (16+)
- Шанувальники інтелектуального театру
- Ті, хто цікавиться психологічними драмами про стосунки
- Глядачі, які цінують камерні вистави з глибокими діалогами

3. ХУДОЖНЯ КОНЦЕПЦІЯ

Основне бажання у постановці показати тендітність та ламкість людських стосунків через візуальні символи гойдалки як метафори нестабільності почуттів, постійних емоційних розгонів і уповільнень, іноді навіть зупинки. Режисура акцентуватиме увагу на психологічному напруженні між героями, використовуючи контрасти світла, музики та сценічного простору.

3.1 Сценографія

Камерна сцена з чорною завісою. Простір розділений навпіл: перша зона- квартира Джеррі, друга - квартира Гітель.

Квартира Джеррі — мінімалістична, холодна, з темними відтінками (сірі, сині кольори).

Квартира Гітель — тепла, затишна, з елементами творчого безладу (жовті, помаранчеві кольори, книжки, полотна, квіти).

Мінімум меблів, усе багатофункціональне й пересувне:

- розкладний диван-ліжко виконує подвійну функцію - місце для сну, відпочинку та платформа для конфлікту або близькості. У сценах конфлікту актори можуть використовувати його як фізичний бар'єр.
- стілець-гойдалка або мотузкове сидіння - пряма асоціація з назвою. Може бути постійною чи з'являтися тільки в особливо гострих сценах, щоб підкреслити асоціацію з емоційними відносинами.
- дзеркало, підвішене під кутом, — як символ самоаналізу й викривленого сприйняття себе чи одне одного.
- два стаціонарні телефони, через які протягом вистави спілкуються герої.

На заднику можна використовувати відеопроєкції Нью-Йорка 1950-х, що час від часу з'являються та зникають. У певні моменти можна вводити тіньові проєкції героїв, які рухаються незалежно від їхніх тіл — візуальний символ роздвоєння, психічної боротьби.

3.2 Костюми

Так як Джеррі адвокат він одягнений у строгі костюми темних відтінків (сірий, чорний, синій, коричневий), які поступово стають менш офіційними у міру розвитку стосунків.

Гітель у платті чи юбці з блузою, щоб підкреслити її жіночність та витонченість. Яскраві, легкі тканини. Може бути шовк, шифон чи сатин.

Костюми змінюються відповідно до емоційного стану героїв — наприклад, під час конфліктів кольори стають більш тьманими.

3.3 Світло

Світло мінімальне. Чорно-біла гама з поступовим введенням світлих кольорів, які символізують надію та тепло. У виставі не буде різнобарвного освітлення, щоб не створювався ефект вистави, а навпаки глядач ніби сусід, що спостерігає за подіями у будинку іншої людини. Холодне, приглушене світло у сценах самотності та теплі відтінки у сценах близькості. Можна додати дві світлові пушки, щоб іноді акцентувати саме двох героїв і нічого більше. Проекції тіней героїв на стіни для підсилення емоційної напруги.

3.4 Музичне оформлення

Музика є відображенням душі. Музика ніби співпереживає і підтримує, дає можливість поглянути у себе і виплеснути всі свої емоції. Вона ілюзійно позбавляє від самотності і додає впевненості в собі. Наповнює нас енергією і задає ритм життя. Кожна подія знаходить своє відображення в музиці і звичайно вона не може пройти повз вистави. Для музичного оформлення вистави “ Двоє на гойдалках” я обрала джазові композиції та блюз, що створюють атмосферу Нью-Йорка 50-х років. Джаз – це танцювальна музика. Вона весела, надає бадьорості та гарного настрою в той час як блюз - є відображенням смутку, болю та меланхолії. Серед представників я обрала б Ma Rainey, Ray Charles, Frank Sinatra, Ben E King. Використання звуків годинника та скрипу гойдалки, як символу плину часу та коливань емоцій.

