

МЕДІАПРОДЮСУВАННЯ ТЕАТРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА В КРИЗОВИХ УМОВАХ



**Бузінова
Валерія Андріївна**
учениця 11 класу

Наукові керівники: **Фенько Наталія Миколаївна**, доцент кафедри української філології та журналістики Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка, кандидат філологічних наук; **Бурлака Вікторія Сергіївна**, вчитель англійської мови Центральноукраїнського наукового ліцею Кіровоградської обласної ради

Об'єкт:
процес
медіапродюсування
проєктів у сфері культури
в умовах кризи

Предмет:
стратегія ефективного
медіапродюсування
театральних проєктів
в умовах кризи

Мета:
проаналізувати особливості медіапродюсування
театральних проєктів в умовах кризи
та розробити стратегію їхнього ефективного
управління та просування

ЗАВДАННЯ 1
уточнити поняття, сутнісні характеристики та етапи розвитку медіапродюсування в Україні та світі
МЕТОДИ: історико-теоретичний, компаративний

Медіапродюсування – це комплексний процес створення, організації та ефективного поширення медіаконтенту з метою досягнення цільової аудиторії. **Медіапродюсування охоплює:**

роботу з творчою командою	моніторинг результатів
пошуки джерел фінансування	стратегічне управління
соціальну комунікацію	реалізацію бізнесових цілей

[авторське визначення]

ЗАВДАННЯ 2
виявити ключові тенденції та проблеми висвітлення театральної діяльності в медіа в умовах кризи
МЕТОДИ: контент-аналіз, опитування

Місцевий театр працює в кризових умовах: війна, брак фінансування, низька відвідуваність, недостатній рівень висвітлення у медіа

95 респондентів

Результати опитування жителів м.Кропивницький про відвідуваність

198 публікацій (2022-2024)

Тематика публікацій про театральну діяльність у місцевих ЗМІ

ЗАВДАННЯ 3
дослідити особливості взаємодії медіапродюсера із засобами масової інформації в умовах кризи
МЕТОДИ: міждисциплінарний, кейс-метод, інтерв'ю

МЕДІАІНСТРУМЕНТИ на допомогу продюсеру
[авторська розробка]

- 1 ІНСТРУМЕНТИ МЕДІААНОНСУВАННЯ (до вистави)**
- ✓ **Рекламна кампанія у ЗМІ** (пресрелізи, анонси, рекламні ролики)
 - ✓ **Контент у соцмережах** (попередні читання, тизери, трейлери, закулісні відео)
 - ✓ **Колаборації** (інфлюенсери, блогери, арткритики)
 - ✓ **Попередні заходи** (екскурсії за лаштунки, розіграші квитків, відкриті репетиції)

