

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

**ЗАСЯДЬВОВК ОЛЬГА АНДРІЇВНА**

УДК 304: 316.7(477)

ДИСЕРТАЦІЯ

**КУЛЬТУРОТВОРЧА МІСІЯ ІВЕНТ-ПРАКТИК В УКРАЇНІ**

Спеціальність 034 – Культурологія

Подається на здобуття ступеня доктора філософії з культурології

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

\_\_\_\_\_ О.А.Засядьвовк

Науковий керівник:

**Дячук Валентина Павлівна,**  
кандидат культурології, доцент

Київ – 2023

## АНОТАЦІЯ

***Засядьвовк О.А.* Культуротворча місія івент-практик в Україні. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 034 «Культурологія». – Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Міністерство культури та інформаційної політики України, Київ, 2023.

У дисертації обґрунтовано теоретичні засади й практичні шляхи реалізації культуротворчої місії івент-практик сучасної України в загальному контексті розвитку креативного сектору індустрій.

На основі вивчення теоретичних джерел з'ясовано, що питання вивчення івент-практик з точки зору виявлення і аргументування їхньої культуротворчої місії ще не ставало предметом спеціальних наукових досліджень. Натомість виявлено, що проблематика івентів, івент-індустрії та івент-практик також є порівняно недавнім фокусом досліджень вітчизняних науковців, і характеризується переважно своїм міждисциплінарним характером, що, водночас актуалізує пропонуване дослідження з позицій саме культурологічного підходу.

У дисертації доведено, що інноваційна культура сучасності до якої належать креативні індустрії та івент-практики, створює ґрунт для трансформації суспільства, але вона також має спиратися на інноваційні соціокультурні практики, що об'єднують успішних цілеспрямованих людей, які сповідують інноваційні, креативні цінності, до яких зокрема й належать івент-практики в системі креативних індустрій.

Аргументовано, що івент-практики фактично є складовою сучасних креативних індустрій, що пов'язані з генезою споживацького суспільства па поняттям культурних індустрій в технологізованому суспільстві. Оскільки головним об'єктом івент-практик є подія, у науковому і практично-орієнтованому дискурсі ці практики ще називають подієвими, так само і їх похідні відгалуження (подієвий менеджмент і т.ін.). Невід'ємною складовою

івент-практик є дослідження, що висвітлюють актуальну проблематику івент-менеджменту.

Сучасні зміни соціокультурного простору зумовлюють розробку способів, підходів та технологій соціокультурного проектування спеціальних подій в напрямі підвищення ступеню їх інноваційності та розвитку креативного потенціалу.

З'ясовано, що специфіка підходів до використання сучасних івент-практик відображає безпосередній вплив трансформаційних процесів, якими ознаменувався культурогенез ХХ століття, культурологічно-соціологічні дослідження креативних культурних практик в туризмі, мистецтві, спорті, моді, дизайні, рекламі та посилення взаємодії культурних традицій й інновацій в інформаційному суспільстві ХХІ століття. Сектор культури включає діяльність, пов'язану зі створенням культурних цінностей і її основоположною природою є діяльність, пов'язана з творчістю, ідентичністю та самовираженням, а креативний сектор заснований на виробництві та поширенні товарів і послуг, які можуть бути виготовлені у промислових масштабах або на основі прототипу. Якщо для традиційних подієвих практик основною особливістю є відтворення спеціалістами індустрії вражень незвичайного, неочікуваного, того, що контрастує з буденністю, то для новітніх івент-практик одним із важливих аспектів є процес культуротворчості та співтворчості в інформаційному полі, як чинники формування соціокультурного простору сучасності.

Виявлено, що стала система українських культурних інституцій створює умови для функціонування культурних та креативних індустрій, а їх діяльність спрямована на розбудову національної культури у країні. Народження нових культурних явищ на тлі відмирання окремих цінностей, змістів і форм життєдіяльності сучасних суспільств, ведуть до радикальних змін у застосуванні інноваційних технологій в усіх напрямках сучасної соціокультурної сфери, а процес формування нових конфігурацій культурного простору пов'язаний із зростанням міжкультурної взаємодії, модернізацією сучасної професійної культури, тенденціями до інтенсифікації використання івент-

практик у креативних індустріях, що все більш актуалізує творчий потенціал національної культури. Наголошено, що ефективним інструментом формування ринку івент-індустрії, який складають структури, що спеціалізуються виключно на організації різного роду подій (культурних, суспільно-політичних, спортивних, ділових), а також впровадження цілого комплексу практик, які ґрунтуються на принципах креативності, активного генерування різноманітних ідей, використання міжнародного досвіду та участі міжнародних організацій, є розвиток інноваційних технологій з доступом до високоякісних засобів комунікацій та створення й реалізація «творчого продукту». Механізмом активізації сучасних творчих новацій є процеси віртуалізації за допомогою яких створюється сучасна мозаїчна соціокультурна реальність.

З'ясовано, що інноваційні явища у сфері культури неможливі без розвитку креативних подієвих практик, технологій та послуг, в основу яких покладається соціальна творчість, істотно впливають на якість взаємодії у соціокультурному просторі. Створення культурно-мистецького простору вимагає глибокого розуміння ідентичності культурної спадщини, ресурсів й структури простору; вивчення культурних ініціатив щоб залучити зацікавлених осіб (стейкхолдерів) на регіональному і глокальному рівнях, потреб і цінностей місцевої спільноти, для якої буде створюватися даний простір. Культуротворчий потенціал креативних культурних практик активно використовується для розширення доступу до надбань національної і світової спадщини, інноваційних культурних продуктів, увійшов у практичний обіг менеджерів для розробки проектів і стратегій регіонального розвитку.

Доведено, що сучасна форма глобалізації визначає нову площину взаємодії культурних практик з креативністю та інноваціями в глобальному масштабі. В контексті нашого дослідження, подієві творчі практики є невід'ємною частиною сучасного соціокультурного простору, які найкраще проявляються у таких напрямках культурних і креативних індустрій, як театральні та образотворчі види мистецтва, ринок медіа- та відеогалузей,

музика, архітектура, дизайн, мода і туризм, поширення практик яких набуло прискорення із вдосконаленням інформаційних технологій і сучасних засобів комунікації. Окреслено, що організована подія – це важлива інформаційна складова місця призначення, штучний інформаційний потік, особливо якщо це стосується збереження наявних культурних традицій.

Акцентовано, що формування сучасного соціокультурного простору є складним процесом, що має на меті створення, поширення і збереження нових культурних цінностей, культурних смислів й інновацій, розвиток індивідуально-культурних здібностей індивідів і обслуговування їх творчої діяльності сукупністю установ і організацій, що тісно взаємодіють між собою, створюють і поширюють культурні продукти. Саме Людина є центром соціокультурного простору, що, у свою чергу, визначає стратегічне завдання сучасної мозаїчної й синкретичної культури – забезпечити баланс в пошуку форм взаємодії глобальної, національної і регіональної культур.

Доведено, що здатність до проектної діяльності, тобто творчого освоєння і перетворення світу не за стереотипами і стандартами, є однією з основоположних характеристик людини культурної. Природа культурного продукту є творчою по суті, а соціокультурний проєкт стає способом перетворення культурної дійсності чи простору через втілення задумів його авторів. Відповідно це сприяє вирішенню актуальних суспільних проблем, які трансформуються під впливом культурних стейкхолдерів.

Теоретичне осмислення сучасних івент-практик через призму ціннісних орієнтирів дає підстави стверджувати, що система ціннісних орієнтацій та впливів визначається через інтереси та потреби людини, прагнення та можливості, вибору людиною пріоритетів та сенсу власного життя. Аналіз теоретичних концепцій довів, що пріоритетного наукового осмислення набувають цінності, їх феномен в дискурсі верховенства права та процесів державотворення. Цілісна система правових цінностей включає в себе: право на життя, гідність, справедливість, чесність, рівність, права і свободи людини. Останні набувають особливої актуальності під час російсько-української війни.

Цінність є ключовою категорією культурної функції держави. Визначені основні засади, цілі і напрямки культурної політики в будь якій державі, мають чітко відображати ціннісні пріоритети та бути спрямовані на активні державно-управлінські орієнтації, які б відповідали національним цінностям. Формуються ціннісні орієнтації в ході засвоєння культурного досвіду, переконань, отриманих емоцій та почуттів. Система ціннісних орієнтації особистості утворюється на основі панівних в культурі ціннісних уявлень. Роль івенту в системі формування ціннісних орієнтацій і впливів є беззаперечною, адже в своєму культуротворчому потенціалі івент є тією частиною культурної практики, яка задає ціннісний зміст і напрямок особистісних позицій, поведінки, вчинків учасників.

Аргументовано, що сучасна івент-практика, її ціннісно-сміслові орієнтації мають базуватися на таких основних суспільно-державних (національних) цінностях України, як: соборність, самобутність, воля, гідність, теоретичне осмислення яких дозволило констатувати про їх визначальну роль і значення у вихованні молодого покоління. Ціннісно орієнтований івент є тим інструментом, який дозволить його учасникам усвідомити (ідентифікувати) себе одиницею національного чи етнічного утворення, власної неповторності й несхожості на інших. Професійно спланована тематична спрямованість сучасної івент-практики дозволяє забезпечити різноманітні людські цінності, від національних до індивідуальних. Високопрофесійна організація івентів має бути орієнтована в своїй ефективній і результативній проєкції на засвоєння і формування у молоді ефекту приналежності до української самобутності.

*Ключові слова:* культуротворчість, культуротворча місія, івент-індустрія, івент-практики, івент-маркетинг, подієві практики, креативні індустрії, креативність, дестинації, цінності, ціннісні орієнтири, інновації, інноваційний культурний продукт, культурне проєктування, соціокультурний простір.

## SUMMARY

***Zasyadvovk O. A. Cultural mission of event practitioners in Ukraine.*** – Qualification scientific work as a manuscript.

Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in the Specialty 034 “Cultural Studies”. – National Academy of Culture and Arts Management, Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine, Kyiv, 2023.

The thesis substantiates the theoretical foundations and practical ways of implementing the cultural mission of event practitioners in modern Ukraine in the general context of the development of the creative sector of industries.

Based on the study of theoretical sources, it has been found that the issue of studying event practices in terms of identifying and arguing their cultural mission has not yet been the subject of special scientific research. Instead, it has been found that the problems of events, the event industry, and event practices are also a relatively recent focus of research by domestic scholars, and are mainly characterised by their interdisciplinary nature, which, at the same time, actualises the proposed research from the standpoint of a cultural approach.

The thesis proves that the innovative culture of modern times, which includes creative industries and event practices, creates the ground for the transformation of society, but it should also be based on innovative socio-cultural practices that unite successful purposeful people who believe in innovative, creative values, to which in particular include event practices in the system of creative industries.

It is argued that event-practices are actually a component of modern creative industries, which are related to the genesis of consumer society according to the concept of cultural industries in a technological society. Since the main object of event practices is an event, in the scientific and practically oriented discourse, these practices are also called event practices, as well as their derivative branches (event management). An integral component of event practices is research highlighting current issues of event management.

Modern changes in the socio-cultural space require the development of methods, approaches, and technologies of socio-cultural design of special events in the direction of increasing their degree of innovation and development of creative potential.

It has been found that the specificity of approaches to the use of modern event practices reflects the direct influence of transformational processes that marked the cultural genesis of the 20th century, cultural-sociological studies of creative cultural practices in tourism, art, sports, fashion, design, advertising, and the strengthening of the interaction of cultural traditions and innovations in information society of the 21st century. The cultural sector includes activities related to the production of cultural values and its fundamental nature is activities related to creativity, identity, and self-expression, while the creative sector is based on the production and distribution of goods and services that can be produced on an industrial scale or based on the prototype. While the main feature of traditional event practices is the reproduction by industry specialists of impressions of the unusual, unexpected, and what contrasts with the ordinary, one of the important aspects of the latest event practices is the process of cultural creation and co-creation in the information field as factors in the formation of the socio-cultural space of modernity.

It has been revealed that the established system of Ukrainian cultural institutions creates conditions for the functioning of cultural and creative industries, and their activities are aimed at building national culture in the country. The birth of new cultural phenomena against the background of the extinction of certain values, contents, and forms of life of modern societies lead to radical changes in the application of innovative technologies in all directions of the modern socio-cultural sphere, and the process of forming new configurations of the cultural space is connected with the growth of intercultural interaction, the modernisation of contemporary professional culture, trends to intensify the use of event practices in creative industries, which increasingly actualises the creative potential of national culture. It has been emphasised that an effective tool for forming the event industry market, which consists of structures specialising exclusively in the organisation of



various types of events (cultural, socio-political, sports, business), as well as the implementation of a whole set of practices based on the principles of creativity, active generation various ideas, the use of international experience and the participation of international organisations, is the development of innovative technologies with access to high-quality means of communication and the creation and implementation of a "creative product". The mechanism of activation of modern creative innovations is virtualisation processes, which create a modern mosaic socio-cultural reality.

It has been found that innovative phenomena in the field of culture are impossible without the development of creative event practices, technologies, and services, which are based on social creativity, which significantly affect the quality of interaction in the socio-cultural space. Creating a cultural and artistic space requires a deep understanding of the identity of the cultural heritage, resources, and structure of the space; study of cultural initiatives to attract interested persons (stakeholders) at the regional and global levels, needs and values of the local community for which this space will be created. The cultural potential of creative cultural practices is being actively developed is used to expand access to national and world heritage assets, innovative cultural products, has entered the practical circulation of managers for the development of regional development projects and strategies.

It is proven that the modern form of globalisation defines a new plane of interaction of cultural practices with creativity and innovation on a global scale. In the context of our research, event-creative practices are an integral part of the modern socio-cultural space, which are best manifested in such areas of cultural and creative industries as theatre and fine arts, the market of media and video industries, music, architecture, design, fashion and tourism, the spread of which has accelerated with the improvement of information technologies and modern means of communication. It is outlined that the organised event is an important information component of the destination, an artificial information flow, especially if it concerns the preservation of existing cultural traditions.

It is emphasised that the formation of a modern socio-cultural space is a complex process aimed at the creation, dissemination, and preservation of new cultural values, cultural meanings, and innovations, the development of individual and cultural abilities of individuals, and the maintenance of their creative activity by a set of institutions and organisations that closely interact with each other, create and distribute cultural products. It is the Human who is the centre of socio-cultural space, which, in turn, determines the strategic task of modern mosaic and syncretic culture – to ensure a balance in the search for forms of interaction between global, national, and regional cultures.

It has been proven that the ability to project activity, i.e. creative development and transformation of the world not according to stereotypes and standards, is one of the fundamental characteristics of a cultural person. The nature of a cultural product is essentially creative, and hence, a socio-cultural project becomes a way of transforming cultural reality or space through the implementation of the ideas of its authors, which relate to the socio-cultural sphere through the solution of current social problems that are transformed under the influence of cultural stakeholders.

The theoretical understanding of modern event practices through the prism of value orientations gives reason to assert that the system of value orientations and influences is determined by a person's interests and needs, aspirations, and opportunities, a person's choice of priorities and meaningful meaning of one's own life. The analysis of theoretical concepts proved that values, their phenomenon in the discourse of the rule of law and the processes of state formation acquire priority scientific understanding. A comprehensive system of legal values includes the right to life, dignity, justice, honesty, equality, human rights and freedoms. The latter become especially relevant during the Russian-Ukrainian war.

Value is a key category of the cultural function of the state. The defined basic principles, goals, and directions of cultural policy in any state should clearly reflect value priorities and be aimed at active state-management orientations that would correspond to national values. Value orientations are formed during the assimilation of cultural experience, beliefs, received emotions, and feelings. The system of value

orientations of the individual is formed on the basis of the value ideas prevailing in the culture. The role of the event in the system of formation of value orientations and influences is indisputable, because in its cultural potential, the event is the part of cultural practice that sets the value content and direction of the personal positions, behaviour, and actions of the participants.

It is argued that modern event-practice and its value-meaning orientations should be based on such basic social-state (national) values of Ukraine as unity, originality, will, dignity, the theoretical understanding of which made it possible to ascertain their determining role and significance in education young generation. A value-oriented event is a tool that will allow its participants to realise (identify) themselves as a unit of a national or ethnic formation, their own uniqueness, and dissimilarity to others. Professionally planned thematic orientation of modern event practice allows ensuring a variety of human values, from national to individual. The highly professional organisation of events should be oriented in its efficient and effective projection to the assimilation and formation of the effect of belonging to the Ukrainian identity among young people.

*Keywords:* cultural creation, cultural mission, event industry, event practices, event marketing, event practices, creative industries, creativity, destinations, values, value orientations, innovations, innovative cultural product, cultural design, socio-cultural space.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**  
**Наукові праці, в яких опубліковані основні**  
**наукові результати дисертації**

*Наукові праці, в яких опубліковані*  
*основні наукові результати дисертації:*

1. Засядьвовк О. А. Культурологічний феномен масового івенту. *Культура і сучасність: альманах*. 2023. № 1. С. 29–34. DOI 10.32461/2226-0285.1.2023.286778.

2. Засядьвовк О. А. Поняття культуротворчості в контексті розвитку івент-індустрії. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. 2023. № 2. С. 64–68. DOI 10.32461/2226-3209.2.2023.286876

3. Засядьвовк О. А. Ціннісні властивості сучасної івент-практики в науково-практичному дискурсі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2023. № 3. С. 45–49. DOI 10.32461/2226-3209.3.2023.289784

*Публікації, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:*

4. Кофанова О. А. Теорія івент-маркетингу. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали II міжнар. наук. конф. молодих вчених, аспірантів та магістрів, 6–7 груд. 2018 р.* М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. Київ: НАКККіМ, 2018. С. 212–214.

5. Кофанова О. А. Теоретичне осмислення поняття «івент-індустрія». *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали III міжнар. наук. конф. молодих вчених, аспірантів та магістрів, 5–6 груд. 2019 р.* М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. Київ: НАКККіМ, 2019. С. 132–133.

6. Кофанова О. А. Креативність як засіб трансформації івенту. *Культурологічний альманах. Випуск 14* [за матеріалами VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Управління культурними проєктами та креативна індустрія» (27 листопада 2020 р.)]. Вінниця : ТОВ «ТВОРИ», 2020. С. 29–52.

7. Засядьвовк О. А. Івент-практики як засіб патріотичного виховання молоді. *Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 26-27 березня 2022 р.)* Київ : КНУКіМ, 2022. С. 138–141.

8. Засядьвовк О. А. Комунікативний потенціал івент-практик сучасності. *Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 18 травня 2023 р.)*. Київ : НАКККіМ, 2023. С. 231–232.

9. Засядьвовк О. А. Культуротворчість івент-практик в контексті розвитку креативних індустрій. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали VII Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп. та магістран. / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 02 листопада 2023 р.)*. Київ : НАКККіМ, 2023. С. 39–40.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	15
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ</b> .....	21
1.1. Стан наукової розробки теми дослідження.....	21
1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методологія дослідження .....	47
Висновки до 1 розділу.....	68
<b>РОЗДІЛ 2. КУЛЬТУРОТВОРЧІСТЬ У ВИМІРІ КУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ</b> .....	70
2.1. Культуротворчість як чинник формування соціокультурного простору сучасності.....	70
2.2. Креативність та інноваційність івент-практик у реалізації їх культуротворчої місії.....	86
2.3. Проектування культурно-мистецького простору засобами подієвих практик.....	105
Висновки до 2 розділу.....	124
<b>РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ІВЕНТ-ПРАКТИКИ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТИРІВ ТА ВПЛИВІВ</b> .....	127
3.1. Цінність як важлива категорія людського буття.....	127
3.2. Ціннісно-сміслові орієнтації сучасних івент-практик в проекції культуротворчої місії молодіжної політики .....	148
Висновки до 3 розділу.....	172
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	176
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	181
<b>ДОДАТКИ</b> .....	211
Додаток А. Список публікацій здобувача .....	211

## ВСТУП

**Обґрунтування вибору теми дослідження.** В умовах сучасних соціокультурних трансформацій івент-індустрія та івент-практики переживають період активних соціокультурних змін та технологічних інновацій, обумовлених інформаційними, інтегративними процесами, появою нових технологій штучного інтелекту та ін. Це може надати івент-індустрії нові управлінські перспективи, пов'язані з можливістю прогнозувати та програмувати поведінку відвідувачів на основі аналізу надзвичайно великих обсягів даних про його поведінку, мислення та переваги. Проте івент-діяльність будується на створенні для відвідувача такого просторово-часового континууму, який він може сприймати як унікальний, наділений багатьма можливостями. Це робить івент-технології ефективним інструментом досягнення не лише комерційних, але й комунікативних, іміджевих цілей будь-якими цільовими суб'єктами діяльності. Специфіка творення цієї унікальності багато в чому пов'язана із соціально-комунікативними та культуротворчо-аксіологічними аспектами життя людини. Відповідно з метою сталого розвитку культурних та креативних індустрій івент-практикам важливо не тільки синхронізуватися з передовими технологічними розробками, а й враховувати антропологічну специфіку, аксіологічні рівні суспільного сприйняття, що своєю чергою, актуалізує цю сферу діяльності з позицій культури творчості, що постає специфічною місією сучасних івент-практик як сегменту креативних, індустрій, здатного продукувати інноваційний культурний продукт.

Культуротворча діяльність є специфічною формою соціокультурної практики, в основі якої лежить принцип людиномірності та ціннісного відношення до світу. Цей принцип спрямовує культуротворчість на формування ціннісних доміант та їх втілення у суспільстві на рівні світоглядно-нарративних моделей, мистецьких артефактів, культурних проєктів та ін., що як структурує культурну традицію навколо цього, так і впливає на її трансформування через опредмечування і розпредмечування цінностей, які

орієнтують людину, надають вектор її соціального руху, роблять доцільною є її діяльність, зокрема за допомоги івент-практик.

Сучасні івент-практики стали невідомою складовою феномену креативних індустрій, дослідницький інтерес до яких був значно актуалізований в перші десятиліття ХХІ століття у зв'язку зі структурними змінами у процесах культурного виробництва та споживання. На сьогодні означена проблематика все більше привертає увагу вчених у галузі культурології, соціології, філософії та економіки культури, артменеджменту, що свідчить про її міждисциплінарний характер, обумовлений складністю контексту, що сформував ситуацію, за якої творчі процеси набули індустріального характеру. Цими чинниками і обумовлений вибір теми дослідження «Культуротворча місія івент-практик в Україні».

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертація виконана згідно з планами науково-дослідної роботи кафедри культурології та міжкультурних комунікацій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв та відповідає дослідницькій тематиці кафедри «Актуальні проблеми теоретичної та практичної культурології» (державний реєстраційний номер № 0120U105692). Тему наукової роботи затверджено рішенням Вченої ради Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв (протокол № 3 від 29.10.2019), уточнена рішенням Вченої ради Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв (протокол № 3 від 25.10.2022).

**Мета дослідження** – визначити і обґрунтувати культуротворчу місію сучасних івент-практик в Україні.

Поставлена мета зумовила потребу вирішити такі **завдання**:

– з'ясувати стан наукової робленості проблематики дослідження, проаналізувати понятійно-категоріальний апарат та сформулювати методологію дослідження;

– концептуалізувати культуротворчість як чинник формування соціокультурного простору сучасності;



- окреслити креативність та інноваційність івент-практик у реалізації їх культуротворчої місії;
- проаналізувати проектування культурно-мистецького простору засобами подієвих практик;
- аргументувати поняття цінності як важливої категорії людського буття;
- виявити ціннісно-сміслові орієнтації сучасних івент-практик в проєкції культуротворчої місії молодіжної політики.

**Об'єкт дослідження** – сучасні івент-практики України.

**Предмет дослідження** – культуротворча місія івент-практик в Україні.

**Методологія дослідження** дисертації ґрунтується на загальнонаукових принципах об'єктивності та цілісності. Основою дослідження є комплексний підхід, який передбачає використання методу системності, що дозволяє розглянути івент-практики як частину креативних індустрій, що складають загальну цілісну систему розвитку культури, що базується на створенні та просуванні інноваційно-проектного культурного продукту, орієнтованого на певну цільову аудиторію. *Культурологічний підхід* передбачає виявлення місця і ролі івент-практик в процесах культурного відтворення і виробництва крізь призму культурних універсалій. Похідним від культурологічного є *соціокультурний підхід*, який спирається на основні принципи і досягнення соціологічного і культурологічного знання, а також дозволяє розглядати співвіднесеність систем суспільства і культури у їх взаємодії із підсистою креативних індустрій, для яких належать й івент-практики. Спрямованість *аксіологічного підходу* на вивчення питань, пов'язаних з дослідженням культуротворчої місії івент-практик як складової частини креативних індустрій, значною мірою обумовлена змістом соціального замовлення, що розглядається як форма духовної потреби, актуальної для суспільства, а також як інструмент шляхів реалізації завдань сучасної культурної політики. *Історичний метод* дає можливість розглянути культуротворче буття як буття історичне, коли культуротворчі та історичні процеси постають в усій своїй єдності та взаємозумовленості.

**Теоретичну базу роботи становлять:**

- наукові праці загальнотеоретичного та культурологічного спрямування (Т. Адорно, С. Виткалов, І. Горохолінська, А. Гоцалюк, О. Гриценко, Ж. Денисюк, П. Дракер, М. Кастельс, О. Копієвська, Ф. Махлуп, К. Станіславська);

- наукові праці, які засвідчують розробку проблематики культуротворчості (Л. Бабушка, В. Балута, Г. Герасимович, В. Герасимчук, О. Жорнова, Ю. Колісник-Гуменюк, В. Леонтьєва, О. Попович, В. Федь);

- дослідження з питань аксіологічної проблематики (Ф. Веніславський, Р. Винничук, О. Кудряшова, В. Нікітенко, О. Ременець, Н. Романова, Ю. Шайгородський);

- роботи, присвячені проблематиці феномену креативності та креативних індустрій (С. Безклубенко, П. Герчанівська, С. Дичковський, Г. Меднікова, М. Міщенко, С. Оборська, М. Пашкевич, І. Петрова, Л. Осадча, Н. Рибка, О. Шибер);

- наукові дослідження, що висвітлюють питання івент-практик, івент-індустрії та суміжних питань івент-менеджменту, івент-маркетингових технологій (О. Власенко, Н. Головач, Л. Зеленська, І. Климко, Н. Макимовська, М. Поплавський, О. Сєвонькаєва, Х. Плецан, Т. Філіна, О. Хитрова, Ю. Харитоновна, О. Чеботаєва);

- роботи зарубіжних дослідників, що висвітлюють актуальні питання креативних індустрій та івент-практик (П. Бурдьє, Н. Гарнем, Д. Гетц, Дж. Гокінс, М. Деуз, К. Джонс, Г. Йоас, С. Каннінгем, Дж. Коннелл, М. Лоренцен, Є. Мур, Дж. О'Коннор, С. Дж. Пейдж, Дж. Сапседа, Т. Флю, Д. Хезмондалш).

**Наукова новизна** одержаних результатів дослідження визначається тим, що на основі культурологічного аналізу досліджено культуротворчу місію івент-практик в сучасній Україні

*Уперше:*

- концептуалізовано культуротворчість як сутнісну рису діяльності і головну місію в межах сучасних івент-практик, що в проєкції креативних індустрій покликані формувати інноваційний культурний продукт, здатний задовольняти актуальні культурні потреби суспільства та цільових аудиторій;
- обґрунтовано культуротворчість як чинник формування соціокультурного простору сучасності та культурних цінностей як здатності до креативних проявів у сфері культури та культурної діяльності;
- аргументовано особливості впровадження подієвих практик, які репрезентували національні культурні та духовні цінності, сприяючи утвердженню і зміцненню української ідентичності;
- на основі аналізу ціннісно-сміслових орієнтацій сучасних івент-практик виявлено та концептуалізовано культуротворчу місію молодіжної політики, що має базуватися на суспільно-державних (національних) цінностях на основі концептів соборності, самобутності, волі, гідності.

*уточнено:*

- роль івент-практик в системі формування ціннісних орієнтацій і впливів, що в своєму культуротворчому потенціалі задає ціннісний зміст і напрямок особистісних позицій, поведінки, вчинків учасників;
- механізми впровадження та площину взаємодії інформаційних технологій та креативних індустрій і івент-практик;

*набули подальшого розвитку:*

- аспекти розвитку креативних подієвих практик, технологій та послуг, в основу яких покладається соціальна творчість, що актуалізує потенціал національної культури;
- діяльність системи українських державних і неурядових культурних інституцій щодо підтримки розвитку івент-практик, спрямованих на посилення культурного розмаїття в Україні та інтеграцію української культури у світовий культурний простір.

**Теоретичне та практичне значення дослідження** полягає в тому, що матеріали дослідження можуть стати основою лекційних курсів з культурології, креативних індустрій, креативно-проектного менеджменту в культурі, івент-практик, івент-менеджменту.

**Особистий внесок здобувача.** Дисертація є самостійним науковим дослідженням, у якому здійснено висвітлення культуротворчої місії сучасних івент-практик в Україні. Усі наукові результати, викладені в дисертації, отримано автором особисто.

**Апробація результатів дослідження.** Дисертація обговорювалась на засіданнях кафедри культурології та міжкультурних комунікацій НАКККіМ; на міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях: «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» (Київ, 6–7 грудня 2018 р.; 5–6 грудня 2019 р.; 02 листопада 2023 р.); «Управління культурними проектами та креативна індустрія» (Вінниця, 27 листопада, 2020 р.); «Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні» (Київ, 26–27 березня 2022 р.); «Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи» (Київ, 18 травня 2023 р.)

**Основні публікації.** Основні положення та висновки дисертації викладено у 9 одноосібних публікаціях: 3 статті у наукових фахових виданнях з культурології, затверджених МОН України; 6 публікацій у збірниках матеріалів конференцій.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація складається з анотації українською та англійською мовами, списку публікацій здобувача за темою дисертації, змісту, вступу, 3 розділів, висновків у кінці розділів та загальних висновків, списку використаних джерел та літератури і додатків. Загальний обсяг дисертації: 212 сторінок, основний текст становить 166 сторінок, список використаних джерел містить 258 позицій.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

#### 1.1. Стан наукової розробки теми дослідження

Дослідження питання культуротворчої місії сучасних івент-практик потребує досить ретельного підходу щодо вивчення корпусу наукової літератури, її систематизації, групування та узагальнення, що дасть змогу виявити як наявні тенденції у дослідженнях, так і сформулювати нові завдання для наукового пошуку. Функціонування івент-практик та індустрії івенту в Україні загалом у своїй не надто віддаленій ретроспективі, поєднується з багатьма іншими сферами діяльності – івент-менеджментом, івент-маркетингом, креативними індустріями, медіа-комунікаціями та багатьма іншими практиками. Водночас виявлення культуротворчого потенціалу і культуротворчості як головної місії сучасних івент-практик передбачає звернення до наукових праць культурологічного спрямування, що дозволить з'ясувати місце і роль івент-практик як інноваційного сегменту культури у формування сучасного соціокультурного простору. Вивчення наукового опрацювання проблеми культуротворчої місії сучасних івент-практик в Україні матиме різні «галузеві» виміри відповідно до контексту їх становлення, опосередковуючись при цьому загальними суспільними, культурними й економічними тенденціями розвитку. Івент-індустрія протягом більше, ніж двадцятирічного періоду XXI ст. фактично перебувала на етапі становлення як окремої галузі креативних індустрій, набуваючи ваги як соціокультурної практики та власної інституційності.

Івент у перекладі із англійської мови дослівно перекладається як певна розважальна або ж рекламна вистава, яка відбувається на театральній сцені, кіно ж або телеекрані, на спортивній або ж цирковій арені із використанням різноманітних образотворчих прийомів, спеціальних ефектів, комп'ютерної

графіки тощо. Поняття івент включає також у себе не тільки подію, захід, певну церемонію або ж шоу, а насамперед містить чіткі смислові відтінки для сприятливого впливу, виняткової події, отримання найбільш бажаного результату проведеного заходу. Такий підхід покликаний створити захід, який би насамперед сприймався його учасниками як специфічна, абсолютно виняткова, певним чином неповторна подія. Тобто івент є запланованою соціально суспільною подією (заходом), який відбувається в певний час із певною метою і має чіткий резонанс для всього суспільства. Запланована подія (івент) є насамперед просторово-часовим феноменом, кожен із яких є унікальним як результат злагодженої взаємодії публіки, навколишнього оточення, системи управління, враховуючи розробку окремих елементів й програми [113, с.100].

У країнах Західної Європи івент-менеджмент є відносно новим типом бізнесу (йому практично 25 років), а тому він ще не набув таких глобальних масштабів, як, наприклад, у США. Однак у більшості університетах створено курси й напрями із підготовки фахівців даної сфери. Відповідно в Україні івент-менеджмент — є абсолютно новим напрямом. У нашій державі ринок івент-послуг практично став розвиватись лише із 2005 року. У жовтні 2007 р. було створено Асоціацію івенторів України, яка спрямовує свої зусилля на розробку, організацію і проведення видовищних заходів, на захист прав і задоволення соціальних, економічних, творчих інтересів членів асоціації, на обмін досвідом, зокрема і з зарубіжними колегами. Сучасний event є важливим інструментом у вирішенні зовнішніх і внутрішніх корпоративних завдань. Адже, професійно організований захід підвищує рейтинг не лише компанії, яка замовила послугу, а й агенції, яка надає її. Сьогодні ринок «event-послуг» в Україні стрімко розвивається. Для цього бізнесу стали звичними не лише концептуальні корпоративи, а й різноманітні масові заходи: спортивні свята, свята продукту, симпозіуми тощо [135, с.189].

Державне регулювання полягає у встановленні стимулюючих заходів для юридичних осіб усіх форм власності та обмежувальних дій, завдяки яким

знижуються ризики поширення небезпеки. В Україні прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID-19)» від 16.06.2020 р. № 692-IX. Ним передбачається надання на безоплатній основі фінансових ресурсів юридичним особам усіх форм власності сфери культури, культурно-пізнавального (внутрішнього) туризму та тим особам, основний вид діяльності яких відноситься до видів економічної діяльності, які належать до креативних індустрій, з метою забезпечення їх стабільної діяльності та розвитку в умовах дії обмежувальних заходів [117, с. 120-121].

Відповідно до означеної проблематики, мети та завдань дослідження ми розглянемо два умовні блоки наукових праць, серед яких перша буде пов'язаною з аналізом стану вивчення проблематики розвитку івент-практик, івент-індустрії та суміжних питань івент-менеджменту, івент-маркетингових технологій в контексті розвитку креативних індустрій як окремого сектору сучасної інноваційно-проектної культури. Другий блок включатиме розгляд і аналіз праць, які засвідчуватимуть ступінь розробки проблематики культуротворчості як багатовимірного феномену, пов'язаного з культурною діяльністю та наданням їй ціннісних значень, формуванням нових соціокультурних практик, які допомагають людині реалізувати свій потенціал, що безпосередньо визначається антропологічною сутністю культури.

Сучасні івент-технології з позицій трансформування ними соціокультурної сфери розглядала Н. Максимовська, наголошуючи, що оскільки креативність є основою інноваційних змін, зокрема в соціокультурній сфері, івент-технології стають втіленням творчих, унікальних соціокультурних практик в умовах сучасного стану розвитку культури. На думку дослідниці, яку повністю поділяємо, зміни соціокультурного простору зумовлюють застосування прикладної культурології як наукової основи менеджменту спеціальних подій, оскільки ця галузь досліджує обґрунтування та розробку

способів, підходів та технологій, які сприяють організації й регуляції культуротворчих процесів. Спеціальна подія як цілеспрямовано організоване дійство для трансляції ідей, цінностей, повідомлень, які сприяють досягненню світоглядних, інформаційних, репутаційних, іміджевих та інших цілей спільноти, презентує це явище через аксіологічну та ідеологічну спрямованість, акцентує на його значному символічному капіталі. Під час здійснення івенту реалізується креативна ідея, позиціюється атрибутивність культури, виявляється просоціальна спрямованість взаємодії осіб та груп [97, с.280].

