МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
ФАКУЛЬТЕТ КУЛЬТУРИ І КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ
КАФЕДРА СЦЕНІЧНОГО МИСТЕЦТВА І КУЛЬТУРИ

ПРОДЮСЕРСЬКИЙ ПРОЄКТ

(«Продюсерська розробка проєкту вистави “Intermezzo”
Михайла Коцюбинського»)

Виконала:
студентка 4 курсу, групи БАМП 1-22
спеціальності – 026 Сценічне мистецтво
ОП «Акторська майстерність та продюсування»
Вітчинкіна Олександра Олексіївна

Керівник продюсерського проєкту -
Доцент кафедри, кандидат філософських наук
Матяш Сергій Вікторович

Київ 2026

ЗМІСТ

ВСТУП……3

РОЗДІЛ 1. ОПИС І АКТУАЛЬНІСТЬ……..……3
1.1. Опис проєкту……3
1.2. Актуальність теми……...4

РОЗДІЛ 2.Ціль і завдання проєкту……...5
2.1. Мета реалізації…….....5

РОЗДІЛ 3.Аналіз ринку……...7
3.1. Аналіз цільової аудиторії……....7
3.2. Аналіз конкурентного середовища……8
3.3. Прогноз потенційного успіху……9

РОЗДІЛ 4.Продюсерська ідея……11
4.1. Опис творчої концепції та ідеї……...11
4.2. Особливості, які відрізняють проєкт від інших……...11

РОЗДІЛ 5.План Реалізації……..12
5.1. Підготовчий етап……12
5.2. Виробничий етап……14
5.3. Завершальний етап……16
5.4. Графік виконання……...16

РОЗДІЛ 6.Бюджет……16
6.1. Оцінка фінансових потреб……16
6.2. Джерела фінансування……...19

РОЗДІЛ 7.Маркетингова стратегія……..21
7.1. Опис PR-кампанії……21

РОЗДІЛ 8.Юридичні аспекти……24
8.1. Авторські права, ліцензії та дозволи……24

РОЗДІЛ 9.Очікувані результати та ризики……25
9.1. Опис очікуваних результатів……25
9.2. Опис можливих ризиків та план їх мінімізації……26

ВИСНОВКИ……..……28
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……..…30

ВСТУП

Все частіше можна побачити моновистави на сценах академічних та незалежних театрів. Моновистава або театр одного актора — це вистава-монолог з єдиним виконавцем. Це жанр, в якому актор є центром всесвіту. Він представлений одразу у трьох іпостасях: грає образ, себе і своє ставлення до героя.

Моновистава відкриває широкий спектр можливостей творчої реалізації, як для актора так і для продюсера. Бо саме продюсер виступає ключовою фігурою, що відповідає за реалізацію задуму проєкту так і за його подальше просування в медіа та прокат.

РОЗДІЛ 1. ОПИС І АКТУАЛЬНІСТЬ

1.1 Опис проєкту

Для продюсерського проєкту я обрала новелу «Intermezzo» Михайла Коцюбинського. Це новела, що складається з 11 частин, які пов’язані образом митця. Він розповідає про його духовне одужання при зустрічі з природою. «Intermezzo» італійською мовою означає «перерва». Написана у 1908 році вона досі залишається актуальною і в наш час. Бо тема людської втоми від міста залишається актуальною і сьогодні.

Новела «Intermezzo» Михайла Коцюбинського має потужний драматургічний та соціокультурний потенціал. Тут не стільки зображуються події, як описуються враження від них; автор більше орієнтується на почуття. Новела мовби зіткана з яскравих фарб, звуків, думок, настроїв. У творі переважають називні та безособові речення, внутрішні монологи. Твір має присвяту: "Кононівським полям".

Дипломна робота присвячена розробці повноцінного продюсерського театрального проєкту на основі новели «Intermezzo» Михайла Коцюбинського як імерсивної моновистави. Основна мета - розробити покрокову модель реалізації даного проєкту від задуму та формування

команди - до фінансування, маркетингу, плану прокату та просування у медіа.

Об'єктом дослідження є незалежна театральна моновистава як модель культурного продукту, предметом - специфіка реалізації на сучасній українській сцені.

1.2 Актуальність теми

У сучасному театральному просторі можемо спостерігати зростання популярності імерсивних вистав та моновистав, як у репертуарах академічних театрів, так і в діяльності незалежних театральних проєктів. Моновистава, або театр одного актора, є специфічною формою сценічного мистецтва, що реалізується у формі монологу єдиним виконавцем. Особливість цього жанру полягає в тому, що актор виступає центральною фігурою художнього простору. Він втілює образ персонажа, репрезентує власну особистість та інтерпретує авторський задум.

Для розробки продюсерського проєкту я обрала новелу, що є визначним зразком української імпресіоністичної прози початку XX століття. Твір складається з одинадцяти частин об'єднаних образом митця, який виступає водночас суб'єктом і носієм оповіді. Центральною темою новели є процес духовного відновлення особистості через взаємодію з природним середовищем. Символічно, що новела написана у 1908 році не втрачає своєї актуальності й у сучасному соціокультурному контексті, оскільки проблема психологічного виснаження людини у великому місті залишається надзвичайно релевантною.