Я люблю, коли у вистави є один головний лейтмотив. Таким чином обрана композиція зможе закарбуватись у пам'яті глядачів і як наслідок викликатиме асоціацію у людей з виставою під час прослуховування її поза межами театру. Так глядачі зможуть пам'ятати виставу якомога довше. Для цієї вистави я обираю основною композицію без тексту, у виконанні глибоких та щімлих музичних інструментів, що

смикають самі заржавілі струни душі і знімають з них усю іржу та ніби зцілюють зсередини.

3.5 Акценти

- Постановка зосереджена на внутрішніх монологів персонажів, які озвучуються у вигляді голосів за сценою під час пауз між діалогами.
- Використання символіки води, наприклад, дощ за вікно. Він відображає ніби емоційний стан героїв.

4. ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП

Перший етап роботи розпочинається з дослідження театрального ринку. Аналізу нинішніх тенденцій у театральному мистецтві. До чого народжується потяг глядача, на що він полює і чого потребує понад усе. Схиляючись до результатів аналізу починається тривалий пошук матеріалу та фантазування над його основною думкою та ідеєю. Вважаю, що п'єса “Двоє на гойдалках” наразі відповідає попиту глядача. Гадаю у цей час глядач хоче ніби стати “співучасником” сцени і бажає емоційної близькості. Глядач потребує живого контакту, дотику, правдивих емоцій, чесності. Бажає віднайти у головних героях себе, свою історію та відповідь на внутрішні питання, страхи. Отримати катарсис та зцілення.

Так як обрана мною п'єса є достатньо відомою та вже зайняла своє значне місце в історії, вона має великий досвід постановок та різних адаптацій. Отже, треба провести аналіз конкурентів, щоб мати успіх у власній постановці без повторів інших режисур та театральних проявів. Вивчити досвід і критику постановок "Двоє на гойдалках" в інших театрах і не тільки України, а й за кордоном. Не зайвим буде також вивчення успішних театральних вистав схожого жанру. Розібрати сильні і слабкі сторони конкурентних вистав. І ось після цього починається пошук та визначення особливих рис власної постановки, чим вона відрізнятиметься від безлічі інших вистав, чим має захопити та надихнути глядача.

Наступним етапом є створення плану дій. Звичайно потрібна допомога та практичні навички інших людей, отже потрібно набрати творчу команду, що буде відповідати всім потребам проєкту. Режисерський погляд на цю виставу та підхід до неї має відповідати власному. Режисер має доповнити та підсилити задум вистави, привнести своє унікальне режисерське бачення. Пошук нестандартних художніх та сценографічних рішень за допомогою залучення професіоналів цієї діяльності. Визначення

маркетингових методів просування проєкту для охоплення більшої аудиторії. Пошук шляхів співпраці з театральними майданчиками та культурними організаціями. Проведення кастингу акторів відповідно до типажу й вимог ролей. Вирішення великої кількості адміністративних питань. У підсумку завершення першого етапу підготовки укладення договорів з учасниками проєкту.

4.1 Творча команда та їхні ролі:

- Режисер - головний створювач магії театральної вистави, займається творчим процесом, розробляє концепцію та проводить репетиції.
- Продюсер - організовує та контролює виробничий процес, займається пошуком фінансової бази, а також здійснює рекламні заходи, пов'язані з просуванням та популяризацією вистави.
- Адміністратор - посередник між творчою командою та глядачем. Консультує з питань, що стосуються послуг, які надає організація. Створює комфортні умови для обох сторін.
- Драматург - контролює переклад п'єси, пристосовує текст більш до сучасних реалій.
- Актори - виконують головні ролі у виставі, беруть участь у репетиціях та роботі над персонажами, привносять свої бачення і ідеї у виставу.
- Сценографи - розробляють декорації, відповідно до ідейного задуму постановки.
- Художники зі світла - створюють освітлення, яке допомагає відчувати та побачити глибше виставу і сприйняти емоційний стан героїв.
- Художники по костюмах - підбирають та створюють костюми персонажів відповідно до століття, років, тенденції моди того часу.
- Звукорежисер - відповідає за музичний супровід та звукові доповнення у виставі. Має глибоко відчувати музику та виставу, щоб вона була єдиним цілим з виставою.
- Хореограф - відповідає за пластичні доповнення, роботу з тілом акторів. Іноді тілом чи його рухом можна сказати більше, ніж словами.