Серед проблем і перспектив розвитку івент-індустрії на сучасному етапі дослідники виділяють не лише комерційну складову, але наголошують на певній синергії, яка має бути присутня в організації івентів аби вивести організацію на новий рівень. Вагомим кроком у питанні практичної реалізації проведення івентів і підтримки з боку держави стало прийняття 2020 р. відповідного законодавства щодо підтримки сфери креативних індустрій [117, с.120].

Змістове наповнення сучасних івент-програм, їх основні види та тенденції розвитку висвітлено в праці М. Крипчука та С. Плуталова. На думку авторів, сучасний івент на сьогодні є досить цікавим і складним форматом взаємодії артистів, ведучих із глядачами та учасниками програми. Тому в івентах однією із актуальних проблем є вибір форми, у якій відбуватиметься запланована взаємодія [81, с. 563-564].

Класифікацію івентів з точки зору розгляду їх комунікативних практик запропоновано у праці О. Чеботаєвої. Зокрема дослідниця виділяє внутрішні/зовнішні івенти, формальні і неформальні, публічні і непублічні, вертикальні і горизонтальні, прямі і опосередковані, вербальні і невербальні [190].

Організацію івентів у туристичній діяльності досліджує К. Вовк, роблячи наголос на невербальній комунікації, під якою може розумітися будь-яке інформаційне повідомлення. Також рівень сприйняття події суспільством визначається його науковим, культурним та економічним рівнем розвитку, а



також минулим історичним досвідом набутим на момент проведення події. Введення нової інформаційної складової формує певну установку, яка впливає на результат сприйняття [19, с.61].

Українська дослідниця В. Тормахова [170] розглядає масові заходи (які по суті своїй частково належать до сфери івентів) в розрізі візуальних практик, визначаючи спільні та відмінні риси, а також досліджує загальний інструментарій менеджменту, маркетингу, дизайну та комунікації, що застосовується для їх реалізації.

Оскільки головним об'єктом івент-практик є подія, у науковому і практично-орієнтованому дискурсі ці практики ще називають подієвими, так само і їх похідні відгалуження (подієвий менеджмент і т.ін.).

Подієві практики як ефективний інструмент паблік рилейшнз досліджувала М. Пашкевич, серед іншого, вказуючи на те, що подієві практики варто розглядати крізь призму візуалізації сучасної культури, оскільки «подія у системі паблік рилейшнз є важливою невербальною формою передачі інформації, а в деяких випадках навіть більш дієвою, ніж вербальні засоби впливу» [125, с.218]. Окрім цього, дослідниці належить монографія, присвячена вивченню івент-технологій у сфері дозвілля. У своїх працях М. Пашкевич під івентом розуміє заплановану соціально-суспільну подію (захід), що відбувається в певний час, із певною метою та має резонанс для суспільства [124, с.177].

Невід'ємною складовою івент-практик є дослідження, що висвітлюють актуальну проблематику івент-менеджменту. Зокрема, питання івент-менеджменту в індустрії дозвілля знайшли своє відображення у працях М. Поплавського, де івент-технології розглядаються як механізм функціонального координування всіх спеціалістів, які причетні до створення й проведення спеціального заходу, а івент-менеджмент може бути ефективним інструментом в арсеналі менеджера соціально-культурної діяльності, його можна використати як засіб розвитку сфери дозвілля, а також для досягнення певних цілей [135, с.188].

Аналізу стану і перспектив розвитку івент-менеджменту присвячені роботи О. Хитрової та Ю. Харитонової, В. Жежухи та В. Мисика [186]; організації роботи в івент-сфері присвячена робота О.Радіонової [147].

Дослідники О. Ніколюк, Ю. Дьяченко, Т. Савченко, розглядаючи особливості розвитку івент-менеджменту на сучасному етапі, зазначають про те, що перспективність впровадження івент-технологій полягає насамперед у тому, що вони завжди є різними, ніколи не повторюються. Кожен із них створюється із певною конкретною цільовою метою задля отримання виняткових вражень, а сам івент-менеджмент включає низку маркетингових комунікацій, виступаючи таким чином певною соціальною технологією та інструментом маркетингових комунікацій [113, с.99].

У праці Н. Шупрудько, де дослідниця розглядає специфічні фактори формування системи івент-менеджменту, відзначається, що івентивний менеджмент варто виокремлювати в окрему категорію, оскільки івенти «можна уявити як своєрідний «домен», який з'єднує професіоналів подій із «спільнотою» навколо подій». До того ж, в його межах, окрім управлінської складової поєднуються спільні цінності та практики, спільна ідентичність створюючи систему залежностей та зв'язків, спільних факторів впливу [198, с.112].

У роботі І. Кінас відзначається, що івент менеджмент став у сучасних умовах предметом вивчення та полем застосування практичних навичок та вмінь, що спрямовані на розробку, виробництво та управління запланованих подій, змістовних фестивалів, святкувань, розважальних заходів, рекреативних подій, політичних, державних, наукових та театральних подій. До цього переліку можна також додати події місцеві, окремі ділові чи корпоративні події, а також події приватного характеру, включаючи різного роду вечірки, одруження та соціальні події певних родинних груп. Event-менеджмент розуміють як впровадження методів управління проектами – project management в практику проведення подій [71, с.206-207].

У роботі Є. Короленко та І. Швець підкреслюється, що на всіх етапах організації культурного проєкту важливою складовою роботи івент-менеджерів є комунікація, яка здійснюється між членами команди та ще більшою мірою з іншими учасниками, які так чи інакше залучаються до проєктної діяльності. Також за переконанням авторів специфіка івент-сфери полягає у тому, що вона має прикладний характер [80, с.222].

Менеджмент в сфері івент-практик дослідник О. Власенко окреслює також як івентивний менеджмент, оскільки він став предметом «вивчення та полем застосування практичних навичок та вмінь, що спрямовані на розробку, виробництво та управління запланованих подій, змістовних фестивалів, святкувань, розважальних заходів, рекреативних подій, політичних, державних, наукових та театральних подій. До цього переліку можна також додати події місцеві, окремі ділові чи корпоративні події, а також події приватного характеру, включаючи різного роду вечірки, одруження та соціальні події певних родинних груп. Event-менеджмент розуміють як впровадження методів управління проєктами – project management в практику проведення подій» [18, с.145].

Подієві комунікації в соціокультурній діяльності, у тому числі й івент-практик досліджено у роботі А. Гриньків. Розглядаючи івенти як спеціальні заходи автором робиться наголос на тому, що їх організація і проведення дозволяє «зберегти та оновити культурні значення, соціальні уявлення та загальнолюдські цінності», а самі «спеціальні заходи є потужною технікою для просування ідей та формування світогляду та цінностей [30, с. 61–62].

Досліджуючи діяльність сучасних івент-агенцій, у роботі Р. Набокова відзначається про застосування особливих арттехнологій при виробництві івентів, оскільки вагому «роль у розвитку івент-індустрії відіграють історичні, соціальні та економічні фактори в суспільстві» [110, с. 202].

Івент-практики розглядалися з точки зору маркетингових комунікацій а роботі О. Севонькаєвої, де зокрема мовиться, що в «рамках івент-маркетингу і безпосередньо event'а позначається не тільки товар і його конкурентні

переваги, але і відбувається залучення споживача, він робиться причетним до дійства, переживає емоції, пов'язані з брендом» [157].

Досліджуючи теоретичне підґрунтя івент-маркетингу, Н. Ткачова наголошує, що «маркетинг подій виник зі сфери менеджменту подій. Маркетологи відносять період зародження маркетингу подій до 1990-х років. Тоді ж з'явилося поняття інтегрованих маркетингових комунікацій. Цей факт призвів до того, що маркетинг подій стали відносити до своєрідних інтегрованих маркетингових комунікацій» [169, с. 429].

Відповідно дослідниця в сфері івент-практик пропонує використання поняття «маркетингу подій» на позначення діяльності, що представляє собою комплекс стратегічних і тактичних заходів щодо ініціювання і розвитку спеціальних заходів і організації спеціальних заходів для контактної аудиторії в зовнішньому і внутрішньому маркетинговому середовищі для досягнення бізнес-цілей компанії і вирішення її маркетингових завдань з використанням методів емоційно-інформаційного впливу на контактну аудиторію, що сприятиме найбільш ефективній трансляції фундаментальних цінностей компанії (бренду) [169, с. 434].

Івент-практики фактично є складовою сучасних креативних індустрій, що пов'язані з генезою споживацького суспільства па поняттям культурних індустрій в технологізованому суспільстві. Генезу культурних індустрій, що бере свої витoki від масової культури досліджувала М. Міщенко, наголошуючи, що у другій половині ХХ ст. стала відчутною тенденція до зближення мистецтва та економіки. При цьому культурні індустрії визначаються як підсектор креативних індустрій, до яких дослідниця зараховує види діяльності, що виробляють продукти та послуги, в основі яких – цінність культурного продукту та культурного самовираження. Окрім культурних, художніх, інноваційних продуктів чи послуг, креативна економіка є також створенням і функціонуванням просторів, де митці мають змогу представляти свої роботи, обмінюватися ідеями, перебувати у творчому пошуку [106, с.89].

Креативні індустрії дослідники загалом розглядають у контексті функціонування креативної економіки, економіки знань, розвитку креативного класу. У своїх наукових працях дослідники аналізують процес перетворення ідеї у новий продукт, творчого супроводу та реалізації, в основі яких використання креативного потенціалу особистості, історичній, культурній ідентичності та культурних ресурсах.

Питання дослідження креативних індустрій з позицій культурологічного підходу висвітлено у працях Х. Плецан [129–131]. У низці робіт дослідниця розглядала як понятійний апарат у цій галузі (культурні індустрії/креативні індустрії/творчі індустрії), так і окремі практики в розрізі креативних індустрій – туризм, фестивалі, культура спадщина, мурал-арт. Також в полі зору дослідниці постали питання як світового досвіду трансформаційних змін креативних індустрій, так і вітчизняних регіональних вимірів; тенденції розвитку секторів креативних індустрій та державних інституцій, державне управління креативними індустріями; нові можливості креативних індустрій в умовах розвитку інформаційних та цифрових технологій; культурні кластери; актуалізувала проблему культурних цінностей як головної детермінанти в розвитку креативних індустрій. Зазначені публікації засвідчують не лише глибокий науковий інтерес авторки, але й актуалізують і активізують науковий дискурс в цій галузі, експлікуючи ці питання крізь призму культурологічного бачення, оскільки саме культура є рушійним фактором соціально-економічного середовища, що впливає на невизначеність і ризик, підкреслюючи важливість людської активності в креативних індустріях [129, с. 26].

Сучасні умови функціонування та перспективи розвитку культурних та креативних індустрій в Україні досліджувала Г. Меднікова [102; 103]. Роль креативних індустрій у розвитку розглядала у своїй роботі Н. Чорна, підкреслюючи, що креативні індустрії – це види економічної діяльності, метою яких є створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження [192].

Концептуалізуючи культуротворчість як головну місію сучасних івент-практик в межах креативних індустрій і загалом розвитку культури в єдності складових її системи варто також зупинитися на більш деталізованому огляді теоретичного дискурсу цього питання.

Проблема культуротворчості в сучасних вітчизняних розвідках постає як царина свободи та вибору людини (Л. Губерський), як прояв життєтворчості (Н. Хамітов), як її екзистенційне самовизначення (С. Пролєєв), як гарант розвитку національної культури (В. Суханцева). Дослідниця В. Леонтєва найбільш послідовно аналізує культуротворчість, розглядаючи її як процесуальне буття ціннісно-сислового універсуму та як «буття-в-культурі». Окрім цього філософські аспекти творчості вивчали Платон, Арістотель, М. Кузанський, Ф. Бекон, Т. Гоббс, Дж. Локк, Д. Юм, І. Кант, Г. Гегель та ін. Також в межах філософських рефлексій серед вітчизняних досліджень з естетики, мистецтвознавства виокремлюють проблеми генези чуттєвої культури (А. Канарський), історичне формування художнього способу культуротворчої діяльності (Ю. Афанасьєв); в полі зору й уваги учених перебувають такі актуальні проблеми, як естетичне виховання як компонент культуротворчості (В. Бітаєв); естетичні основи художньої творчості (Л. Левчук, О. Оніщенко); мистецтвознавчі аспекти української музичної культури (Г. Макаренко, В. Шульгіна) [136, с. 171].

Термін «культуротворчість» з'явився у вітчизняному філософсько-культурологічному дискурсі у 1980-ті роки, показав свою евристичність і перейшов зі статусу напівметафори до статусу певного теоретичного поняття. Поява та розробка цього поняття були зумовлені об'єктивною необхідністю теоретичної фіксації закономірностей та внутрішніх «механізмів» відтворення культурних традицій в умовах глибинної кризи культурної спадкоємності в епоху постмодерну. Варто наголосити на плідній розробці цього поняття філософами України у 1990–2000-х роках.

Важливу роль обґрунтуванні та операціоналізації цього поняття зіграли роботи харківського культуролога В. Леонтєвої. У праці «Культуротворчий

процес: обґрунтування та начала» [91] вона здійснила послідовну спробу аналізу культуротворчих процесів у вітчизняній і в європейській філософській традиції, втілюючи принцип культуротворчості в розумінні світу та утвердженні особистісного начала як носія смислу в цьому світі. В. Леонтєва відзначає, що одиницею культуротворчого процесу є культурний акт як утвердження культурного явища (конкретної єдності змісту й культурної форми) [91, с.56–57]. Дослідниця вважає, що структуру культуротворчого процесу характеризує взаємодія трьох різноякісних типів культурних форм: оstenсивних, імперативних, аксіологічних, які співвідносяться з певним рівнем афірмації та наповнюються відповідними культурними смислами. У формуванні історично конкретної структури певного культуротворчого процесу головними постають «міра її відповідності історичній логіці становлення культурних форм; міра змістовної спадкоємності між досвідом, який транслюється всіма типами культурних форм; міра ціннісної синхронізації різних структурних потоків культурної трансляції, що функціонують одночасно» [74, с. 67].

Культуротворча діяльність є специфічною формою соціокультурної практики, основу якої є принцип мірності світу людиною. Цей принцип спрямовує культуротворчість на породження ціннісних домінант та їх нормативних варіацій у системі певного антропологічного типу (ідеалу людини), що структурує культурну традицію навколо цього і його модифікацій через опредмечування і розпредмечування цінностей, які орієнтують людину, надають вектор її соціального руху, роблять доцільною є його діяльність.

Потреба у виявленні сутності цінності у зв'язку з культуротворчою діяльністю зумовила наше звернення до праць вітчизняних дослідників, вивчали проблематику цінності в історії філософських навчань і досліджували зв'язок цінності з персоналістичними та соціокультурними системами. Основні положення та концептуальні досягнення цих дослідників використовуються як основу аналізу аксіологічної проблематики культуротворчості.

Грунтовно досліджував категорії культуротворчості та культуротворчого буття в площині філософської рефлексії український філософ та культуролог В.Федь, наголошуючи, що культуротворчість визначається зміною «парадигмальних орієнтирів соціокультурного розвитку» [180, с. 89]. Зокрема дослідник, спираючись на теоретичні напрацювання робіт В.П. Андрущенка, Ю.Л. Афанасьєва, О.П. Воєводіна, В.Ю. Даренського, В.Н. Леонтієвої, С.В. Пролєєва, В.К. Суханцевої, Н.В. Хамітова, розглядає культуротворчість як екзистенціальне самовизначення людини, що здобуває культурно визначену форму і яким обґрунтовується історичне формування художнього способу культуротворчої діяльності як загальної практики людства [180, с.89]. У якості формалізації культуротворчості як категорії А. Федь розглядає її як явище, що увиразнюється у формі, стилі, діяльності, функції, діалогу; та безпосередньо змісту цього явища, що розкривається через поняття культури творчого буття. Під останнім дослідник розуміє певний вимір антропологічної практики як стан соціальної, моральної, естетичної і т. ін. активності окремої особистості, як стан її свідомості та діяльності у сферах поєднання в замкнуте коло смислу процесів та результатів міжкультурної взаємодії. Отже, культуротворче буття являє собою духовну динаміку творчого смислоутворення (креації, неґації, афірмації та акцепції) як процесу вироблення ціннісного світу культури та усвідомленням себе й культури в просторово-часовому вимірі [180, с. 90].

Віднаходячи й визначаючи сенсбуттєві концепти в царині культуротворчості як продуктивної людської діяльності В. Герасимчук відзначає, що всі сенси «лежать в основі антропологічних універсалій (які репрезентують людину в іпостасі творця і носія культури), онтологічних – (буття людини і культури у системі різних модусів буття – найзагальніші буттєві домінанти і детермінанти), аксіологічних (система ідеалів і цінностей).(в різних його варіаціях). Вони ґрунтуються на універсаліях, на константах, які відбивають традицію, в яких гніздиться передовсім інтуїтивне розуміння культури як чогось довершеного, досконалого і людяного (в межах розуміння тієї чи іншої архаїчно- чи патріархально-звичаєвої культури).



Цілісний образ культури (її онтологічні, естетичні, аксіологічні, морально-етичні складові) вдосконалювався і шліфувався багатовіковим досвідом людини» [23, с. 325]. Продуктивною є теза про те, що сутність культури полягає в смисловій площині, людина ставлячись до життя як до творчості творить її повсякчас [23, с.328], що по суті й визначає всі прояви діяльності людини у сфері культури, у тому числі в царині культурної інноватики, івент-практик та креативних індустрій.

У праці дослідниці О. Кудряшової окреслено аксіологічні аспекти культуротворчості, «яка по своїй суті та природі спрямована на формування нових цінностей, визначається структурою ціннісних орієнтацій творця». Науковиця зазначає, що культуротворчість особистості, в свою чергу, визначається її культуротворчим потенціалом, під яким розуміється універсальна системна якість людини, що є складно структурованою і включає в себе психо-біологічні та соціокультурні елементи. Це багаторівневий діяльно-духовний феномен, що зумовлює рівень розвитку загальнолюдської та особистісної культури зокрема. Основним його компонентом є духовний потенціал особистості, який детермінує її діяльнісну сферу [87, с. 22].

До проблематики аксіології в культуротворчій діяльності у своїй роботі зверталася також Н. Романова [155]. В іншій своїй роботі аксіологію культуротворчої діяльності дослідниця розглядає з позицій неколасичного піходу до соціуму. При цьому зазначається, що культуротворчість є процесом, у якому людина розривається саме як людина, тобто як і об'єкт, і суб'єкт реалізації антропологічного змісту соціокультурних практик. Культуротворча діяльність, як пише Н. Романова, по суті, породжує конкретно-історичні ціннісні структури розуміння і полягання людиномірності, тобто продукує аксіологічно значущий для певного суспільства тип людини у різних його модифікаціях. Культуротворча діяльність формує у певній культурі антропрактики, практики розуміння природи людини та їх використання. Тип людини, в певному смислі, постає як ядерна структура культуротворчої діяльності, ядро ціннісного ставлення до світу. Культура, діяльність, цінності

варіюються та здійснюються навколо людини, через людину та за допомогою людини, однак не індивідуальної одиничної людини, а людини суспільної, людини колективної, яка є єдиною з іншими представниками соціуму, єдина з ними у спільній діяльності, спільній оцінці, спільному руху [156, с.137].

Культуротворча діяльність є специфічною формою культурної практики, у основі якої, як і взагалі у основі інших культурних форм, знаходиться принцип людиномірності світу, який спрямовує культуротворчість на породження ціннісних домінант та їх нормативних варіацій у системі певного антропологічного типу (ідеалу людини) у конкретно-історичній суспільній єдності, структуруючи культурну традицію навколо цього типу та його модифікацій через опредметнення та розпредмечування цінностей [156, с.139].

Українська вчена О. Жорнова досліджувала поняття культуротворчості як перетин наукової картини світу й звичаєвості соціального життя. Також аналізуючи поняття культуротворчості з точки зору соціально-психологічних наук, вона відзначає, що еволюція змісту цього поняття є багатогранною, але нечіткою, через що «символічний перехід» від усталеного до оновленого, від споживання до створення, від культури до творчості, й сполучення двох протилежних термінів у єдиний, інтерпретація, опис та аналіз новоявленого поняття відбуваються відповідно до тієї складової частини, як пріоритетніша – культурі або творчості [51, с. 35].

Дослідниця Т. Добіна, розкриваючи діяльність як вирішальний чинник реалізації потенціалу творчої особистості, у роботі наголошувала на необхідності розширення досліджень феномену культури творчості крізь призму визначальної ролі творчої особистості та в ракурсі пошуку способів напрацювання різноманітних прообразів культурного майбуття [44, с.16].

Теоретичні напрацювання дослідження івент-практик зарубіжними вченими відбувалися в річищі опрацювання проблематики, що обумовлювалася загальними тенденціями наукового осмислення і концептуалізування питань, пов'язаних з активізацією застосування інформаційних та інших технологій в царині культури, нарощування потенціалу культурних індустрій та масової

культури і – як – наслідок формування споживчих практик та суспільства споживання. Разом з тим, саме цими чинниками детермінується подальший розвиток сфери культурно-дозвілєвих практик, креативних індустрій та культурного й інноваційного проектування і виробництва. Адже інтелектуальні знання виконують як функцію збереження та трансляції найважливішої інформації та цінностей, так і завдання щодо створення нових ідей для наукових та культурних досягнень. Розважально-інтелектуальна сфера інкорпорована у сферу дозвілля також тісно пов'язана з культурними індустріями – ще в 1960-х формується концепція культуріндустрій М. Хоркхаймером і Т. Адорно, генетично пов'язана з масовою культурою, які в сукупності задають сутнісні й значимі суспільні тенденції в системі духовних знань і формують нові морально-культурні орієнтири людей [236].

Так, починаючи з 1950-х років відомий теоретик менеджменту та економіки П. Дракер досліджує зміну професійного середовища суспільства, вивчає питання організації корпорацій, бізнесу і в 1960-1970-х рр. концептуалізує нове «суспільство знань», у якому домінуючу роль займає нова соціальна група інтелектуалів, головною професійною функцією яких є генерування змін [216].

У 1960-х роках інший економіст Ф. Махлуп також говорить про «суспільство знань», що формується, і висуває типологію знань, які поділяються на: практичні, інтелектуальні, знання-розваги, духовні та небажані, що впливають на найважливіші культурні, соціальні, економічні та політичні аспекти життя [241].

Однією з важливих теорій є розроблена в другій половині ХХ ст. французьким соціологом Ж. Дюмазедьє концепція «цивілізації дозвілля», сутність якої полягає в тому, що дозвілля набуває все більшої відмежованості від праці і стає самодостатньою цінністю, що призводить до формування унікальної та невластивої попереднім епохам економічних відносин ситуації, коли заради бажання мати більше вільного часу люди свідомо знижують свої матеріальні прагнення, відмовляючись від роботи [214]. Таким чином, дозвіллю

надають принципової значимості у формуванні культури та суспільних відносин, що вплинуло на зміни в системі цінностей особистості та суспільства. І хоча фактично більшість дослідників (Т. Блекшоу К. Ройск) дійшли висновків про функціональну неспроможність «цивілізації дозвілля», разом з тим, ця концепція стає важливою парадигмою розвитку культурних практик, які в подальшому стали визначати тенденції розвитку суспільства.

Вже у 1970-ті роки ідея «цивілізації дозвілля» була критично переосмислена: на зміну очікуванням нового стану «суспільства дозвілля» прийшло розуміння, що суспільство, а тим більше цивілізація дозвілля у своєму реальному втіленні виявляються утопічні. Однак саме поняття «цивілізація дозвілля» не була відкинута, оскільки емпіричні соціологічні дослідження бюджетів вільного часу населення країн Європи підтверджували наявність базової тенденції, пов'язаної з тим, що робочий час у розвинених країнах продовжуватиме скорочуватися, а вільний час для дозвілля збільшуватиметься.

Вагоме значення для розглядуваної нами проблематики має теорія креативного класу відомого американського економіста Р. Флорида. У 2002 р. вийшла його праця «Підйом креативного класу» (*Rise of the creative class*), у якій він виклав свою теорію «креативного класу», згідно з якою, головним чинником розвитку міст і регіонів є наявність творчої еліти. Вона з'являється там, де є відкрите середовище, толерантне до будь-якої «інакшості» [223].

Р. Флорида стверджував про пряму залежність між кількістю представників нетрадиційної сексуальної орієнтації, іммігрантів, мистецької богеми та кількістю творчих особистостей, які дають економічний успіх регіону. У теорії креативного класу Р. Флорида, розглядає ядро класу, яке представлене людьми, зайнятими в науковій та технічній сфері, архітектурі, дизайні, освіті, мистецтві, музиці та індустрії розваг, чия економічна функція полягає у створенні нових ідей, нових технологій і нового креативного змісту. Для людей, яких можна віднести до креативного класу, всі прояви креативності – технологічні, культурні та економічні – взаємопов'язані та нероздільні [223].

Фундаментальною роботою в аспекті розвитку соціокультурних практик та креативних індустрій є теорія німецького вченого Г. Йоаса «Креативність дії». Г. Йоас виступає за додавання третьої моделі дії до двох переважаючих моделей раціональної та нормативної дії — моделі, яка підкреслює творчий характер людської дії. Ця модель охоплює дві інші, дозволяючи створити більш повну теорію дії. Г. Йоас розробляє деякі наслідки своєї моделі для теорій соціальних рухів і соціальних змін, а також для статусу теорії дії в соціології перед лицем конкуренції з боку теорій, висунутих Н. Луманом і Ю. Габермасом. Власне, сутність теорії полягає у розгляді характеру креативної дії нарівні з існуючими моделями раціональної та нормативно-орієнтованої людської дії [231].

Британському досліднику Дж. Гокінсу належить розробка одного з ключових понять - креативної економіки. На його думку, креативний сектор – це феномен, який пов'язаний найперше із містами, які більше, ніж країни в цілому, є драйверами креативного сектору. Якщо раніше креативність і творчість асоціювалися з культурою, креативними індустріями та з креативною економікою, то нині, на думку вченого, необхідно визнати, що креативність це, насамперед, світогляд, що визначає все [238].

Одним з базових теоретичних досліджень є праця відомого британського вченого, професора університету Лідса Д. Хезмондалша, присвячена культурним індустріям, де наводяться результати проведеного аналізу трансформацій у культурних індустріях, починаючи з 1980-х років. Також наголошується на ролі культури та творчості в сучасних суспільствах, проблемах інтелектуальної власності, культурної політики. Він розглядає трансформації в культурних індустріях у контексті тривалого політичного, економічного та культурного контексту. У своїй роботі він використовує особливий критичний підхід до культурного виробництва, що відштовхується від політичної економії, досліджень культури, соціології та соціальної теорії [233].

Дескрипція ключових теоретичних аспектів дозволяє визначити й інші не менш значущі теоретичні питання, які є необхідними в теоретичному опрацюванні теми – культурні індустрії/івент-практики, споживання та культурний капітал у контексті творчості та бізнесу, креативної економіки та виявлення їх культуротворчого потенціалу і культуротворчої місії. Як одну з основних проблем дослідження необхідно відзначити визначення евристичного компонента в споживанні творчих продуктів і накопичення населенням культурного капіталу, ступінь участі соціальних інститутів культури в житті людини, здатність інтеграційного потенціалу впливати на формування культурного споживання. В цьому аспекті варто згадати також соціологічну концепцію культурного капіталу французького дослідника П. Бурдьє. Так, будь-які взаємодії в суспільстві на різних його рівнях структуруються відповідно до переваг і ресурсів, що мобілізуються всіма членами суспільства. Відповідно Бурдьє називає такі ресурси капіталом та виділяє чотири основні його типи: економічний, культурний, соціальний, символічний. Економічний капітал включає всі економічні ресурси індивіда такі, як його доходи, майно. Культурний капітал становлять всі культурні ресурси, які має індивід. Соціальний капітал є сукупністю реальних чи потенційних ресурсів, тобто всіх видів капіталу, що визначає приналежність особи до групи із залученням у стійку мережу соціальних зв'язків. Цей вид капіталу має чіткі соціально зумовлені межі застосування і ґрунтується на взаємних зобов'язаннях і взаємному суспільному визнанні. Символічний капітал означає будь-який вид капіталу (культурного, соціального чи економічного), має особливе визнання всередині соціального поля. Найчастіше символічним капіталом є престиж, репутація, честь [204].

Згідно поглядів П. Бурдьє, культурний капітал може бути представлений в інкорпорованому, об'єктивованому та інституціоналізованому стані [204] та дозволяє визначити характер запитів аудиторії та затребуваність культурних інституцій. Культурний капітал в інкорпорованому стані пов'язаний з габітусом людини, з її інтелектуальним і культурним рівнем. Повнота отримання

культурного капіталу стає можливою у процесі соціалізації, у результаті якої суб'єктом накопичується обсяг капіталу як знань і досвіду. Примноження культурного капіталу відбувається у сприятливих соціальних і культурних умовах. Так, практичні знання, які представляють сукупність навичок різних видів діяльності у професійній сфері, є інструментом прогресу, технологічного розвитку та інновацій [204].

Грунтовним виданням с сфері креативних індустрій є колективна монографія «Оксфордський довідник креативних індустрій» за редакцією К. Джонса, М. Лоренцена та Дж. Сапседа. Збірник включає низку праць про формування, динаміку та розвиток креативних індустрій провідних вчених із різних дисциплін (менеджменту, соціології, економіки, права, психології, міського планування та державної політики), що охоплює повний спектр теоретичних і практичних питань, які характеризують дослідження креативних індустрій на сьогодні. Теоретичні та практичні питання згруповані в загальні теми через послідовну структуру зокрема такі частини, як «Креативність», «Оцінка творчості та створення цінності», «Організація креативних індустрій», «Промислова організація та креативна економіка», «Політика та розвиток». Також розглядається така поширена проблема креативних індустрій, як створення цінностей у цих галузях, враховуючи символічний і дуже невизначений характер креативного виробництва. Окрім того, висвітлюються проблеми ефективної організації творчих проектів та їх екології, інноваційних спільнот користувачів і заходів, пов'язаних із конфігурацією креативного середовища. Також авторами пропонується системне порівняння понять ніші, жанру та класифікації як «аналітичних лінз» для вивчення креативних індустрій. Приділена значна увага також галузевій структурі креативних секторів, які пояснюють довгострокову динаміку індустрії розваг і внесок креативних індустрій у економіку. Таким чином, це видання дає сучасне трактування багатьох тем та теоретичних підходів в сфері креативних індустрій [207].

Не менш важливим є колективний збірник-довідник, що включає профільні наукові роботи є довідник з івент-індустрій від відомого

британського видавничого дому «Рутледж» 2020 року за редакцією Стівена Дж. Пейджа та Джоан Коннелл. Це є друге видання, де зібрано критичні погляди провідних спеціалістів з різних дисциплін, щоб забезпечити найсучасніший огляд еволюції проблематики івентів на сучасному етапі, і видання, за словами авторів, покликане відобразити ключові події в цій галузі, і включає в себе абсолютно нові розділи про важливі аспекти дослідження івентів, такі як: антропологія, гостинність, сезонність, управління знаннями, доступність, різноманітність, права людини, а також нові дослідження на кшталт «міста, насиченого подіями» та переваги івентів у літньому віці [254].

Серед сучасних зарубіжних дослідників означеної проблематики варто також згадати С. Каннінгема, директора Центру досліджень і застосування креативних індустрій (CIRAC) Технологічного університету Квінсленда (Австралія) та його одну з ключових робіт [211], де представлено обґрунтування розмежування понять культурних і креативних індустрій, що має значення для аналізу теорії, галузі та політики, що обумовлюється зростанням та диверсифікацією регіональної економіки через розвиток її креативних індустрій. У розрізненні цих двох термінів, на думку автора, існує теоретичне переконання, з тим щоб надати ще більшого значення про природу економіки, заснованої на знаннях і її зв'язку з культурою та творчістю. Зміни в природі індустрій, на думку С. Каннінгема, необхідно ефективно фіксувати, як і різні політичні режими, які вступають у гру як регулювання та підтримка культурних і творчих індустрій.

Інший австралійський дослідник Т. Флю вважає, що розвиток креативних індустрій стає центральним елементом сучасних економік. Поява креативних індустрій пов'язана з розвитком індустрій культури, коли зростає значення знань для всіх аспектів економічного виробництва, розподілу і споживання, а також зростання значення сфери послуг. Це пов'язано, на думку дослідника, з динамікою «нової економіки», форма якої стає все більш інформаційною, глобальною та мережевою (за М. Кастельсом). Відтак культура перестає бути окремою сферою суспільного життя, а творчість і креативність стає



центральним і все більш важливим фактором у всіх секторах економіки, де дизайн і зміст формують основу конкурентної переваги в глобальній економіці та ринках. Поворот до креативних індустрій частково є наслідком можливостей використання інформаційно-комунікативних технологій у виробництві. Це також пов'язано зі зростаючою рефлексивністю споживання, бо споживачі все частіше використовують товари для створення особистісної ідентичності. Цей феномен отримав також назву «семіотизація споживання» (С. Леш, Дж. Уррі) або «естетизація повсякденного життя» (М. Фізерстоун), що пов'язаний для суспільства споживання зі стиранням меж між мистецтвом, естетикою та популярною культурою. Відповідно таке споживання та гнучке виробництво тягнуть за собою наукомістке виробництво, що визначається не лише з точки зору більшої потреби та можливостей обробляти інформацію, але також і з точки зору здатності до творчого розуміння і реагування на естетичні та культурні символи [221].

В іншій своїй праці «The creative industries: Culture and policy» Т.Флю аналізує сучасний стан креативних індустрій з позицій нового мислення та врахування чинників впливу в сфері комунікації, медіа та культурних дослідженнях, медіа та культурній політиці, а також у секторах мистецтва та інформації. Креативні індустрії, на його думку, встановлюють порядок денний для дискурсів, забезпечуючи глибше розуміння динаміки культурних ринків, творчої праці, фінансів і ризиків, а також того, як культура поширюється, продається та творчо повторно використовується за допомогою нових медіа-технологій [220].

Британський дослідник Н. Гарнем, аналізуючи культурні та креативні індустрії, підкреслює, що «креативні індустрії» можна зрозуміти лише в контексті політики інформаційного суспільства, яка бере свою політичну та ідеологічну силу з престижу та економічного значення, яке надається концепціям інновацій, інформації і впливу інформаційних і комунікаційних технологій, взятих із теорій інформаційного суспільства. Це, на його думку, підтримує невинуваті претензії щодо культурного сектору як ключового

чинника і сектора економічного зростання в глобальній економіці та створює коаліцію різнорідних інтересів навколо розширення прав інтелектуальної власності [226].

Дослідження М. Деуза [212] присвячене культурі конвергенції в креативних індустріях, підкреслюючи той факт, що нове глобальне середовище характеризується все більшою активністю медіа культури. Дослідник аналізує рівні маркетингу в індустрії культури та його зв'язки з громадськістю, татки чином досліджуються можливості двосторонньої симетричної комунікації. Всі наявні тенденції, на думку вченого, обумовлюються конвергенцією культур виробництва та споживання медіа та можливостями їхнього потенційного впливу на консенсусні припущення про природу роботи медіа, що розглядається крізь призму поєднання індивідуальної творчості та масового виробництва, тобто креативних індустрій.