Дана дипломна робота присвячена розробці комплексного продюсерського театрального проєкту моновистави за мотивами новели «Intermezzo» Михайла Коцюбинського. Основною метою є створення цілісної моделі реалізації проєкту - від формування концепції та творчої команди до розробки фінансової моделі, маркетингової стратегії, плану прокату та медійного просування.

РОЗДІЛ 2. Ціль і завдання проєкту.

2.1.Мета реалізації

Метою даного проєкту є популяризація театральних проєктів камерних форматів та розвиток сучасного незалежного театру в Україні. Реалізація імерсійної моновистави за мотивами твору Intermezzo спрямована на створення якісного культурного продукту, який поєднує українську класичну літературу із сучасними театральними практиками та новими формами взаємодії з аудиторією.

Одним із ключових завдань проєкту є розширення інтересу пересічного українського глядача до незалежних театральних ініціатив та камерних постановок. У сучасному культурному середовищі особливо важливим є створення вистав, які здатні формувати емоційний контакт із глядачем, залучати його до активного переживання сценічної дії та створювати атмосферу особистої присутності у художньому просторі. Саме тому формат моновистави та імерсійний підхід дозволяють глибше розкрити внутрішній світ героя, психологічні конфлікти та емоційний стан людини.

Проєкт також має на меті розвиток камерного театру в Україні як окремого напрямку сучасного мистецтва. Камерні вистави дозволяють створювати більш інтимний простір для взаємодії між актором і глядачем, де кожна деталь — світло, звук, пластика, інтонація — набуває особливого значення. Такий формат сприяє глибшому сприйняттю художнього матеріалу та формуванню нових способів театральної комунікації. У контексті сучасних культурних процесів камерний театр стає важливим майданчиком для творчих експериментів, актуальних соціальних тем і нових мистецьких рішень.

Особливу увагу в межах проєкту приділено переосмисленню української літературної спадщини у контексті сучасних подій. Творчість

Михайла Коцюбинського залишається актуальною і сьогодні, адже порушує теми внутрішнього виснаження, потреби у відновленні, пошуку гармонії та взаємодії людини із суспільством і природою. Завдяки сучасній сценічній інтерпретації класичний твір стає ближчим і зрозумілішим для молодої аудиторії, а також набуває нового емоційного звучання.

Важливою метою проєкту є також підтримка молодих митців та представників культурних індустрій. Реалізація вистави створює простір для творчої співпраці акторів, режисерів, сценографів, музикантів та PR-фахівців, які працюють над створенням сучасного мистецького продукту. Це сприяє розвитку професійного середовища, обміну досвідом та формуванню нових культурних ініціатив.

Крім художньої складової, проєкт має і соціокультурне значення. Він сприяє популяризації української культури, розвитку інтересу до національної літератури та формуванню сучасного культурного простору, відкритого до експериментів і творчого діалогу. Таким чином, реалізація імерсійної моновистави «Intermezzo» є не лише мистецьким проєктом, а й важливим культурним кроком у розвитку сучасного українського театру.

РОЗДІЛ 3.Аналіз ринку

3.1Аналіз цільової аудиторії

Успіх будь-якого мистецького заходу напряму залежить від чітко визначеної цільової аудиторії. У випадку постановки за мотивами новели «Intermezzo» Михайла Коцюбинського йдеться про сценічну інтерпретацію української прози, що поєднує у собі глибокий психологізм із виразною емоційною образністю.

Таким чином, поєднання класичного літературного твору з сучасними сценічними засобами створює можливість широкого охоплення різних вікових та соціальних груп.

Основні групи цільової аудиторії

1. Молодь та студенти творчих спеціальностей 17-25 років

Студенти театральних закладів освіти, факультетів культурології, філології, журналістики, історії мистецтв, режисури, акторської майстерності та культурного менеджменту. Саме ця група є найбільш зацікавленою у сучасних мистецьких практиках, експериментальних театральних формах та переосмисленні української культурної спадщини в актуальному культурному контексті

2. Поціновувачі української літератури, театру та мистецтва

Для них є важлива психологічна глибина твору, психологізм та художня виразність. Вони з захопленням слідкують за розвитком української мистецької сцени.

3. Театральна спільнота

Актори, режисери, стейдж дизайнери, костюмери та продюсери є невід'ємною частиною театрального життя в Україні. Саме вони задають курс, як саме буде розвиватися український театр. Тому для них важливо тримати руку на пульсі і слідкувати за всіма прем’єрами і новинками, що відбуваються всередині театральної спільноти.

4. Глядачі, зацікавлені у психологічному театрі

Люди, які люблять камерні, емоційно глибокі постановки, знайдуть у виставі теми внутрішнього виснаження, пошуку гармонії та взаємодії людини з природою. Саме психологізм і чуттєвість твору роблять його близьким сучасному глядачеві.