4.2 Вибір локації

Крок наступний проаналізувати доступні камерні сцени можливих театрів, арт-просторів. Як приклад, чудово міг би підійти Національний

академічний драматичний театр імені Лесі Українки. Він має професійне технічне обладнання, зручне розташування у центрі міста, метро Театральна. Місткість залу: приблизно 70–90 місць, що дозволяє створити ефект інтимного спілкування та дотику з глядачем. Якщо всі умови підходять наступним кроком є укладання договору оренди простору для репетицій і показів.

4.3 Планування бюджету

Витрати на оренду приміщень:

- Для економії бюджету чудовим варіантом є оренда більш дешевого репетиційного залу, так як оренда театру достатньо висока. Отже, репетиційний зал (30 днів) - 30 000 грн. Вартість 1 дня репетицій у залі приблизно 800-1 000 грн. Якщо простір із дзеркалами й технікою - ближче до 1 000 грн.
- Оренда театральної камерної зали для генеральних прогонів вистави (5 вистав) - 65 000 грн. Один показ у національному театрі (мала сцена): 12 000 - 15 000 грн. В залежності від технічних вимог.
- Комунальні витрати та прибирання - 7 000 грн.

Загалом: 87 000 грн

Заробітна плата акторів та інших учасників

- Гонорар акторів (2 актори по 15 000 грн) - 30 000 грн. Для камерної драми (10-12 репетицій + 5 показів) цього достатньо.
- Режисер - 25 000 грн. Залежить від статусу та досвіду режисера.
- Художник-постановник - 15 000 грн. Загалом ця вистава потребує мінімалізму. тому робота над декораціями не складна.
- Костюмер - 4 000 - 6 000 грн. Для двох персонажів треба зібрати пару костюмів з існуючого гардеробу або секонд-хенду. Також актори можуть пропонувати власний одяг.
- Освітлювач - 8 000 грн. Якщо сцена театру надає технічну базу, ця сума покриває програмування.
- Звукорежисер - 8 000 грн. Невелика кількість музики.
- Адміністратор - 15 000 грн. Сюди входить координування, зв'язок із командою, організація глядача.
- Хореограф - 5 000 грн. (2-3 репетиції по 2 години + участь у генеральному прогоні)

Загалом: 112 000 грн

Вартість матеріалів для сценографії та костюмів

- Декорації - 20 000 грн
- Костюми - 5 000 грн
- Реквізит - 5 000 грн

Загалом: 30 000 грн

Інші витрати

- Реклама (постери, соцмережі, таргетована реклама) - 30 000 грн.
- Технічне обладнання. Прокат та оренда пристроїв, доставка - 20 000 грн.
- Транспортні витрати - 5 000 грн.
- Загалом: 55 000 грн

Загальні витрати: 284 000 грн

4.4 Пошук джерел фінансування

- Державні: Український культурний фонд (УКФ), Міністерство культури та інформаційної політики України.
- Міжнародні: програми ЄС, фонди підтримки мистецтв (наприклад, Goethe-Institut, British Council).
- Локальні культурні гранти від міських рад або приватних фондів.
- Спонсорська підтримка від бізнесу (банки, великі компанії, меценати).
- Збір коштів через платформи на зразок Kickstarter, Patreon.
- Квиткові передзамовлення та продаж абонементів.
- Інвестиції від приватних осіб чи організацій.
- Партнерство з театрами та культурними центрами.
- Благодійні внески та донати.
- Власні кошти.