Латвійська дослідниця Є. Мур [244], розглядаючи концепцію культурних та креативних індустрій в історичній перспективі, зазначає, що концепція креативної економіки присутня в політичних документах Європи та інших країн, включаючи політику ЄС, ПРООН та стратегії інших міжнародних організацій. Відтак необхідно поєднувати розуміння принципів культурних і креативних індустрій та концепції креативної економіки. Разом з тим, офіційне використання терміну «креативні індустрії», як підкреслює дослідниця, з'явилося зовсім недавно, у 1994 р., знаменуючи цифрову еру індустрій культури та творчості, проте коріння його сягає промислової революції та урбанізації, культурних індустрій ще 1930-х років, популярної культури, ідеології, що поширюються через засоби масової інформації, і контркультури, які стають певною протиположністю капіталістичного пориву масової культури [244].

Робота С. Геловой та С. Данлопа присвячена критичним заувагам стосовно креативних індустрій з посиланнями на визначення як культури, так і креативності. Концепція креативних індустрій, заснована на економіці знань, як і раніше, на думку дослідників, не має конкретного культурного змісту та ігнорує відмітні атрибути як культурної творчості, так і культурних

продуктів. Ця концепція переважає над важливими аргументами суспільного блага щодо державної підтримки культури, зараховуючи культурний сектор і культурні цілі до економічної програми, до якої він не в повній мірі підходить. На думку вчених, це суперечить повороту в державній та культурній політиці, яка розглядає своїм об'єктом усі форми культурного виробництва, як промислового, так і непромислового. Нарешті, так само вони ставлять під сумнів довгострокові мотиви та наслідки програми креативних індустрій для культурної політики країн [225].

Автори монографії, присвяченої креативній економіці та креативним індустріям Дж. Хартлі, В. Вен та Г. С. Лі стверджують, що креативна економіка разом з іншими культурними продуктами представляють широкий інноваційний потенціал, який знаменує собою епохальний поворот у людській діяльності. Продуктивність творчості розглядається як глобальне явище, що, своєю чергою, вимагає системного підходу, а креативна економіка та культура включають концептуальні, історичні, практичні, критичні та освітні питання та їх наслідки. Також авторами розглядаються концептуальні виклики, сили та динаміка змін, а також перспективи майбутнього креативності в загальносвітовому масштабі [232].

У роботах Дж. О'Коннора в аналізі культурних та креативних індустрій наголошується, що вони виходять за межі парадигми культурної політики, сходячи до парадигми інноваційних систем. Також, на його думку, центральною визначальною характеристикою креативних індустрій є поняття «ринки соціальних мереж». Інше дискусійне питання теорії полягає у визначенні необхідності відокремити мистецтво та культуру від креативних індустрій, є, на думку Дж. О'Коннора недоречним та означатиме згубний для культурної політики та креативного бізнесу значний відхід з негативними наслідками [246].

Звертаючись до критичного аналізу культурних та креативних індустрій, сінгапурський дослідник К. Лілі виокремлює низку дискусійних питань-викликів у цьому «творчому повороті», серед яких такі, як: труднощі у

визначенні та охопленні креативних індустрій; проблеми визначення економічної вигоди, яку приносять креативні індустрії; (ризик того, що креативні індустрії нехтують справжньою творчістю/культурою; утопізація «творчої праці»; ризик валоризації та просування зовнішнього досвіду місцевих малих і середніх підприємств у розбудові «креативних індустрій»; небезпека завищених очікувань щодо креативних індустрій щодо слугування інноваціям та економіці, а також культурі. На думку К. Лілі, застосування поняття культурних індустрій замість «креативних індустрій» буде більш доречним та виправданим для теоретичного розуміння культурних секторів і творчої роботи, яку вони виконують [239].

Що стосується досліджень безпосередньо івентів та івент-практик, то звернемо увагу на працю британської дослідниці Д. Фокс «Doing events research: From theory to practice» [224], в якій висвітлюються теоретичні та практичні складові щодо інноваційних ідей у проведенні івентів із застосуванням різноманітних дослідницьких дослідницьких стратегій та контекстів, включаючи вебсайти соціальних мереж та аналітику Google.

Автори Дж. Мейр та Л. Джаго дослідили та розробили концептуальну модель екологізації в секторі ділового подієвого туризму [240]. Цій же проблематиці присвячене дослідження Д. Гетца, де, серед іншого, автор відзначає, що «організація івентів» є професійною сферою, яка швидко розвивається, і у якій туристи становлять потенційний ринок для запланованих заходів, а індустрія туризму стала життєво важливою зацікавленою стороною в їхньому успіху та привабливості. Але не всі заходи, на думку Д. Гетца, мають бути орієнтовані на туризм, і деякі побоюються потенційних негативних наслідків, пов'язаних із прийняттям маркетингової орієнтації. Крім того, івенти відіграють інші важливі ролі, від розбудови громади до оновлення міст, культурного розвитку до сприяння національній ідентичності [228]. Інша робота Д. Гетца у співавторстві із С. Дж. Пейджем [230] присвячена всебічному теоретичному і практичному вивченню івентів: їх плануванню, управлінню, результативністю, торкаючись динаміки формування і відвідуваністю. На

основі міждисциплінарного підходу автори спираються на значну кількість базових дисциплін та пов'язаних професійних сфер, при цьому охоплюючи питання соціальних та нематеріальних впливів, споживчої психології, використання соціальних медіа як маркетингових інструментів, культурному впливові подій тощо [230].

Грунтовне дослідження індустрії івентів знайшло відбиття у праці авторів Г. Боудіна, Г. Макферсона та Дж. Флінна, які, втім відзначають недостатність теоретичних узагальнень у цій сфері, наголошуючи на існуючих прогалинах, зокрема у питанні термінології. Разом з тим, автори пропонують власну класифікацію індустрії івентів, виокремлюючи такі: ділові заходи/діловий туризм (конференції/зустрічі, виставки, заохочувальні подорожі, корпоративні заходи/корпоративна гостинність); фестивалі/ярмарки/культурні заходи; громадські заходи; заходи на свіжому повітрі; розваги/події з живою музикою/концерти/театр/шоу; спортивні заходи/глядацькі види спорту; благодійні акції/збір коштів/волонтерський сектор; планування вечірок/планування весілля/соціальні події життєвого циклу/особливі події. Розподіл включає сектори державного, корпоративного та громадського середовища. Поява численних індустрій івентів в різних секторах, на думку авторів актуалізація становленням і подальшого розвитку галузевих асоціацій та створення навчальних курсів, формальної освіти, програм та ін. [205].

У роботі вчених В.дер Вагена, а також Лінн і Лорен Уайт розглядаються актуальні питання управління персоналом для індустрії івентів в контексті різноманітних типів івентів, від спортивних до мистецьких та ділових івентів. Окрім цього автори актуалізують проблеми та тенденції, зокрема: ринки праці та галузеву структуру, вплив ІТ та соціальних мереж, управління ризиками, мотивацію волонтерів, управління креативністю та ін. Також розглядаються внутрішні комунікації, що є важливою частиною HR-стратегії в унікальному середовищі івент-індустрії [256].

У публікації Дж. Аллена висвітлено теоретичні та практичні питання, пов'язані із фестивалями та спеціальними івентами, з урахуванням ролі

інформаційних технологій, економічного аналізу, та особливостей регіонального розвитку [201].

Інше ґрунтовне видання за участі Дж. Аллена та інших авторів - Г. Боудіна, Р. Харріса, В. О'Тула, Я. МакДоннела присвячене актуальним питанням івент-менеджменту [206]. У роботі П. Влахоса [255] приділена увага івентам та івент-менеджменту віртуального сектору і загалом окреслюються питання перспектив розвитку цього напрямку івентів. Питанню, чи є формат віртуальності новою реальністю для івент-індустрії присвячене дослідження В.К.Сілі та Е.О'Коннор [247].

Дослідники Т. Роджерс та П. Вінн-Мойлан вивчали глобальну індустрію таких різновидів івентів, як конференції та конгреси [250]. Ґрунтовним і універсальним з точки зору діапазону висвітлення проблематики івентів є робота Е. Дж. Хоффмана і В. Окасіо [235]. Питання ціннісного визначення сутності івентів та креативних індустрій на прикладі фестивалів, ярмарків та змагань розглядалося в монографії за редакцією данських вчених Б. Моєрена та Дж. С.Педерсена [243]. Культурну аналітику в сфері культурних та креативних індустрій розглядала британська дослідниця С. Блек [202].

Таким чином, ми бачимо, що заявлена проблематика має значний корпус наукових досліджень, як зарубіжних, так і вітчизняних вчених. Проблемне поле дослідження та перебуває в стику міждисциплінарного знання креативних індустрій, івент-практик, галузевої економіки, соціології, культурології, комунікацій, мистецтвознавства та ін. наук. Наукова проблематика представлена ключовими дослідницькими питаннями, пов'язаними з інвестиціями в людський капітал у сфері культури та мистецтва, медіа та комунікації, цифрових технологій, проектування для культурних інституцій, збалансованості державної політики підтримки регіональних закладів культури, культурних індустрій, креативного підприємництва, наявності механізмів та форм державно-приватного партнерства. Разом з тим, потребують поглибленого вивчення питання культури творчої діяльності суб'єктами креативних індустрій та реалізації івент-практик на сучасному етапі.

## 1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методологія дослідження

Розуміння культури в широкому значенні як процесу життєдіяльності людини, так і її результатів, що включають як матеріальні, так і духовні цінності, дає всі підстави стверджувати, що саме людська діяльність генерує створення всіх «реалій культури», де творча людська особистість є системоутворюючим чинником культурного розвитку. Відповідна діяльність людини (перетворюючі практики) здійснюється в площині як матеріальної, так і духовної культури, створюючи культурні продукти, артефакти, ідеї, які слугують людському розвитку. Відповідно людина, створюючи світ культурної реальності, наділяє його цінностями, при цьому діє як проактивно творча особистість. У процесі творчого перетворення, освоєння реальності людина як продукує, так і освоює, споживає культурні цінності, а сам процес творення суб'єктивує людину як творчо-соціальну одиницю.

З огляду на сформовані попередньо мету та завдання дисертаційного дослідження, можемо окреслити, що основу понятійно-категоріального апарату роботи становлять поняття івенту, івент-практик або подієваизх практик, креативних індустрій, які слугують формотворчим середовищем реалізації івентів, та, власне, поняття культууроотворчості, що розглядається як сутнісна характеристика предметно-практичної діяльності сфері івент-практик. Також вагоме значення для роботи є акцентування уваги на похідних поняттях, пов'язаних безпосередньо з поняттям івентів, та похідних від них - івент-менеджмент та івент-маркетинг. Тому розглянемо основні сутнісні характеристики цих понять в контексті обраної методології нашого дослідження з метою виконання поставлених завдань дисертації.

Поняття івенту є відносно недавнім вживанням у наукових дослідженнях і практичній діяльності, це є іншомовне запозичення, яке, втім відповідає сутності означеній діяльності, що містить інформацію про певну подію, спеціально організовану.

Відповідно до «Кембриджського словника», івентом позначають все, що відбувається, особливо щось важливе або незвичайне: спортивні події, благодійний захід/захід зі збору коштів, політичні/світові події; діяльність, яка планується з особливою метою і зазвичай включає багато людей, наприклад, зустріч, вечірка, виставка або конференція [218].

Словникове визначення, подане українськими дослідниками має такий зміст: івент (англ. *event* – подія) – культурно-масовий, розважальний, спортивний, освітній, науковий, політичний чи бізнесовий захід, подія, який може бути задіяний у подієвому туризмі [63].

Численні різновиди івентів передбачають необхідність звернутися до певної класифікації цих спеціальних подій, які умовно можна розподілити на групи за змістом, функціональним призначенням і відповідності до аудиторії, на яку ті чи інші заходи розраховані. Отже, існуючі заходи-івенти можна умовно згрупувати на такі: *ділові (професійно орієнтовані) заходи*: семінари, ділові сніданки, воркшоп, ділові переговори, конференції, презентації, бізнес-форуми, симпозіуми, конгреси, професійні тренінги, відеоконференції, прес-конференції, виставки, майстер-класи, круглі столи, ділові заходи. Слід додати, що з урахуванням практики останніх років, чимало із названих заходів можуть бути організовані як офлайн, так і онлайн, тому виокремлювати групу онлайн-заходів у цій категорії не вбачаємо за доцільне.

*PR-заходи*, до яких належать: PR-акції, прес-конференції, брифінги, прес-тури, бізнес-ланчі, презентації для ЗМІ, зустрічі представників ЗМІ з бізнес-керівниками, інтерв'ю, екскурсії, спеціальні заходи для ЗМІ.

*Святкові заходи* включають: ювілейні урочистості, корпоративні свята, презентації нових товарів та послуг, промо-акції, урочисті церемонії відкриття (нового структурного підрозділу, об'єкту торгівлі, розваг та ін.), спортивні свята, турніри, дитячі ранки, дні народження, весілля, ювілеї, календарні свята, дитячі свята, випускні вечори.

Окремо виділимо *розважальні заходи*: концерти, спортивні змагання, презентації, модні покази, дегустації, корпоративні вечірки, програми тайм-



блідігну (цикл командних ігор, спортивних та інтелектуальних, з метою емоційного згуртування колективу), авторські програми, урочисті вечери, карнавали, маскаради, бали, музично-розважальні програми, масові заходи, конкурси.

У івенту, як і у PR-діяльності, наявні всі атрибути діяльності як загального процесу: суб'єкт, предмет, ціль та характер, засоби, результат і процес діяльності. І саме діяльнісний статус слід розглядати як вихідний, базовий статус для поняття івентів.

Досліджуючи з точки зору теорії та практики особливості застосування понять івент та подія, О. Даниленко слушно відзначає, що відповідником в українській мові на позначення цих понять є «захід», оскільки саме у ньому висвітлено основний елемент івентів – організаційний [37, с.14].

Поняття івент як запозичення з англійської мови означає будь-які зібрання людей з визначеною ціллю. В українській мові найбільш близькі за змістом до англійського терміну можна виділити подію і захід. Тлумачний словник української мови надає таке визначення терміну подія: «те, що порушує усталений, звичний хід життя; що-небудь важливе, відоме», а захід – як «сукупність дій або засобів для звершення, втілення чого-небудь». Таким чином, при визначення поняття «подія» основна увага спрямована на незвичність явища, а в терміні «захід» – на планомірну підготовку. В англійсько-українському словнику «event» в перекладі з англійської включає декілька значень серед яких: подія, захід, світський прийомом, зустріч, спортивні змагання. Походить від латинського слова *eventus* – подія, випадок [37, с.14].

Українська дослідниця Л. Сирота, розглядаючи дискусійні питання вживання понять івент і подія зазначає, що *event* перекладається як подія, надзвичайне явище, значний факт, випадок, пригода, наслідок, захід (у значенні прийом, вечір), у науковій літературі відбувається пошук українського аналога івенту, що інколи призводить до неправильного вживання (для прикладу, тавтологія у висловах «івент заходи» і «подієві заходи», «серія подій заходу»

або вузьке його трактування, про що свідчить поняття «спеціальні заходи». Серед причин різнотрактувань івенту, тісно прив'язаного до події, може бути те, що багато науковців – філософи, психологи, економісти, історики, філологи, культурологи віддавна під подією розуміли часто нетотожні за змістом сутності [160, с. 224]. Івентами, за її твердженням, прийнято називати спеціальні, фахово сплановані і керовані заходи, метою яких є досягнення соціальних, культурних, корпоративних цілей і завдань. Згідно стандарту ISO 20121:2012 івент/event – це заплановане скупчення людей у встановлений час і у визначеному місці з метою отримання вражень і/або звернень/заяв. Англійський учений Д. Голдблатт вважає, що івент – це неповторний момент/час, який має свою тривалість і супроводжується ритуалами і церемоніями. Відповідно Д. Гетц і С. Пейдж виділили наступну типологію івентів: культурні, політичні і державні, мистецькі і розважальні, бізнесові, освітні та наукові, приватні, спортивні [160, с.224].

У науковій літературі поняття «івент» використовується у певних стійких, похідних від івенту, термінологічних поняттях, як: івент-менеджмент, івент-маркетинг, івент-проект, івент-аналіз, івент-туризм, івент-технології та ін. Термінологічний контекст дозволяє міцніше прив'язати івент до процесів організації культурно-дозвілєвої діяльності, соціально-художньої активності, планування, проектів. Тобто івент – це не просто подія, свято, а, перш за все, організований захід, особлива ініціатива, яка реалізується за допомогою менеджменту і маркетингу. Відтак івент – це особливий вид діяльності, який має свої цілі і завдання, об'єкти, суб'єкти, засоби, результати тощо. Івент – це сукупність кроків/дій, спрямованих на створення родинних, корпоративних або офіційних масових подій. Поняття «визначний івент» чи «унікальний івент» не є відповідником визначної події чи унікальної події, а радше синонімом до ідеально спланованого і проведеного заходу, довершеного проекту, майстерно продуманої програми, детальної схеми/розробки і їх реалізація [160, с. 225].

Розглянемо також базові терміни, похідні від поняття «івенту», зокрема поняття, *івент-менеджмент* та *івент-маркетинг*, які виникли у процесі

практичної діяльності, позначають певні рівні, які взаємопов'язані один з одним. Ці всі поняття також об'єднані певною дією та її управлінням. Без понять івент-менеджмент і івент-маркетинг неможливо визначити значення феномену івенту як такого. За відсутності функціональних дій вищезгаданих понять (івент-менеджмент та івент-маркетинг) феномен івенту втрачає своє значення і перетворюється на звичайний захід. Проте івент, безсумнівно, являє собою діяльність або існує як діяльність у формі її специфічного виду, виконує завдання та цілі івент-менеджменту за допомогою інструменту інтегрованих маркетингових комунікацій івент-маркетингу. Оперуючи загальновідомими та загальноприйнятими значеннями слів маркетинг і менеджмент, ми можемо дійти наступного висновку. Івент-маркетинг є певним інструментом, а івент-менеджмент – це скоріше діяльність, пов'язана з використанням цього інструменту. Відповідно можемо узагальнити наступним чином визначення вищезгаданих явищ: івент-менеджмент являє собою алгоритм планування, розробки та проведення івент-маркетингу, а івент-маркетинг являє собою інструмент івент-менеджменту. Найчастіше сучасні практики називають ще івент-менеджмент подієвим менеджментом і, відповідно, івент-маркетинг подієвим маркетингом. У зв'язку з тим, що поняття івенту, які ми вже писали, в перекладі з англійської мови означає подію, то у вітчизняному теоретичному дискурсі вживання терміна івент-маркетинг і івент-менеджменту з означенням «подієвого» є цілком виправданим.

Авторами поняття івент-менеджменту в загальносвітовому значенні вважають Роберта Ф. Джані, директора парків розваг У. Діснея, та Джо Голдблатта, професора Університету Королеви Маргарет в Единбурзі (Шотландія). Головна особливість івент-заходу – його винятковість, унікальність, він носить позитивний характер, викликає емоції, спонукає учасників до активності надаючи їм додаткові переваги. В широкому значенні терміни івент-менеджмент, подієвий менеджмент (англ. event-management – планування та управління великими подіями), включаючи соціально-культурне, технічне і навіть філософське бачення сутності і контексту цієї діяльності,

передбачають розуміння запланованої соціально значущої події/заходу, яка відбувається в певний час і з певною метою, проте включає в себе також смислові оцінки особливої події, найбільш ймовірного бажаного результату, та ін. [37, с. 15].

Івент-маркетинг, або подієвий маркетинг за своїм змістом являє комплекс заходів, спрямованих на просування торгових марок, брендів, послуг за допомогою подій, що запам'ятовуються: концерти, вечірки, презентації, корпоративні прийоми, робота на виставках, покази мод, перфоманси, спортивні заходи, міські свята. Це визначення дуже схоже з визначенням спеціальних заходів. Відмінність полягає в тому, що, за вищеописаними визначеннями, спеціальний захід покликаний привернути увагу до бренду, товару, послуги, а подієвий маркетинг, виходячи з базового поняття маркетингу, покликаний їх просувати.

Івент-маркетинг передбачає заходи, спрямовані на просування торгових марок, послуг та компаній за допомогою яскравих подій, здатних не лише запам'ятатися, а й у деяких випадках стати новиною. Саме івент-маркетингові кроки належать до головних складових просування бренду. Спеціальні заходи як основний інструмент івент-маркетингу проводяться з метою створення певного емоційного зв'язку між брендом та потенційним споживачем, а також для підвищення рівня лояльності клієнтів до бренду. Відповідно, можемо припустити, що івент-маркетинг є чимось більшим, ніж спеціальні заходи, які, своєю чергою, є лише одним із його інструментів.

Приклади івент-маркетингу або подієвого маркетингу свідчать про пріоритет емоційного контакту над інформуванням, навчанням, розвагою як самоціллю і т. д. Івент-маркетинг є інструментом інтегрованих маркетингових комунікацій, основна функція яких – це організація та проведення заходів, що окрім здійснення на споживача інформаційного та емоційного впливу, встановлюють міцний асоціативний зв'язок між суб'єктом реклами або PR-комунікації та емоціями, отриманими в результаті проведеної події. Так,

зокрема, паблік рілейшнз (PR) розглядається як самостійна відокремлена діяльність і водночас існує як найважливіший інструмент маркетингу.

Івент-маркетинг застосовується у випадках, коли компанії необхідний інструмент прямого впливу на суб'єкти внутрішнього та зовнішнього маркетингового середовища. Звертаючись до цільової аудиторії через певний захід, компанія може робити тестування ставлення клієнтів до бренду, оцінити їх емоційну реакцію тощо. Така інформація може стати основою планування наступних дій, тому заходи івент-маркетингу вважатимуться інструментом просування бренду, а у деяких випадках допоміжним інструментом для маркетингових досліджень.

Так само поняття івент-проєкту та PR-акції не є ідентичними. Івент – це захід (тобто сукупність маркетингових дій), який прагне стати подією (значним явищем, фактом суспільного та приватного життя представників цільової аудиторії), при цьому виконати завдання івент-менеджменту за допомогою технологій івент-маркетингу, активно використовуючи інструменти PR, причому тільки в тому випадку, коли PR-діяльність є інструментом маркетингової діяльності тієї чи іншої організації, а не відокремленою PR-діяльністю. До того ж, івент – це завжди унікальне переживання, завжди ексклюзивне, єдиний в своєму роді захід, з яким не можна сплутати жодної іншої події.

Івент-технології удосконалюють ідеї креативних індустрій щодо створення передових, цікавих, актуальних творчих проєктів і дозволяють удосконалювати культурну продукцію за рахунок комплексності. Існуючий досвід показує, що можна, зберігаючи самобутність місць, викликати емоції в учасників соціально-культурної діяльності та підвищувати показники аудиторії. У сучасних умовах івент-технології є соціальною практикою ділової активності та культурного життя суспільства, що інтенсивно розвивається.

Окремо зупинимось на уживаному у роботі понятті івент-практики, що включає складову поняття івенту, яку ми вже розглядали та поняття практики.

Поняття практики є одним з центральних в гуманітарних і соціальних науках. У широкому філософському сенсі практика розуміється як діяльність людей, спрямована на освоєння та перетворення дійсності. У соціології ця категорія конкретизована у понятті «соціальної практики» (або соціальних практик), яке визначається як сукупність прийнятих у культурі способів діяльності і звичних навичок поводження з різними людьми, речами, символами, своїм тілом, мовою, часом, простором.

Під соціальною практикою розуміється процес спільної (колективної) діяльності індивідів, спрямований на збереження або зміну системи суспільних відносин. Соціальні практики розуміються як спосіб взаємодії індивіда з собою та навколишнім середовищем, результатом чого є конкретна щоденна звична діяльність. Також сюди відноситься сукупність дій або навичок поводження з предметами та людьми, практичні знання та конкретні навички, результатом яких є вміння виконувати певні дії.

Основними механізмами, які визначають результат міжкультурних практик, є ціннісні орієнтації. Аксіологічні поняття, міцно пов'язані з людським буттям і свідомістю, виступають в соціумі особливим типом об'єктивної реальності, входять у глибинні структури культури, визначаючи сенс практичної життєдіяльності. Так само створюються ціннісні установки, спрямовані на реалізацію потреб, цілей, інтересів, з яких народжується ціннісна орієнтація, ширше – ціннісна свідомість, що виражає духовний рух значущих для життя ідей, образів індивідуальної свідомості в соціокультурній реальності. Оцінювання оточуючих індивіда людей, предметів, подій формує смислову класифікацію навколишнього середовища, на основі якої будуються життєві стратегії людини. Ціннісний зміст міжкультурних практик визначаються основними формами існування цінностей: суспільні ідеали, предметно втілені цінності і особистісні цінності.

Впровадження івент-технологій та івент-практик у процес організації соціально-культурної діяльності з населенням у секторі креативних індустрій та установ культури дозволяє підвищувати компетентність спеціалістів у сфері

створення подій, сприяти створенню культурного продукту високого рівня та якості, задовольняти культурні та економічні запити споживачів культурних послуг, виявляти творчі здібності учасників проєктів, створювати нові креативні середовища. Відповідно розглянемо також поняття креативних індустрій та культурних індустрій, чие розгортання та формування як соціокультурних феноменів безпосередньо обумовлюється технологічними процесами, вповаждуваними в сфері культури, культурного виробництва та споживання, формуванням масової культури тощо.

Вперше термін «індустрія культури» виник у роботі вчених Франкфуртської школи М. Хоркхаймера і Т. Адорно «Діалектика освіти». Поняття індустрія культури, пов'язане з економікою в роботі, тривалий час мало негативну конотацію, оскільки культура стає інструментом маніпуляції суспільною свідомістю, а головною метою стає прибуток. Сучасні креативні індустрії розуміються як прикладні творчі практики та інновації з генеруванням очікуваного прибутку та робочих місць за рахунок створення інтелектуальної власності. Німецький дослідник В. Беньямін розглядає продукти мистецтва в контексті інформаційного та технологічного прогресу, відтворення. Творчість не обов'язково є економічною діяльністю, як зазначає вчений, але може стати такою, коли його продуктом стає ідея, що має економічне застосування чи ринковий продукт [236].

Феномен креативних (культурних, творчих) індустрій як предмет дослідницького інтересу було актуалізовано в останні десятиліття ХХ століття у зв'язку зі структурними змінами в процесі виробництва та споживання у сфері культури. На сьогодні ця тема доволі активно привертає увагу фахівців у галузі культурології, соціології, філософії та економіки культури, арт-менеджменту та маркетингу, – як теоретиків, так і практиків. Міждисциплінарний характер феномену креативних індустрій обумовлений складністю контексту, що сформував цей феномен, де головним детермінуючим чинником стало те, що творчі процеси набули індустріального характеру. Креативна економіка або економіка вражень, креативне місто – всі ці концепти, введені в науковий обіг

наприкінці ХХ – початку ХХІ століття, маркують глибинні зміни, що відбуваються в архітектоніці соціокультурного простору під впливом, насамперед, технологічних, але і соціокультурних процесів.

Дискурс креативних індустрій повертає нас до проблеми розрізнення творчості та креативності, які дуже близькі та схожі на перший погляд. Проте, розглядаючи механізми діяльності в сфері креативних індустрій, можна відзначити, що вони значною мірою алгоритмізовані та раціонально підпорядковані насамперед економічній доцільності, що передбачає ефективне вирішення завдань, які були сформульовані замовником.

Специфіка креативних індустрій закладена в інтеграції соціокультурної сфери (організація багатофункціональних майданчиків, реалізація заходів, створення креативних проєктів, освоєння міського простору і т.д.) та комерційної діяльності (розвиток малого та середнього бізнесу, створення унікального інноваційного продукту, об'єднання конкурентоспроможних співробітників, децентралізація культурних інститутів, пошук шляхів для здешевлення собівартості виробництва тощо).

Поняття культури та способів творення культурних цінностей завжди перебувало у фокусі уваги дослідників. Культура являє інтерес не лише як сутнісний феномен, але й як діяльнісне явище зі своєю структурою, функціями, формами. Осмислення культури та культурної діяльності вимагають вивчення її елементів як складових цілісної системи. Відповідно можна виокремити дві групи складових, до першої з яких варто віднести ідеї, цінності, які спрямовують та координують поведінку та свідомість людей у їх колективному вимірі співжиття та індивідуального (особистісного) життя. Другу групу елементів утворюють соціальні інститути та заклади культури, завдяки яким ці ідеї та цінності зберігаються та поширюються у суспільстві, доходять до кожного суб'єкта. До цього класу належить, зокрема, система освіти, засоби масової інформації та комунікації тощо.

Будучи сферою вираження способів та норм соціальної організації та регулювання життєдіяльності суспільства, культура має ряд властивих їй



функцій, які реалізуються у тому числі й у сфері креативності та креативних індустрій.

Також одним з центральних понять дослідження є культуротворчість, яку в загальних рисах можемо розуміти з позицій ціннісного підходу в культурі як спосіб осмислення суті конкретних суспільних цінностей, об'єктивованих у творах культури, завдяки яким стає можливе створення культурного продукту, що розкриває творчий потенціал особистості. І як один із дієвих засобів входження молоді до культурного простору сучасних дозвільних індустрій. Аксиологічна складова культуротворчих форм дозвілля здатна регулювати процеси реакції наступних принципів:

- конкретності та свободи особистісного вибору у просторово-часовому діапазоні;

- врахування різнобічних соціальних зв'язків та сутності культурного розвитку людини з метою виявлення різних, але однаково суттєвих за своїм призначенням технологій освоєння форм активного дозвілля через інститути соціалізації.

Культуротворчість в загальному розумінні характеризує людину як творця культури. Творчість передбачає активну діяльнісну позицію, що стоїть за освоєнням культури, та має різні виміри: від створення власних теорій, відкриття закономірностей розвитку культури до знаходження нестандартних рішень, проявів культури, здатності орієнтуватися на культурні зразки поведінки, пошук нестандартних інноваційних підходів до вирішення тих чи інших питань.

Відомо, що є два критерії творчості: новизна результату чи способу діяльності; якість мислення та уяви, що характеризується як креативність. Вітчизняна культура не зводиться лише до результатів діяльності, а навпаки включає як результати, так і способи діяльності, включаючи креативні та культуротворчі.

Український філософ і культуролог В. Федь в цьому аспекті відзначає насамперед антропологічні основи культуротворчості, які можуть бути позначені етнічною специфікою. Культуротворчість, на думку дослідника, є

екзистенціальним самовизначенням людини, що здобуває культурно визначену форму, обумовлюється історичним формуванням художнього способу культуротворчої діяльності [180, с. 90].

За твердженням В. Федя, семантика слова «культуро творчість» передбачає творення культури як світоглядно-ціннісного універсуму. Творчість передбачає формально-змістовний світоглядний етап осмислення навколишнього світу та зміну цих формальних і змістовних характеристик простору та часу в діяльнісній сфері конкретних культурно-історичних умов. Культура через творчість та співтворчість дозволяє подолати рутину сірого повсякдення як абсурдності людського існування й надає можливість людині «бути», тобто жити в автентичному світі духовних цінностей культури. Культуротворче буття, будучи специфічним способом існування людини у світі, спирається на присутність у цьому існуванні через фактичність події. Подія засвідчує присутність людини в культурі та розуміється через акт творчості. Тільки творчість перериває коло змінюваності подій і фіксує тут-буття. Отже, як підсумовує дослідник, творчий акт є подієвістю виробництва ціннісного світу культури [179, с.171].

З позицій категорії культури «культуротворчість» В. Федь розглядає як засіб формалізації змісту «культуро творчість», а поняття «культуро творчість» цей зміст конкретизує, саме тому категорія може виконувати функцію поняття, а поняття може виконувати функцію категорії. Тому, на думку дослідника, для чіткого визначення культуротворчості як категорії є її формалізація, що відбувається, принаймні, у двох планах – явища (рефлексій культуротворчого процесу, форми, стилю, діяльності, свободи, функції, діалогу) та змісту цього явища, що найбільш повно розкриває культуротворче буття [180, с.90].

На думку Г. Герасимович, культуротворення як процес є способом збереження ідентичності за допомогою засвоєння та трансформації культурних форм і оволодіння створеними раніше культурними смислами. Тобто це процес перетворення життя людини на «буття-в-культурі». Відповідно культуротворчість постає як процесуальне буття ціннісно-змістового

універсуму. Для визначення культуротворчості як категорії, як зазначає Г. Герасимович, застосовують її формалізацію, що має принаймні два аспекти – явище (рефлексії культуротворчого процесу, форми, свободи, діалогу, діяльності, функції) та зміст цього явища, що найбільш повно, на нашу думку, розкриває культуротворче буття [22, с.150]. Таку думку поділяє й дослідник О. Старовойт, наголошуючи на тому, що культуротворення – це не лише привнесення у світ «принципової новизни», а й підтримка наявного буття світу культури, а також особової структури людини [166, с.128].

За твердженням В. Леонтьєвої, процесуальне буття культури на рівні соціуму – власне, культуро творчий процес – відбувається системно (якщо «систему» тлумачити як упорядковану сукупність елементів, між якими встановлені взаємозв'язки та взаємовідносини, за рахунок чого з «сукупності» утворюється єдність, цілісність): у ньому можна відслідкувати певні тенденції, характерні для тієї чи іншої структури культуротворчості, які відграють роль закономірностей [92].

Поняття культуротворчості та похідні від них розглядала в своїй роботі Ю. Колісник-Гуменюк, ґрунтуючись при цьому на концепціях гуманізму та головній тезі про те, що культура виступає засобом “конструювання” особистості, “регулятивною ідеєю буття індивіда”; а культуротворчість “спрямовується не тільки зовні, а й внутрішньо – на самопізнання і творення свого “Я”, нових можливостей розуму і волі [74, с. 66].

Культуротворчість розгортається навколо традиції, бо культура є лише там, де є традиція, водночас вона реалізується навколо екземпліфікації людьми наслідуваних моделей імітативної поведінки, тобто ціннісно-значимих ідеалів культурної діяльності. Особистісне буття людини проявляється в його ментальних ознаках, і водночас як суб'єкта культури, суб'єкта історії, суб'єкта нації, суб'єкта світу. Культуротворчість передбачає професіоналізм діяльності, відповідні форми та методи її здійснення, здатність до інновацій. Реалізується культуротворчість як подолання меж можливого, прагнення до досконалості, творення буття засобами культури [74, с.66].

Ю. Колісник-Гуменюк, аналізуючи поняття культуротворчість, культуротворче середовище, культуротворча компетентність доходить висновку, що сутнісно значущою для характеристики поняття культуротворчості є філософські концепції гуманізму ХХ ст., в яких культура виступає засобом «конструювання» особистості, «регулятивною ідеєю буття індивіда»; а культуротворчість «спрямовується не тільки зовні, а й внутрішньо – на самопізнання і творення свого “Я”, нових можливостей розуму і волі». Лише в культурному просторі індивідуальність стає «тим, чим вона є в собі, і тільки тоді вона є в собі й має реальне існування; рівень її культури визначає ступінь її реальності та сили [74, с. 66].

Питання культуротворення у проблемному полі культурної динаміки розглядав О. Мендрін. Спираючись на теоретико-методологічні засади робіт В. Леонтєвої, дослідник дійшов висновків про тотожність таких визначень, як: культуротворчість, культуротворення й культурна інноватика. Разом із тим, культуротворчість не обмежена лише цим рівнем культурних трансформацій, але й знаходить свій прояв на рівні макропроцесів культурної динаміки, хоча б тому, що основа змін, які тут відбуваються – змін епох та стилів – визначається, в першу чергу, діяльністю тих самих рівня груп й особистостей, новаційних агентів. Таким чином, культуротворчість може бути усвідомлена як точка зв'язування, центр, а також джерело руху, породження новацій, які завдають спрямованість, ритм й наповнення культуродинамічних процесів [101, с. 98].

Культуротворчість ми розглядаємо як найвищий прояв культури особистості, що стосується всіх вищеназваних складових. Важливою проблемою, що виникає у взаєминах людини і культури, є те, що сучасна людина не відчуває себе творцем культури, не бачить своєї ролі в процесах культуротворчих ства. Культура не виникає сама собою, її створює людина. Звичайно, процеси, вироблені групою людей помітнішими, а й група – ніщо без діяльності конкретної людини.