5. Шанувальники сучасного українського театру

Аудиторія, яка активно відвідує театральні фестивалі, прем’єри та незалежні мистецькі події. Для них важливими є новаторський підхід, сучасна сценографія, музичне оформлення та актуальне звучання класичних творів у новому культурному середовищі.

3.2. Аналіз конкурентного середовища

В Україні з'являється все більше незалежних театрів та мистецьких об'єднань, які все частіше беруться за створення моновистав. Такий самий феномен можна спостерігати і у академічних театрах. Наприклад вистава у Молодому театрі Синій Автомобіль.

Виставу поставив Ігор Славинський – актор і режисер, відомий телеведучий. В основі спектаклю – п’єса одного з найпопулярніших українських сучасних драматургів Ярослава Стельмаха. Це своєрідна сповідь автора про те, як непросто бути творчою людиною, як важко іноді народжуються звичайні слова, з них речення, а з речень – твори, які потім стають книгами, що інколи недбайливо покриваються пилом на бібліотечних полицях. Життя письменника – штука тяжка, але водночас страшенно цікава.

Усі складності характеру такої творчої особистості з успіхом демонструє добре відомий киянам актор Олексій Вертинський. Артист тримає глядача у цікавості й напрузі з першої до останньої хвилини, розповідаючи у короткому спектаклі про довге і змістовне життя свого персонажа.

Веселка на Салтівці. Театр Нафта м.Харків.

«Веселка на Салтівці» — моновистава в жанрі музичної

сюрреалістичної трагікомедії.

В основі сюжету — автобіографічна історія Артема Вусика, який народився на Салтівці і прожив там свої перші 17 років. Усі ролі Артем виконує сам — в деяких сценах він одночасно грає і самого себе, і перевтілюється ще в трьох персонажів.

Вистава «Веселка на Салтівці» — наша спроба повернути промені радості в місце, яке все ще загоює рани від війни. Одночасно ми переосмислюємо традиційні уявлення та стереотипи про Салтівку. Намагаємося відчути поетичність району, який вважається хуліганським. А також побачити індивідуальний пейзаж цього місця серед нескінченних житлових масивів. Широке небо, багато зелені та яскраві веселки після рясного дощу влітку — такою ми пам’ятаємо Салтівку з дитинства. Зруйновані війною і чорні від вогню багатоповерхівки — такою ми вперше побачили Салтівку у 2022 році.

3.3. Прогноз потенційного успіху

Імерсійна моновистава «Intermezzo» має хороші перспективи для успішної реалізації в сучасному культурному середовищі України. Насамперед це пов’язано з актуальністю тематики, незвичним форматом постановки та зростанням інтересу аудиторії до незалежного театру й камерних мистецьких проєктів. Сьогодні глядач дедалі частіше шукає не просто класичну театральну виставу, а емоційний досвід, який дозволяє відчути особисту залученість до подій на сцені. Саме тому імерсійний формат здатний привернути увагу молодої аудиторії, студентів творчих спеціальностей, а також людей, які цікавляться сучасним мистецтвом та новими театральними практиками.

Важливою перевагою проєкту є поєднання сучасної сценічної мови з українською класичною літературою. Твір Intermezzo навіть сьогодні залишається актуальним, адже порушує теми емоційного виснаження, внутрішньої самотності, потреби у тиші та психологічному відновленні. У

сучасних реаліях ці проблеми є особливо близькими багатьом людям, тому вистава має потенціал викликати сильний емоційний відгук у глядачів.

Окрему роль у можливому успіху проєкту відіграє атмосфера постановки. Завдяки камерному простору, світловим рішенням, музичному оформленню та безпосередньому контакту актора з аудиторією створюється відчуття особистої присутності всередині історії. Такий підхід допомагає глядачеві не просто спостерігати за подіями, а проживати їх разом із героєм. Саме емоційність та психологічна глибина можуть стати головними факторами, які вирізнятимуть виставу серед інших театральних проєктів.

Важливим фактором потенційного успіху також є правильна PR-кампанія та активна присутність у соціальних мережах. Сучасна аудиторія значну частину інформації отримує через Instagram, TikTok, Facebook та культурні медіа, тому використання візуального контенту, атмосферних тизерів, коротких відео з репетицій та фотоматеріалів може значно підвищити зацікавленість проєктом. Особливо ефективною може стати співпраця з театральними блогерами, журналістами та студентськими спільнотами.

Крім того, вистава має перспективи для подальшого розвитку поза межами одного театрального майданчика. Проєкт можна презентувати на фестивалях сучасного театру, мистецьких форумах, культурних подіях та освітніх заходах. Камерний формат дозволяє адаптувати постановку до різних просторів, що робить її мобільною та зручною для гастрольної діяльності.

Таким чином, моновистава «Intermezzo» має всі передумови для того, щоб стати успішним культурним проєктом. Актуальна тематика, сучасна форма подачі, емоційна глибина та якісна комунікація з аудиторією можуть забезпечити виставі позитивний резонанс, зацікавленість глядачів і подальший розвиток у театральному середовищі.