4.5 Прогнозовані доходи

- Фінансове забезпечення від продажу квитків. Середня ціна квитка приблизно 500 грн, 80 місць, 5 вистав - 200 000 грн
- Спонсорська підтримка - 100 000 грн
- Партнерства (інформаційні партнери, обмін послугами) - 30 000 грн

Загалом: 330 000 грн. Прибуток вийшов невеликий, але його можна збільшити за рахунок додаткових вистав або пошуку нових партнерів.

5. ТВОРЧО-ВИРОБНИЧИЙ ПРОЦЕС

Репетиційний процес цієї вистави займає приблизно місяць, так як акторська труппа невелика і це значно полегшує можливості репетицій. Для двох професійних акторів всього 10-15 репетицій достатньо, щоб увійти у виставу і створити образи у ній. Графік роботи складається з 4-5 репетицій на тиждень по 3-4 години. Він включає в себе:

- Розробка зручного графіку репетицій.
- Читки та вивчення п'єси, робота над постановкою.
- Поступове додавання декорацій, костюмів, реквізиту, світлового та звукового оформлення.
- Генеральні прогони.

Технічне виробництво вистави (2-3 тижні). Включає в себе:

- Пошук матеріалів
- Створення або оренда декорацій.
- Пошиття костюмів.
- Примірки костюмів.
- Розробка світлових і звукових партитур.
- Монтаж на майданчику.

Попередні прогони та генеральна репетиція (3 дні).

Технічні прогони, два повних прогони та генеральний прогін з залученням фокус-групи для перегляду та надання своїх вражень і критики. Це можуть бути педагоги, колеги, театральні критики. Звернувши увагу на фінальну оцінку професіоналів можна встигнути підкоригувати щось всередині вистави, щоб прем'єра пройшла успішно.

6. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ

1. Насамперед перше глядацьке знайомство з виставою через афішу. Тому треба відповідально підійти до цього питання, адже афіша може як і пробудити цікавість та бажання прийти на виставу, так і відбити його. Для цієї вистави афіша має бути мінімалістичною, камерною так

- би мовити, але в той же час емоційною. Можна організувати фотозйомку з акторами в образах, щоб глядачі одразу розуміли кого вони бачитимуть на сцені. Багато людей ходять на певні вистави через свою любов до акторів, що там грають і навпаки. Або можна замовити ілюстративну афішу без справжніх обличч акторів. Створити три формати афіш: вертикальні для вулиці та метро (A1, A0), квадратні для соцмереж (Instagram, Facebook), web-банери для сайтів.
2. Щоб ще глибше зацікавити глядача варто створити трейлер вистави. Основний трейлер (60-90 секунд) - з діалогами, музикою, рухом, атмосферою та тизери (15-30 секунд) - для Instagram Reels, TikTok, Facebook. Поширення у YouTube, Instagram, Facebook, сайт театру, посилання у квиткових сервісах (Concert.ua, Karabas.com).
 5. Важливо також знайти сторони, що посприяють додатковій популяризації вистави через свою аудиторію. Важливо вибудувати комунікацію та співпрацювати з медіа, блогерами, інфлюенсерами та театральними оглядачами. Створити пресрелізи, що міститимуть коротку інформацію про п'єсу, команду, творчу концепцію, унікальні особливості. Театральних блогерів, що пишуть про культуру та мистецтво можна особисто запросити на виставу за індивідуальними квитками, запропонувати зустріч з командою та ексклюзивний доступ до закулісся.
 6. Публікувати у соціальних мережах Instagram, Facebook, TikTok:
 - Цільові рекламні кампанії за інтересами
 - Пости про акторів, репетиційний процес, закадрові моменти
 - Відео-тизери ключових сцен
 - Загадкові цитати з п'єс
 7. YouTube: Інтерв'ю з акторами та режисером, короткі бліци.
 8. Телеграм-канали: Анонси у популярних міських каналах.
 9. Преса: Прес-релізи у культурних виданнях (Platfor.ma, The Village, Афіша).
 10. Радіо та подкасти: Запросити режисера, продюсера або акторів на тематичні передачі.
 11. Медіа-партнери: Platfor.ma, The Village.
 12. Запропонувати вигідну акцію, наприклад, купуй два квитки – отримай знижку 10% або продавати перші 50 квитків за спеціальною ціною.
 13. Створення колаборацій з закладами та брендами. Можуть бути спільні акції з кав'ярнями та книжковими магазинами.
 14. Інтерактивні події:
 - Відкрита репетиція з акторською дискусією.
 - Фотозона в театрі з елементами декорацій вистави.