Поняття культуротворчості відображає фундаментальні зміни у буттєвому статусі культури як такої, зокрема, проблематизацію відтворення її фундаментальних цінностей та традиційних форм, що є характерною ознакою епохи Постмодерну.

Сучасна людина реалізує себе, перш за все, у зовнішніх сферах, розвиває свою «оболонку», і під культуротворчістю має на увазі щось глобальне, чого він не прозирає у своїй власній реальній життя. У своєму предметному вираженні феномен творчості, як відомо, не може обмежуватися лише сферами «високої» творчості – мистецтвом, наукою, технікою, філософією тощо, але охоплює всі життєві прояви людини, оскільки вони можуть ставати сферами її самореалізації.

На думку В. Леонтьєвої, професійний менеджмент іманентно містить культуру творчу складову і є інституціолізованою формою культуротворчості, значно більшою мірою, ніж навіть офіційно схвалювані форми художньої творчості, сприяють досягненню ціннісної узгодженості, несуперечливості обох потоків культуротворчості в умовах соціокультурних трансформацій, зокрема, у різко-нестабільних економічних та політичних умовах. Можна признати, що цивілізований, професійно й особистісно-відповідально здійснюваний менеджмент в інноваційній сфері і є тим соціокультурним «інструментом», використання якого забезпечує відносну безперервність системної культурної трансляції, не зважаючи на «проблемність», «невизначеність», «багатовекторність», «кризовість» і «стрімке оновлення» ціннісних орієнтацій соціуму [92].

Розвиток культури як сукупності спрямованих її змін у часі проявляється у культурних чи культурогенних процесах – типових, універсальних за масштабами поширення у різних системах культури та стійких у своїй повторюваності функціональних програм (культуротворчої) діяльності та процедур, що піддаються верифікації та класифікації на підставі загальних ознак.

З прогностичної точки зору як значущі джерела таких технологій виступають духовні потреби, аматорські інтереси, а також соціальні, загальнокультурні та цифрові. У справжньому – культуротворчому – вираженні людська діяльність реалізується через культурогенні процеси, що втілюються в історичному розвитку культури чи культурно-історичному процесі. Історичний розвиток культури як системи є інтегральною сукупністю культурогенних процесів. Будучи, з позиції суб'єктних антропологічних підстав, свідомо-мотивованою діяльністю людини, що створює та відтворює соціокультурну предметність, культурогенні процеси мають ціннісний зміст. Вони визначаються ціннісно-орієнтованою діяльністю, її актами та пов'язаною з ними типовою послідовністю процедур. Цінності є осередками актуальних значень, що об'єктивуються (як блага), що створює і розвиває культуру людську. Тим самим цінності слід розглядати детермінантами історичного розвитку культури. Ця культурогенна властивість цінностей пов'язана з їх сутнісними особливостями як антропологічного/антропогенного феномену. Власне інтенсифікація аксіологічного аспекту змістовних основ активного дозвілля передбачає трансформацію моделей його організації за допомогою діалогу як універсальної складової міжособистісного спілкування.

*Методологія дослідження* дисертації ґрунтується на загальнонаукових принципах об'єктивності та цілісності. Основою дослідження є комплексний підхід, який передбачає використання методу системності, що дозволяє розглянути івент-практики як частину креативних індустрій, що складають загальну цілісну систему розвитку культури, що базується на створенні та просуванні інноваційно-проектного культурного продукту, орієнтованого на певну цільову аудиторію. Дослідження культуротворчості як виокремленої головної місії івент-практик передбачає застосування низки підходів та методів, спрямованих на розгляд феномену івент-практик в культурологічній парадигмі розвитку.

З огляду на викладене вище, особливістю обраного ракурсу дослідження івент-практик є значна теоретична база дослідження цього феномену в розрізі

практичної діяльності і, разом з тим, міждисциплінарність проблематики торкається більш широкого культурологічного і ціннісного контексту. Це зокрема обумовлюється тим фактом, що ступінь наукової розробки теми в означеному ракурсі ще не є достатньо напрацьованою, межує з багатьма питаннями інших галузей знань. Відтак доцільним з застосування таких підходів і методів дослідження, як культурологічний, соціокультурний, аксіологічний, діяльнісний та ін., що в результаті дозволить інтегроване застосування сукупності методологічних підходів задля отримання науково обґрунтованих результатів дослідження. Також це дозволить виокремити і проаналізувати за сутнісними ознаками підкомпоненти складових культури як цілісної системи.

Особливе значення наукового підходу набуває тоді, коли означена сфера наукового знання про будь-який об'єкт ще не є теоретично усталеною чи укоріненою та коли існує певна емпірична база варіативності щодо розгляду сутності, структури, визначальних характеристик певного об'єкта дослідження. Саме з такою дослідницькою ситуацією ми маємо справу при розгляді сучасних івент-практик в Україні та виокремленні культуротворчості як визначальної їх характеристик та місії в ракурсі практичної культурології та культурної практики. Відповідно науковий підхід є доречним у застосуванні, коли є ряд точок зору у теоретичному вирішенні наукової проблеми та змістово передбачає розуміння наукового напрямку дослідження, що ґрунтується на певному поняття чи принципі та в цілому визначає стратегію дослідження. Застосування тих чи інших підходів також опосередковано впливає із сформульованої мети та завдань дослідження, його окресленими межами, що впливають із об'єкта та предмета дослідження. В той же час якщо науковий підхід визначає магістральний напрям дослідження, то науковий метод характеризує пізнання з точки зору визначення його способу, тобто своєї технології дослідження. Таким чином, сукупність методів складають логіку дослідницької роботи, формуючи своєрідний науковий алгоритм дослідника. В основу історично сформованих загальних методів пізнання, таких, як аналіз,

синтез, індукція, дедукція, спостереження, порівняння та ін. покладено універсальні закони пізнання об'єктивної реальності. Натомість визначення наукових підходів більшою мірою опосередковується об'єктом наукового дослідження та обраним ракурсом проблематики.

*Системний* підхід дослідження культури належить до загальнонаукових, що було запропоновано американським антропологом Л. Уайтом, який поділяв погляди еволюціонізму і виходив з необхідності створення нової методології, яка могла б систематизувати багатоманітність культуротворчих процесів, накопичених і водночас розпорошених по різних галузях суспільного та гуманітарного знання [182, с. 189].

Розглядаючи культуру найперше як середовище створення символів та обмін ними, Л. Уайт підрозділяв її на три підсистеми: технологічну культуру, соціальну та ідеологічну, причому основною підсистемою вважав саме технологічну [257, р. 37]. Л. Уайт вважав, що в культурі існують три чітко розмежовані процеси і, як наслідок, три методи їх інтерпретації, які є взаємодоповнюючими: історичний, функціональний та еволюційний. Історичний підхід досліджує тимчасові процеси (послідовності унікальних подій), функціональний аналіз вивчає формальний процес, тобто структурні та функціональні аспекти розвитку культури, а інтерпретацією формально-часового процесу, що є явищем у вигляді тимчасової послідовності форм займається еволюціонізм.

Названі процеси, на думку дослідника В. Федя, доцільно розглядати через призму культуротворчості та досліджувати, згідно з Л. Уайтом, за допомогою історичного, функціонального та еволюційного методів. Отже, дослідник заклав важливі методологічні основи культурології, які ґрунтуються на комплексному поєднанні традиційних методів: всезагальних (функціональний та еволюційний) та загальнонаукових (історичний), які утворюють спеціальну (системний) методологію дослідження культуротворчих процесів. На наш погляд, системний метод підсумовує розвиток методологій, які ми позиціонуємо як традиційні, або класичні. Однак обмеження лише класичними



методологіями, звичайно, є недоцільним. Системний метод виступає логічним висновком з цих методологій [182. с.189].

*Культурологічний підхід* передбачає, в першу чергу виявлення місця і ролі івент-практик в процесах культурного відтворення і виробництва за допомоги наявних культурних практик. Застосування цього підходу передбачає розгляд означеної проблематики крізь призму культурних універсалій, що включає безпосередньо й принцип системності та інтеграцію інших підходів.

Похідним від культурологічного є *соціокультурний підхід*, який спирається на основні принципи і досягнення соціологічного і культурологічного знання, а також дозволяє розглядати співвіднесеність систем суспільства і культури у їх взаємодії із підсистою креативних індустрій, для яких належать й івент-практики. Важливого значення при цьому набуває розуміння людської діяльності як теж певної системи, що складається із суб'єктів, об'єктів, а також певного кінцевого продукту. В цьому ракурсі дослідження культура розуміється як соціальне явище, що включає все, що створене людиною, найперше – результат (культурний продукт) і спосіб діяльності. В даному разі тут наявне чітке розмежування для цих систем, що полягає у тому, що суспільство виступає суб'єктом в цій діяльності щодо творення культури (культурних продуктів, артефактів тощо). В цьому ракурсі доцільним є розгляд культуротворчості як головної місії івент-практик. Адже тип культури значною мірою детермінується змінами в структурі суспільних відносин, культурних потреб та іншими чинниками і саме ці системи визначають структуру і динаміку креативних індустрій та івент-практик.

*Аксіологічний підхід* до вивчення означеної проблематики роботи розуміється важливим регулятором оновлення структури моральних, естетичних та інших засад для оцінки навикишньої дійсності суспільством та особистістю, що, своєю чергою, виступають сполучною ланкою між культурою, соціумом та духовним світом кожного індивіда. Спрямованість аксіологічного підходу на вивчення питань, пов'язаних з дослідженням культуротворчої місії івент-практик як складової частини креативних індустрій,

значною мірою обумовлена змістовним змістом соціального замовлення, що розглядається як форма духовної потреби, актуальної для суспільства, а також як інструмент шляхів реалізації завдань сучасної культурної політики. Серед факторів, що здійснюють вплив на продуктивну реалізацію івент-практик, можна виокремити такі чинники: створення атмосфери співкреативності різних суб'єктів креативних індустрій, їх професійне позиціонування з метою забезпечення мобільності та відповідальності у прийнятті конструктивних рішень щодо організації заходів; стимулювання пошукової активності в сфері івент-практик для розширення сфер успішної діяльності та здійснення культуротворчості; обґрунтування значущості інноваційних форм та креативності івент-практик, що впливають на становлення та розвиток досвіду творчої самореалізації; застосування соціальних та культурно-креативних технологій актуалізації культури як креативного ресурсу соціально-культурної діяльності.

*Історичний метод* дає можливість розглянути культуротворче буття як буття історичне, коли культуротворчі та історичні процеси постають в усій своїй єдності та взаємозумовленості. В межах історичного методу дослідження культури культуротворчий процес в усьому різноманітті світоглядних парадигм та культурних практик стає предметом аналізу саме історичної свідомості в більшій мірі, оскільки історичний метод, з одного боку, розкриває нові можливості дослідження культур різних народів у різні історичні періоди їх культуротворчої активності, а з іншого, – сприяє самоусвідомленню особистості в контексті актуальної культури [182, с. 187]. В доповнення до нього застосування *еволюційного методу* дає можливість зазначити, що культурно-історичних типів не так багато, але типів культури може бути багато і вони можуть мати відповідні національні специфіки: етнічні, регіональні тощо, при цьому кожен тип культури зумовлюється певним типом культуротворчості та буття [180, с. 97].

Діалектичний метод дає змогу розглянути культуротворчість та культуротворче буття в їх динаміці, наслідком чого є виявлення двох рівнів

буття – світоглядних традицій і культурних практик. На сучасному етапі цей метод, відображаючи складність культуротворчих процесів, що відбуваються в єдності та боротьбі їх суперечливих начал, дає можливість уникнення догматизації та абсолютизації різних підходів, концепцій та й самих методів у процесах культуротворення. Тобто діалектичний метод застосовується нами як певний універсальний та відкритий метод дослідження, що дає можливість розглянути поняття та категорії в їх динаміці та уникнути при цьому вульгаризованих перекирчувань та ідеологічної і політичної заангажованості [180, с.97].

В межах *діяльничого підходу*, заснованого на розумінні діяльності як засобу становлення і розвитку особистості, її суб'єктності, креативні індустрії стають ключовим сектором економіки, як на національному, так і на глобальному рівні. Започаткування і розвиток креативної економіки має конкурентну перевагу, оскільки інноваційність і креативність стають важливим чинником на ринку товарів, послуг та задоволення культурних потреб різних соціальних верств споживачів.

У рамках зазначеної методології було сформульовано основні засади вивчення факторів та тенденцій розвитку культуротворчої місії івент-практик в межах креативних індустрій в сучасній Україні. І на сьогоднішній день розвиток цього сектору відбувається за багатьма напрямками, куди входять ІТ-технології, промислове виробництво, містобудування та архітектура, дизайнерська сфера, наукова творчість, образотворча культура та мистецтво, декоративно-прикладне мистецтво, сфера гостинності та сервісу, культура та мистецтво у сфері музичної творчості, сфера прийняття управлінських рішень, громадянська соціальна активність, гостинність та туризм, додаткова освіта. Сутність названих концептуальних підходів до вивчення культуротворчих процесів івент-практик можна звести до нерозривного зв'язку культури із потребами суспільства, де одним з ключових питань є задоволення соціокультурних потреб людини.

## Висновок до 1 розділу

Інноваційна культура сучасності до якої належать креативні індустрії та івент-практики, створює ґрунт для трансформації суспільства, але вона також має спиратися на інноваційні соціокультурні практики, що об'єднують успішних цілеспрямованих людей, які сповідують інноваційні, креативні цінності, до яких зокрема й належать івент-практики в системі креативних індустрій.

Аналіз теоретичного дискурсу дослідження проблематики дослідження дозволив виявити ґрунтовний корпус наукової літератури як міждисциплінарного характеру, так і галузевого, умовного розподілений на групу, присвячену вивченню питань івент-менеджменту, івент-маркетингових технологій в контексті розвитку креативних індустрій як окремого сектору сучасної інноваційно-проектної культури; а також група наукових праць, що висвітлює питання розробки проблематики культуротворчості як багатовимірного феномену, пов'язаного з культурною діяльністю та наданням їй ціннісних значень, формуванням нових соціокультурних практик.

З'ясовано, що креативні індустрії сприяють культурному розвитку через формування культурно-споживчих практик населення, створення умов розвитку креативних просторів, інституційних можливостей для самореалізації та розвитку творчого потенціалу всіх соціальних груп, збереження історико-культурної спадщини.

Креативні індустрії у житті сучасного суспільства дають можливість творчої, професійної самореалізації особистості, сприяють розвитку сфери освіти, в тому числі додаткової, реалізації культурних та художніх проєктів, а як наслідок – естетизації життя своєї аудиторії, еволюції технологій, створення інноваційних, корисних ідей, і навіть роблять значний внесок у життя міста, процес перетворення територій та зростання економіки.

Креативні індустрії дослідники загалом розглядають у контексті функціонування креативної економіки, економіки знань, розвитку креативного

класу. У своїх наукових працях дослідники аналізують процес перетворення ідеї у новий продукт, творчого супроводу та реалізації, в основі яких використання креативного потенціалу особистості, історичній, культурній ідентичності та культурних ресурсах.

Доведено, що івент-практики фактично є складовою сучасних креативних індустрій, що пов'язані з генезою споживацького суспільства па поняттям культурних індустрій в технологізованому суспільстві. Оскільки головним об'єктом івент-практик є подія, у науковому і практично-орієнтованому дискурсі ці практики ще називають подієвими, так само і їх похідні відгалуження (подієвий менеджмент і т.ін.). Невід'ємною складовою івент-практик є дослідження, що висвітлюють актуальну проблематику івент-менеджменту.

Теоретичний дискурс культуротворчості як головної місії сучасних івент-практик в межах креативних індустрій і загалом розвитку культури в єдності складових її системи дозволив трактувати їх як специфічну форму соціокультурної практики.

Теоретичні напрацювання дослідження івент-практик зарубіжними вченими відбувалися в річищі опрацювання проблематики, що обумовлювалася загальними тенденціями наукового осмислення і концептуалізування питань, пов'язаних з активізацією застосування інформаційних та інших технологій в царині культури, нарощування потенціалу культурних індустрій та масової культури і формування споживчих культурних практик. Основу понятійно-категоріального апарату роботи становлять поняття івенту, івент-практик або подієвих практик, креативних індустрій, які слугують формотворчим середовищем реалізації івентів, та, власне, поняття культуротворчості, що розглядається як сутнісна характеристика предметно-практичної діяльності сфері івент-практик. Також вагоме значення для роботи є акцентування уваги на похідних поняттях, пов'язаних безпосередньо з поняттям івентів, та похідних від них - івент-менеджмент та івент-маркетинг.

## РОЗДІЛ 2

### КУЛЬТУРОТВОРЧИСТЬ У ВИМІРІ КУЛЬТУРНИХ ПРАКТИК ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ

#### 2.1. Культуротворчість як чинник формування соціокультурного простору сучасності

Соціокультурний простір, який формується в наш час під впливом суперечливих тенденцій розвитку глобалізованого світу, вимагає переосмислення уявлень про ключові аспекти збереження ідентичності національної культури, структурування національного культурного життя не лише за територіальними ознаками, але й діючими особами, сукупністю публічних сфер та інституцій, що презентують елементи національної культури. Водночас, як зазначає О. Гриценко, глобальні процеси створили нові можливості для збереження, а то й активного розвитку культур та ідентичностей невеликих спільнот, в першу чергу діаспор, які через відірваність від «свого» культурного простору, були приречені на втрату власного етнокультурного обличчя [32, с.40]. Це стало можливим завдяки поширенню новітніх інформаційних технологій, електронних мас-медіа, що забезпечують інтенсивну взаємодію між членами національної культурної спільноти, та формують гібридний культурний простір, мережевого, частково віртуального типу.

Протягом періоду побудови національних культурних індустрій в часи існування незалежної України простежується відставання державної культурної політики у спробах підтримати книговидання, кінематографію та базову мережу закладів культури від інтенсивності нав'язування російських наративів, адже брак коштів на друк українських книжок і випуск нових фільмів, поповнення фондів новими українськими книжками та часописами, зрештою

виливалися у збереження радянської та укріплення російської культурних ідентичностей. Навіть коли у 2011 році набув чинності Закон України «Про культуру», у якому бачимо правове тлумачення поняття «культурний простір», зокрема у Статті 1 він визначається, як сфера, в якій провадиться культурна діяльність і задовольняються культурні, інформаційні та дозвілєві потреби громадян, що охоплює, зокрема, радіо і телебачення, друковані періодичні видання, книговидавничу продукцію, ринок культурних благ, а також культурно-мистецьке середовище», економічного підґрунтя для фінансування закладів культури, що забезпечують функціонування національного культурного простору, закладено не було [139].

У Довгостроковій стратегії розвитку української культури «формування цілісного інформаційно-культурного простору», «забезпечення державної підтримки національного культурного продукту і провідної ролі митців та менеджерів культури у створенні, поширенні та збереженні національного культурного продукту» та «підтримка інновацій, нових знань, креативних індустрій, що відповідають викликам XXI століття», віднесено до стратегічних напрямів реформ, які мають реалізуватися через створення, виробництво, поширення, збереження національного культурного продукту і підвищення рівня його споживання шляхом формування цілісного інформаційно-культурного простору України, здатного акумулювати та засвоювати кращий досвід і впливати на світовий інформаційно-культурний простір [144].

Прогнозуючи подальший розвиток національного культурного простору України у 2016 році у статті «Ідеальні сценарії та складні реалії культурної трансформації в Україні», а пізніше у монографії 2019 року – «Культурний простір і національна культура: теоретичне осмислення та практичне формування», О. Гриценко передбачив можливість розвитку подій за кількома альтернативними варіантами (сценаріями) як позитивних, так і негативних, з урахуванням проведення цілеспрямованих культурних реформ, економічної та політичної ситуації в Україні, а також головних світових тенденцій. Зокрема, у статті автор розглядає три можливі варіанти розвитку національної культури:

монокультура модерної європейської нації, що створена зусиллями культурно-мистецької еліти, а також цілеспрямованими діями держави і основана на розвитку національного культурного простору (патріотичний ідеал); поліетнічна культура європейської громадянської нації-держави, що є невід'ємною частиною загально-європейського культурного простору (європейський ідеал); периферійна культура, як елемент «руського міра» та підсистема культурного простору, відмінного від так званої Західної цивілізації (ватний ідеал) [31].

Оцінюючи культурний простір України з перспектив всіх ідеалів, дослідник більше схиляється до реалізації другого сценарію, або до варіанту «звуженого» патріотичного ідеалу, за умови цілеспрямованих заходів держави у напрямку утвердження української мови (й національної культурної ідентичності) в основних сферах суспільного життя й активної розбудови національного культурного простору з виразною національною ідентичністю, бо інші пріоритети патріотичного ідеалу національного культурного простору: витіснення з культурного простору «неукраїнських», тобто ворожих щодо української культури сил; промоції «національної ідеї»; культурна деколонізація (передусім дерусифікація), включно з витісненням із національного культурного простору культурного продукту колишньої метрополії, на той час здавалися недосяжними [32, с. 225-226]. Також автор дослідження звертає увагу на необхідність потужнішої державної підтримки національних культурних індустрій і креативності в суспільстві загалом, щоб зміни культурного простору набули тривкості й глибини [32, с. 228]. Як видно з розвитку подій у наступні роки, на тлі повномасштабного вторгнення, патріотичний сценарій почав реалізовуватися набагато швидше, ніж це прогнозувалося.

Сучасні зміни соціокультурного простору зумовлюють розробку способів, підходів та технологій соціокультурного проектування спеціальних подій в напрямі підвищення ступеню їх інноваційності та розвитку креативного потенціалу, що ґрунтуються зокрема: на методології прикладної культурології,



яка визначає культуротворчу спрямованість івентивних практик; використанні механізмів менеджменту для посилення простору креативної комунікації; дотримання балансу між традиційними та новітніми формами організації спеціальної події в соціокультурному просторі; застосування методів управління подією як соціокультурним проектом; переміщення культурних послуг (івент-проектів) у віртуальне середовище [98, с. 219].

Специфіка підходів до використання сучасних івент-практик відображає безпосередній вплив трансформаційних процесів, якими ознаменувався культурогенез ХХ століття, культурологічно-соціологічні дослідження креативних культурних практик в туризмі, мистецтві, спорті, моді, дизайні, рекламі та посилення взаємодії культурних традицій й інновацій в інформаційному суспільстві ХХІ століття. Українська дослідниця О. Копієвська питання запровадження інноваційних форм у процесі зберігання національної культурної спадщини пов'язує з культурними практиками, які дозволяють, першочергово, виробити дієві механізми щодо підтримки культурних традицій у регіонах, особливо, якщо це стосується збереження та розвитку культурних традицій, які характеризують їх ідентичність. За висловом дослідниці, людина є приреченою на культуротворчість та вільне «самоздійснення», задля якого держава має створити й в подальшому реалізувати програми розвитку та підтримки культурних традицій, які здатні додати стійкість культурним практикам через формування єдиного інформаційного-символічного простору. [79, с.229].

У виступі прем'єр-міністра Великої Британії «Бачення сектора креативних індустрій: спільний план стимулювання зростання, розвитку талантів і розвитку навичок» зазначається, що в розпал пандемії, коли на кону стояло саме виживання британських культурних індустрій, був представлений Фонд відновлення культури, який захистив понад 5000 організацій і підтримав 220 000 робочих місць. Тому у представленому Плані акцент робиться на поєднанні технологій і креативних індустрій, щоб реалізувати величезний потенціал творчих підприємців і компаній, а також створити канал талантів і

можливостей для молоді, щоб озброїти молодих людей навичками для процвітання та успіху у світі, де технології змінюють галузь, збагатити життя та зміцнити гордість за місце яскравого мистецтва та культури Великобританії [210].

Сектор культури включає діяльність, пов'язану з виробництвом культурних цінностей і її основоположною природою є діяльність, пов'язана з творчістю, ідентичністю та самовираженням, а креативний сектор заснований на виробництві та поширенні товарів і послуг, які можуть бути виготовлені у промислових масштабах або на основі прототипу. В дослідженні 2006 року про сектори культури та творчості, підготовленому для Комісії ЄС щодо зайнятості в культурі, відзначається, що культура є «творчим вкладом» у креативний сектор, а культурна та творча діяльність визначається як: основні мистецтва: образотворче мистецтво, таке як ремесла, живопис, скульптура, фотографія; виконавське мистецтво, таке як театр, танець, цирк, фестивалі; спадщина – музеї, бібліотеки, архіви, археологічні пам'ятки; індустрії культури: кіно та відео; телебачення і радіо; книги та преса (книги, журнали і видавництво в пресі); музика – ринок записаної музики, музичний сектор і живі музичні виступи; творчі індустрії та види діяльності, такі як мода, графіка, дизайн інтер'єру та одягу; архітектура та реклама; суміжні галузі [217].

Зміни в соціокультурному просторі України, які відбулися за останнє десятиліття, мають суперечливий характер: з одного боку, спостерігається зростання інтенсивності подієвих практик за рахунок появи інноваційних центрів дозвілля у великих містах, а з іншого – продовжується скорочення мережі закладів культури у невеликих місцевих громадах (бібліотек, музеїв, клубів, будинків культури, центрів народної творчості), що зменшує потенціал впровадження нових форм та методів культурно-дозвілдової діяльності. Це призводить до зростання відмінностей у культурних практиках між центром і периферією, що на тлі суспільних трансформацій змінили економічний й соціально-громадський вектори розвитку міського і сільського соціуму [126, с.109]. Водночас, спостерігаємо зміну пріоритетів у споживанні культурних

послуг сьгоднішніх українців та збільшення інтересу до відвідування театрів, концертних залів й картинних галерей й поширення культурно-дозвіллевих практик, пов'язаних з участю в інтерактивних віртуальних подіях.

Маркуючи сучасну культуру як час цифрової доби, І. Горохолінська пропонує звернути увагу не лише на використання інформаційних технологій під час підготовки «культурного продукту» суспільства та оптимальний шлях його поширення в інформаційному суспільстві, а на спосіб долучення до нього [27, с. 235]. Різноманітні формати онлайн-виставок, 3-D виставки з допомогою технологій реального часу, віртуальні екскурсії музеями, трансляції прем'єр драматичних, оперних чи балетних постановок театрів світу в YouTube перетворюються на звичний спосіб долучення до видовищних подій у всіх куточках світу, які К. Станіславська поділяє на: образотворчо-тілесні (інсталяція, хепенінг, перформанс, флешмоб, боді-арт); просторово-видовищні (всі форми вуличного мистецтва (стріт-арт)); сценічні (театр, мюзикл, цирк); екранні (кіно, відео-кліп, реклама, талант-шоу, відеогра тощо) [164].

Активне впровадження інтерактивних, емоційно-видовищних форм в соціально-культурні практики та зниження інтересу до культурної спадщини, переважання споживацьких стандартів масової культури відзначає й М. Пашкевич [125, с.217]. Дослідниця приділяє особливу увагу комунікативній функції подієвих практик у сучасному культурному просторі та видам діяльності івент-менеджменту, які мають культуротворчий потенціал й базуються на теоретичних та практичних основах режисури масових свят, паблік рилейшинз, психології, соціології. Сучасні подієві практики надають можливість особисто отримати певний унікальний досвід в умовах нестійкої позиції автономної індивідуальності, через особливу атмосферу видовищного спілкування, впровадження інтерактивних, театралізованих форм, що є частиною аспект візуалізації культури [125, с.220]. Якщо для традиційних подієвих практик основною особливістю є відтворення спеціалістами індустрії вражень незвичайного, неочікуваного, того, що контрастує з буденністю, то для новітніх івент-практик одним із важливих аспектів є процес культуротворчості

та співтворчості в інформаційному полі, як чинники формування соціокультурного простору сучасності.

В умовах нестійкої позиції автономної індивідуальності та загальносвітової тенденції до втрати ціннісних орієнтирів, державна подія є важливим механізмом впровадження національних культурних норм, утримання в єдності частин соціального життя, стверджує М. Пашкевич. [124, с.177]. Для сучасної культурної ситуації в Україні властиве впровадження інтерактивних, емоційно-видовищних подієвих практик з використанням візуальних образів, різноманітних соціокультурних форм діяльності, що мають сприяти утвердженню духовних цінностей держави.

Низка подій або івентів 90-х років ХХ-го століття увійшла в історію незалежної України, як новий спосіб творення комунікативного простору на державному рівні. Зокрема, це: так званий «Ланцюг Злуки», ініційований Народним рухом України у 1990 році – подія, що об'єднала майже три мільйони людей, які виходили на вулиці українських міст і сіл з жовто-блакитними прапорами, щоб продемонструвати Соборність України на шляху до незалежності. Ланцюг починався в Івано-Франківську від Центрального народного дому (колишньої резиденції парламенту ЗУНР і місця ухвалення Акту Злуки), йшов через Стрий (звідси йшло його відгалуження на Закарпаття), Львів, Тернопіль, Рівне, Житомир до Києва, простягнувшись на 700 кілометрів. Ця акція, яка відбулася у неділю, 21 січня, в переддень свята Злуки, – одна із наймасштабніших подій такого роду у світовій історії. [161]; проведення заходів, присвячених 500-річчю козацтва, які відбувалися у Дніпропетровській та Запорізькій областях 1-5 серпня 1990 року із представництвом делегацій усіх областей України включно з Кримською. В рамках ювілейного святкування річниці становлення Запорозького козацтва відбулися численні події, що сприяли відродженню національної свідомості та зміцненню української ідентичності, історико-просвітницькі заходи, які стали проявом національного піднесення на шляху до відновлення незалежності Української держави; вікопомна «конституційна ніч» у 1996 році, драматизм якої досі пам'ятають її

учасники, коли після 24 годин безперервної роботи Верховна Рада України прийняла і ввела в дію Конституцію України.

Питання формування національної ідентичності у вимірах сучасного українського соціокультурного простору набуває особливого змістового наповнення в умовах втрати культурних ідентифікаційних орієнтирів під час соціальних зрушень і воєнних дій, які передбачають світоглядні уявлення особи про національні цінності, погляди, звичаї, традиції, ритуали, мову і практики [89]. В подіях Помаранчевого Майдану 2004 року та Майдану Гідності 2013-2014 років весь світ он-лайн побачив процес зростання етнокультурного підйому в суспільних процесах України та творення особливого соціокультурного простору зі своєрідною атмосферою соціально-культурного злету. Завдяки існуванню єдиного інформаційного співтовариства, через телебачення, інтернет та мобільний зв'язок, кожен український громадянин та зацікавлені жителі інших країн, могли стати безпосередніми учасниками і свідками цивілізаційного вибору України та народження нової культурної реальності.

Особлива роль у революційних подіях в Україні завжди належить мистецтву, відзначає Н. Мусієнко, оскільки політичні пасіонарії переважно рекрутувалася з мистецтва і зовсім не випадково, що Іван Мазепа був композитором, а Іван Франко - політиком. У 2004 році символами революції стали сцена, мікрофон, намет та телевізор. Телебачення ретранслювало перманентний грандіозний геппінг, основними складовими якого стали: постійний багатоденний концерт відомих і невідомих виконавців на Майдані Незалежності в Києві; серіал «Веселі яйця» та його миттєва дистрибуція Інтернетом і показ на гігантських екранах над Майданом; вибух новітнього фольклору, що народився на Майдані й розповсюджувався Інтернетом; плетіння помаранчевих килимів народними майстрами в холі Київської Консерваторії; артистичне помаранчеве вбрання Майдану [105]. Нові і старі пісенні практики помаранчевого майдану та блакитно-білого антимайдану, рок-виконавців з українськими піснями на протипагу російських чи радянських

творів, використання міфологем різних кольорів зі своїми героями, підсилювалася цілою низкою перфоменсів: художні виставки на Хрещатику: виставка ТАК у наметі, малюванні лозунгів просто неба біла мерії Києва, 60-ти метровий лист Володимиру Путіну, гігантський Янгол над Майданом.

Швидкому поширенню творчих ідей Майдану сприяли інтернет-ресурси, зокрема на заклик громадської ініціативи «Помаранчева стрічка» провести так званий помаранчевий тиждень відгукнулася численна кількість прихильників Віктора Ющенка, офіційним кольором передвиборчої компанії якого був помаранчевий, і вже 25 жовтня 2004 року на сайті «Майдан» ([maidan.org.ua](http://maidan.org.ua)) було оприлюднено повідомлення, в якому вперше з'явилося визначення «Помаранчева революція». Окрім стрічок, з інших атрибутів помаранчевого Майдану використовували помаранчеві прапори з логотипом партії «Наша Україна» у вигляді підкови зі знаком оклику й написом «Так», наліпки, плакати, а також елементи одягу помаранчевого кольору: накидки (дошовики), хустки, шарфи тощо. Ще одним виявом творчого духу Майдану стали «барабанщики революції» – група людей, які навпроти будівлі Кабінету Міністрів України цілодобово стукали в металеві бочки, що залишилися в Маріїнському парку після мітингів прихильників Януковича [65].

У революційних подіях 2013-2014 років, які поширилися на всю Україну, серед прикладів найбільш поширених креативних подієвих та мистецьких практик, потрібно виділити практики меморіалізації образів поетів і відомих діячів, які стали складовою частиною національної пам'яті і однозначно сприймалися різними національними соціокультурними групами. Це ті «константи», навколо яких консолідується нація і ставлення до яких є індикатором відмінностей «своїх» від «чужих», зазначає Т. Гранчак [29] Мова йде про образ Т. Шевченка та події підготовки до відзначення 200-річчя з дня народження Кобзаря, які символічно збіглися з переломними моментами на Майдані. Показово, що мільйонна хода, яка 1 грудня 2013 року вирушила до Майдану Незалежності, розпочалася саме від пам'ятника Шевченку.

Переосмислення постаті Кобзаря відобразилося, насамперед, у революційній поезії учасників й активістів Майдану в столиці та інших містах України. Американський сенатор Д. Маккейн під час свого виступу на мітингу на підтримку євроінтеграції України, що проходив на Майдані Незалежності, цитував слова Тараса Шевченка: «Свою Україну любіть ...». У ніч штурму на сцені Майдану звучить Шевченків «Заповіт» у виступі поета Дмитра Павличка, твори «Гайдамаки», «І мертвим, і живим», пісня «Рече та стогне Дніпр широкий» та інші. Слова Т. Шевченка з поеми «Кавказ» «Борітеся – поборете, Вам Бог помагає!» стали неофіційним гаслом Майдану. Показово, що саме цей уривок читав двадцятирічний активіст Майдану, який мріяв стати актором, вірменин Сергій Нігоян для мистецького телепроекту «Наш Шевченко» [143].

Мистецький образ Тараса Шевченка і рядки з його віршів були розміщені на сцені (портрет Кобзаря прикрашений рушниками, поруч з іконами.), наносилися на намети, на каміння барикад, на стіни будівель (плакат на КМДА), у вигляді графіті, плакатів, малюнків, листівок, наліпок з Шевченком по всій території прилеглих до Майдану вулиць. Шевченка зображували не тільки традиційно: був його портрет у балаклаві із надписом «Вогонь запеклих не пече» («Гамалія»); на картині художника Юрія Шаповала Тарас Шевченко крокує до палаючої барикади вулицею Грушевського із шиною через плече [100]; в обладунках сотника Самооборони; в береті Че Гевари; в образі могутнього супермена; великий портрет – фотоколаж Тараса Шевченка був викладений з маленьких фотографій людей і поміщений на згорілому Будинку профспілок і традиційно – на ялинці Майдану – унікальному експонаті революційної народної творчості.