РОЗДІЛ 4. Продюсерська ідея.

4.1. Опис творчої концепції

Творча концепція вистави «Intermezzo» базується на переосмисленні класичного твору через поєднання психологічного театру, мультимедійних засобів та за допомогою пластичної виразності. Основою вистави є монологи героя, який проходить шлях від повного емоційного виснаження до поступового духовного відновлення через взаємодію з природою.

Концепція передбачає створення сценічного камерного простору, завдяки якому у глядача буде відчуття, що він знаходиться в середині думок нашого героя. Формат моновистави дозволяє максимально сконцентрувати увагу глядача на акторській грі та емоційній напрузі.

Візуальна частина вистави будується на принципах мінімалізму. Ми не перевантажуємо сцену великою кількістю декорацій, а замість них використовуємо проекції, зроблені на графопроекторі. Завдяки цьому ми відходимо від класичного розуміння сценографії. Важливо створити пустий простір в якому знаходиться наш головний герой

4.2. Особливості, які відрізняють проєкт від інших

Проєкт зроблений за європейськими стандартами, що є доволі незвичайним, але доволі бажаним для українського глядача. Наша мета створити проєкт, який спокійно може конкурувати на фестивалях із закордонними колегами. Камерність сцени, використання незвичайних способів освітлення сцени та сама форма вистави вже відрізняє її від більшості, що ми можемо бачити на театральній сцені.

РОЗДІЛ 5. План реалізації.

5.1 Підготовчий етап

Цей етап є першим і доволі важливим у подальшому розвитку проєкту. Саме тут формується творча команда, ідея та вимальовується простір для постановки.

Основні задачі підготовчого етапу

- Закупівля прав на постановку Intermezzo Михайла Коцюбинського.
- Формування творчої команди
    1. Режисер постановник
    2. Актор на головну роль
    3. Художник з костюмів
    4. Художник-постановник
    5. Композитор або саунд-дизайнер
- пошук театрального майданчика для показу вистави,
- основні вимоги, камерність до 150 місць, але широка сцена-для повного відчуття глядача, що він перебуває у внутрішньому стані героя,
- оптимальне територіальне розташування. Вигідне розташування театрального простору сприяє залученню ширшої аудиторії,
- мобільність простору - можливість швидко трансформувати сцену, світло та гримерки.

5.2 Виробничий етап

Виробничий етап є найважливішим у всьому створенні вистави. Так як «Intermezzo» поєднує в собі глибокий психологізм з емоційною образністю, то цей етап вимагає системної роботи над матеріалом та пластичним і візуальним рішенням.

У межах цього етапу є доцільним проведення закритих показів для фокус-груп (колеги, режисери тощо) з метою отримання аналізу сприйняття

вистави аудиторією та загальної ефективності реалізації сценічного проєкту.

1. **Робота над сценарієм.**

Потрібно скоротити деякі моменти з новели, щоб зробити її ще гострішою та емоційною. Постановка має утримувати увагу глядача протягом усієї вистави. Моновистава є викликом для актора, тому чітко написаний сценарій - є полегшенням для нього.

2. **Робота над роллю.**

Цей процес завжди вимагає багато часу та уваги. В нашому випадку потрібно буде ще більше. Пошук характеру, пластичності та сценічної присутності персонажа є цікавим процесом. Однією із задач також є осучаснити його, але щоб він не втратив своєї олдскульності.

3. **Формування сценічного простору та художнього образу персонажів.**

Впровадження сценографії у репетиційний процес. Простір для репетицій повинен повністю мімікувати основну сцену, де збираємось грати виставу. Важливо, щоб актор ще на початкових етапах репетицій розумів географію руху та просторову логіку.

Впровадження в репетиційний процес роботу з графопроектором. Актор повинен чітко розуміти свої мізансцени, щоб не перекривати проекції тілом. Адаптація візуальних елементів у сценічному просторі.

Робота над костюмами.

Від початку і до середини процесу проводиться робота над створенням костюму. У середині репетиційного процесу актор отримує попередній варіант костюма під адаптацію сценічного образу.

Костюм відіграє важливу роль у виставі. Завдяки ньому можна одразу зрозуміти соціальний статус, професію та навіть характер персонажа. Також він впливає на фізичні відчуття актора, може змінити ходу, поставу чи рухи. Для глядача костюм - це перший сигнал про персонажа. Він

допомагає швидко зрозуміти хто є на сцені, зануритись в атмосферу вистави та відчути емоційний підтекст через кольори та деталі.

Приклад костюмних рішень

Ліричний герой новели - надломлений інтелектуал-митець, елегантно одягнений. Бежевий тренч, темні штани вільного крою, лляна рубашка, потерте взуття та капелюх.

Оформлення простору сцени та надання візуальної оправи театральній виставі. Завданням сценічного простору може бути показати, коли і де відбувається історія вистави, а також посилити загальний стиль продукції.

Приклади реалізації

- У постановці Національного академічного драматичного театру ім.Івана Франка художник-постановник Олександр Друганов, створив сценографію, що прекрасно відтворює самотність головного героя, бо зроблено так ніби головний герой перебуває у космосі.