Якщо підійти до питання поширення реклами вистави комплексно, одразу впливати на глядача з усіх боків, шукати співпрацю з усіма можливими партнерами, відомими чи навіть невідомими, це допоможе привернути увагу якомога більшої кількості аудиторії, створити атмосферу очікування навколо вистави "Двоє на гойдалках" і звичайно ж мати аншлаг на прем'єрі.

7. МОЖЛИВІ РИЗИКИ ТА СТРАТЕГІЇ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ

Ризики є завжди і важко мати безліч запасних варіантів аби їх уникнути. Проте треба бути готовими прийняти їх і продумати вихід з них наперед, аби досягти мети проєкту та мінімізації негативних наслідків та ушкоджень. Це складний і постійний процес, що вимагає уваги до дрібниць, на які люди, як правильно, закривають очі, ефективної комунікації та гнучкості у вирішенні проблем. Думаю ризиків не можна уникнути повністю, але за допомогою правильного планування, аналізу та своєчасного реагування їх можна зменшити до мінімуму та забезпечити успішне завершення продукту.

1. Незаплановані витрати

Ризик незапланованих витрат- те чого як би не хотілось уникнути, здається, ніколи не позбудишся. Завжди витрати стають більшими, як би ти не прораховував все до копійки. Неочікувані витрати, зміни валютних курсів, затримки в платежах часто призводять до перевищення бюджету та загрози. Для керування фінансовими ризиками варто ретельно розрахувати бюджет, враховувати можливі зміни та створити резервні фонди.

2. Затримка

Затримка може статись у разі невиконання чимось своєї задачі або якщо час виконання тривав довше, ніж мало бути. Іншою причиною може бути, що оцінка часу на виконання проєкту була переоціненою. Можуть впливати також зовнішні ризики, які неможливо проконтролювати чипрацівник, який не виконує своє завдання вчасно. Технічні збої.

Щоб не було затримок краще додати час на випадок непередбачуваних подій, що знаходяться поза контролем. Можна вести спостереження за часом, який витрачається на виконання завдань в рамках проєкту. У критичний момент це допоможе прискорити процес роботи, щоб вкластись у бажані строки.

3. Фінансові ризики

Ризик використання ресурсів виникає, коли недооцінена кількість ресурсів, що потребуються для реалізації проєкту. Це можуть бути люди, матеріали або бюджет. Недостача ресурсів може призвести до затримок, перевитрати коштів і зниження загальної якості продукту. Це може змусити приймати

важкі рішення про те, що зробити в першу чергу, а що можливо прибрати, щоб дійти до успішного завершення проєкту.

Перед початком реалізації задуманого розумно створити детальний план розподілу бюджету, який відображатиме використання ресурсів команди, одночасно підтримуючи загальні цілі проєкту.

4. Низька ефективність творчої групи

Якщо команда буде не на підвищеному бажанні впоратись з власними завданнями - напевне, проєкт може потерпіти невдачу та бути зруйнованим. Потрібно намагатись підтримувати постійне спілкування з групою, стати однією командою, і підтримувати цей зв'язок протягом всього терміну роботи над проєктом. Так є вірогідність особисто дізнатися про існуючі проблеми і можливість вчасно їх подолати.