Інтерв'ю з Олександром Книгою та Вячеславом Вандрашеком

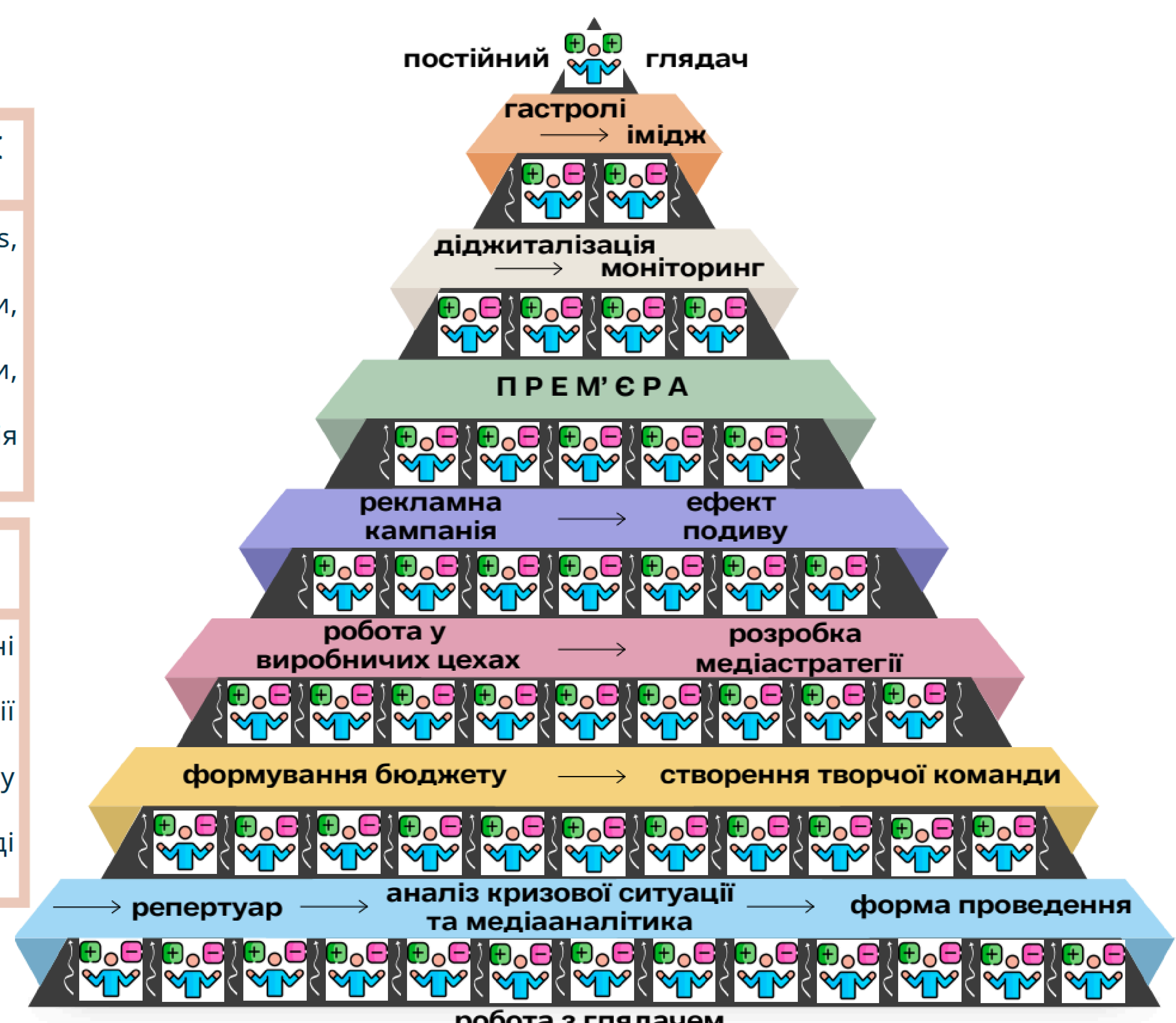


[фото зроблені науковим керівником]

- 2 ІНСТРУМЕНТИ МЕДІАПРИСУТНОСТІ (під час вистави)**
- ✓ **Live-контент** (медіатрансляція, stories, хештеги)
 - ✓ **Фотозони** (з тематичними реквізитами, інтерактивні стенди)
 - ✓ **Інтерв'ю на місці** (з глядачами, акторами, режисером)
 - ✓ **Присутність ЗМІ** (репортажі, акредитація журналістів)

- 3 ІНСТРУМЕНТИ МЕДІАРЕФЛЕКСІЇ (після вистави)**
- ✓ **Рецензії у ЗМІ** (аналітика, професійні відгуки)
 - ✓ **Закулісні відео** (бекстейдж, реакції акторів після прем'єри)
 - ✓ **Відгуки глядачів** (інтерв'ю, коментарі у соцмережах)
 - ✓ **Подкасти, Q&A** (аналіз вистави, відповіді на запитання глядачів)

ЗАВДАННЯ 4
розробити стратегію ефективного медіапродюсування культурних проєктів, зокрема театральних, в умовах кризи
МЕТОДИ: контент-аналіз, кейс-метод, інтерв'ю



Етапи роботи медіапродюсера культурних проєктів в кризових умовах [авторська розробка]