- Львівський академічний театр ім.Лесі Українки також відомий своєю виставою Клуб Зневіра за мотивами новели «Intermezzo» Михайла Коцюбинського. Сценограф Олексій Хорошко відтворив кабаре, на сцені знаходиться, піаніно, стіл, стільці. Є сцена на якій знаходяться музиканти і є зала, де герої діляться своїми переживаннями.

5.3 Завершальний етап

Завершальний етап реалізації проєкту несе за собою підбиття підсумків проведеної роботи, оцінку ефективності продюсерських і маркетингових рішень та аналіз результативності постановки. Також здійснюється кінцевий контроль і готову виставу порівнюють із запланованою. Якщо виявлено якісь недоліки їх намагаються усунути. Здійснюється фінальна організаційна та технічна підготовка після прем’єрного показу та формується уся документальна звітність.

Основні завдання завершального етапу:

- аналіз реакції аудиторії та відгуків,

- фінансова звітність проєкту,

- аналіз роботи творчої і технічної команди,

- оцінка медійної залученості та ефективності рекламної кампанії,

- підготовка фото- і відеоматеріалів,

- створення подальшої стратегії прокату вистави.

Особлива увага приділяється аналізу та оцінці художньої та комерційної успішності проєкту, визначенню його сильних і слабких сторін, а також пошуку перспектив подальшого розвитку. Важливим аспектом є дослідження реакції аудиторії, рівня емоційного впливу вистави та її актуальності у сучасному культурному просторі. Аналізуються режисерські рішення, акторська гра, сценографія, музичне оформлення та загальна концепція постановки. Це дозволяє оцінити, наскільки вдало творча команда змогла передати ідеї твору сучасному глядачеві.

Окремо розглядається комерційна складова проєкту: зацікавленість глядачів, відвідуваність вистав, ефективність рекламної кампанії та присутність у медіапросторі. Значну роль відіграє просування вистави через соціальні мережі, співпраця з культурними платформами та участь у театральних фестивалях. Це допомагає залучити нову аудиторію та підвищити впізнаваність проєкту.

Також важливим є визначення можливостей для розвитку постановки у майбутньому. Це може бути гастрольна діяльність, участь у міжнародних мистецьких подіях, створення нових адаптацій або розширення формату вистави. Подібний аналіз дозволяє не лише оцінити результат роботи, а й сформувати стратегію подальшого творчого та професійного розвитку проєкту.

5.4. Графік виконання проєкту

Етап роботи	Термін виконання	Основні завдання
Підготовчий етап	1 місяць	Формування концепції, пошук команди, фінансування
Репетиційний процес	2 місяці	Робота над постановкою, сценографією та музичним оформленням
Технічна підготовка	2 тижні	Налаштування світла, звуку, відеопроєкцій
Маркетингова кампанія	Протягом усього проєкту	PR, SMM, реклама, співпраця з медіа
Прем’єрний показ	1 день	Проведення прем’єри вистави
Завершальний етап	2 тижні	Аналіз результатів, звітність, оцінка ефективності

РОЗДІЛ 6. Бюджет

6.1.Оцінка фінансових потреб

Реалізація незалежного театрального проєкту «Intermezzo» вимагає комплексного фінансового забезпечення, як творчо-виробничі так і організаційно-маркетингові витрати. З огляду на специфіку незалежного театрального сектору, фінансова модель проєкту передбачає використання кількох джерел фінансування з метою мінімізації ризиків та стабільності реалізації постановки.

Основні фінансові потреби проєкту	Опис витрат	Орієнтовна сума
Гонорари творчої команди	Оплата роботи актора, режисера-постановника, асистента режисера, продюсера, драматурга, хореографа, художника-постановника та композитора. У витрати також входить підготовчий період, участь у репетиціях та показах вистави.	300 000 грн
Гонорари технічної команди	Оплата роботи звукорежисера, художника по світлу, технічного директора, монтажної групи, оператора мультимедійного обладнання, сценічного персоналу та адміністраторів проєкту.	300 000 грн
Оренда приміщення	Оренда репетиційного залу для підготовки вистави, оренда театрального або альтернативного майданчика для показів, витрати на комунальні послуги, технічне забезпечення простору та погодинне використання обладнання.	150 000 грн
Сценографія та реквізит	Розробка концепції сценографії, виготовлення декорацій, закупівля сценічного реквізиту, костюмів, елементів оформлення простору,	250 000 грн