Революція Гідності стала потужним поштовхом до написання авторської музики та поезії, тож перед дослідниками відкривається широке поле для ґрунтовного аналізу складників фольклору українських Майданів, констатує Я. Закальська у своїй дисертації «Український фольклор спротиву: традиція і модифікація, трансмісійні механізми» [56]. Той факт, що фольклористи є не лише свідками, а й безпосередніми учасниками фольклорної комунікації

періоду 2004-2015 років в Україні, суттєво полегшує такі дослідження, відзначає автор праці. Вже весною 2014 року вийшла збірка поезій про Майдан. Завдяки цим мистецьким проектам та різноманітним творчим акціям і подіям, простір Майдану фактично став вражаючим артефактом вираження креативного духу українців.

Активізація культуротворчого потенціалу українського народу проявилася через: щоденне спілкування широкого загалу учасників Майдану, проведення численних перформансів та арт-інсталяцій; облаштування Мистецького барбакану на Хрещатику та Мистецької сотні в Українському домі для проведення мистецьких акцій, флешмобів і перформансів, що привертало б увагу до подій в Україні; серію плакатів «Я дихаю вільно» і «Angry Ukrainians»; живопис у різних його формах і жанрах: художні портрети (козака Михайла Гаврилюка, а потім – героїв Небесної сотні), декоративний розпис предметів побуту, касок і щитів, мурали та графіті (із зображенням Тараса Шевченка на тлі барикад на вулиці Грушевського), стріт-арт – триптих «Ікони революції», із зображеннями Тараса Шевченка, Лесі Українки й Івана Франка та цитатами із їх віршів; дерев'яну скульптуру Кобзаря біля сцени Майдану та виконану з мармуру французьким вуличним художником Roti скульптуру «Нова Україна», яка зображує жінку, що вириває з глибини [108].

Головним символом Революції Гідності стала «революційна йолка», вкрита різноманітними плакатами величезна металева конструкція новорічної ялинки, яку без перебільшення можна назвати головною інсталяцією Майдану. У серпні 2014 року конструкцію Євроялинки було передано до Музею Майдану, який провів опис і атрибуцію кожного з елементів цієї унікальної інсталяції. Серед інших інсталяцій Майдану того часу варто згадати барикади з дощочок з назвами різних міст та сіл, а також районів Києва, на розі Інститутської і Хрещатику, неподалік від барикади «Львівська брама», яку склали протестувальники. Креативна конструкція, що символізує єдність України, чи «географічна» інсталяція, як її назвала Н. Мусієнко швидко



еволюціонували від невеликих символічних загороджень, які дійсно мали вигляд арт-інсталяцій, до серйозних укріплень [108, с. 160].

Поширеними культурними практиками під час Революції Гідності, які були відображенням сучасного українського суспільства, стали проведення дискусій і читання книг у бібліотеці Майдану, що діяла в стінах «Українського дому», яка спочатку містила кілька ящиків із книгами, а за короткий час стала повноцінним зібранням українських та зарубіжних творів з тисячі книг; листування між мешканцями наметового містечка через «Польову пошту Майдану» з конвертами, марками та листівками; створення Музей Майдану у січні 2014 року, який в подальшому був трансформований у Національний меморіальний комплекс Героїв Небесної Сотні – Музею Революції Гідності [65]; концерти відомих співаків та музикантів на сцені; цілодобове фіксування подій Революції Гідності кінематографістами у мініфільмах та кіно-замальовках протистояння на Майдані взимку 2013-2014 років (кінематографічні об'єднання Babylon'13 та Бімба production); численні перформенси з жовто-блакитним піаніно Майдану – «інструменті свободи» (біля Адміністрації президента, будівлі КМДА, на барикадах по вулиці Грушевського).

Окремо потрібно згадати культурні практики, які використовувалися для урізноманітнення засобів донесення інформації про вимоги та культурні детермінанти Революції Гідності, що виражені за допомогою подієвої артикульованості і багатовимірної модальності вуличних мистецтв, зокрема, практики щоденного виконання гімну України на сцені Майдану та його масове виконання в Новорічну ніч-2014, коли його заспівали близько 500 тисяч українців, встановивши новий світовий рекорд виконання гімну як державного символу і ставши «мега-перформансом Майдану» [108, с. 159]; навчання на Майдані для учасників мирного протесту організоване за ініціативи випускників київських бізнес-шкіл та викладачів вишів у «Відкритому університеті Майдану»; поширення фото в з подій на Майдані в Інтернеті та проведення фотовиставок біля Національної Парламентської бібліотеки на Грушевського.

Саме єдність наукового аналізу креативних практик та оновлене бачення форм репрезентації політичних ідей і вимог, поширених на Майдані, дасть змогу осмислити цивілізаційні злами, які відбулися під час подій «Євромайдану», вважає О. Груєва, оскільки в них чітко простежується підхід використання нестандартних форматів донесення політичних ідей завдяки емоційно насиченим технологіям, які можна означити поняттям «політичний акціонізм або «мистецтво дії» [34]. Творчість учасників Євромайдану якнайкраще увиразнюється перформансними практиками (використання національних кольорів і державної символіки, поетичних цитат і обрисів пізнаваних національних героїв, орнаменту вишиванок і козацьких мотивів), які знайшли відображення у різноманітних техніках вуличного мистецтва, що візуально акцентували цінності становлення української державності і незалежності). Творчо-мистецький дискурс акцій часів Революції Гідності у Києві та інших українських містах (політичний перформанс, гепенінг, інсталяція, флешмоб (політмоб), стрит-арт і боді-арт), був, таким чином, стверджує автор, соціокультурною рефлексією на події, які відбувалися в політиці.

Стала система українських культурних інституцій створює умови для функціонування культурних та креативних індустрій, а їх діяльність спрямована на розбудову національної культури у країні. Серед основних напрямків Українського культурного фонду, Українського інституту, Національного центру Олександра Довженко, Українського інституту книги, які сприяють розвитку культурних подій, варто виділити проведення творчих резиденцій і конкурсів; організація культурних заходів в Україні та за її межами (мультидисциплінарні та тематичні фестивалі з української тематики, мовні, культурні річні ініціативи); підтримка виставок, ярмарок, конкурсів, презентацій культурних подій в Україні; підтримка проектів спрямованих на посилення культурного розмаїття в Україні та інтеграцію української культури у світовий культурний простір; створення довгострокових програм представлення українських театрів на закордонних театральних фестивалях

(конкурентоспроможні практики у перформативному мистецтві), музикантів на ключових подіях музичної індустрії за кордоном (формат співпраці з впливовими світовими шоукейс-фестивалями); проведення двосторонніх Років культури у європейських державах та Україні із залученням до івентів музеїв, галерей, філармоній, арт кварталів; підтримка подієвих заходів митців української діаспори; спільні проекти із закордонними культурними інституціями (фестивалі сучасного музичного театру, театральні перформанси) [103].

За підтримки Українського культурного фонду у 2018 році (перший рік роботи Фонду) дев'ятнадцять із сорока двох проєктів (понад 42%) були фестивалі (музичні фестивалі та конкурси, гастрономічні фестивалі, національні свята та етнографічні фестивалі, фестивалі кіно та театру і театралізовані шоу, мистецькі і літературні масові заходи) [191]. Географія проведення цих подієвих заходів (фестивалі різних типів) приурочена до великих відкритих локацій, що знаходяться переважно в невеликих історичних містах центральних та західних регіонів та туристичних об'єктів з мальовничими ландшафтами, що свідчить про ефективність івентів саме на регіональному рівні.

У 2019 році серед переможців проєктів УКФ знову домінували фестивалі, що свідчить про зростаючий інтерес до цього виду подій та вдалу імплементацію міжнародних стандартів використання івент-практик для проведення фестивалів в контексті створення та популяризації продуктів культурних та креативних індустрій, адже, як стверджують дослідники еволюції творчих індустрій, креативність культурного продукту різних фестивалів, перфомансів, соціальних проєктів, визначається досвідом, який набувають його споживачі, перш за все, це стосується нових знань і цінностей, нових елементів творчої діяльності, які добре прослідковуються в синергійній взаємодії учасників колективних івентів [251].

Культуротворчість є ключовим аспектом організації сучасних фестивалів у Львові, що формують креативні простори на час проведення різноманітних

подій. Фестиваль «Спалах Різдвяної Звізди», яке проходить на центральних вулицях і площах Львова, демонструє розмаїття Різдвяних Зірок ручної роботи галицьких майстрів та парад різдвяних прикрас майстрів з усієї України під час конкурсу найгарнішої Звізди. На початку травня Львів святкує День Міста, яке перетворює вулиці на відкриті концертні майданчики для відомих українських рок-, поп- та етно-гуртів, сцени для вистав вуличних театрів та маршрути цікавих квестів. Окремими локаціями розташовані арт-простори, де відбувається театральні перформанси, фотовиставки, відкриті літературні читання, благодійні ярмарки, майстер-класи з виготовлення крафтових виробів. У відпочинковому просторі «Русалки place» проходять виступи танцювальних та вокальних колективів. В межах святкування Днів Львова проходить День Батяра – міський фестиваль вуличних гульвіс [183].

Фестиваль музеїв «Ніч у Львові», який дає можливість в інтерактивний спосіб познайомитися з культурним життя та творчими просторами Львова, відбувається два рази на рік: влітку та восени і відкриває музейні установи міста і області для безкоштовного відвідування протягом доби. У нічний час у музейних залах проходять нічні екскурсії у музеях і галереях, костюмовані екскурсії і театральні перформанси, вогняні шоу і історичні квести на вулицях міста. У 2021 році в програму фестивалю увійшли такі події: театральне дійство на площі Ринок; екскурсії підземеллями Гарнізонного храму св. Петра і Павла; концерт та показ кіно на даху Центру Довженка; концерт інструментального колективу Роскоско та екскурсія у приміщенні Національного музею ім. Андрея Шептицького; органне відео-шоу у Львівському органному залі; авторські екскурсії Леоніда Мартинчика у Львівській національній галереї мистецтв; ночі українського кіно у «Горіховому гаю»; лекція «Сара Бернар і Соломія Крушельницька. Тоска – життя заради мистецтва» у Музично-меморіальному музеї Соломії Крушельницької; нічна екскурсія та концерт у науковій бібліотеці ЛНУ ім. Івана Франка [174]. Також у ці дні одночасно відбувався музичний фестиваль «Музика в старому Львові», що дозволило

ширше презентувати можливості культурно-мистецького простору Львова завдяки використанню різноманітних творчих форм івент-практик.

Яскрава музична подія–фестиваль «Faine Misto: історії, які варто почути», який нещодавно відсвяткував своє 10-ти річчя та встиг вже перетворитися на окреме культурне явище зі своїми правилами та історією, у 2023 році проводився у львівському мультифункціональному просторі !FESTrepublic, що функціонує як майданчик для проведення найрізноманітніших подій і об'єднує локації для фестивалів, вечірок, тематичних івентів, майданчики для виставкових, культурних заходів, різноманітних акцій та місць для відпочинку відвідувачів з дітьми. У планах !FESTrepublic будівництво концертного залу, відкриття івент-холу, а також будівництво клубу. Івент-простір вміщує в себе 8 локацій з унікальними характеристиками та надає такі послуги: технічне обладнання обраної зали, візуалізація найсміливіших ідей, індивідуальний підбір персоналу, кейтерінг, професійний клінінг, організація подій «під ключ», та PR супровід [219].

Міжнародний фестиваль «Книжковий Арсенал», який щорічно проходить в Києві, об'єднує у своєму просторі книжкову, літературну й мистецьку спільноти, сприяє обміну культурними цінностями у нестандартному середовищі Старого арсеналу та відзначається своїми креативними заходами, включаючи лекції, дискусії, презентації книг та інтерв'ю з відомими письменниками; концерти, виставки мистецтва, театральні вистави; майстер-класи та творчі практики, які допомагають розвивати письменницькі та літературні навички. У 2023 році, попри воєнний стан, його виклики та обмеження, фестиваль тривав чотири дні і складався з двох елементів: програмної частини фестивалю та книжкового ярмарку з відповідними тематичними секціями. В рамках міжінституційного партнерства з Мистецьким арсеналом оператором секції «Арткнига» став Довженко-Центр, а над програмною частиною Книжкового Арсеналу працювали запрошені куратори, які на трьох сценах підготували понад 60 перформативних і професійних подій у межах фокус-теми, основної літературної програми, програми для дітей та

підлітків. На сайті Книжкового Арсеналу зазначається, що за дванадцять років свого існування його проведення він став однією з найбільш впливових літературно-мистецьких подій Східної Європи, а у 2019 році отримав звання «Найкращий літературний фестиваль світу» [73].

Фестивалі як культурні конструкти неklasичного типу та специфічний перформативно-інсценувальний спосіб побудови культуротворчого та соціального просторів ХХІ століття стали предметом дисертаційного дослідження Л. Бабушки. За висловом дослідниці «Фестивація культуротворчості постає тотальною єдністю споживання, продукування і, водночас, їх симулякровою референцією як ідентифікацією, результатом режисерської та спланованої мистецької, естетичної реальностей у контекстах маркетингових інтегрованих комунікацій, часопростору медіа культури й утворює системи як масової, так і популярної комунікацій в межах глобалізаційних та альтерглобалізаційних ініціатив, проектів та контрпозицій» [3, с. 4].

## **2.2. Креативність та інноваційність івент-практик у реалізації їх культуротворчої місії**

Народження нових культурних явищ на тлі відмирання окремих цінностей, змістів і форм життєдіяльності сучасних суспільств, ведуть до радикальних змін у застосуванні інноваційних технологій в усіх напрямках сучасної соціокультурної сфери, а процес формування нових конфігурацій культурного простору пов'язаний із зростанням міжкультурної взаємодії, модернізацією сучасної професійної культури, тенденціями до інтенсифікації використання івент-практик у креативних індустріях, що все більш актуалізує творчий потенціал національної культури.

Оскільки термін «креативність» в культурологічній трактовці використовують для характеристики здатності людини до творчої діяльності чи

здатності генерувати нові ідеї і цінності, то ці поняття часто сприймаються як ідентичні. Однак, П. Герчанівська, звертає увагу на те, що саме креативність характеризує здатність творчого суб'єкта до інновацій, ступінь його готовності до творчої самореалізації [24, с. 115]. Відсутність усвідомлення можливостей здійснення процесу творчості, відкритості до інновацій, чіткої орієнтації напряму цілепокладання є однією з глобальних проблем культуротворчості сьогодення, стверджує дослідниця. Тому стає зрозумілою тенденція звернення сучасного українського суспільства до творчих основ народної спадщини, в якій бачиться шлях до відновлення балансу соціокультурного простору, на основі національних форм і цінностей культурного буття [24, с. 116],

Ефективним інструментом формування ринку івент-індустрії, який складають структури, що спеціалізуються виключно на організації різного роду подій (культурних, суспільно-політичних, спортивних, ділових), а також впровадження цілого комплексу практик, які ґрунтуються на принципах креативності, активного генерування різноманітних ідей, використання міжнародного досвіду та участі міжнародних організацій, є розвиток інноваційних технологій з доступом до високоякісних засобів комунікацій та створення й реалізація «творчого продукту». Наголошуючи, що івент-індустрія – це галузь можливостей і нескінчений простір для розвитку професійного та особистісного рівня учасників цього ринку, головною цінністю події дослідники називають вміння організаторів за допомогою івент-технологій і практик створити унікальне середовище, атмосферу, максимально занурити в неї відвідувачів, зробити їх повноцінними учасниками дійства, кожного для власного сприйняття та зацікавленості [117].

Відтак, використання стандартних та уніфікованих моделей соціально-культурної діяльності лише певною мірою сприяють поступовому просуванню форм взаємодії в культурному просторі, тож методологічні засади та теоретичні підвалини розбудови сучасної соціокультурної сфери мають бути вдосконалені на основі прикладної культурології, а також сучасного івенту як прояву її новітніх форм, розширення розуміння спеціальних подій в напрямі виявлення

їх культуротворчого інноваційного потенціалу, стверджують Н. Максимовська і А. Полянничко [98]. Інноваційні явища у сфері культури неможливі без розвитку креативних подієвих практик, технологій та послуг, в основу яких покладається соціальна творчість, істотно впливають на якість взаємодії у соціокультурному просторі.

Рівень людського творчого розвитку є ключовим фактором в оцінці соціального та економічного прогресу нації. Глобальний індекс креативності, автором якого є Р. Флорида відображає зв'язок між креативністю і урбанізацією, трансформацію від індустріальної до економіки знань. У книзі «Розквіт креативного класу. І як це змінює роботу, дозвілля та повсякденне життя» автор розкриває взаємозв'язок між творчою роботою та самовираженням та уподобаннями «богемного» способу життя креативних працівників щодо справжнього досвіду та різноманітного оточення. Метод Флориди передбачає побудову ряду індексів, які класифікують міські центри з точки зору загальної кількості творчих працівників, толерантності, інновацій, таланту, культурних атрибутів та етнічної різноманітності [223]. Це спонукає міські та регіональні адміністрації розробляти стратегії культурного розвитку та залучати творчих працівників для створення сприятливого інноваційного середовища, підтримувати державні інвестиції у творчість (дослідження та мистецтво і заохочувати розвиток різноманітних спільнот.

Важливим інструментом здійснення Конвенції 2005 року про охорону та заохочення різноманітності форм культурного самовираження є глобальна доповідь ЮНЕСКО під назвою «Реформування культурної політики: просування творчості для розвитку», що декларує необхідність співпраці з боку державних органів та неурядових структур у чотирьох основних галузях: зміцнення систем управління у сфері культури, створення сприятливих умов для мобільності творчих працівників, включення питань, що стосуються культури, у стратегії сталого розвитку, заохочення прав людини та основних свобод. Особлива увага в ньому приділена стратегіям створення інтерактивних платформ і розвитку творчих інкубаторів та вироблення практичних кроків



реалізації державної політики щодо розвитку сектора культури й креативної індустрії, як рушійних сил економічного розвитку, факторів соціальної згуртованості та поваги людської гідності [248].

Охоплюючи всі сфери людської життєдіяльності, творча діяльність виникає як результат специфічної соціокультурної діяльності, виконує важливу комунікативну функцію у створенні «театралізованого суспільства» і спрямована на створення нових технологій, норм і цінностей, нових культурних реалій, які охоплюють весь спектр проявів соціокультурного буття, з прийнятими в ньому законами, нормами і кодами [193, с. 65]. Механізмом активізації сучасних творчих новацій є процеси віртуалізації за допомогою яких створюється сучасна мозаїчна соціокультурна реальність. Водночас, сучасні види культурних практик, особливо у перформативному мистецтві, створюють особливе емоційне середовище, в якому формується відчуття спорідненості й єдності з іншими, що підвищує стійкість суспільства у кризові часи.

Створення, поширення і засвоєння сучасних культурних практик відбувається у процесі комунікації між членами суспільства, тож процеси інформаційної трансформації культури першої чверті ХХІ століття безперечно відобразились на всіх різновидах нових культурних практик, зокрема і на практиках вуличного мистецтва. Серед напрямків вуличної культури І. Гурова виділяє наступні: спортивно-рухові (стритбол, стрит футбол, паркур, стрит воркаут, скейтбордінг, роллерблейдінг, bmx (райдери), трюковий самокат тощо), музично-танцювальні (брейкінг, емсі фрістайл, хіп хоп фрістайл, хіп хоп хорео, репери, денс холл, крапп, вікінг, локінг, хаус, бітбокс, діджеїнг, баттловий діджей, паті діджей, тернтаблізм, скрейч, бітмейкінг, паппінг тощо); модної індустрії (стритвери, снікер культура); стріт-арт (графіті, постери, трафарети); вуличного мистецтва (вуличні театри, анімації у просторі міста, виставки тощо) [35, с. 39]. Вплив перформативного мистецтва на суспільні процеси яскраво простежується із 50-тих років ХХ століття, коли відбувся масовий перехід від традиційних форм мистецтва до підкреслено-комунікативних, видовищних видів нового мистецтва, які передбачали безпосереднє переживання глядачами

самого процесу творчості, переформатування ціннісних настанов мистецтва та формування колективного культурного досвіду. В цей час зароджуються окремі напрями і школи перформативного мистецтва: «живопис-дія» (жестикуляційний живопис, дріпінг, Сполучені Штати Америки, Дж. Поллак), ташизм (Жорж Мат'є, Франція), інформель (Карл Аппель, Асгер Йорн), рух «Гутай» (Дзіро Йосіхаро, Сьодзо Шімамото, Японія) [102]. Особливістю перформативного мистецтва стає те, що на першому місці виходить сам процес творчості, а не результат, а розкриття індивідуальності митця відбувається через імпровізацію, через створення інтерактивного поля взаємодії із глядачем, його емоціями, переживаннями у процесі споглядання твору, створення нового середовища, простору вільного, експериментального життя.

Як, зазначає Г.Меднікова, саме сучасне мистецтво стало основою створення нової моделі мирного життя, формування ідеалів демократії та нової культури в Японії у 50-ті роки. Причому, особливістю його функціонування було те, що воно просувалося не галерейним бізнесом, музеями, тобто спеціалізованими установами, а універмагами (депато), власники яких для приваблювання покупців запрошували відомих митців оформлювати інтер'єри, створювали всередині цікаві художні простори, першими привозили твори відомих зарубіжних митців, улаштовували їх обговорення, що перетворювало депато у розважально-просвітницько-споживчі комплекси і забезпечувало масову аудиторію сучасному мистецтву (наприклад, перформанси написання картин Ж. Мат'є в 1957 р. на даху універмагів «Даймару», «Сірокія» збирали приблизно 20 тисяч людей) [102, с.196 ].

Самостійним жанром і культурним явищем сучасного вуличного мистецтва виступає феномен графіті, який можна ідентифікувати як елемент символічної системи візуальних ярликів, що репрезентують міський простір як комунікаційну мережу, мають власні знаки, стилі, жанри та код, роблять місто впізнаваним, а також надають можливість порівняння даного простору із будь-яким іншим. Нарівні із фотографіями, малюнками, пугівниками і картами, графіті, що мають художню цінність, як урбаністична форма мистецтва,

формують візуальні образи міського середовища та наповнюють незнайомий для туриста простір знайомими символами.

Ступінь розповсюдження графіті та якість малюнків, зазначає З. Кайс, вказує на рівень розвитку молодіжних субкультурних рухів в даному місті. І якщо місто репрезентується туристові як сучасне та молодіжне, то одним із його символів сьогодні буде графіті [68]. Так, одна з вулиць австралійського Мельбурна, яка в путівнику відомого видавництва Lonely Planet названа головною пам'яткою міста і є своєрідним брендом, має стіни будівель повністю розписані графіті, завжди відвідується не лише туристами, але й привертає увагу місцевих жителів, які роблять тут знімки, та відомих фотографів, що знімають комерційну рекламу. Дослідниця наводить приклад Берлінської стіни, яка є пам'яткою історії та архітектури та охороняється владою завдяки наявності великої кількості символічних малюнків - графіті. Втім, до цього напрямку мистецтва можна віднести практично будь-який жанр образотворчого мистецтва в урбаністичному стилі: настінні малюнки, зображення у громадських місцях на різних об'єктах, вуличні інсталяції, мурали, стікери, постери та ін.

Художники стріт-арту створюють роботи за власною ініціативою, спонтанно, що часто сприймаються як вандалізм, оскільки розміщені без дозволу. Тому в багатьох країнах світу, з метою недопущення вандалізму щодо будівель, створюють програми або проекти, які залучають молодих художників до створення графіті-малюнків, які міська влада бере під свою охорону, зокрема «Програма по настінному живопису» («Mural Arts Program») у Філадельфії (США), «Тунель графіті» на території Сіднейського університету в Австралії. Кожен такий проект муралів та графіті чи фестиваль стріт-арта стає визначною подією в житті міста та наповнює міський простір новими формами урбаністичного мистецтва, а також створює нові творчі майданчики й мистецькі «галереї під відкритим небом» для унікальних авторських витворів в подальшому та локації для нових креативних івент-практик.

В Україні прикладом контрольованих місцевою владою графіті-практик та участі офіційної влади Києва в заохоченні молодих художників графіті, став мистецький проект під час оформлення підземних переходів двох станцій швидкісного трамваю в 2010 році, а також міжнародний фестиваль стріт-арту «Muralissimo», завданням якого було художнє оформлення в стилі графіті екстер'єрів 13 непривабливих старих будівель, список яких затверджувався міською адміністрацією та управлінням будівництва та архітектури. У 2021 році у місті Чернігові реалізувався проект ГО «Еко Місто Чернігів» у партнерстві з НУ «Чернігівська політехніка» – «Простір DIY», що передбачає наповнення кампуса Національного університету елементами тактичного урбанізму та стріт-арту. Ця територія пропонує чимало простору для втілення ідей учасників проекту, серед яких є художники, майбутні архітектори й урбаністи.

Стрімке впровадження технічних й технологічних новацій, розвиток інформаційних комп'ютерних технологій радикально змінили спосіб виробництва та поширення культурних продуктів, послужили основою для створення нових типів культурно-ідейних послань, і зумовили новий характер суспільних відносин, що визначали роль митців у культурологічному вимірі, які шукають насамперед можливості прояву особистого бачення, естетичного чи змістовного. Як, зазначає, С. Безклубенко, перед сучасним митцем постає вибір з трьох альтернативних варіантів: шукати економічної самодостатності за межами галузі власної творчості; брати участь у діяльності так званого «третього сектору» культурного виробництва (неприбуткові організації, фонди, установи); третій варіант – самостійно шукати ринок для результатів своєї творчості або брати участь у діяльності культурних індустрій (таких, як книговидавництво, звукозапис, кінематограф, радіо та телебачення, реклама, модельний бізнес), які функціонують на комерційних засадах. [7, с.16-17].

Згідно з міжнародною класифікацією некомерційних організацій ООН до організацій, які працюють у сфері культури та дозвілля належать організації, які працюють за такими напрямками: виробництво й поширення інформації та

комунікації; включає радіо і телевізійні станції; публікація книг, журналів, газет, інформаційних бюлетенів; кіновиробництво; бібліотеки; виробництво, поширення і показ творів образотворчого мистецтва й архітектури; включаючи скульптуру, фотографічні товариства, живописні, графічні, дизайнерські центри, архітектурні асоціації; центри, компанії та асоціації театральних мистецтв; включаючи театр, танці, балет, оперу, оркестри, хорові й музичні ансамблі; просування і вшанування гуманітарних наук, збереження історичних та культурних експонатів і згадок історичних подій; включає історичні товариства, поетичні та літературні товариства, мовні асоціації, популяризація читання, фонди й асоціації воєнних меморіалів; загальні та спеціалізовані музеї мистецтва, історії, наук, технології та культури; зоопарки й акваріуми; підтримка, надання послуг та організація заходів із любительського спорту, тренування, фізичної культури та спортивних змагань; включає оздоровчі центри й центри фізкультури; організації з дозвілля та соціальні клуби: асоціації ігрових майданчиків, чоловічі й жіночі клуби, туристичні клуби і клуби дозвілля [252].

Інновації виникали у момент кризи традиційних цінностей, є каталізаторами або ж подальшого саморозвитку культури або ж її згасання, і знаходяться у прямій залежності від сприйняття оточуючими креативної діяльності особистості і поєднання нововведень із соціокультурним середовищем. Основна риса сучасного періоду – динамізм, коли синтез традицій і новацій стимулює народження нових форм і нових смислів, які здійснюються часто в процесі художнього експерименту, що в подальшому призводить до формування відносно нової культурної системи, яка самоорганізується, саморозвивається, самоврегулюється [28].

Поява нових виразних форм вуличного мистецтва в значній мірі пов'язана із змінами у молодіжних субкультурах сучасного інформаційного світу, що наповнюють новими символами соціокультурний простір міст і через закодовані тексти графіті, муралів, інсталяцій та інші види формату «стріт-арт», репрезентують мовою знаків нові реакції на всі події, що відбуваються у

суспільстві та виявлять своє бачення сучасного мистецтва. Водночас, існує ціла плеяда відомих графіті-художників, що створюють на вулицях справжні шедеври художнього оформлення міського середовища.

До числа всесвітньо відомих вуличних художників відноситься британець Бенксі (Banksy), трафаретні малюнки якого демонструються на міських будівлях та у великих галереях всього світу. Найбільш популярною та культовою роботою Бенксі є графіті «Дівчина з повітряною кулею» з цитатою «Надія є завжди», яке вперше з'явилося в 2002 році в Лондоні. Цей мурал є одним із найвпізнаваніших творів мистецтва XXI століття. Пізніше Бенксі повторив його в різних місцях. А в 2014 році пройшла акція, в рамках якої малюнок використали як символ протесту проти війни в Сирії. Однією з наймасштабніших виставок митця, у якій взяли участь 58 митців, стала сатирична виставка Dismaland, відкрита на приморському курорті Вестон-сьюпер-Мері в Сомерсеті. Її присвятили апокаліптичній тематиці та соціальним проблемам. Бенксі малює графіті на гостро-соціальні теми, у своїх роботах пише гасла, пропагуючи антиконсьюмеристські, антивоєнні, антифашистські та антиімперіалістичні меседжі [20].

Серед інших знаменитих художників, що працюють у сфері графіті, варто назвати іспанця Мігеля Анхеля Белінчона (Belin), який створює масштабні графіті, що поєднують сюрреалістичні й реалістичні мотиви і перетворюють вулиці Андалусії у справжні мистецькі галереї; португальського художника Олександра Фату (Vhils), особливістю творів якого є використання електричної дрелі; англійця Джуліана Бівера, який створює малюнки у форматі тривимірного зображення. Отже, як бачимо, сучасне художнє графіті має безліч видів і напрямів, що доводить його самостійність і життєздатність. Художнє графіті – це вид вуличного мистецтва, одна із найактуальніших форм мистецького самовираження по всьому світу, а твори графітістів – самостійний жанр сучасного мистецтва, невід'ємна частина культури і міського образу життя. [165].

У путівнику «Київські мурали: колекція Єгора Прищепкіна» зібрані описи ста двох київських муралів, історії їх створення, точні адреси та інформація про авторів. Автор – шоумен, власник івент-агенції Єгор Прищепкін особисто відвідав усі великі стінописи Києва, сфотографував їх та розробив 18 оглядових маршрутів з дотепними коментарями до кожного муралу зручних для прогулянок пішки, велосипедом або автомобілем [70].

Протягом останніх кілька років у столиці з'явилася безліч художніх графіті, що займають цілі стіни міських будівель і прикрашають традиційно сумний міський пейзаж. Особливим насиченням різноманітних малюнків у стилі графіті відрізняється Пейзажна алея, відома своїми яскравими скульптурами і оригінальними лавками, ціла галерея стріт-арту знаходиться на набережній Дніпра, серед робіт якої можна побачити і звичайні теги, і цілі монументальні полотна [69]. Ці мистецькі твори не лише змінюють ландшафти індустріальних і житлових масивів, але й стають пролонгованою у часі подією, яка стимулює творчу уяву тих, хто споглядає їх та сприяє подальшому розвитку культуротворчості у міському просторі.

На стінах будівель центральних вулиць Києва можна зустріти роботи не тільки українських, а й зарубіжних художників. Визначною подією для інтернаціональної мистецької спільноти арт-стріту стало проведення міжнародного фестивалю «Muralissimo», за час роботи якого мікрорайони столиці поповнилися новими витворами: фасад будинку на вулиці Златоустівській з'явився стінопис за мотивами київських пам'ятників – «Батьківщина мати» і «Кий, Щек, Хорив та їх сестра Либідь», розписаний французьким художником Remed (Гійом Альбі); поляк Zbiok (Славомир Чайковський) розфарбував стіну будівлі у яскравій колірній гаммі на вулиці Гончара; велике панно француза Zttman (Луї Ламбера) під назвою «Любов», на яке художника надихнули картини української художниці Марії Приймаченко, розмістилося на будинку по вулиці Урицького; фасад будівлі по Лаврському провулку розписали відомі українські вуличні художники Interesni Kazki. Інші роботи команди Interesni Kazki можна побачити на стіні будинку

біля Індустріального мосту («Сновидіння»), на стінах ТЕЦ-5 поряд з Південним мостом, по вулиці Турівській.

До естетичного оформлення глухих стін і фасадів будинків долучаються й художники з архітектурних бюро. На вулиці Володимирській можна побачити "Будинок з жирафами" та пейзаж, створений працівниками архітектурного бюро, стіну корпусів київської дитячої лікарні «Охматдит» та психіатричної лікарні імені Павлова прикрашають картини, створені за участі команд художників і волонтерів. Під час проведення соціокультурних мистецьких проєктів важливо пам'ятати, що це унікальна цільова культурно-творча подія, яка має сприяти розв'язанню певних соціальних проблем, які необхідно вирішити, об'єднавши всіх учасників для активізації взаємодії, забезпечення спільної практики й оцінки кінцевих результатів [116, с. 396].

Мурали або мистецтво вуличних інтервенцій в урбаністичному просторі міста, які спочатку були формою протестного освоєння міського середовища, в ХХІ столітті стають зразком монументального настінного живопису, що прикрашає будівлі арт-об'єктами нового жанру авангардного мистецтва та експонуються не на традиційних музейних і галерейних майданчиках, а на урбаністичних майданчиках. Тому сучасні твори монументального мистецтва – мурали. І. Гаврилаш відносить до жанрів сучасного мистецтва, яке отримало назву Public art, оскільки вони мають характерні ознаки даного мистецтва, а саме: комунікують з міським середовищем і громадою, наповнюють енергетикою громадські простори (деякі мурали стали вже справжньою прикрасою Києва та мають всі шанси стати його новою візитною карткою), пробуджують мислення і знайомлять із трендами світових мистецьких тенденцій, трансформують публічні місця в сповнене привабливості та гостинності середовище та ін. [21, с. 95-96].

Метою створення творів монументального мистецтва є увічнення видатних діячів, значних історичних подій, для посилення виразності і композиційних особливостей архітектурних споруд, аранжування стін, архітектурних елементів будівель, садово-паркових ансамблів до



монументально-декоративного мистецтва. Нові художні практики муралізму демонструють настінний живопис у відкритому просторі з метою донесення сучасного мистецтва до широкого загалу культурної аудиторії, естетизації простору без стійкого культурного статусу, відображення актуальних соціальних ідей, що переважають в суспільному житті та символічного закарбування піднесених, загальнозначущих явищ [47]. Тому, відкриття муралів, у наш час, з мистецьких практик постмодерної культури давно перетворилися у визначні події практики суспільного значення, особливо якщо це стосується тем, пов'язаних із становленням ідеї національної єдності та російсько-української війни.

Серед проєктів, які стали частиною творення сучасного соціокультурного простору столиці варто назвати проєкт «MoreThanUs» на станції метро «Осокорки» за участі художників, які презентували своє бачення культури, історії та природи України. Над проєктом чотири місяці працювали вісім художників із Бразилії, Швейцарії, США, Коста-Ріки, Іспанії, Бельгії та України. Результатом стало повністю розмальоване склепіння платформи – простір між авторськими муралами розписали квітковим орнаментом символічного килима «Україна самоткана», який об'єднує всі сюжети в єдине ціле. Втім, деякі мистецтвознавці і художники, експерти з урбаністики та муралізму розкритикували його як занадто яскравий для підземного простору і уособлення безкультурного й естетичного невігластва. В ідеалі всю станцію мав би робити один художник, в одній стилістиці та кольоровій гамі, вважає відомий український мураліст, художник Володимир Манжос. Композиція була б цілісною, підкреслювала б геометрію станції, а посліл зчитувався б легко [187].