Потрібно чітко повідомляти і обговорювати з членами команди правила співпраці і налагодження довіри. Важливо щоб цілі і бажання фінального результату продукту були однаковими. Це матиме позитивний вплив на керування робочим навантаженням і чіткий графік роботи працівників.

5. Репутаційні ризики

Одержання негативних відгуків та низького рівню зацікавленості у виставі, що, на жаль, дорівнює неспроможності заробити на власному проєкті.

Стратегії мінімізації це підвищений пошук можливостей співпраці з блогерами, організація попередніх показів для критиків, якісний PR-контент.

8. ПРЕЗЕНТАЦІЙНИЙ ТА ПІДСУМКОВИЙ ЕТАПИ

Прем'єра вистави є довгоочікуваним та вирішальним етапом у реалізації проєкту. Потрібно чітко організувати прем'єрний показ. Розіслати персональні запрошення критикам, театрознавцям, журналістам, блогерам та культурним діячам. Запросити представників влади, партнерів, меценатів та VIP-гостей. Чітко обговорити координацію роботи персоналу у день вистави задля підвищення безпеки. Має бути злагоджена робота всього персоналу починаючи від технічної служби, адміністраторів, білетерів і т.д.

Після прем'єри настає фаза видиху. Все що можна було зробити - зроблено. Лишилось лише поглянути на підсумки проробленої роботи. Дочекатись оцінки успіху постановки. Важливо дізнатись відгуки глядачів, провести аналіз коментарів та критики у соціальних мережах та на спеціалізованих платформах. Цікаво порівняти результат дійсного продажу квитків з плановими очікуваннями. Важливо також почути рецензію критиків. Дізнатись чи мала вистава вплив на місцеву культурну спільноту і який він був, залучити до обговорення у медіа та соціальних мережах. Обмірковувати власні відчуття і чи відповідають вони бажаним очікуванням.

Проаналізувати чи був досягнутий той результат, що був запланований. Якщо продукт мав успіх взяти до уваги всі позитивні та негативні відгуки, і за необхідності відкоригувати виставу, якщо є якісь вагомні недоліки. Наступним кроком буде ще більше розширення популяризації продукту подальшими показами. Можливо вийти за межі українського сприйняття глядачем вистави і спланувати турне за кордоном. Показати власний продукт іноземному глядачеві, щоб порівняти театральні вподобання і представити своє обличчя іншим країнам, отримати нові знайомства та можливості додаткового спонсорування. Провести звітність перед спонсорами та інвесторами. У фіналі важливо зосередитись на собі і провести аналіз власних помилок і незручностей, що виникали під час роботи від самого початку створення проєкту і до кінця. Проаналізувати команду і зрозуміти з ким надалі співпрацювати, а кого краще замінити, аби в майбутньому продукт вийшов на кращий рівень.

8.1. Очікувані результати та перспективи

Якщо реалізація проєкту матиме успіх це передбачає досягнення поставлених цілей, що мають значення як для творчої команди, так і для розвитку театального мистецтва загалом.

Очікується високий рівень постановки, що відповідатиме вимогам сучасного глядача - емоційна глибина, стильна сценографія, актуальна режисура, високий рівень акторської гри. Успішна прем'єра дозволить закріпити за проєктом імідж якісного незалежного театального продукту.

Також проєкт має бути самоокупним або прибутковим уже на етапі перших прем'єр. Окупація витрат планується за рахунок продажу квитків, фінансової підтримки партнерів та спонсорів, а також можливої монетизації контенту.

Проєкт стане інструментом для залучення нової аудиторії до камерного драматичного театру — зокрема, молоді, студентів творчих спеціальностей, культурної інтелігенції. Активне просування вистави через соціальні мережі, медіа та участь у культурних подіях сприятиме зростанню впізнаваності проєкту та театру як бренду.