	технічних конструкцій та витратних матеріалів для постановки.	
Світлове та звукове обладнання	Оренда або налаштування світлового обладнання, мікрофонів, колонок, пультів керування звуком, генераторів ефектів та іншого технічного оснащення для якісного проведення вистави.	180 000 грн
Маркетинг та PR-кампанія	Розробка рекламної стратегії, ведення соціальних мереж, створення фото- та відеоконтенту, таргетована реклама, друк афіш, флаєрів, поліграфії, співпраця з медіа, блогерами та культурними платформами.	400 000 грн
Фото- та відеопродакшн	Проведення промофотосесій, запис тизерів, трейлерів, backstage-матеріалів, монтаж відео та створення контенту для соціальних мереж і рекламної кампанії.	120 000 грн
Транспортні витрати	Перевезення декорацій, реквізиту, технічного обладнання, а також транспортні витрати творчої та технічної команд під час репетицій і показів.	80 000 грн
Адміністративні витрати	Друк документації, організаційні витрати, бухгалтерський супровід, комунікація з партнерами, оформлення договорів та координація роботи команди.	70 000 грн

Резервний бюджет	Фінансовий резерв на непередбачувані витрати: додаткові технічні потреби, зміни у графіку, ремонт обладнання, форс-мажорні обставини та інші витрати під час реалізації проєкту.	250 000 грн
ЗАГАЛЬНИЙ БЮДЖЕТ ПРОЄКТУ		**2 100 000 грн**

6.2 Джерела фінансування

1. **Грантові програми**

-Український культурний фонд - це державний інвестор розвитку культури та креативних індустрій України.

Інституція заснована у 2017 році на підставі Закону України «Про Український культурний фонд». Підтримка індивідуальних, національних та міжнародних культурно-мистецьких проєктів здійснюється на конкурсних засадах в межах семи секторів.

- Європейські програми House of Europe, British Council, Creative Europe, Goethe-Institut - Європейський союз та інші міжнародні організації пропонують низку грантів, які можуть допомогти у розвитку культури.

1. **Спонсорська підтримка**

У межах культурних проєктів спонсорство передбачає фінансову, технічну і інформаційну підтримку з боку бізнесу громадських організацій та приватних партнерів в обмін на інтеграцію бренду в комунікаційну програму проєкту. Дана співпраця дозволяє не тільки отримати більший бюджет, а і збільшити впізнаваність у медіапросторі.

Для проєкту потенційними партнерами можуть бути:

- медіапартнери
- локальні бізнеси

- арт-простори та театральні платформи
- книгарні та видавництва
- компанії, зацікавлені у підтримці соціокультурних проектів

Способи реалізації спонсорської підтримки

- фінансова допомога для покриття витрат на постановку
- надання технічного обладнання
- інформаційне партнерство та медіа підтримка
- бартерна співпраця
- забезпечення майданчика для репетиції

2. Краудфандинг та меценацтво

Краудфандинг- це спосіб колективного збору коштів на реалізацію проєктів, у якому фінансування забезпечується великою кількістю людей через онлайн-платформи.

Найпоширеніші види краудфандингу:

- Благодійний. Люди роблять фінансові внески без очікування матеріальної винагороди.
- Краудфандинг з винагородою. Донори отримують символічну винагороду за свій внесок. Наприклад ексклюзивний мерч, згадка у титрах або ранній доступ до продукту.
- Інвестиційний краудфандинг. Підтримка проєкту здійснюється в обмін на частку компанії або майбутній прибуток.

Меценат — це люди, які безкорисливо підтримують культуру, мистецтво, освіту чи науку, вкладаючи в ці сфери власні кошти, час або ресурси. Простими словами, меценат — це покровитель творчості, який допомагає іншим розвивати свої здібності та реалізовувати ідеї, що мають суспільну цінність. Меценат не очікує матеріальної вигоди чи реклами у відповідь, адже його головна мета полягає в тому, щоб дати можливість талантам розкритися і зробити свій внесок у духовний розвиток країни.

РОЗДІЛ 7. Маркетингова стратегія

7.1 Опис PR-кампанії

PR-кампанія імерсійної моновистави «Intermezzo» спрямована на збільшення впізнаваності проєкту, залучення цільової аудиторії та створення стійкого інтересу до вистави в культурному та медійному просторі. Комунікаційна стратегія базується на концепції емоційної взаємодії з аудиторією через візуальну естетику, атмосферність та соціокультурну актуальність. Особлива увага приділяється позиціонуванню вистави як інтелектуального та емоційного продукту, орієнтованого на сучасного глядача.

Для реалізації PR-кампанії активно використовуються соціальні мережі, цифровий контент та інтерактивні формати комунікації. Публікації містять тизери, відеофрагменти репетицій, інтерв'ю з творчою командою, атмосферні фотосесії та візуальні матеріали, що підкреслюють художню концепцію постановки. Це дозволяє створити емоційний зв'язок із потенційною аудиторією ще до відвідування вистави.

Важливим елементом кампанії є співпраця з культурними медіа, театральними блогерами, журналістами та лідерами думок у сфері мистецтва. Завдяки цьому формується позитивний імідж проєкту та розширюється його інформаційне охоплення. Окрему увагу приділено організації спеціальних подій: допрем'єрних показів, творчих зустрічей та обговорень після вистави, що сприяє формуванню активної театральної спільноти навколо проєкту.

Таким чином, PR-кампанія вистави «Intermezzo» сприяє не лише популяризації самої постановки, а й актуалізації української класичної літератури у сучасному культурному середовищі.