Художник з Іспанії Kraser створив панно «Mother land», де зобразив тварин з Червоної книги України, для втілення ідеї про єдність всіх українських регіонів зліва - ведмідь з інтегрованою Львівською ратушею, праворуч - корсак з інтегрованим Донецьким аеропортом, а посередині світлофор у вигляді герба України, який показує напрямок території нашої країни. В цій же тематиці

створений мурал швейцарця Jasm.one aka Issam Rezgui – «United»: основою стала фотографія актора и культурного діяча Богдана Ступки на фоні Карпатських гір і донецького терикону, напис позаду портрету «United» символізує, що культура об'єднує нас усіх. Бельгійський митець Spear зобразив героя АТО, вчителя з Гадяча Полтавської області – Володимира Доноса на муралі «Знання – це скарб», який отримав важке поранення біля міста Іловайська, зумів вижити завдяки любові до своєї сім'ї та родини та знанням, отриманим з книжок.

Дві роботи присвячено шляхові українців до самоідентичності та переосмислення сучасних подій: робота художника ВКFoxх з Нью Йорку (США), зроблена в кольорах прапору України, зображає дівчину, яка збирає по шматочках з вітражного скла наше ідеальне майбутнє та мурал бельгійського митця Метью Доуна, що акцентує увагу на руйнації міста Авдіївки, яке потім буде відбудовуватися майбутніми поколіннями. Художник із Коста-Ріки Мата Руда, присвятив свій мурал «Автономія» боротьбі кримських татар за право жити на своїй землі і кольорами жовтих тюльпанів та синього неба передав символізм кримськотатарського прапора. Цікавою є робота художника із Бразилії Аполло Тореса, головний меседж якої є вшанування музики як універсальної мови, якою люди можуть домовитися и працювати разом задля створення гарного майбутнього, попри сумний досвід, який символізують будівлі та місця, зруйновані війною, такі як Всесвітній торговий центр, Хіросіма, фортепіано, яке стояло під час протестів на Майдані 2014 року [175].

На вулицях Харківського житлового масиву Києва, як і в багатьох мікрорайонах українських міст, існує величезна кількість старих будинків, технічних будівель хаотичної забудови, які спотворюють міський ландшафт європейської столиці. Тому вироблення механізмів управління процесом перетворення соціокультурного простору, а роботи вітчизняних та зарубіжних муралістів мають сприяти створенню гармонійного урбаністичного середовища. Чимало стінописів мають дійсно великий мистецький вплив на сприйняття культурного коду місця. Це, зокрема, мурал італійського художника

Francesco Giorgino, відомого під псевдонімом Millo, «Любов керує світом» на вул. Архітектора Вербицького намальований у 2016 році в рамках фестивалю Mural Social Club, головна мета якого популяризація сучасної культури в Україні та підтримка культурних ініціатив містян.. Про свою роботу автор каже: «Це – послання миру та любові у районі міста, для якого характерні кілометри блокових будинків. Хтось може сказати, що мурал – маленька квітка у бетоні, але саме багато квітів створюють сад»; мурали «Зараз» та «Братерство» на вулиці Харківське шосе, намальовані в рамках арт-проекту Art United Us; стінописи «Соняшники» та «Земля й небо» на вулиці Анни Ахматової – патріотичні малюнки створені за ініціативи благодійних фондів «Майстерня добра» та Sky Art Foundation. Sky Art Foundation заснований в Україні восени 2014 року як приватна ініціатива з метою підтримки та розвитку нового покоління українських художників, котрі працюють у сфері сучасного мистецтва, а також для сприяння міжнародним культурним обмінам та інтеграції української культури у світовий арт-контекст

У 2017 році в Дарницькому районі міста Києва розпочався соціальний проект створення монументальних творів за підтримки Mural Social Club - «Back to School! Ukraine», що покликаний надати цінності та привабливості будівлям гімназій, шкіл, дитячих садків, університетів, а також спонукати дітей і молодь до креативного мислення та творчого розвитку, стимулювати їх уяву і надихати на створення своїх власних шедеврів. про різницю між громадським мистецтвом та мистецтвом у галереях. Серед київських муралів цього проекту найбільш відомі: «Уява дівчинки» і «Діалог». Цілу галерею графіті можна побачити на стінах павільйонів дитячого садка №89 по вул. Княжий затон. Автори малюнків – дует художників «Interesni Kazki відомих далеко за межами України. Скандинавія

Муралі на стінах скандинавської гімназії (вул. Б. Гмирі, 3-б), авторства художників із з Ісландії стилізовані під поштові марки з прапорами Данії, Норвегії, Швеції та Ісландії та закликають подорожувати щоб відкривати для себе нове. Основний зміст проекту - у світі, де завдяки інтернету стираються

географічні кордони, вивчати нові мови і заводити друзів з різних країн стало простіше і цікавіше. Також під час реконструкції утеплено фасад гімназії та прикрашено його зображенням прапорів держав, мови яких вивчають у закладі освіти. Ще один «географічний» мурал під назвою «12 днів літа», який має додати теплих та гармонійних кольорів до повсякденного перебування у школі, створений Олександром Гребенюком і з'явився на стіні школи № 266. Митець надихнувся австралійською флорою: незвичним цвітінням особливого сорту евкалипту, який існує тільки в Австралії. До Дня захисту дітей, художник-мураліст і по сумісництву куратор проекту, Жюльєн Маллан, створив перші роботи на фасаді школи в Попасні, Луганської області та дав їм назви «Попаснянська гойдалка» та «Per Aspera ad Astra», в перекладі з латинської «Через терни до зірок» [245].

Нові рекордсмени серед муралів України також знаходяться у Дарницькому районі міста Києва: насичений кольорами і яскравими елементами стінопис із зображенням павича – «Птах» на стіні дев'ятиповерхового будинку (проспект Миколи Бажана), роботи американського художника Ernesto Maranje, – один з кращих муралів, намальованих у 2016 році в рамках арт-проекту Art United Us; мурал на стіні Дарницької районної адміністрації в Києві відноситься до перших, намальованих на стіні української адмінбудівлі; найвищий мурал в Європі, що має висота 78 метрів, називається «Материнство» і знаходиться на вулиці Ревуцького; традиційний український орнамент – самчиківський розпис на паркані вздовж спеціалізованої загальноосвітньої школи № 105, що на вулиці Сімферопольській став новим креативним артоб'єктом району. Представниця Книги рекордів України зареєструвала новий Національний рекорд України у категорії «Найдовший Самчиківський розпис довжиною 86 метрів»; найдовший мурал патріотичної тематики під назвою «Клич роду» – понад 93 метри, який почали створювати з 28 червня 2022 року за ілюстраціями Юлії Абрамової до вистави «Летять журавлі» теж внесений до Національного реєстру рекордів

України. Символічний арт-об'єкт можна побачити на Дніпровській набережній біля ТЦ «Аркадія» [107].

Окремою сторінкою у створенні муралів та інших форм арт-стріту, як креативних подієвих практик, що мають привернути увагу всього цивілізованого світу та українського суспільства до російсько-української війни, стоять практики відкриття муралів, присвячених героїчним воїнам ЗСУ, учасникам АТО та рятівникам з ДСНС. Серед таких мурал французького художника Крістіан Гумі на адміністративній будівлі Верховної Ради, присвячений загиблим під час війни, на якому зображений Герой України Олександр Мацієвський, розстріляний за слова «Слава Україні», мурал на підтримку захисників «Азовсталі» на фасаді Mad Heads Coffee Roasters, на якому зображені скуті кайданками руки, що є нагадуванням про полонених героїв; серія стінописів в Бородянці, Гостомелі та Бучі, що уособлюють незламність, силу, та боротьбу українського народу; мурал, створений за мотивами перфомансу фанатів загребського «Динамо» на дербі проти «Хайдука», що присвячений пам'яті бійців «Азову», які полягли за роки війни; мурал, присвячений операторам дронів, які боронять небо від ворожих повітряних цілей. Донецький художник Олександр Корбан створив мурал «Український військовий зашиває прапор України», у той час, коли проходили бої за визволення Бучі та Ірпеня та закликав небайдужих людей пожертвувати кошти на допомогу людям, які постраждали від війни. На стіні він зобразив руки військового, які намагаються зшити прапор в одне ціле, що символізує повернення територіальної цілісності України.

Одночасно, обираючи місце для муралів, художники намагаються привернути увагу до стану закладів культури. Зокрема, стінопис «Покрова Пресвятої Богородиці» на якому зображена осучаснена матір Богородиця, що своїми крилами закриває українських захисників від куль, розміщений на фасаді одного із найстаріших кінотеатрів Києва «Екран», який перебуває у занедбаному стані і потребує реконструкції [128]. Окрім цього, митці часто використовують свою творчість для допомоги ЗСУ, розміщуючи поруч муралів

QR-коди із посиланнями на збір коштів. Учасник експедиції «Інтересні Казки» Володимир Манжос мурал «Перемога» намалював під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Як розповідає мураліст, вся робота сповнена символічними образами: козак, який завдає ведмедю нищівного удару – це ЗСУ, ведмідь – це прогнила зсередини система агресора з імперською ідеологією, вулик з медом – це символ садочка вишневого коло хати, а голова Тараса Шевченка на верхівці – це українська національна ідея [145].

Крім українських митців, свої роботи в Україні вже презентували всесвітньовідомі художники, такі як Бенксі, Крістіан Гемі, TvBoy та інші. 7 графіті в Київській області (Бородянці, Ірпені, Гостомелі, Горенці) та Києві, які дуже нагадують авторський стиль Бенксі, що працює із трафаретами, з'явилися у середині листопада 2022 року. Пізніше, у виданні *The Art Newspaper* британський художник вперше підтвердив, що всі графіті у містах Київщини, які зазнали найбільших руйнувань через обстріли росіян та їхню тимчасову окупацію, створив саме він. Зазначимо, що Бенксі не вперше підтримує Україну – ще на початку повномасштабного російського вторгнення, у березні 2022 року продали репродукцію однієї з найвідоміших антивоєнних робіт художника «CND Soldiers», а виручені кошти (106,5 тисяч доларів) направили до Київської дитячої лікарні «Охматдит» [145].

Водночас, спостерігаємо і освоєння соціокультурного простору інших країн українськими митцями. У центральній частині Відня з'явився мурал «Українське сонце» (Ukrainian Sun), що уособлює Україну, енергію та код її ідентичності та розповідає місту та його мешканцям про Україну та українців. Мурал Сонця-Коловоротта у традиційному орнаментальному стилі у синьо-жовтих кольорах із елементами-іконками, які вписані в промені та символізують факти української історії та державності, прикрасив стіну вздовж вулиці Gumpendorfer Gürtel та є частиною великого міського проекту Wiener Wand. Раніше у столиці Австрії відкрився мурал *The Stripes of Freedom* («Смуги свободи»), метою якого є показати, що Україна є частиною спільноти Європейського Союзу. Мурал створили художниці Анна Мовенко та Юлія

Бацалюк на замовлення ГО «Центр українських ініціатив» та за підтримки міністерства мистецтва, культури і спорту Австрії [173]. Відкриття муралів відбулося у ще двох європейських столицях: у центрі Вільнюса – мурал «NEZLAMNA / Незламна», присвячений стійкості всього українського народу у боротьбі з російськими загарбниками;

Креативна відповідь на кожну ситуацію, що відбувається у ці складні часи проявляється також через патріотичні малюнки, карикатури, неординарні відповіді на виклики, меми і треки. Замість зображення радянського вождя Володимира Леніна, що було на стіні багатоповерхівки на одній із вулиць Ужгорода з'явився мурал «Пташка з колосками», де зображена синичка, яка летить, а у Харкові замість зображення Пушкіна створили мурал із соняхами рядками з українською поезією.

За визначенням британського біолога-еволюціоніста Річарда Докінза, мем – це «одиниця культурної інформації» і від середньостатистичної смішної картинки в інтернеті він відрізняється символом і контекстом, у якому він був створений. З перших днів повномасштабного вторгнення, патріотичні меми використовуються як засіб боротьби зі стресом на лінії психологічного спротиву та як інформаційну зброю. Тому меми перших воєнних днів присвячені народному опору та сміливості воїнів ЗСУ: конотопську відьму, яка прокляла «причинне місце» російських солдатів згадали навіть в американському ток-шоу, про насіння в кишнях окупантів вперше заговорила жінка в окупованому росіянами Генічеську, меми про менеджера "Укрпошти", який збив літак і про ромів, які викрали ворожий танк стали своєрідними заспокійливими ліками.

Творцями мемів стали і медійники, і культурознавці, і звичайні користувачі соціальних мереж, які засвідчили, що гумор – це частина українського культурного коду. Фразу «Доброго вечора, ми з України!», яка стала мемом, вперше сказав вокаліст українського гурту DakhaBrakha Марк Галаневич під час виступу в США, але після повномасштабного російського вторгнення сингл дуету Probass Δ Hardi з цією фразою став вірусним в TikTok.

Люди почали використовувати цю фразу як привітання під час зустрічі, а пізніше її надруковують на марках. Серед інших популярних навколовоєнних мемів варто згадати меми про «Хаймарси», і «Байрактари», Чорнобаївку і куріння там, де не треба, карту Лукашенка і жартівливі відео з російським полоненим Чмонею, крім того його зображення з'явилося у масі колажів і косплеїв; музичні меми: кавери на пісню «Ой у лузі червона калина», пісня Kalush Orchestra «Стефанія», аудіовізуальний мем «Вообще не хочу уезжать из Крыма»; меми про волонтерство; мовні неологізми українців, частина, яких увійшла до міжнародного сленгового словника Urban Dictionary (наприклад «заукраїнити», що означає «спробувати забрати щось силою у невинного й отримати жорстку і сильну відповідь»); меми про особистості війни: Залужний, Зеленський, Кім, Кислиця, Джонсонюк, пес Патрон [83]. Інтернет-мемами та символами незламності українського народу стали «Привид Києва» на честь якого у Києві встановили мініскульптуру; українська паляниця - найбільш відомий український шиболет, тобто слово, за допомогою якого українці відрізняють своїх від чужих; півник – декоративна фігурка Васильківського майолікового заводу на шафці у Бородянці. Мем вийшов за межі України завдяки тогочасному прем'єр-міністру Великої Британії Борису Джонсону. Коли він приїжджав до Києва на початку квітня 2022 року, українська художниця Валерія Полянскова подарувала йому та Володимирі Зеленському таких самих півників. Фото з'явилося на перших шпальтах світових видань разом з історією шафки з Бородянки. Зараз шафка разом із півником зберігаються у київському Музеї революції гідності [163].

Пес Патрон, який працює з саперами, став справжньою зіркою соцмереж, героєм муралів та навіть отримав не одну світову нагороду наприклад, премія Канського кінофестивалю Palm Dog Award і перший в історії титул «Пес доброї волі» від UNICEF. Про нього є пісня і мультсеріал; мирний український трактор, що тягне російський танк став символом перемоги миру над агресією. Ідея настільки сподобалась митцям, що коли Росія почала переміщати війська до кордонів із Фінляндією через намір держави вступити до НАТО, фіни



відповіли жартом про стягування зі свого боку тракторів, а в Амстердамі нідерландський вуличний художник NILS присвятив «Тракторним військам» графіті. Посилання на мем можна зустріти у комп'ютерній грі під назвою *Farmers Stealing Tanks* («Фермери крадуть танки»), на київській клумбі у вигляді трактора і танка; патріотичні марки «Укрпошти»; банка з помідорами, якою збили ворожого дрона; рожева панама фронтмена групи *Kalush Orchestra*; пісня-закляття рівненського гурту «Енджі Крейда», яка зібрала майже 3,5 мільйонів переглядів на офіційній Youtube-сторінці – «Буде тобі враже так як відьма скаже»; котики ЗСУ [39].

### **2.3. Проєктування культурно-мистецького простору засобами подієвих практик**

Створення культурно-мистецького простору – це складний процес, який вимагає глибокого розуміння ідентичності культурної спадщини, ресурсів й структури простору; вивчення культурних ініціатив щоб залучити зацікавлених осіб (стейкхолдерів) на регіональному і глокальному рівнях, потреб і цінностей місцевої спільноти, для якої буде створюватися даний простір; розробки концепції, що передбачає розміщення елементів культурного простору та реалізації проєктів, подій, інтерактивних заходів (створення художніх інсталяцій, арт-об'єктів, організацію мистецьких виставок, концертів, майстер-класів, використання технологій віртуальної та розширеної реальності, тощо), які можуть трансформувати традиційне середовище і створити привабливі локації для гостей і жителів міста.

Важливо також постійно працювати над удосконаленням та розвитком культурно-мистецького простору, враховуючи зміни в потребах та смаках спільноти, вибудовувати нові горизонти соціокультурної реальності, зважаючи на те, що існування сучасних мережевих структур й інформаційних зв'язків задає проєктам культурно-просторового конструювання можливість виходу на

державний й міжнародний рівні. Ми живемо в епоху, коли спостерігається відхід від традиційних і прийняття нових стратегій та практик, поєднання сучасних та традиційних методів, створення інноваційних структур для конструювання творчого середовища [215].

За визначенням Л. Бабушки поняття «конструювання» є характеристикою творчої діяльності людини та сутнісною рисою культури, оскільки і сама культура є штучно створеною і в процесі її розвитку відбувається не лише конструювання нового середовища існування людини та безпосередньо її самої, а й окремих реальностей (наукової, художньої, віртуальної реальності тощо), на які поділяється культура. Сутність конструювання полягає в діяльності, яка призводить до зміни початкового стану культури, що знаходить відображення в таких її концепціях – аксіологічній, антропологічній, ігровій, інформаційній, інтерпретативній, перформативній, просторовій, рефлексивній, семіотичній, і, безперечно, фестивалній тощо [3, с.265-266], що приводить до розширення меж культурологічного дискурсу процесу проектування і конструювання культурно-мистецького простору.

Втім, автор дослідження застерігає, що погоня суспільства за подіями, поширення розваг і видовищ, які раніше призначалися для святкових періодів, помітно зменшує атрактивність самих свят, перетворює їх у «псевдоподії», породивши форми івент-практик та фестивалів, які позбавлені глибинного життєвого сенсу і залишивши їм переважно видовищно-розважальний характер. Розвиток індустрії розваг супроводжується безпрецедентним в історії культури створенням масштабної картини постійного свята, яка змінила механізми трансляції культурних цінностей, соціальної адаптації, рекреації та соціокультурної ідентифікації [3, с.276]. Вчена підкреслює, що в умовах конструювання святкової реальності, фестивація виступає специфічним імітативно-креативним способом культуротворення, з одного боку, співвідносячись із такими маркерами як дозвіллієвість, карнавальність, фрагментарність, гібридизація, конструювання, моделювання, трансгресія, трансферність, а з іншого виявляє конструктивні феномени нашарувань та

точок перетину культуротворчого та соціального просторів XXI століття [3, с. 290].

Дотримання балансу між реалізацією сучасних рекреаційних потреб і збереженням історико-культурного надбання, його особливостей, унікальності і ціннісних характеристик, щоб отримати якісно новий формат культурного простору і водночас не втратити дух традиційного (архітектурно-історичного, ландшафтного) середовища, хвилює й інших науковців. Актуальною проблемою в умовах інтенсивного розвитку містобудівного середовища, особливо в центральних частинах міст України, є уникнення процесів уніфікації і знеособнення при створенні публічних просторів в історичних районах, адже вони мають жити і розвиватися, бути наповненими людьми й емоціями, а не перетворюватися на мертві оболонки для туристів, при цьому зберігаючи своєрідну місцеву автентику, певні характерні естетичні і масштабні особливості, що найкраще характеризується культурологічним концептом дух (геній) місця [1, с. 305-306].

На думку, І. Гурової, всі об'єкти міста містять у собі інформацію про природні і культурні особистості місця, котрі детермінують процес породження художніх образів і створюють своєрідні тексти, що асоціюються з певною територією і потребують системного прочитання, декодування та осмислення. Тому важливою умовою пізнаваності та конкурентоспроможності сучасного Києва в глобальному інформаційному просторі, було б культурологічне, соціологічне, туристичне переосмислення таких київських текстів, як «історична столиця», «туристичний центр», «столиця спорту», «європейське місто», «культурна столиця», «місто сучасних революцій», які створюють сукупність сучасних урбаністичних елементів - свідків утвердження української національної ідентичності [35].

Культуротворчий потенціал креативних культурних практик активно використовується для розширення доступу до надбань національної і світової спадщини, інноваційних культурних продуктів, увійшов у практичний обіг менеджерів для розробки проектів і стратегій регіонального розвитку. В

контексті нашого дослідження, подієві творчі практики є невід'ємною частиною сучасного соціокультурного простору, які найкраще проявляються у таких напрямках культурних і креативних індустрій, як театральні та образотворчі види мистецтва, ринок медіа- та відеогалузей, музика, архітектура, дизайн, мода і туризм, поширення практик яких набуло прискорення із вдосконаленням інформаційних технологій і сучасних засобів комунікації.

Серед нетрадиційних засобів збереження та популяризації культурної спадщини в середовищі музеїв-скансенів, нові підходи до культурно-освітньої комунікації з музейною аудиторією засобами музейних свят та фестивалів демонструють такі відомі українські музеї під відкритим небом, як: Державний музей народної архітектури та побуту України НАНУ (м. Київ), Переяслав-Хмельницький музей народної архітектури та побуту, львівський музей народної архітектури та побуту «Шевченківський гай», закарпатський музей народної архітектури та побуту (м. Ужгород), музей народної архітектури та побуту Прикарпаття (Івано-Франківська обл.), Чернівецький обласний державний музей народної архітектури та побуту та ін.

Київський скансен відзначається тим, що на його території відбуваються дійства, присвячені релігійним та обрядовим святам – Різдво, Водохреща, Масниця, Великдень, Зелена неділя, Івана Купала, а також ярмарки, на яких народні майстри демонструють вироби традиційних промислів і ремесел, а у львівському музеї проводяться фестивалі, зокрема, День міста, Свято Матері, фестивалі «Співоче Поле» і «Казка у гаю». [66]. Архітектурні комплекси скансенівського типу, зокрема, історико-культурний парк «Київська Русь», є місцем проведення не лише локальних фестивалів, а й всеукраїнського або навіть міжнародного рівнів, специфікою проведення яких є безперервність дійства, що відбувається в межах комплексу, розмаїття історичних реконструкцій, майстер-класів, можливості вибору відвідувачами власної програми та маршруту, що робить середовищні музеї більш відповідними потребам сучасної аудиторії [114]. Синтез культурних практик, як певних

мистецьких реалій та поєднання майстерності і творчості може розгортатися через актуалізацію культурно-історичного потенціалу туристичної діяльності, стверджує І. Климко. Конструювання туристичної діяльності за допомогою культурних практик (комунікаційні, брендингові, подієві, віртуальні практики, що презентують туристичний простір), перетворює подорож на поле варіантів можливостей самоідентифікації людини, її експлікації в просторі іншої культурної реальності [72, с.73]. Синтез мистецтв у туризмі стає більш помітними саме зараз, відзначає автор дослідження, оскільки з ростом індустрії візуалізації, презентації, імагінації подорожі, мистецькі форми культурних практик інституалізуються і презентуються як надреальність тотального видива подорожі, як своєрідна театралізація культурних архетипів туристичного простору [72, с. 80]. Якщо раніше на універсальній сцені туристичного театру матеріальна й нематеріальна спадщина окремого регіону чи місцевості презентувалися в контексті цінностей так званого культурно-пізнавального туризму, то зараз рамки розширюються до креативних видів, серед яких С. Дичковський виділяє урботуризм як культурну практику, що наділена евристичним та соціальним потенціалом для розвитку сучасного міста [43]. В XXI столітті змінюються підходи з індустріальної парадигми розвитку міст на креативні стратегії розвитку міського середовища, що мають на меті створення ключових осередків культурних змін за рахунок використання інноваційних ідей, творчих підходів до збереження історичної спадщини та унікальності міста, акценту на формування регіонального подієвого туристичного продукту, який вміло поєднує нематеріальну культурну спадщину та креативні індустрії.

Складні моделі та різні форми освоєння урбаністичних туристичних продуктів розвинулися з їх специфічними просторовими характеристиками, практиками та способами споживання в часі та просторі (наприклад, міста-супутники культурних столиць; культурні квартали; нові подієві практики в історичних районах). Історико-культурний та креативний ресурс міського простору має спрямовуватися на розкриття культурно-евристичного й творчого потенціалу кожного туриста і жителя місцевої громади, на збільшення

зацікавленості населення у споживанні культурних благ, на розвиток інфраструктури мистецьких просторів та ефективного міського менеджменту, спрямованого на інтенсифікацію міжнародних й регіональних подій, що свідчить про те, що розвиток креативних видів туризму стають чинником творення культуротворчої реальності, оскільки багато українських міст створюють культурні центри та мистецькі простори, які стають платформами для взаємопов'язаних подій культурного обміну та творчої співпраці, що приваблює відвідувачів з усього світу.

Справжній потенціал міста, наголошує Л. Осадча, визначаються не лише ресурсним середовищем та наявністю транспортної, освітньої та дозвільної інфраструктури, а у різноманітті форм культурного споживання, яке проявляється через наповненість подіями й культурними заходами, акціями та комунікативними можливостями культурного простору міста, наявністю осередків індивідуальної взаємодії, унікальними локальними культурними практиками, які найбільш притаманні сучасній молоді [118, с.24-25]. Саме їй належать ініціативи культурної децентралізації міського простору, наповнення сервісною інфраструктурою занедбаних колись індустріальних об'єктів, проекти ландшафтного упорядкування територій, створення нових центрів культурної діяльності, серед яких особливо популярні такі форми молодіжної самоорганізації та наповненого дозвілля, як клуби. Клуби розглядаються дослідницею як просторова організація культурних практик в міському середовищі, що пов'язані із акціями, мистецькими експериментами, як основа такої дозвільної форми, як хаби – креативні простори для спеціалістів творчих сфер (художників, музикантів, книговидавців), де функціонують авангардні театри, відкриваються арт кафе та сувенірні крамниці, виставкові зали та галереї.

Осередки креативних індустрій, де генеруються культурні події і проекти, на місці колишніх промислових об'єктів поширені в багатьох країнах світу: район Християнія в столиці Данії, що відомий як сузір'я публічних просторів для міських субкультур та туристична локація Копенгагена, яка відома далеко

за його межами, відродився на місці старого військового містечка; у шведському місті Мальмо на місці кораблебудівної майстерні функціонує організація STPLN, що поєднує коворкінг і майстерні, де проводять публічні заходи. Жодне місто, за словами Гела та Гемзоу, не впоралося з роботою з будівництва нових громадських просторів, краще ніж у Барселоні [227]. Уряд каталонського міста вирішив, що в кожному кварталі повинна бути своя власне місце для спілкування, а в кожному районі – свій парк, де люди могли б зустрічатися та спілкуватися, а діти могли грати. Місто створило багато з цих громадських місць, зносячи напівзруйновані житлові будинки чи занедбані заводи. Зруйновані старі площі було рекультивовано шляхом переміщення паркінгів під землю, перепланування площ для розміщення пішоходів, розширення тротуарів, запровадження зон, вільних від транспортних засобів, забезпечивши більше можливостей для спілкування людей, шляхом зонування просторів розділених на окремі території, які запрошують до різноманітних видів діяльності.

Як зазначає, Є. Власенко, секретом привабливості подібних постіндустріальних просторів є, наявність певної ініціативної групи, що виступає ідеологом і двигуном формування креативного суспільного простору та гнучкі формати правил поведінки і доступу до них, що дуже контрастує з багатьма традиційними просторами, відкритими лише для певних груп населення за умови дотримання чіткого кодексу правил поведінки [16, с. 257].

Серед найбільш відомих арт-кластерів й арт-центрів в Україні, які здійснюють підтримку проектів в галузі культури і мистецтва, є місцем проведення культурних подій, надають митцям місце для виставок та майстер-класів можна зазначити PinchukArtCentre у Києві, артцентр «Дзига» у Львові, чернігівський «Пласт-Арт» та дніпровський артцентр «Квартира», артцентр ім. Віри Холодної в Одесі та «Арт-центр «Простір» в Запоріжжі артцентр «Зело» в Полтаві та артцентр MusicLife в Чернівцях, артцентр MASLO у Хмельницькому та артцентр «Галерея Ілько» в Ужгороді. «Арт-кластери» – це найбільш поширені форми організації креативних просторів, на території колишніх

індустріальних будівель, які пожвавлюють певні території, де творці можуть вільно представляти свої роботи, отримувати відгуки та обмінюватися ідеями та створювати культурні, мистецькі та інноваційні продукти і послуги [172].

До числа об'єктів культурно-мистецького призначення, які створені на місці колишніх промислових споруд та стали відомими подієвими центрами в Києві та туристичними локаціями, відносяться: арт-галерея «Цех» на місці експериментального механічного заводу; «Мистецький арсенал» (складські приміщення збройного заводу); «Арт Причал» (будівля інфраструктури мостового переходу); арт-простір «G 13» (склотарний завод); арт-центр «Closer» (льоноткацька фабрика); «Платформа арт-завод» (колишній шовковий комбінат); Port creative hub (складські приміщення річкового порту); арт-простір «Башня» (складські приміщення НТУУ КПІ) [150, с.110]. У цих локаціях проводяться концерти популярних співаків, вечірки благодійні заходи, відкривають студії звукозапису, квест-кімнати, фотостудії, кафе, бари, облаштовують громадські простори для проведення культурних заходів і фестивалів, бізнес-квартали з коворкінгами і офісними центрами.

Розробка напрямків діяльності національного культурно-мистецького та музейного комплексу «Мистецький арсенал», однієї з найбільших культурних інституцій в Україні, тривала близько року, як з боку керівництва комплексу (концепція стратегічного розвитку), так і з боку вітчизняних і міжнародних стейкхолдерів, зокрема, своє бачення презентував міжнародний воркшоп «Сценарій розвитку просторового дизайну», що в подальшому сприяло імплементації досвіду соціокультурного проектування подій у «Мистецькому арсеналі» для формування сучасного культурного простору України. У розробці проєктів у Національному культурно-мистецькому комплексі «Мистецький арсенал» були задіяні різні елементи мистецького, освітнього, художнього, соціального проектування, впроваджені програми взаємодії із системою формальної освіти, у тому числі з мистецькою. Зокрема, на базі проєкту «Мистецький арсенал» інтегровані та поєднані різні мистецтва та культурні практики через діяльність напрямів-лабораторій: Лабораторія



сучасного мистецтва, Театральна лабораторія, Літературна лабораторія та інші [62, с. 7]. До інших успішних проектів арт-інституції варто віднести виставку «Музей новин», на якій було використано потенціал інтерактивних технологій і віртуальної реальності, проведення у липні 2012 року масштабної події, що стала знаковою в культурному житті України –Київська бієнале сучасного мистецтва, на якій було представлено 250 творів сучасного мистецтва з 30 країн світу.

Хоча прагматичний чинник створення «креативних просторів» є найбільш потужним, варто пам'ятати, що історія становлення цього поняття не обмежується лише економічними смислами, а відображає досить складні суспільні явища та процеси й ідеї технологізації і алгоритмізації проектів, які розраховані на реалізацію всіляких арт-задумів, є лише варіацією творчості в умовах глобального інформаційного суспільства, наголошує Н. Рибка. Процес масовості створення креативних громадських просторів у сучасних містах (лофти, зони коворкінгу, антикафе, хаби, арт-території, клуби, освітні центри, тематичні парки, постійно діючі фестивальні майданчики стартап-бокси, коворкінги, центри розвитку, хакер-спейси, творчі майстерні, еко-парки, центри урбаністики арт-квартали, дизайнерські ритейл-стріт, центри сучасного мистецтва тощо) [153, с.57-58] не гарантують активізацію креативних здібностей людини, здатність творчо вирішувати складні проблеми. Це має бути особливе середовище, основними характеристиками якого є взаємодія і співробітництво на всіх рівнях, підтримка творчої активності і відкритість до інновацій.

Мистецький арт-центр «Closer» (Київ), який знаходиться на території колишньої льоноткацької фабрики, відомий своєю музичною та мистецькою програмами, яка об'єднує електронну музику, виставки мистецтва, вечірки та культурні події, такі як фестивалі «Brave Factory» і «Стрічка», де збираються діджеї і відвідувачі з багатьох куточків планети і можуть вільно спілкуватись, обмінюватися ідеями. демонструвати іншим результати своєї діяльності. У 2020 році британський The Guardian назвав його одним з найвідоміших у Східній

Європі майданчиком проведення джазових вечорів, концертів, лекцій, кінопоказів, майстер-класів. У військовий час арт-центр започаткував серію благодійних фестивалів «На часі», щоб підтримати українське мистецтво. Більшу половину території арт-заводу «Платформа» займає мистецький простір для проведення заходів на яких учасники демонструють результати своєї творчої діяльності, серед яких варто відзначити фестивалі вуличної їжі та вінтажні барахолки «Кураж Базар», святкування Хеловіну і Нового року, вечірки «Білі ночі», фестивалі пива, кави, тату, Comic Con і Gogolfest [149].

Центр Сучасного Мистецтва «ДАХ» – це мультимедійний мистецький центр, який поєднує театр, музику та візуальне мистецтво, який відомий виступами музичного етно-гурту ДахаБраха, фрік-кабаре Dakh Daughters, формації сучасної академічної музики NovaOpera, соціального рейв гурту ЦеШо. Своім стратегічним завданням «ДАХ» називає «активну взаємодію із державними й комерційними художньо-освітніми структурами з метою створення поліфункціональних відкритих площин сучасного мистецтва, інноваційних систем театральної освіти, повноцінної видавничої бази театру тощо»[38]. Перший муніципальний мистецький центр (створена коштом міського бюджету культурна інституція, що реалізовує мистецькі проекти) у Львові відкрили у приміщенні неоготичної кам'яниці у 2020 році. Як і в більшості європейських муніципальних мистецьких центрів, його мета знайомити з сучасними культурними практиками та стати місцем зустрічей та обговорень, точка на мапі, з якої мешканці і туристи можуть глибше дослідити певне місто. Подібні центри та галереї існують у Лісабоні, Барселоні, Гданську, Берліні, Дубліні, Амстердамі та інших містах. Це допомагає переосмислити роль креативних індустрій у мистецькому секторі громади. Зокрема, дослідницький проект «Програми громадського молодіжного мистецтва як інкубатори креативних індустрій» досліджував найбільш поширені практики та механізми, за допомогою яких молодіжні мистецькі організації розвивають творчість і середовище основних творчих індустрій, допомагаючи молоді в навігації на етапі початкового рівня творчої роботи [208]. Крім традиційних

виставок, у галереях відбуваються кінопокази, фестивалі, презентації сучасного мистецтва, різноманітні освітні заходи, реалізуються проекти у сфері нових медіа, неформальні мистецькі акції, що стимулюють впровадження креативних івент-практик та сприяють розвитку туристичної інфраструктури й промоції міста.

Одним з актуальних напрямків розвитку сучасних туристських дестинацій, який активно розвивається протягом останніх десятиліть, є подієвий туризм, який орієнтований на відвідування місцевості в певний час, що пов'язано з проведенням спеціальної події. Сучасні види подієвого туризму або івент туризму визначаються тематикою подій, серед яких найбільш видовищними є прояви традиційної культури народів – карнавали, танці, фестивалі – все те, що складає «нематеріальну» спадщину [55, с.151]. Крім того, подієвий туризм може розвиватися на територіях, що не можуть продемонструвати унікальних туристичних ресурсів, вирішує проблему під час «низького» сезону за рахунок залучення потоків відвідувачів на певний захід і збільшення тривалості перебування туристів в регіоні, що стимулює розвиток інфраструктури гостинності місцевих громад.

Як вдало підмітив А. Парфіненко, в наш час більшість європейських міст та регіонів розглядають організацію подієвого туризму як детермінанту розвитку туристичної сфери та створення глобальних туристичних дестинацій. «Тож маємо можливість спостерігати появу глобальних «музичних», «театральних», «гастрономічних» та інших міст. Показово, що чимало з них асоціюються саме з проведенням відомих подій, а не багатою історичною спадщиною» [121, с.145]. Багато українських міст успішно втілюють в життя подієві заходи, що в майбутньому можуть стати важливим підґрунтям для розвитку масштабних проектів подієвого туризму: Міжнародний Гуцульський фестиваль; «Тера Героїка» в Кам'янці-Подільському; «Гуморина» в Одесі; етнофестиваль «Арт Поле» на Харківщині, Національний Сорочинський ярмарок на Полтавщині; Всеукраїнський фестиваль популярної і рок музики «Тарас Бульба» в м. Дубно; Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини

сезону»; фестивалі «Таврійські ігри», «Червона рута», Музик Фест, які змінюють свої локації щороку[121].