Очікується залучення нових партнерів, інвесторів і меценатів, які можуть підтримати майбутні театральні ініціативи, фестивальні заявки або гастролі. Успішний результат сприятиме налагодженню довготривалої співпраці з творчою командою, що працювала над виставою, та створенню наступних проєктів на основі вже сформованого досвіду співпраці.

При чудовому сприйнятті публікою вистави планується її включення до постійного репертуару обраного театру чи незалежного простору. Вистава може мати гнучкий формат показу від класичних театральних майданчиків до адаптації під малі простори, сцени у культурних центрах,

фестивалях.

У разі успіху локальних показів розглядатиметься можливість організації гастрольного туру містами України. У подальших планах - участь у міжнародних театральних фестивалях. Вистава, завдяки камерному формату за участі лише двох акторів є мобільною, що робить її ідеальним кандидатом для виїзних гастролей.

Проект може стати прикладом успішної реалізації незалежного театального продюсування в українських реаліях. Його реалізація сприятиме професійній репутації продюсера та відкриє нові можливості для роботи в театрах, фестивалях.

9. ЮРИДИЧНИЙ СУПРОВІД ПРОЄКТУ

Авторське право в Україні ґрунтується на Конституції України, Цивільному кодексі України та Законі «Про авторське право і суміжні права». Тому треба мати дозвіл на використання п'єси «Двоє на гойдалках» Вільяма Гібсона для того, щоб втілити власний задум вистави у життя. У випадку якщо права вже у публічному надбанні, дозвіл не потрібен, але бажано зазначити це в юридичному висновку.

Наступний крок це укладання цивільно-правового договору оренди з власником театру. Розглянутими мають бути наступні запитання: кількість днів чи годин; вартість і спосіб оплати; відповідальність і наслідки за пошкодження майна; компенсації у разі скасування.

Контракти з командою також мають бути обговореними та підписаними. Наступний договір має містити: перелік послуг; строки виконання; розмір гонорару; зобов'язання щодо конфіденційності, якщо є потреба.

Опублікувати правила відвідування вистави або умови користування на сторінці продажу квитків.

Описати:

1. політику повернення квитків;
2. вимоги до безпеки;
3. обмеження у віці;
4. час початку;

5. правила поведінки у залі.

Важливо отримати згоду від акторів і учасників проєкту на зйомку, використання образів, фото, відео в рекламі. Укласти договір з відеографом або фотографом. Уточнити передачу авторських прав на контент. Розподіл доходу від вистави, якщо вона має комерційний характер, важливо письмово зафіксувати. Хто отримує прибуток з продажу квитків. Фіксованими мають бути відсотки або фіксована оплата для учасників команди. Варто вести обчислення продажів і витрат у фінансовому документі.

Опублікувати правила відвідування вистави або умови користування
на сторінці продажу квитків.
Описати:

- політику повернення квитків;
- вимоги до безпеки;
- обмеження у віці, час початку, правила поведінки у залі.

Важливо отримати згоду від акторів і учасників проєкту на зйомку, використання образів, фото, відео в рекламі. Укласти договір з відеографом або фотографом. Уточнити передачу авторських прав на контент. Розподіл доходу від вистави, якщо вона має комерційний характер, важливо письмово зафіксувати. Хто отримує прибуток з продажу квитків. Фіксованими мають бути відсотки або фіксована оплата для учасників команди. Варто вести обчислення продажів і витрат у фінансовому документі.

10. ВИСНОВКИ ТА ПІДСУМКИ РЕАЛІЗАЦІЇ

У процесі реалізації продюсерського проєкту за темою «Продюсування камерної драми: особливості постановки “Двоє на гойдалках” Вільяма Гібсона» я спробувала відтворити повноцінну модель створення власного проєкту театральної вистави. Хоча проєкт виконувався у віртуальному форматі, без дійсної реалізації на сцені, він дозволив глибше дізнатись яку велику роботу виконує продюсер і як багато відповідальностей лежить на ньому.