Основні завдання PR-кампанії

- Популяризація камерних театральних форматів

- Актуалізація класичної української літератури через сучасну сценічну постановку.

- Формування позитивного іміджу всієї команди та самого проєкту

- Залучення нової аудиторії до незалежних театральних проєктів

- Забезпечення інформаційної підтримки до і після прем'єри

Комунікаційна стратегія

PR-кампанія відбуватиметься у декілька етапів, кожен з яких має окремі комунікаційні цілі та інструменти впливу

Підготовчий етап

- Формування візуальної та концептуальної форми айдентики,

- Розробка логотипу, афіші, запрошень, концепції соціальних мереж та презентаційні матеріали,

-Підготовка пресрелізів, інформаційних текстів та медіаматеріалів для подальшої роботи із засобами масової інформації та культурними платформами.

Інформаційно-комунікаційний етап

Поступово формуємо зацікавленість аудиторії до проєкту через показ процесу створення вистави у таких соціальних мережах *Instagram, TikTok, Facebook, Threads*. Комунікація будується на принципі відкритості творчого процесу та емоційної залученості глядача

- Публікація репетиційного процесу

- backstage-контент

- Знайомство аудиторії з творчою командою

- Тематичні відео про новелу та Михайла Коцюбинського

- Співпраця з культурними медіа, театральними журналами та журналістами.

Рекламно-промоційний етап

-Таргетована реклама у соціальних мережах,

-Розміщення афіш у культурних просторах, ресторанах, барів,

-Партнерські інтеграції з блогерами, інфлюенсерами,

-Публікація анонсів у культурних медіа,

-Організація інтерв'ю та публічних комунікацій з творчою командою.

Прем’єрний та постпрем’єрний етап

Основна увага у день прем'єри та після перших показів зосереджується у створенні інформаційного резонансу та підтримці інтересу до проєкту.

- Професійна фото та відеозйомка подій
- Публікація відгуків глядачів
- Підтримка інформаційної активності під час подальших показів
- Створення відеозвітів та контенту для соціальних мереж

Основні канали комунікації *Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, Telegram, Threads.*

Очікувані результати PR-кампанії

Реалізація PR-стратегії має забезпечити:

- Стабільне залучення цільової аудиторії.
- Розширення медійної присутності вистави.
- Збільшення інтересу до сучасного українського театру та камерних сценічних форматів.
- Створення позитивного репутаційного образу проєкту в культурному середовищі.

РОЗДІЛ 8. Юридичні аспекти

8.1.Авторські права, ліцензії та дозволи

Під час реалізації театрального проєкту «Intermezzo» важливим

етапом є дотримання норм авторського права та забезпечення правомірного використання всіх творчих матеріалів, задіяних у постановці. Юридичне оформлення проєкту забезпечує захист інтелектуальної власності та регламентує взаємовідносини між усіма учасниками творчого процесу.

Основою вистави є новела «Intermezzo», автором якої є Михайло Коцюбинський. Хоча автор і помер у 1913, його твори перебувають у суспільному надбанні, що дозволяє використовувати літературний текст без необхідності отримання окремого дозволу на сценічну адаптацію.

Водночас у процесі постановки важливо врахувати авторські права на всі додаткові елементи проєкту, зокрема:

- Музичне оформлення
- Сценографічні та художні рішення
- Відеоматеріали та проекції
- Графічний дизайн
- Фотографії
- Рекламну продукцію

У випадку використання музичних композицій, що охороняються авторським правом, необхідним є отримання відповідних ліцензій та дозволів від правовласників чи організацій колективного управління авторськими правами. Аналогічні вимоги стосуються використання відеоконтенту, графічних матеріалів та мультимедійних елементів у сценічному просторі.

Окрему увагу приділено договірному оформленню співпраці з творчою та технічною командою проєкту. Для забезпечення правового захисту сторін передбачається укладання:

- договорів про творчу співпрацю;
- договорів щодо передачі або використання майнових

авторських прав;

- угод про фото- та відеофіксацію вистави;
- договорів оренди сценічного майданчика та технічного обладнання.

Також у межах реалізації проєкту необхідним є отримання дозволів на проведення публічних показів вистави відповідно до вимог адміністрації театральних або культурних просторів, де відбуватиметься прокат постановки.

Дотримання авторського права та юридичних норм у межах театрального проєкту не лише забезпечує законність його реалізації, а й формує професійний імідж постановки, підвищує рівень довіри партнерів та створює основу для подальшого розвитку й масштабування проєкту.

РОЗДІЛ 9. Очікувані результати та ризики

Реалізація продюсерського проєкту вистави «Intermezzo» спрямована на створення сучасного конкурентоспроможного театрального продукту, який здатен поєднати художню цінність, актуальність теми та ефективні продюсерські механізми реалізації.

9.1. Опис очікуваних результатів

Одним із основних очікуваних результатів є - створення імерсійної моновистави «Intermezzo» Михайла Коцюбинського, адаптованої до сучасного театрального середовища.