Поліцентричність розвитку українських територій національного та регіонального рівня означає, що кожна міська чи сільська громада має бути одним із центрів певної туристичної діяльності, розбудовувати якісну інфраструктуру гостинності, популяризувати різноманіття культурної спадщини та розвивати форми туризму, що представляють місцеві подієві ресурси. Тому, офіційна поява маршрутів подієвого туризму в Україні, яку приурочують лише до 2002 року, була зумовлена тим, що наша держава недостатньо підтримує розвиток такого перспективного виду туризму, як подієвий, тож говорити про істотне зростання його ролі поки що зарано. Найвідомішими івентами, крім Євро-2012 і Євробачення 2017 років, автори статті «Розвиток подієвого туризму та його вплив на просування території» називають Atlas Weekend, Tadoo Collection, Одеський кінофестиваль, Львівський літературний фестиваль, Ukrainian Fashion Week, Leopold Jazz Fest (Alfa Jazz Fest), зазначаючи, що решта подій хоч і численні, але не мають поки міжнародного резонансу і відомі лише серед українців [148].

Між тим, у європейських країнах протягом останніх двадцяти років, поширюється тенденція використання інструментів подієвого маркетингу для проведення фестивалів, що популяризують унікальність невеликих містечок та культуротворчі особливості місцевих спільнот. Цьому сприяли проекти «Креативні міста ЮНЕСКО» і Культурна столиця Європи, створення мережі Європейських культурних маршрутів, сприяючи визначенню їх як креативної системи міжнародних туристичних шляхів. Культурні маршрути створюють широкий спектр можливостей для розвитку творчих процесів під час туристичної подорожі і набуття культурного досвіду в місцях знайомства з виробниками креативних туристичних продуктів [242]. Серед завдань, які вирішуються за допомогою подієвих практик для поліпшення туристичної привабливості території, доцільно назвати такі: спеціальна подія допомагає потенційним споживачам туристичних послуг на певній території завчасно

визначитися із місцем проведення відпочинку; розрекламована подія, про яку дізналась велика кількість людей може стати основою розробки бренду та розробки регіональної стратегії розвитку туризму; організована подія сприяє диверсифікації видів туризму та розвитку інших галузей соціокультурної сфери.

Розглядаючи подію як елемент соціальності, К. Вовк зауважує, що організована подія – це важлива інформаційна складова місця призначення, штучний інформаційний потік, особливо якщо це стосується збереження наявних культурних традицій. Втім це є лише однією з функцій подієвого туризму, оскільки він створює умови для підсилення основних функцій інших видів туризму [18, с. 185-186]. Як зазначає головний редактор наукового журналу «Фестивальний менеджмент та подієвий туризм» Дональд Гетц, відмінною особливістю всіх подій є їх вплив на імідж громади чи туристичної дестинації, не лише на національному, а й на глобальному рівні, оскільки за допомогою інституційної комунікації під час івентів урізноманітнюються пропонувані маршрути подієвого туризму, поліпшується місцева туристична інфраструктура та створюється новий культурний капітал місць [228].

Процеси модернізації соціокультурного простору в містах формуються подіями минулого, які дуже сильно впливають на сегментацію культурного середовища. Динаміка зміни культурного простору сьогодення пов'язана із накопиченням багатшарових соціальних і культурних практик у культурному просторі минулого [253]. Ці шари створюють нові соціальні конструкти дійсності, які можна використати у подієвих практиках історичної реконструкції, в музейних костюмованих екскурсіях, квест-екскурсіях, створивши сучасні об'єкти, які привертають увагу історичної спадщини або шляхом розробки нових символічних подій. Деякі події, що визначаються як такі, що належать до минулого функціонують як нове-теперішнє, формуючи унікальні культурні простори, зокрема ті, що стосуються народних ремесел, традицій, обрядів, свят

Формування сучасного соціокультурного простору є складним процесом, що має на меті створення, поширення і збереження нових культурних цінностей, культурних смислів й інновацій, розвиток індивідуально-культурних здібностей індивідів і обслуговування їх творчої діяльності сукупністю установ і організацій, що тісно взаємодіють між собою, створюють і поширюють культурні продукти. Саме Людина є центром соціокультурного простору, що, у свою чергу, визначає стратегічне завдання сучасної мозаїчної й синкретичної культури – забезпечити баланс в пошуку форм взаємодії глобальної, національної і регіональної культур. Нині, констатує В. Степанов, активізуються тенденції зростання значення етнокультурної самобутності, посилюється прагнення до прояву культурної індивідуальності та соціокультурної причетності, що ускладнює формування єдиного соціокультурного простору в країні або на одній з її окремих територій [168, с.110]. Сучасний соціокультурний простір – це час пошуку нових способів збереження і трансляції культурного досвіду, пов'язаних із занепадом традиційних і одночасним виникненням інших соціокультурних структур. Люди різних культур пізнають і навчаються розуміти загальні смисли, символи, створюючи широкі можливості для особистісної самореалізації, а з іншого боку – саме національна культура, як і раніше, є тим смисловим простором, де відбувається становлення унікальних особистостей.

Інструментом комплексного розвитку регіонів та чинником формування загальнонаціональної ідентичності громадян України й цілісного культурно-комунікаційного простору є культурний туризм, вважають автори монографії «Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови». До об'єктів культурного туризму, які відіграють важливу роль у відродженні локальних традицій та формуванні спільної історичної пам'яті, розвитку міжгалузевих напрямів співпраці і створення нових робочих місць, дослідники відносять: історико-культурна спадщину (історичні території, архітектурні споруди і комплекси, зони археологічних розкопок, музеї, народні промисли, обряди, виступи фольклорних колективів); культурні події (виставки, фестивалі,

особливості життя населення: кухня, костюми); культурні кластери, що формуються на основі розвитку креативної ідеї [85, с.317].

Сучасна форма глобалізації визначає нову площину взаємодії культурних практик з креативністю та інноваціями в глобальному масштабі. Поточна система класифікації креативних індустрій у методологіях DCMS ґрунтується на використанні кодів для збору даних по обчисленню творчої інтенсивності, яке виконується за допомогою: визначення творчих занять; вимірювання зайнятості в цих творчих професіях у кожному секторі, щоб визначити ті, які можна віднести до креативних індустрій. По суті, креативна індустрія визначається як індустрія, в якій використовується значна частка творчих людей, тобто зайнятих у творчих професіях. З моменту першого картографування креативних індустрій цей список включає: рекламу; архітектуру; ринок мистецтва та антикваріату; ремесла; дизайн; мода; кіно та відео; інтерактивне дозвілля та програмне забезпечення; музика; сценічне мистецтво; видавнича справа; програмне забезпечення та комп'ютерні послуги; телебачення і радіо [209, р 29]. Ця класифікація засвідчує тісний зв'язок креативних індустрій із сферою туризму, які прямо чи опосередковано впливають на туристичну діяльність, особливо в царині інноваційного застосування креативних івент-практик для організації фестивалів і народних свят, маршрутів з використанням історико-культурної спадщини та сучасних архітектурних об'єктів, турів у парки розваг та тематичні парки, формування туристичних пропозицій для любителів віртуальних подорожей.

Здатність до проектної діяльності, тобто творчого освоєння і перетворення світу не за стереотипами і стандартами, є однією з основоположних характеристик людини культурної. Природа культурного продукту є творчою по суті, а, звідси, соціокультурним проект стає способом перетворення культурної дійсності чи простору через втілення задумів його авторів, через що стосуються соціокультурної сфери через вирішення актуальних суспільних проблем, які трансформуються під впливом культурних стейкхолдерів. Зокрема, проекти наповнення міського простору Львова

культурними подіями реалізуються як традиційними культурними інституціями (музеями, театрами, галереями), так і креативними індустріями (фестивалі: театральні («Золотий лев», «Драбина»), музичні (фестиваль «Країна мрій» та арт-фестиваль «Парад Левів», Jazz Bezz, Віртуози, Контрасти, Флюгери Львова), фестиваль фільмів (Кінолев). Щороку відбуваються Книжковий форум, культурно-мистецькі проекти: Різдво у Львові, Зима на Ринку, Великдень у Львові; фестивалі ковальства «Залізний лев» та «Залізна підкова» [88, с. 279].

На розмивання меж між виробничим і дозвіллевим простором, вказує О. Шибєр, відмічаючи, що домінування інтенції на креативність з кінця ХХ ст. у різних сферах соціуму сприяє появі нових видів практик у рекреаційно-дозвіллевій сфері, складовою яких є культуротворчість (івентивні практики-перформанси і квести, подієвий туризм і практика імерсивності або перформансу; екстремальні і пригодницькі практики – паркур, діггерство і сталкерство, «темний» туризм; оздоровчі практики – Wellness і SPA), що змінює підходи до проведення вільного часу, прискорює процеси перетворення стандартизованих видів дозвіллевої активності на креативні, для яких характерними є створення нових культурних смислів і творча самореалізація [196]. Дослідниця проводить аналогію між змістовним наповненням вільного часу під час рекреаційних занять та розвитком творчого потенціалу в мистецтві, що сприяє гармонійно розвиненій особистості, і доходить висновку, що креативність може культивуватися не лише в мистецтві, а й у сфері дозвілля та рекреації, де людина самостійно займається співтворчістю і творчістю. На прикладі інноваційного тренду світової культури – практик імерсивності, аналізується спектр гібридних форматів івент- та кіноіндустрії: технології розширеної реальності (XR) в сучасних онлайн-заходах; створення віртуального середовища в 3-D форматі, які представлені в клубах віртуальної реальності, віртуальних квестах, під час різноформатних івентів; використання інтерактивних кімнат з проєкцією в форматі 360°; віртуальні медіа-арт виставки, розроблені для перегляду у VR-шоломах; створення експонатів з



використанням XR-технологій, лазерних та відеоінсталяцій, нейроінтерфейсу та параметричної архітектури в культурно-мистецьких центрах. До засобів імерсії авторка відносить також івентивні технології проведення квестів, які поділяються на «реаліті-квести», «room-квести», «квести містом» та «віртуальні квести», зазначаючи, що івент-події характеризуються святковою атмосферою, отриманням незабутніх вражень і індивідуальними умовами відпочинку та релаксації.

На туристичному ринку України з'явилися підприємства, що надають послуги розваг за принципом організації квестів у різних формах прояву, які відрізняє подієвість, змагальність та інтерактивне залучення учасників, одна із яких – це квесторії, що передбачають організацію сюжетних вечірок, де кожен із учасників на декілька годин отримує костюм та роль, яку потрібно відіграти. Ескейп-рум – це інтелектуальна гра, в якій гравці шукають предмети та розв'язують головоломки у закритому приміщенні, з якого вони повинні вибратися за одну годину. Квест-екскурсії з віртуальним гідом та перформанси популярні серед туристів, які намагаються дізнатися більше про країну перебування через отримання вражень під час прогулянок. До цієї форми квестів належать й квести, організовані закладами готельного і ресторанного господарства, де необхідно виконати певні дії або зібрати необхідні інгредієнти [197].

Проект Шукай – це створення бронзових мініскульптурок для вивчення історії й культури Києва у міському просторі за допомогою інтерактивних екскурсій (корпоративні, індивідуальні, групові) та квестів. На сьогодні (листопад 2023 року) вже відкрито сорок одну скульптуру, інформацію про які можна знайти за QR-кодом, перейшовши на сайт проекту «Шукай!». Скульптури створюються і відкриваються за участі і внесків меценатів, що підвищує рівень пізнаваності бренду компаній і покращує привабливість громадських просторів для жителів міста і туристів Києва. Серед мініскульптурок є багато знакових для українців об'єктів: Літера Ї, Паляниця, Привид Києва, Золоті ворота, Київська пектораль, Київська складанка [138].

Відкриті публічні простори демонструють форми і прийоми, орієнтовані на мас-медіа, активних споживачів культурного продукту, спрощуючи глибинний символізм сучасних культурних процесів, редукуючи їх до комфортних зрозумілих знаків, буденних атрибутів, трендів і стандартів, що без використання принципів стриманості, природності, мінімалізму, не можуть запропонувати людині особливі емоційні та естетичні враження, констатують Т. Пригода й І. Донець [137]. Будь-яка активність у культурі і суспільстві презентується у вигляді івенту, проекту, креативного феномену, подієвих комунікацій, які набувають характеристик перформансу, інсталяцій, хепенінгу, флешмобу, тобто процесуальних жанрів, де дійство часто деперсоналізоване, фрагментарне, спонтанне, абсурдне. Тому поєднання алтерних форм культури, котрі здатні асимілювати універсальні цінності будуть сприяти модернізації а трансформації культурного середовища, сприйнятливою до інноваційних впроваджень, зокрема, в івент-менеджмент, креативні і культурні індустрії, фешн-середовище, нові медіа, соціальні мережі.

Із розвитком івент-технологій та впливу на суспільну та індивідуальну свідомість креативних подієвих практик, зростає роль івенторів, як фахівців із планування, організації й проведення подій державного й міжнародного масштабу, що виявляють потужний вплив на формування соціокультурного простору сучасності. Ці виняткові події повинні відображати такі аспекти: породжувати позитивний емоційний заряд; викликати особистісні асоціації у кожного глядача і бути яскраво індивідуальними; бути чітко спланованими та інсценованими; активізувати в учасників івенту бажання проявляти свої творчі потенції [115, с. 125-126]. Разом з тим, відкриття публічного безкоштовного доступу до ChatGPT створює нові можливості для організації зустрічей та проведення подієвих заходів, революціонує способи підготовки конференцій.

Використовуючи технології штучного інтелекту, організатори конференцій можуть створити концепцію події, оцінити зацікавленість потенційних відвідувачів, запропонувати список компаній, що займаються подіями та місця проведення заходів за умовами організаторів, надати

інформацію про дрес-код, харчування, Wi-Fi, групову реєстрацію та реєстрацію при переїзді у місцях організації подій, що значно оптимізує маркетингові зусилля та забезпечує успішне проведення заходу. Один із ключових способів, за допомогою якого алгоритми штучного інтелекту можуть допомогти організаторам конференції— це аналіз даних про відвідувачів; визначення соціальних медіа-платформ, що є найефективнішими для охоплення їх цільової аудиторії; автоматизація багатьох виснажливих завдань, пов'язаних із відповідями на типові запитання відвідувачів через чат-боти; аналіз відгуків відвідувачів подієвого заходу і визначення областей для вдосконалення, що дозволяє організаторам конференцій вносити корективи, зосередитись на більш важливих завданнях. [237]. Зокрема, алгоритми штучного інтелекту можуть створити розклад для доповідачів і семінарів, забезпечуючи безперебійну та ефективну роботу всіх сесій. Крім того, штучний інтелект може контролювати конференцію в режимі реального часу, повідомляючи організаторів про будь-які потенційні проблеми та дозволяючи їм швидко реагувати та вирішувати їх, що зрештою призведе до більш успішної та привабливої події. Використання штучного інтелекту для маркетингу подій на місці вражає: від електронного листа з найкращими моментами до списку кадрів для створення рекламного відео; вступні промови, списки фотозйомок, копії в соціальних мережах (включно з унікальними пропозиціями хештегів) і стандартний електронний лист із подякою учасникам — усе це може виявитися неймовірно корисними для стресових маркетингових команд.

## Висновки до 2 розділу

Сучасний соціокультурний простір, гібридного, мережевого, частково віртуального типу, який формується під впливом суперечливих тенденцій глобалізованого світу, вимагає переосмислення ролі митців та менеджерів культури у збереження ідентичності національної культури; розробки нових підходів до використання сучасних івент-практик у соціокультурному проектуванні, що ґрунтуються на методології прикладної культурології; підвищення ступеню їх культуротворчої спрямованості для структурування вітчизняного культурного життя; вироблення дієвих механізмів створення і поширення національного культурного продукту.

Активне впровадження інтерактивних форматів видовищних подій: образотворчо-тілесні (інсталяція, хепенінг, перформанс, флешмоб, боді-арт); просторово-видовищні (всі форми вуличного мистецтва (стріт-арт)); сценічні (театр, мюзикл, цирк); екранні (кіно, відео-кліп, реклама, талант-шоу, відеогра тощо) (К. Станіславська) досягається за рахунок використання інформаційних технологій та видів подієвих практик, які мають культуротворчий потенціал й надають можливість отримати унікальний досвід.

Для культурної ситуації в Україні властиве впровадження різноманітних форм подієвих практик, які сприяли утвердженню духовних цінностей держави та зміцненню української ідентичності: «Ланцюг Злуки», заходи, присвячені 500-річчю козацтва, Помаранчевий Майдан 2004 року та Майдан Гідності 2013-2014 років. Творчо-мистецький дискурс подій проявився через: вибух новітнього фольклору, що народився в наметах; постійний концерт на сцені Майдану Незалежності; художні виставки на Хрещатику; практики меморіалізації образів поетів і відомих діячів; інсталяція «революційна йолка»; перформенси з жовто-блакитним піаніно Майдану на барикадах по вулиці Грушевського; облаштування Мистецької сотні в Українському домі для проведення мистецьких акцій, флешмобів і перформансів, завдяки яким простір

Майдану фактично став вражаючим артефактом (Н. Мусієнко) вираження креативного духу українців.

Ключовим аспектом діяльності системи українських державних і неурядових культурних інституцій є підтримка розвитку культурних подій (мультидисциплінарних та тематичних фестивалів, виставок, ярмарок, конкурсів), спрямованих на посилення культурного розмаїття в Україні та інтеграцію української культури у світовий культурний простір.

Фестивалі, як конструкти побудови культуротворчого простору ХХІ століття набули особливого поширення в невеликих історичних містах центральних та західних регіонів та туристичних локаціях з мальовничими ландшафтами, що свідчить про ефективність івентів саме на регіональному рівні.

Процес формування нових конфігурацій соціокультурного простору пов'язаний із тенденціями розвитку креативних подієвих практик, технологій та послуг, в основу яких покладається соціальна творчість, що все більш актуалізує потенціал національної культури. Водночас, сучасні види культурних практик, особливо у перформативному мистецтві, охоплюють весь спектр проявів інформаційної трансформації культури, створення інтерактивного поля взаємодії із глядачем і нового середовища для культуротворчості.

Культурним явищем сучасного вуличного мистецтва виступає феномен графіті. Фестивалі стріт-арта формують візуальні образи міського середовища та наповнюють міські простори новими формами урбаністичного мистецтва, створюють нові локації для креативних мистецьких практик та нових типів культурно-ідейних послань, стають пролонгованою у часі подією, яка сприяє подальшому розвитку культуротворчості у міському просторі.

Проекти графіті і відкриття муралів, у часи російсько-української війни, з мистецьких практик постмодерної культури естетизації простору, перетворилися у визначні подієві практики утвердження ідеї національної

єдності та важливих соціальних ідей, що мають привернути увагу всього цивілізованого світу та українського суспільства.

Синтез традицій і новацій у подієвих практиках стимулює народження нових горизонтів соціокультурної реальності, що приводить до розширення меж культурологічного дискурсу процесу культурно-просторового конструювання. Актуальною проблемою створення нових культурних просторів є дотримання балансу між реалізацією сучасних дозвіллевих і рекреаційних потреб та збереження національного культурного надбання, його автентичності і ціннісних характеристик, адже саме національна культура, як і раніше, є тим смисловим простором, де відбувається становлення унікальних особистостей.

Трендовою технологією створення нових культурних просторів та просування на туристичному ринку нових DESTINAЦІЙ, є іВЕНТ-МАРКЕТИНГ культурної спадщини, що відбувається шляхом організації спеціальних креативних подій, мистецьких заходів, фестивалів історичної реконструкції, перформансів, історико-культурних квестів, інсталяцій, музейних свят, метою яких є творча взаємодія всіх учасників соціокультурного простору, створення умов для актуалізації інноваційного потенціалу ресурсів окремої громади чи регіону з точки зору їх економічної, соціокультурної, туристичної привабливості.

## РОЗДІЛ 3

### СУЧАСНІ ІВЕНТ-ПРАКТИКИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТИРІВ ТА ВПЛИВІВ

#### 3.1. Цінність як важлива категорія людського буття

Цінності як важлива категорія людського буття в буденному житті українців набувають особливого значення, в силу тих викликів з якими зіткнулося українське суспільство. Відбувається активна трансформація ціннісних орієнтирів і підходів до організації, як власного буття, так і країни в цілому.

Цінності як потужна культуротворча компонента відображає духовно-сміслові горизонти розвитку людини, суспільства, країни тощо. Ціннісні орієнтири відображають потреби громадян різних соціально-вікових, демографічних категорій у різноманітних засобах забезпечення їх персональних і колективних потреб. Ціннісна властивість будь яких життєвих практик людини виступає своєрідним матеріалізуючим засобом в забезпеченні якості людського життя. Ціннісний підхід дозволяє захистити культурно-ідентичні особливості та відновити життєві ресурси в їх глобально-локальних вимірах.

Цінність як результативна категорія має місце і в організації та проведенні різноманітних івент-практик. Саме ціннісно-орієнтована івент-практика в своєму феноменологічному потенціалі здатна забезпечити для людини якісне життя. Професійна зорієнтована ціннісна властивість івент-практики дозволить забезпечити для її споживача відчуття поваги до себе, власної гідності і значущості, отримати задоволення від отриманої культурної послуги, ти самим забезпечити свої культурні права та свободи.

Особливого значення ціннісно-орієнтована івент-практика набуває під час російського вторгнення в Україну. Саме на часі є створення і проведення івент-практик, які дозволять підтримати морально, емоційно і духовно українців. Ціннісна властивість і зорієнтованість сучасної івент-практики

виступає потужним реабілітаційним інструментарієм у відновленні ментального здоров'я.

Ціннісна проблематика є однією з ключових об'єктів наукового осмислення, оскільки питання таких орієнтирів і властивостей людського буття потребує активних практичних трансформацій. Звертаємо увагу на те, що проблематика цінностей, ціннісних орієнтирів та властивостей є багатовимірною, адже цінності є предметом розгляду багатьох наукових течій. Доволі активного розвитку набувають міждисциплінарні дослідження ціннісних трансформацій, що дозволяє концептуально переосмислити їх практичне впровадження, ефективність і результативність.

Українські науковці досліджуючи теоретичні підходи до класифікації цінностей наголошують на тому, що єдиного наукового підходу не існує. Так, одні ототожнюють цінності з індивідуальним сприйняттям світу, другі – з вихованням та соціальними впливами, треті – з бажанням задовільнити власні потреби та інтереси, четверті – з матеріальними благами тощо.

Теоретичні підходи до визначення феномену ціннісних орієнтирів характеризуються міждисциплінарним підходом до їх осмислення.

До найбільш важливих цінностей конституційного рівня Ф. Веніславський відносить: свободу, права людини, справедливість, моральність, гуманізм, демократію, верховенство права, правове обмеження влади, плюралізм та низку інших основоположних ідей. Вчений зазначає, «що усі конституційні цінності між собою тісно переплетені і лише у своїй сукупності і взаємозв'язку відбивають особливості вітчизняного державотворення та основні ідеї українського суспільства» [12, с. 260].

Вчений О. Сомик виділяє три групи ціннісних орієнтирів з точки зору економічної активності, до яких відносять: цінності соціально-економічної напрямку (відчуття свободи у виборі місця роботи; кваліфіковане та якісне виконання своєї роботи; стабільний дохід; дружні стосунки в робочому колективі; престижність місця роботи та посади); цінності життєво-побутового напрямку (любов та сімейне щастя, спілкування з друзями, мати вільний час



для свого хобі, читання книг та відвідування культурних заходів); цінності предметно-матеріального напрямку (добробут близьких, матеріальна забезпеченість, власний автомобіль та житло, жити краще ніж інші, отримання соціальних грошових допомог) [162, с. 107].

Класифікують цінності і за впливом на результати праці, де систему цінностей визначають індивідуальні пріоритети, які значною мірою формують поведінку людини у процесі діяльності в організації та визначають стиль її життя. До таких цінностей відносять: теоретичні, економічні, естетичні, соціальні політичні, релігійні. При цьому науковці наголошують, що індивідуальні цінності заважають діяльності організації, якщо вони зумовлюють поведінку, яка не збігається з цінностями організації [146, с. 9].

Особливого підходу до класифікації ціннісних впливів і орієнтирів набувають сімейні цінності. Так, М. Стельмахович визначаючи сім'ю як найбільш важливе і вагоме середовище виховання і соціалізації наголошує на тому, що саме сім'я є тим джерелом матеріальної та емоційної підтримки, засобом збереження і передання цінностей від покоління до покоління. Вивчення наукового спадку вченого дозволяють нам виокремити основні його підходи до класифікації сімейних цінностей: цінності засновані на міцному шлюбі, основою якого є кохання, вірність, чесність, порядність і турбота; цінності засновані на батьківській любові до дітей та відповідальності за їх майбутнє; цінності засновані на пошані до старшого покоління, яке включає в себе доброзичливе ставлення, великодушність, обов'язок піклування; цінності засновані на відповідальності за родинні традиції, які передбачають збереження пам'ятних родинних традицій та цінностей [167].

В контексті розгляду теоретичних підходів до класифікації цінностей, слід звернути увагу на осмисленні науковцями педагогічних цінностях, адже більшість івент-практик включають в себе педагогічні підходи до вирішення поставлених завдань. Так, гуманістичні педагогічні цінності як основа професійної діяльності науковцями розглядається через наступну класифікацію професійних цінностей, таких як: професійні знання, педагогічні здібності та

досвід, індивідуальні педагогічні якості, ідеали, мотиваційні настанови, професійний саморозвиток. Саме така сукупність педагогічних цінностей і є тією пізнавально-дієвою системою що дозволяє сформувати ціннісний світогляд. Як слушно наголошує О. Падалка «сфера гуманістичних цінностей охоплює різні сторони життя, але формування таких цінностей неможливе без урахування головного чинника в життєдіяльності людини – її професійної діяльності» [120, с. 382].

З урахуванням різноманітних наукових підходів до класифікації цінностей, в представленому дослідженні ми зупинимося на класифікації, яку узагальнили С. Матяж та А. Березянська. Вчені представили класифікацію цінностей наступним чином: абсолютні – доброта, любов, правда, справедливість, гідність, свобода, чесність; національні – патріотизм, національна гідність, державотворчі прагнення, історична пам'ять, змагання до єдності; громадянські – права і свободи, обов'язки, соціальна гармонія, повага закону; сімейно-родинні – подружня вірність, турбота про дітей, стосунки у сім'ї, пам'ять предків; особистісні – риси характеру, поведінка, стиль приватного життя [99, с. 29]. Такій підхід до класифікації цінностей ми вважаємо більш теоретично актуальним для осмислення ціннісних орієнтацій і впливів для планування та реалізації сучасних івент-практик.

Пріоритетного наукового осмислення набувають цінності, їх феномен в дискурсі верховенства права та процесів державотворення.

Розглядаючи сучасну державу як цінність, науковці виокремлюють її ідеологічний та методологічний контекст. На думку вчених, саме на ідеологічному етапі «ціннісний аспект держави завжди нівелювався і підмінявся ідеологією, яка була визначальною за того чи іншого історичного періоду, цінність держави або гіперболізувалася, або занадто нівелювалася» [158, с. 36].

Досліджуючи ціннісно-ідеологічні орієнтації і впливи О. Кривицька визначає такі їх основні виміри: ставлення громадян до політичного розвитку, зовнішньополітичні преференції. Вчена робить висновок, що головною

небезпекою сучасної ситуації є відмінності в поглядах та уподобаннях між громадянами різних регіонів. Використання різних ідеологічних засобів впливають на політичні погляди та уподобання, але й відсутність поглиблення ціннісних відмінностей є позитивним симптомом [86, с. 220].

Отже, усталені ціннісні орієнтації мають потужну єднальну, мобілізаційну силу. Ціннісно орієнтована ідеологія дозволяє вибудувати стратегічну програму дій, яка буде спрямована на формування системи цінностей спрямованих на патріотизм, згуртованість, свідому громадянську позицію тощо. Ідеологія побудована на цінностях виступає потужним єднальним інструментом та стимулюючим інструментом, коли загальна ідея, є ідеєю кожного. Ідеологія заснована на національних цінностях дозволяє сформувати високопатріотичне суспільство, яке активно відгукується стати носієм вкладених ціннісних орієнтирів.

Теоретичне осмислення цінностей розглядається вченими з точки зору глобальних геокультурних трансформацій. В. Нікітенко, досліджуючи геокультурні цінності в умовах сучасного світового розвитку, характеризує ціннісно-сміслову поле планетарного життя з точки зору посилення конфліктногенності сучасного соціального світу, що впливає і на формування нової планетарної геокультури [112, с. 226].

Цінності в дискурсі верховенства права активно розглядають представники української правової науки. Поняття цінності зазвичай використовують для розуміння та орієнтації на людське, соціальне та культурне значення об'єктів і явищ, що забезпечує належне існування, цільове призначення та осмислене застосування. Досліджуючи цінності в юридичній аксіології М. Серебро наголошує, що саме держава та право є найбільш важливими загальними юридичними цінностями, необхідними формами організації суспільного життя, які виступають як самостійні та самодостатні цінності, правовий закон та правова держава – це правові цілі-цінності реального закону та держави. Наголошується, що «юридична аксіологія оперує категорією цінність у трьох суттєво відмінних, хоч і взаємопов'язаних, змістах:

універсальні цінності світоглядного та етичного характеру (справедливість, рівність, свобода тощо); держава та право як самодостатні цінності; окремі юридичні цінності (правова норма, принципи права, конституція тощо)»[159, с. 76].

Так, сформовані сучасною правовою аксіологією цілісна система правових цінностей, серед яких: життя, гідність, справедливість, рівність, права людини, свобода. Під цінністю права розуміється його забезпечувальна спроможність соціально справедливих загальнолюдських потреб, інтересів громадян та їх об'єднань.

Вчені одностайні в тому, що право на життя є визначальним природнім і соціальним благом, винятковою цінністю, як для самої людини, так і суспільства в цілому. При цьому природні права спрямовані на підтримку почуття власної гідності людини, базуються вони на потребах людини в процесі забезпечення повноцінного життя, культурного зокрема. Адже кожна людина маючи невід'ємну гідність та цінність, користується повагою та захистом з боку держави, в будь яких сферах її існування.

Сьогодні право на життя набуває змісту просто вижити і жити. В умовах війни для українців право на життя виглядає майже беззахисним. Втрати на фронті, вбивства та тілесні ушкодження, викрадення людей, полон, катування, відсутність медичного обслуговування, примусові переміщення, все це є тими формами насильства, які порушують право на життя. І ця українська реальність потребує різних форм підтримки громадян, адже право на життя має гарантувати людині гідне існування в своїй країні, повага до честі, гідності, забезпечення свободи. Право на життя має стати основним ціннісним орієнтиром різноманітного державного інструментарію, якій забезпечує існування людини. Будь яка ціннісна івент-практика це і є один з інструментів забезпечення права на життя.

Є вислів «Жити як людина», в прямому сенсі означає повноцінну реалізацію себе як людини, громадянина, жити в повазі і гідному ставленні до себе. Саме гідність є однією з основних ознак права на життя.

Взаємозалежність права на життя та людської гідності є беззаперечною. І тут важливим є якісна трансформація законодавства, яке має враховувати правове регулювання та захист гідного життя в усіх сферах людського буття.

Людська гідність займає важливе місце в системі конституційних цінностей багатьох країн світу. Адже людина, її життя як найвища цінність є основою конституційного права. Саме людина, її гідне життя є тим важливим показником дієздатності держави. Конституційне право на повагу до людської гідності кореспондує з визнанням людини, громадянина як найвищої соціальної цінності, де достатній рівень життя, свобода вибору, захист своїх прав, правова і соціальна рівність є абсолютними формоутворювальними компонентами гідного життя. Держава не може встановлювати обмежень права на реалізацію людської гідності, адже людська гідність і людина, категорії взаємозалежні.

Гідність як ціннісна категорія людського життя доволі активно досліджується науковцями. Так, в дисертаційному дослідженні О. Гришук розглядаючи людську гідність у праві через призму філософського підходу визначає характеристики носія гідності. На думку вченої, «саме автономна особа, яка має чітко виражену індивідуальність, чіткий життєвий план, сформовані погляди на життя, власну систему цінностей, здійснює зважений, самостійний вибір, є носієм гідності» [33, с. 41]. Вчена, осмислюючи людську автономію через її індивідуалізацію, наголошує на важливості розуміння ідеалізації в процесах набуття гідного життя. На думку О. Гришук «з одного боку, людську гідність втілює всі найкращі ціннісні здобутки людства, виражає рівень гуманістичного розвитку автономної людини як родової істоти. З іншого боку, людська гідність вчиняє прямий і безпосередній вплив на кожну людину, впливаючи на її поведінку через базові цінності суспільства, формуючи її погляди на життя, формуючи особисту систему цінностей, ціннісні орієнтації і, таким чином, зумовлює та формує особисту гідність кожної людини» [33, с. 41].

Науковці майже одностайні в ствердженні про те, що людська гідність є змінюваним суспільним явищем. На думку Б. Дутчак, сутність людської

гідності перебуває в постійних трансформаціях і залежна вона від свідомості людини, особливого стану та соціальних цінностей [46, с. 47].

Проблема гідності у сучасному українському соціумі є об'єктом міждисциплінарного осмислення. М. Костенко аналізуючи погляди на гідність людини після подій 2014-го року, наголошує на процесах трансформації розуміння змісту поняття «гідність», її виняткового місця в людських цінностях. Дослідниця наголошує, що саме у період активних демократичних перетворень, гідність займає домінуюче місце, і яка виражає загальну та фундаментальну закономірність трансформації громадянського суспільства через систему ціннісних орієнтирів та впливів кожного учасника цих перетворень. Доволі слушною є теза, що «розуміння гідності утворює потужне за своєю енергетикою ядро особистості, яке набуває відповідно до цього величезної доленосної, «ядерної» сили людини, що є важливим чинником її життєдіяльності, детермінантою соціальної та індивідуальної поведінки, верховною мірою оцінки усіх речей і явищ» [82, с. 125].

Досліджуючи чинники формування гідності, вчені П. Кравченко, М. Костенко зазначають, що на формування людської гідності впливають процеси її соціалізації через проникнення різних видів інформації в її індивідуально-психологічний світ. Вчені наголошують, що гідність як цінність передує через набуття досвіду попередніх поколінь, отримуючи соціально схвалені стереотипи поведінки та приналежності до ціннісно орієнтованої спільноти, а також через набуття власного досвіду, який допомагає індивідові адаптуватися в мікросередовищі. Розвитку людської гідності, її формуванню, сприяють ряд психологічних чинників, серед яких є самооцінка, самосприйняття та самоповага [84, с. 68-70].

Гідність як ціннісний орієнтир розглядається вченими в контексті розвитку і забезпечення сучасного професіоналізму. Висвітлюючи культурно-психологічні та аксіопсихологічні аспекти проблеми гідності особистості В. Рибалка наголошує на найбільш перспективних міжособистісних стратегіях, які передбачають стосунки побудовані на врівноваженні честі та гідності

особистостей, де різні форми комунікації є пріоритетними задля забезпечення зазначеної стратегії. В.Рибалка вважає, що втілення через свідому аксіопсихологічно насичену діяльність будь-якого профілю норм честі та гідності, як вищих за усі інші норми, призводить до позитивних емоційно-почуттєвих переживань суб'єкта такої діяльності [152, с. 23].