Також проєкт допоміг мені попрацювати над п'єсою “Двоє на гойдалках”. Дізнатись про неї значно більше інформації. Пофантазувати над власною постановкою, баченням вистави і, можливо, в майбутньому я дійсно створю таку виставу. Я розробила художнє рішення вистави, що відповідає її змісту і дозволяє її відтворити на камерній сцені. Провела аналіз можливих сцен для власної постановки. Дізналась більше про Національний академічний драматичний театр імені Лесі Українки. Його історію, вистави, дізналась умови оренди, технічні можливості та відповідність моєму запиту.

Створила приблизний кошторис з намаганням урахувати сучасні ринкові ціни на послуги акторів, режисера, художника, технічної команди, а також на декорації, костюми, рекламу, юридичний супровід і т.д. Зрозуміла якою важливою є маркетингова стратегія: від розробки афіші, трейлера, таргетованої реклами до співпраці з театральними блогерами та медіа. Пофантазувала над великим успіхом власної ідеї і діяльності після неї.

Незважаючи на те, що проєкт був реалізований віртуально він дозволив мені краще усвідомити складність, багатошаровість і гнучкість продюсерської діяльності в театрі і гадаю у інших течіях також. Цей проєкт дав мені навички планування, аналітики, комунікації, креативного мислення, забезпечення зниження ризиків й відповідальності за кінцевий результат. Проєкт, вважаю, має підтвердження, що камерна драма як жанр має великий потенціал для ефективного продюсування навіть у сучасних реаліях України. У майбутньому цей план може бути прикладом для реальної постановки.

Я вважаю цей досвід корисним, цікавим і таким, що має дійсну цінність для мого професійного розвитку як продюсера.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вільям Гібсон “ Двоє на гойдалках”.
URL:[https://en.wikipedia.org/wiki/Two_for_the_Seesaw_\(play\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Two_for_the_Seesaw_(play))
2. Положення про організацію діяльності Національного академічного драматичного театру, включаючи укладання договорів з фізичними та юридичними особами, оренду приміщень, виготовлення декорацій, костюмів та інші аспекти, що стосуються театральної діяльності.
URL:https://mcsc.gov.ua/wp-content/uploads/2024/11/782_nakaz.pdf
3. Найчастіші проєктні ризики та методи запобігання
URL:<https://yaware.com.ua/uk/blog/4-osnovni-proyektni-riziki-i-yak-ih-uniknuti/>
4. Грантові програми URL: <https://ucf.in.ua/>
5. Закон про авторське право.URL:<https://www.rada.gov.ua/>
6. Статті та тези, присвячені стратегіям, тактикам і етичним аспектам продюсерської діяльності в сучасному мистецькому середовищі.
URL:https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5703/Zbirka_2023_do_DRUKU_%D0%9A%D1%80%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%90.%D0%86..pdf?sequence=1&isAllowed=y
7. Джерело щодо різноманіття у музиці джазу та блюзу, їх поява.
URL:<https://moyaosvita.com.ua/kultura-i-suspilstvo/chim-vidriznyayetsya-dzhaz-vid-blyuzu/>
8. Чекалюк В. Основи продюсерської діяльності, РНП, ІМВ НАУ. — Київ, 2012.
9. Жданова Е.І. Управління та економіка в шоу-бізнесі: Навч. посібник / І.Е. Жданова, С.В. Іванов, Н.В. Кротова // К.: «Корнейчук», 2003.
10. Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі ХХІ століття. 2014 Безгін І. Мистецтво і ринок. Нариси К.,2005
11. Ленглі Стівен. Театральний менеджмент і продюсерство...2000
12. Погребняк Г.П. Продюсер і режисер -автор: моделі співтворчості.2016,К:НАКККіМ