Очікується, що реалізація вистави сприятиме:

- підвищенню зацікавленості нової аудиторії до сучасного театрального мистецтва,
- Популяризації української культурної спадщини,
- Формуванню позитивного іміджу проєкту у культурному середовищі,
- Розвитку нових форм сценічного мистецтва.

Крім культурного значення, проєкт має потенціал для подальшого розвитку у форматі фестивальної та гастрольної діяльності. Камерний формат вистави забезпечує мобільність постановки та створює можливість її адаптації до різних сценічних просторів.

Важливим очікуваним результатом є також формування практичного досвіду реалізації незалежного театрального проєкту із застосуванням сучасних продюсерських, маркетингових та комунікаційних інструментів.

9.2 Опис можливих ризиків та план їх мінімізації

Реалізація театрального проєкту супроводжується низкою ризиків, які можуть вплинути на якість постановки, фінансову стабільність та ефективність її просування.

До основних ризиків належать:

Фінансові ризики

- недостатнє фінансування проєкту;
- нестача спонсорської підтримки;
- низькі показники продажу квитків;
- непередбачуване збільшення виробничих витрат.

Організаційні ризики

- зміни у графіку репетицій;
- технічні труднощі під час постановки;
- затримки у виготовленні сценографії або костюмів;
- кадрові зміни у творчій команді.

Комунікаційні ризики

- недостатнє інформаційне охоплення;
- низька ефективність рекламної кампанії;
- складність залучення нової аудиторії до камерного театрального формату.

Зовнішні ризики

- зміни культурної або економічної ситуації;
- обмеження роботи культурних просторів;
- форс-мажорні обставини.

Шляхи мінімізації ризиків

Для зменшення можливих ризиків у межах проєкту передбачається:

- створення резервного бюджету;
- використання кількох джерел фінансування;
- поетапне планування реалізації проєкту;
- проведення технічних репетицій;
- активна PR-кампанія та робота з цільовою аудиторією;
- налагодження партнерських та медійних зв’язків.

Попри наявність потенційних ризиків, реалізація проєкту «Intermezzo» має значний культурний та продюсерський потенціал і може стати успішним прикладом сучасної незалежної театральної постановки.

ВИСНОВКИ

В процесі виконання дипломної роботи було розроблено комплексний продюсерський проєкт моновистави «Intermezzo» за мотивами однойменної новели Михайла Коцюбинського. У межах дослідження було

проаналізовано особливості сучасного театрального продюсування, специфіку реалізації незалежних театральних проєктів та потенціал камерних сценічних форматів у сучасному культурному просторі України.

У роботі визначено основні етапи створення театрального проєкту — від формування творчої концепції та організації виробничого процесу до розробки фінансової моделі, маркетингової стратегії та PR-кампанії. Особливу увагу приділено аналізу цільової аудиторії, особливостям просування театрального продукту в медіапросторі, а також питанням фінансування, авторського права та управління ризиками.

У результаті дослідження було встановлено, що формат моновистави є актуальним і перспективним напрямом сучасного театрального мистецтва. Камерність постановки, емоційна глибина та можливість безпосередньої комунікації з глядачем створюють умови для формування якісного культурного продукту, здатного відповідати потребам сучасної аудиторії.

Новела «Intermezzo» Михайла Коцюбинського має значний сценічний потенціал завдяки своїй імпресіоністичній природі, психологічній насиченості та актуальності порушених тем. Сучасна театральна інтерпретація твору дозволяє не лише актуалізувати українську класичну літературу, а й створити емоційно близький сучасному глядачеві художній простір.

Розроблений продюсерський проєкт демонструє можливість ефективного поєднання творчої складової та сучасних механізмів культурного менеджменту. Запропонована модель реалізації вистави може бути використана як практичний приклад створення незалежного театрального продукту в умовах сучасного українського культурного середовища.

Таким чином, поставлені у дипломній роботі мета та завдання були виконані, а реалізація моновистави «Intermezzo» може стати перспективним культурним проєктом із потенціалом подальшого розвитку, фестивальної діяльності та гастрольного прокату.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Постановка Київського Національного Академічного Молодого театру Синій Автомобіль https://molodyytheatre.com/repertoire/syniy-avtomobil

2. Постановка альтернативного незалежного театру Нафта Веселка на Салтівці https://nafta.theater/home/projects/plays/veselka-na-saltivtsi
3. Постановка Національний академічний драматичний театр ім. Івана Франка Інтермецо https://ft.org.ua/performances/intermezzo
4. Афіша театру Лесі https://teatrlesi.lviv.ua/event/klub-znevira/
5. Що таке меценацтво та хто такі меценати https://givingtuesday.ua/statti/shho-take-meczenatstvo-ta-hto-taki-meczenaty/
6. Український Культурний Фонд https://ucf.in.ua/
7. Грантові можливості у сфері культури https://chaszmin.com.ua/grantovi-mozhlyvosti-u-sferi-kultury/
8. Краудфандинг: що це таке і як він працює - Щедрий Вівторок https://givingtuesday.ua/statti/kraudfandyng-shho-cze-take-i-yak-vin-praczyuye/