Таким чином, гідність займає одне з центральних місць в системі ціннісних орієнтирів. Гідність людського життя, її пріоретизація є індивідуально усвідомленою цінністю кожної людини. Гідність забезпечується правовими нормами, управлінськими рішеннями, соціальними, економічними, культурними та іншими чинниками. Людська гідність формується завдяки вірі в найкраще, турботі про ближнього, любові до всього, що людина впустила в своє життя. Саме в орієнтації на різні культуротворчі модуси та системоутворюючі чинники (інституційні, історичний досвід, культурні традиції та надбання, інформаційно-комунікативний інструментарій, психологічні особливості індивіда) людина формує власну життєву гідність.

Проблематика змісту гідності актуалізує питання пошуку сучасного ефективного інструментарію щодо формування культури гідності від індивідуального до суспільного розуміння. І одним з таких інструментів потенційно може бути сучасна івент-практика, яка заснована на рівності всіх її учасників до доступу та споживання.

Поняття та зміст рівності, її теоретичне осмислення характеризується міждисциплінарним підходом. Досліджуючи розвиток принципу рівності Р. Луцький розкриває різні рівні до розуміння рівності. Один рівень вчений пов'язує з висловом «усі люди рівні перед Богом», де розуміння людської рівності розглядається як невід'ємна цінність. На думку вченого, інший рівень можна розглядати через призму рівності можливостей, де основоположним принципом виступає правове підґрунтя для реалізації своїх можливостей. Також вчений визначає рівень розуміння сутності рівності через ідеєю «рівності результатів». Цей рівень вчений характеризує з точки зору унормованої практики людського життя, де результатом такого життя є

однакові рівні та можливості. Адже останній рівень суперечить іншим демократичним цінностям [95, с. 97-98].

Осмислюючи рівність як ціннісну категорію, слід наголосити на її теоретико-правовому змісті, адже рівність є однією з основних категорій в праві, в конституційних правах і свободах людини зокрема. Рівність є ключовою в Конституції України, ст.21 «Усі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах», ст.24 «Громадяни мають рівні конституційні права і свободи та є рівними перед законом. Не може бути привілеїв чи обмежень за ознаками раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, за мовними або іншими ознаками» [75, с. 93].

Конституційні принципи рівності, звісно не означають всебічного і реального його виконання і застосування, але дозволяє стверджувати про створені правові підстави формування нової моделі взаємин між державою і його громадянами, з якісно новими підходами та забезпечувальним інструментарієм. Адже порушення рівності конституційних прав і свобод означає, що особа отримує привілеї або зазнає обмежень у визнанні, реалізації чи користуванні правами і свободами в будь-якій формі, крім випадків, коли таке обмеження встановлено з правомірною, обумовленою істотними чинниками та обґрунтованою метою, способи досягнення якої є належними та потрібними в демократичному суспільстві.

В Україні відбувається ціннісна трансформація правових властивостей рівності і зорієнтовані вони на європейський вектор розвитку. Адже рівність прав і свобод є визначальним пріоритетом розвитку та існування ціннісно орієнтованого суспільства. Рівність в її правовому вимірі дозволяє забезпечити якісне і гідне життя людини, її активну участь в суспільно корисних процесах, в культурі зокрема.

В Україні розроблена доволі потужне правове підґрунтя для рівних можливостей. Рівні можливості передбачають справедливе ставлення до людей,



без упереджень та штучних бар'єрів, не залежно від їх фізіологічно-демографічних та соціальних особливостей.

В Україні реалізовані ряд інституційних ініціатив, які дозволяють забезпечити рівні можливості для всіх. Так, Британська Рада, як одна з провідних організацій професійним пріоритетом якої є культурні відносини, презентувала політику рівних можливостей.

Запропонована ініціатива передбачає нормативно-правовий інструментарій для захисту людей від невинуватої дискримінації та неупередженого ставлення до певних соціальних груп. Метою представленої політики є вивчення і створення умов для чесного та справедливого ставлення до усіх людей, виявлення, захист та усунення будь яких проявів дискримінації, створення різних за змістом і суттю можливостей для повноцінної участі людей в житті суспільства. Головною тезою політики рівних можливостей є забезпечення прав і свобод особи, а одним з основоположних принципів її функціонування – рівність усіх перед законом.

Найкращим способом ефективної дієвості в реалізації політики рівних можливостей є визначення ціннісних орієнтирів, їх максимальне врахування при прийнятті управлінських рішень та під час планування усієї проектної діяльності. Завдяки чітко орієнтованими ціннісними впливами на розбудову суспільства рівних буде створене привабливе середовище для життя [154].

Рівність можливостей має бути гарантованою для сучасних і наступних поколінь і в основі цих можливостей має бути ефективна правова основа для реалізації прав і свобод людини заснованих на рівності.

Особливого значення зміст рівності і рівних можливостей набувається в українському сьогоденні. Українці зіткнулися з проблемою переоцінки цінностей, які викликані порушенням самого головного права людини, це право на життя. Питання рівності для українців є доволі сумнівне.

Якщо розглядати це питання з точки зору культуротворчих процесів, то можна констатувати, що українці опинились в ситуації суцільного порушення гарантованої правової підтримки і захисту.

Тимчасова окупація українських територій, процеси масової еміграції, які викликані російсько-українською війною призвели до негативних наслідків декультурації. Реальність українця під час війни з точки зору рівності прав і свобод зовсім неоднозначна. Хтось втратив рідних, хтось втратив дім, хтось знаходиться під тимчасовою окупацією, а хтось змінив Україну на іншу країну і в цих процесах негативні наслідки декультурації очевидні. Культурна рецепція в якій опинились українці призводять до руйнування моделі поведінки рівних можливостей.

Перед теоретиками і практиками постає проблема винайдення інноваційних форм для планування, організації та проведенні івент-практик з ціннісно орієнтованою рівністю можливостей. По перше, якісно спланована івент-практика, її цілеспрямована культуротворча ціль здатна забезпечити рівний доступ різних соціально-вікових та демографічних категорій до культури. По друге, врахування принципу рівності в професійній діяльності івент-менеджера сприяє розвитку в компанії культури інновацій, які сприяють зростанню якісних і кількісних показників івентів. Рівність, культура інновацій івент-компаніях асоціюється зі свободою експериментувати, пропонувати нові ідеї та проекти, з демократизмом та роботою на результат. Фундаментом такої культури має стати рівність співробітників, присутність культури рівності всередині компанії, що створює умови для впровадження ефективних інновацій і просування на ринок якісного івент-продукту.

Змістовним ядром рівності є справедливість. Рівність можливостей абсолютна взаємозалежна від такої ціннісної категорії як «справедливість». Ціннісним сенсом життя людей, які живуть за принципами справедливості, полягає саме в тому, щоб чинити з іншими людьми справедливо.

Справедливість є важливою ціннісною домірністю права людини на життя. Справедливість є виразом надії на рівність всіх перед законом, захист від упередженості, необ'єктивності та проявами беззаконня. Правовий вираз справедливості проявляється в цінностях права, яка потребує сучасного переосмислення змісту категорії справедливості.

Нормативний зміст справедливості на думку В. Васильчук проявляється, «по-перше, у вимозі відповідного ставлення індивіда до інших людей та суспільства в цілому та, по-друге, в обов'язку не допускати несправедливого поводження з боку інших осіб щодо самого себе» [11, с. 9]. Дослідниця аналізуючи аксіологічний зміст категорії справедливості з позиції ціннісних характеристик виокремлює її як правову цінність; як компонент ціннісної природи права; як оціночну категорію. З позиції антиціннісного аспекту, це прояв суперечності між справедливістю і правовою доцільністю, ефективністю права та правовою стабільністю. В. Васильчук наголошує, що «діалектична єдність ціннісних та антиціннісних характеристик справедливості полягає у тому, що справедливість, викриваючи окремі аксіологічно-правові суперечності, сприяє якісному вдосконаленню системи права, стимулює до постійного розвитку, пошуку нових способів і засобів ефективного регулювання суспільних відносин і таким чином оптимізує ціннісні властивості права» [11, с.11].

Т. Подковенко досліджуючи справедливість в системі цінностей права визначає справедливість як одну з найважливіших проблем сучасності, яка на думку вченої відображає складні процеси правового розвитку суспільства. Саме справедливість забезпечує гармонійне співіснування і взаємовідносини. Справедливість неможлива без ціннісних орієнтирів та моральних якостей. Саме у цілісній системі правових цінностей справедливість займає ключове місце, де остання відображає практичну сторону реалізації права [133].

М. Тур досліджуючи теоретичні засади ідеї справедливості наголошує на тому, що змістовна складова справедливості вважається чи не єдиним мірилом легітимності громадського примусу, права на існування будь-яких соціальних інституцій – від усталених форм співжиття до держави. Аналізуючи різні теорії справедливості М. Тур виокремлює теоретичну однастайність про те що «ідея справедливості постає однією з головних моральних універсалій, без яких людське життя – як життя соціальне – було б неможливим» [171].

Справедливість набуває статусу цінності в демократичних суспільствах поряд з такими важливими категоріями як мир, безпека, порядок, свобода. Такий правопорядок є одним з головних поведінкових, соціальних норм. Справедливість як основа соціальних норм, правил поведінки загального характеру, мають вираз через людські взаємовідносини, заснованих на їх інтересах, потребах, уподобаннях, і які забезпечуються різними засобами соціального впливу.

Важливим засобом соціального впливу є культура, культурні практики зокрема. В. Левкулич досліджуючи справедливість як соціокультурний феномен, наголошує на «респектабельному статусі, яким справедливість володіє практично в кожному суспільстві, означає її універсальну соціокультурну цінність, значущість» [90, с. 210]. На думку вченого, саме «цінності утворюють у свідомості суб'єкта активну систему, всередині якої, об'єднуючись у групи, структуризуються в певну ієрархію, при цьому система цінностей регулює поведінку людини. Цінності органічно включені в світоглядну структуру особистості й відіграють важливу роль у забезпеченні відповідності між індивідуальним досвідом і універсаліями загальнолюдського, культурного досвіду» [90, с. 211].

Івент-практика як один із засобів соціокультурного впливу також має бути орієнтований на справедливе ставлення для всіх учасників. Розуміння справедливості як соціокультурної цінності, є важливим орієнтиром при постановці цілей івент послуги.

Отже, традиційне уявлення про справедливість у сучасному світі зазнає суттєвих теоретико-практичних трансформацій. Розуміння справедливості через призму соціальних цінностей розглядається переважно як важливі життєві сили людини, що забезпечують її якісне існування в соціумі. Справедливість як соціальна цінність набуває особливого значення при формуванні культурних просторів, де в основі є принцип рівних можливостей, які сприяють досягненню консенсусу та запобіганню конфліктів. В своєму культуротворчому потенціалі, справедливий підхід здатен відкриває шлях до

встановлення мирного існування, подолання негативних наслідків репресій та принижень.

Справедливість як ціннісний орієнтир в культуротворчих процесах спрямована на: відповідальне ставлення перед суспільством, людьми за створення найкращих умов для життя; рівний, справедливий доступ до культурних надбань і практик; високо професійне забезпечення культурних практик заснованих на системі соціальних, духовних цінностей; ефективне функціонування принципів соціальної справедливості в усіх сферах людського буття.

Отже, справедливість як ціннісний орієнтир має виступати як гарантований соціокультурний механізм взаємодії людей. Справедливість є основою в системі задоволенні життєвих потреб людини, культурних зокрема.

Безумовним елементом усіх теоретичних концепцій про цінності і справедливість, є ідея прав і свобод людини.

Теоретико-практичне розуміння змісту поняття «свобода» включає в себе її юридичну та фактичну особливість. Науковці виокремлюючи внутрішні та зовнішні характеристики свободи визначають її позитивні та негативні прояви. Аналізуючи свободу через призму ціннісних характеристик розвитку української держави, дослідники роблять висновки про те, що ціннісний зміст категорії свободи останнім часом набуває глобального характеру і зумовлено це проникненням правових цінностей до вищих рівнів загальносвітових ціннісних ієрархій. Свобода виступає однією з головних цінностей людини. Досліджуючи свободу як цінність права науковці наголошують на її спрямуванні при досягненні певних цілей, які стають можливими тому, що вони є тими цінностями, задля досягнення яких та завдяки володіння ними люди здатні докласти величезних духовних та практичних зусиль [188, с.185-186].

К. Журба дослідивши зміст свободи і справедливості в дискурсі смисложиттєвих вимірів особистості яка зростає, визначила такі форми свободи як: «соціальна свобода, яка регулюється законами і правами держави; особистісна свобода, яка характеризується усвідомленим моральним вибором,

самостійним прийняттям рішень, вибором мети життя, смисложиттєвих цінностей, організацією та стилем життя; духовна свобода, яка виражається через позбавлення шкідливих звичок, негативних якостей, надмірних бажань» [52, с.11].

Вчені одностайні в розумінні того, що свобода за своєю природою характеризується не тільки рівністю, волею та вільним вибором людини, а й тим наскільки свобода підтримується цілісністю суспільної системи в цілому, її соціальної інтегрованості.

Досліджуючи теоретико-методологічні аспекти свободи як соціального феномена І. Мухін зазначає, що соціальна свобода визначається як можливість, здатність або спроможність індивіда вільно соціалізуватися, входити до сукупного досвіду через оцінку, вибір і трансформацію певних форм цього досвіду. Вчений виокремлює наступні напрямки соціальної свободи: соціально-психологічний або індивідуальний аспект діяльності; раціонально-унормований аспект діяльності; громадський або власне соціальний аспект діяльності. Вчений наголошує на співвіднесенні соціальної свободи з суспільними відносинами [109, с. 4].

М. Осядла, досліджуючи свободу як цінність права зазначає, що «право виступає як міра, що визначається первинною соціальною цінністю, право є проявом свободи, а свобода реалізується за допомогою таких правових цінностей, як суб'єктивні права та юридичні обов'язки, гарантована нормами права та забезпечується державою»[119]. Вчена наголошує, «що перед аксіологічним виміром свободи у праві, є суперечлива природа вищих загальнолюдських і відповідних їм правових цінностей, що ціннісна характеристика свободи у праві спрямована на подолання «відчуження» людини у сфері права та сприйняття права як результату власної творчості особистості, де свобода стає цінністю для окремої людини, певного соціуму та суспільства в цілому» [119].

Осмислюючи взаємовпливи культури і людини через призму проблематики свобод та прав людини, культуролог О. Копієвська, акцентує

увагу на конституційних засадах ціннісних орієнтирів. Саме в Конституції людина в її гідності, свободі розглядається як найважливіша цінність, а права людини — як велику цінність для самої людини [76, с. 58].

Вчена, досліджуючи теоретико-правові засади реалізації культурної функції держави, наголошує, на винятковому розуміння культури, де остання розглядається як специфічна система норм і цінностей, що відрізняє одне суспільство від іншого; як певна система важливих для людини змістовних комплексів-цінностей, які здатні виступати регулятивними принципами індивідуальної та групової поведінки. Саме сукупність заходів щодо регулювання тенденцій розвитку ціннісних аспектів суспільного буття неодмінно має враховувати культурна функція держави [77, с.4-9].

Визначені основні засади, цілі і напрямки культурної політики в будь якій державі, мають чітко відображати ціннісні пріоритети та бути спрямовані на активні державно-управлінські орієнтації, які б відповідали національним цінностям. Цінність як правова категорія в культурній функції держави визначена в Законі України «Про культуру», а саме:

- пріоритетом державної політики у сфері культури є актуалізація ролі культури як системи цінностей, ресурсу для забезпечення сталого розвитку та консолідації суспільства (стаття 4);
- держава створює умови для культурного розвитку громадян України всіх національностей, сприяє залученню їх до спільного процесу створення культурних цінностей (стаття 10);
- обов'язком у сфері культури є піклування про естетичне виховання і культурний розвиток дітей, прилучення їх до цінностей вітчизняної та світової культури (стаття 11) [139].

Ю. Шайгородський досліджуючи цінності як детермінанти суспільного розвитку, наголошує на важливості розгляду такого питання через предметну область самого розуміння феномену цінностей. Так, вчений розглядає цінності через «призму користі і здатності задовольняти різноманітні потреби людини; як ідеал, до якого прагне людина; як норму, якої необхідно

дотримуватися; як значущість чогось для особистості, соціальної групи, суспільства» [194, с. 220].

З культурологічної та аксіологічної позиції світ цінностей Р. Винничук розглядає як сферу духовної діяльності, моральної свідомості, уподобань, а також тих оцінок і ставлень, якими виявляється міра духовного багатства кожної особистості. Тому на думку вченої, «морально-етичні цінності (норми, принципи, ідеали, уявлення про добро, справедливість, відповідальність, почуття дружби, любові тощо), що виникають та існують у суспільстві, сприймаються свідомістю кожної людини, кристалізуючись у ціннісні орієнтації, переконання, соціально-психологічні настанови й зреалізуються у вчинках, стратегіях поведінки та у процесі її життєвого шляху як особистості» [13, с.91–92].

Відповідно і ціннісна складова творчої діяльності визначається як індивідуальна чи колективна творчість, результатом якої є створення або інтерпретація творів, що мають культурну цінність. А отже, івент, як один з видів культурної практики є практичною компонентою в системі реалізації культурної функції держави.

Актуалізація ціннісних орієнтирів сучасного івенту не викликає сумніву при впливі глобальних трансформацій, які процеси негативно впливають на розвиток локальних культур, поглинаючи їх ідентичність та цінності. Саме ціннісно орієнтовані культурні блага, послуги, івент-практики в своєму культуротворчому потенціалі здатні регулювати характер життєдіяльності різних соціально-вікових категорій споживачів культурних послуг, робити самостійний вибір нею тих чи інших цінностей, які характерні для їх громадянської належності.

О. Копієвська, дослідуючи моделі культурних трансформацій, наголошує на особливості ціннісних трансформацій в культурі. На думку вченої, «системи цінностей трансформуються під впливом глобальних змін: з одного боку, відбувається знецінення деяких установок, правил, принципів, норм, моделей поведінки, з іншого боку, формуються універсальні цінності, які, навіть будучи



блоковані в усталеному середовищі, знаходять допоміжні, опосередковані форми для свого розвитку» [78, с. 153].

Особливого значення набувають цінності в культурі, вивчення і осмислення яких є пріоритетними для культурологічного знання. Переважно, вчені розглядають цінності як елемент духовної культури. Цінності тут виступають як регулятори адаптації та поведінки людини в системі соціокультурних відносин. Цінності в культурі розглядаються як потужний комунікаційний інструмент для передачі ціннісних властивостей культурних традицій, звичаїв тощо.

В такому науковому дискурсі, слід звернутися до досліджень О. Ременець, яка розглядаючи витoki цінностей української культури акцентує на важливості наукового осмислення предметного поля культури і формування цінностей. На думку вченої, саме «через систему цінностей і ідей, що служать для регулювання поведінки людини, і визначається культура. Культура виступає своєрідним підсумком всієї різноманітної діяльності людини, як сукупність матеріальних і духовних цінностей, як складна ієрархія ідеалів і сенсу, значущих для конкретного суспільного організму. З позицій ціннісного підходу, культура є не що інше, як реалізація ідеально-ціннісної мети, предметний світ, узятий під кутом зору його значення для людини. Культура є цементом будівлі суспільного життя, а цінності – осередком духовного життя суспільства. Культура – це система перекладу цінностей сьогодення в буття людини, у зміст її життєдіяльності» [151].

Цінності в культурі можна розглядати, як складний соціально-психологічний процес, в якому людина завдяки чітко орієнтованій культурній діяльності підпадає під ціннісні впливи. Адже в своєму культуротворчому потенціалі івент є тією частиною культурної практики, яка задає ціннісний зміст і напрямок особистісних позицій, поведінки, вчинків учасників. Формуються ціннісні орієнтації в ході засвоєння культурного досвіду, переконань, отриманих емоцій та почуттів.

Якщо розглядати культурні цінності з точки зору певних ідей, поглядів за допомогою яких люди задовольняють свої потреби та інтереси то роль і значення івенту в цьому процесі є зрозумілою.

Отже, розгляд цінності як важливої категорії людського буття дозволив нам констатувати про наукову активність осмислення поняття «цінність», її зміст та класифікація представниками різних наукових течій. Ціннісні орієнтири формуються у повсякденній діяльності, коли людина стикається з конкретними, реально існуючими політичними, ідеологічними, економічними, соціальними та культурними процесами та викликами.

Система ціннісних орієнтацій та впливів визначається через інтереси та потреби людини, прагнення та можливостей, вибору людиною пріоритетів та змістового сенсу власного життя.

Наукові підходи до класифікації цінностей не мають єдиного підходу. Ототожнюють цінності з індивідуальним сприйняттям світу, з вихованням та соціальними впливами, з бажанням задовільнити власні потреби та інтереси, з матеріальними благами. До цінностей конституційного рівня відносять: свободу, права людини, честь, гідність, справедливість, моральність, гуманізм, демократію, верховенство права та низку інших основоположних ідей. З точки зору економічної активності цінності класифікують за: соціально-економічним напрямком, життєво-побутовим та предметно-матеріальним.

Особливого підходу до класифікації ціннісних впливів і орієнтирів набувають сімейні цінності, які засновані на міцному шлюбі, батьківській любові до дітей та відповідальності за їх майбутнє, пошані до старшого покоління. Класифікують гуманістичні цінності за впливом на результати професійної діяльності, педагогічної зокрема.

Розгляд різноманітних підходів до класифікації цінностей, ціннісних орієнтирів і впливів дозволив нам визначити основні групи, які характерні для культуротворчої місії сучасних івент-практик. До таких груп ціннісних орієнтирів і впливів ми віднесли: національні, абсолютні, громадянські, сімейно-родинні, особистісні.

Аналіз теоретичних концепцій довів, що пріоритетного наукового осмислення набувають цінності, їх феномен в дискурсі верховенства права та процесів державотворення. Цілісна система правових цінностей включає в себе: право на життя, гідність, справедливість, чесність, рівність, права і свободи людини. Адже кожна людина маючи невід'ємну гідність та цінність, користується повагою та захистом з боку держави, в будь яких сферах її існування.

Особливої уваги набуває теоретико-практичне осмислення ціннісних орієнтирів і впливів під час російсько-української війни де право на життя виглядає майже беззахисним. Українська реальність потребує різних форм підтримки громадян, адже право на життя має гарантувати людині гідне існування в своїй країні, повага до честі, гідності, забезпечення свободи і рівності. Культурна рецепція в якій опинились українці призводять до руйнування моделі поведінки рівних можливостей.

Висвітлені у підрозділі ціннісні виклики порушують перед теоретиками і практиками питання винайдення інноваційних форм для планування, організації та проведенні івент-практик з ціннісно орієнтованою рівністю можливостей, побудованих на принципах справедливості, свободи, честі і гідності.

Цінність має стати ключовою категорією культурної функції держави. Визначені основні засади, цілі і напрямки культурної політики в будь якій державі, мають чітко відображати ціннісні пріоритети та бути спрямовані на активні державно-управлінські орієнтації, які б відповідали національним цінностям. Цінності в івент-культурі можна розглядати, як складний соціально-психологічний процес, в якому людина завдяки чітко орієнтованій культурній діяльності підпадає під ціннісні впливи.

Роль івенту в системі формування ціннісних орієнтацій і впливів є беззаперечною, адже в своєму культуротворчому потенціалі івент є тією частиною культурної практики, яка задає ціннісний зміст і напрямок особистісних позицій, поведінки, вчинків учасників. Формуються ціннісні

орієнтації в ході засвоєння культурного досвіду, переконань, отриманих емоцій та почуттів. Система ціннісних орієнтації особистості утворюється на основі панівних в культурі ціннісних уявлень.

### **3.2. Ціннісно-сміслові орієнтації сучасних івент-практик в проєкції культуротворчої місії молодіжної політики**

Проблема вивчення та осмислення культуротворчої місії сучасних івент-практик в Україні є відкритою для всебічного розгляду всіма зацікавленими стейкхолдерами культурних трансформацій.

Актуальність теоретико-практичного аналізу ціннісно-сміслових орієнтацій сучасних івент-практик з точки зору особливостей визначення місії і цілей, планування та забезпечення за принципом цільової аудиторії або орієнтації на об'єкт впливу є беззаперечною. Розгляд проблематики в такому науковому дискурсі дозволить виокремити особливості врахування ціннісних орієнтацій сучасних івент-практик, сформулювати обґрунтовані рекомендації для організаторів івентів з практики моделювання авторської таксономії культуротворчої місії івенту з чітко орієнтованою ціннісною складовою.

Для осмислення ціннісно-сміслових орієнтацій івент-практик ми звернемося до їх різних видів та груп впливів, що дозволить розглянути порушену нами проблематику під кутом сучасних культуротворчих викликів.

З практичної точки зору, цінності в дискурсі культуротворчих викликів характеризуються переважно загально визнаними ціннісними орієнтирами, які ми розглянути в підрозділі 3.2. Для визначення культуротворчої унікальності івенту є чітке розуміння ціннісної пріоритетності результативності заходу (події). І при цьому вкрай важливим є професійна орієнтація івентора у глобально-локальних викликах, що дозволить спрогнозувати високу культуротворчу місію івенту заснованого на ціннісно-сміслових орієнтирах.

Глобалізаційні процеси, які відбуваються в світі, призводять до практичного відкидання духовних цінностей, внаслідок чого з людиною

відбувається псевдо підміна цінностей на звичайне матеріальне задоволення. При цьому процес зміни ціннісних установок є доволі швидким і всеохоплюючим і формуються ці зміни переважно в результаті впливу суспільних настроїв, модних тенденцій, інформаційних нав'язувань.

Особливо вразливою категорією в таких процесах є молодь, ціннісні трансформації якої є очевидними. Важливим інструментарієм забезпечення ціннісних орієнтацій молоді є івент-практика, ефективність якої залежить від професійного осмислення, виявлення та врахування факторів, які впливають на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді.

Молодь є важливою віковою категорією українського суспільства, носієм інтелектуального потенціалу, визначальною силою розвитку та відновлення України. Молодь є тією рушійною якій належить особливе місце у формуванні українського громадянського суспільства. Адже саме молодь є основною рушійною силою позитивних змін та перетворень в Україні.

Молодіжне законодавство України визначає «молодь – молоді особи – особи віком від 14 до 35 років, які є громадянами України, іноземцями та особами без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах» (стаття 1, закону України «Про основні засади молодіжної політики») [142].

Законодавство України, яке регулює молодіжну політику визначає її ціннісно-сміслові орієнтації. Так, в Законі України «Про основні засади молодіжної політики» визначено норму, яка передбачає повноваження центрального органу виконавчої влади у забезпеченні вивчення соціально-економічних обставин, потреб, цінностей, пріоритетів молоді, рівня її залученості до суспільного життя (стаття 8). Відповідно до закону, змістом молодіжної політики є формування у дітей та молоді загальнолюдських, загальнокультурних і загальнонаціональних цінностей, навчально-пізнавальних, громадянських, соціальних, комунікативних, підприємницьких та інших компетентностей (стаття 13). До особливостей підтримки молодих сімей віднесено сприяння органами державної влади, органами місцевого самоврядування реалізації заходів, спрямованих на зміцнення інституту сім'ї та

шлюбу, формування в суспільстві пріоритетності сімейних цінностей... (стаття 20) [142].

Цінність як важлива категорія молодіжної політики визначена у Національній молодіжній стратегії до 2030 року. Ціннісні орієнтації і впливи визначені в принципах Стратегії, а саме: доказовості та науковості, де всі рішення ґрунтуються на об'єктивній інформації про становище молоді у суспільстві, її цінностях, потребах та очікуваннях.

Безпека, як важливий принцип молодіжної політики передбачає підвищення безпечності середовища та посилення життєстійкості молоді. Наголошено на трансформації ціннісних пріоритетів молодих батьків, в яких до створення сім'ї мають переважати цінності самовираження та виживання. Закцентовано, що у разі не вирішення проблеми безпеки суспільства, під загрозою можуть опинитися самореалізація і цінності, орієнтовані на розвиток.

Принцип спроможності передбачає процеси залучення молоді до активної участі у суспільному житті, де мають бути створення умов для розвитку молодих осіб як цілісних особистостей, які гармонійно поєднують невідірваний фізичний, емоційний, інтелектуальний розвиток на основі цінностей.

Особливої важливості набуває принцип інтегрованості, де в пріоритет ставиться підвищення мобільності, соціальної і культурної інтеграції молоді в суспільне життя України та світу. В межах принципу інтегрованості наголошується на важливості розуміння молоддю поняття і змісту української ідентичності, яке базується не тільки на походженні, а й на цінностях та виборі.

В Стратегії наголошено, що успішна самореалізація та розвиток молоді в Україні залежить від залежать від узгодженості дій багатьох заінтересованих сторін і де політика не повинна бути директивною. Стратегічним вбачається право вибору, спонукання молоді виявляти ініціативу, самостійно визначати власні цілі та цінності. Наголошено на тому, що молоді потрібно виховувати у собі цінності, які дадуть змогу не просто реалізувати себе професійно, а й забезпечать її життєстійкість перед проблемами особистого характеру. Молодь

повинна розраховувати на себе, власні компетентності, способи мислення, цінності.

Дослідження цінностей молоді передбачено в процесах моніторингу та оцінки реалізації Стратегії, на державному, регіональному та місцевому рівнях [140].

Суспільно-державні цінності є в основі становлення національної свідомості молоді, її інтеграції у суспільне життя, про цей йдеться у Державній цільовій соціальній програмі «Молодь України» на 2021-2025 роки [42].

Ціннісно-сміслові орієнтації для молоді лягли в основу здійснення державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності. В Законі України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності» цінності визначені як важлива нормативна категорія у духовно-моральному, національно-патріотичному вихованні та оборонній свідомості.

Так, одним з основних завдань державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності є формування у громадян України, у тому числі дітей та молоді активної громадянської позиції на основі поваги до прав людини, духовних цінностей українського народу, національної самобутності, поваги до державних символів, державної мови, суспільно-державних (національних) цінностей України, розуміння їх важливості для становлення держави (стаття 4) [142].

Ціннісні орієнтації утвердження української національної та громадянської ідентичності базуються на таких основних суспільно-державних (національних) цінностях України, як: соборність, самобутність, воля, гідність (стаття 6) [141].

Отже, в основі ціннісно-сміслових орієнтацій сучасних івент-практик лежить фундаментальний принцип дотримання правових норм. Професійна компетентність сучасного івентора полягає у його здатності забезпечити якісну івент-послугу, яка визначена і не суперечить чинному законодавству. В свою чергу, ціннісно-сміслові орієнтації сучасних івент-практик в проекції

культуротворчої місії молодіжної політики мають відповідати чинним регулюючим правовим нормам та стратегіям.

Отже, одним з поставлених наукових завдань є аналіз сучасних івент - практик через призму ціннісних орієнтацій і впливів на молодь. Основою дослідження є такі суспільно-державні (національні) цінності, в івент-практиках як: соборність, самобутність, воля і гідність.

*Соборність.*

*«Хай слово «Соборність» не буде тільки книжковою фразою, але щоденним хлібом та правдивою Ідеєю наших буднів!» Михайло Дяченко (Марко Боеслав), «За соборний моноліт», 1950 рік [65].*

Визначається соборність, «як єдність, неподільність усіх територій України, духовна єдність українців, які проживають на території України, а також єдність усіх громадян України незалежно від національності та віросповідання, спрямована на утвердження справжнього суверенітету і незалежності України, побудову процвітаючої демократичної національної держави» [141].

Теоретико глибинне розуміння поняття «соборність» включає в себе об'єднання людей готових розділити і втілити у життя прийнятні для них спільні цінності. Для українців незалежність України є однією з найвищих цінностей. Адже держава це є політична форма організації правління яка забезпечує життя громадян, їх захист. Держава є цінністю вищого порядку.

Соборність є об'єктом осмислення українських вчених. Відомий історик Я. Калакура досліджуючи українську соборність як історіографічну проблему звертає увагу на те, принципово нових підходів до визначення соборності не виявлено. Вчений зазначає на п'яти чинниках соборності, які на думку Я. Калакури перебували в полі зору української гуманітаристики: природно-географічний ландшафт, людський чинник (етнічна ідентичність українців), культурно-духовний чинник (мова спілкування, історична пам'ять, релігія, обряди, звичаї, традиції, менталітет тощо), державний чинник (організація



суспільства), міжнародний або геополітичний чинник історичного процесу соборування України [67, с. 65-67].

Історик Т. Бевз досліджуючи актуалізацію ідеї соборності Президентами України (1991 – початок 2023 рр.) зазначає, що «ідея соборності визначалася, передусім, єдністю цінностей, ідеалів та інтересів громадян України» [6, с.15]. Вчена зауважує, що у зверненнях та виступах Президентів України простежується еволюція від ідеї соборності до ідеї єдності, «соборність – це не тільки про територію, а й про єдність, згуртованість, спільність; стверджували, щоб стати сильними – потрібно бути єдиними, щоб стати єдиними – потрібно бути сильними. Вчена наголошує, що нового розуміння і осмислення соборність набула під час російського вторгнення, де політична актуальність феномену соборності, полягає у національній, політичній єдності, згуртованості, територіальної цілісності [6, с.15].

Т. Бевз досліджуючи наукові і політичні дискурси змісту соборності наголошує на процесах сучасного розуміння щодо розширення діапазону уживання концепту соборності, а саме йдеться про «ідеї соборності», «соборність духу», «соборність душ», «соборницьке мислення», «культурну соборність», «політичну соборність», «концепт соборності», «день соборності», «соборну державу», «українську соборність», «соборну Україну», «соборницькі устремління», «соборницьке воз'єднання», «соборний погляд істориків», «постулат соборності», «принцип соборності», «соборність як складник розвитку національної ідентичності українців», «соборне представництво українського народу» [6, с.12-13].

Отже, соборність як важливий для об'єднання країни символ, є тією ціннісно-смісловою орієнтацією, яка здатна об'єднати територіальне і духовне. Концепт соборності як суспільно-державна (національна) цінність в проекції культуротвочої місії сучасних івент-практик є пріоритетною та суспільно значущою.

З 1999 року щороку 22 січня в Україні відзначають День Соборності України. Історична довідка свята: 22 січня 1919 році на Софійській площі у

Києві був проголошений Акт злуки Української Народної Республіки й Західно-Української Народної Республіки. Офіційно свято встановлене Указом Президента України «Про День Соборності України» від 13 листопада 2014 року № 871.

Для святкування Дня Соборності України організуються різноманітні івенти, культуротворча місія яких полягає у єдності українців заради миру. Яскравим прикладом є традиція створення «живого ланцюга».

Вперше, 21 січня 1990 року, на передодні 71-ї річниці проголошення Акта Злуки Української Народної Республіки та Західно-Української Народної Республіки, Народним рухом було організовано «живий ланцюг», який з'єднав мільйони українців і простягнувся майже на 800 кілометрів. Акція проходила під назвою «Українська хвиля», головна ідейна цінність - відродження соборної та незалежної України.



Фото 1, 2. «Живі ланцюги» Соборності: якими вони були /Укрінформ. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2860640-zivi-lancugi-sobornosti-akimi-voni-buli.html> (дата звернення: 17.10.2023).

Традиція єднального «живого ланцюга» продовжується. Івент набув більш локального характеру, відбувається в різних містах України, учасниками є переважно молодь.



Фото 3, 4. Українці знову візьмуться за руки: «Живий ланцюг» на День Соборності проведуть у Києві. URL : <https://www.5.ua/kyiv/ukrainsi-znovu-vizmutsia-za-ruky-zhyvyi-lantsiuh-na-den-sobornosti-provedut-u-kyievi-266098.html> (дата звернення: 17.10.2023).

Ціннісно-смилова орієнтація політичного івенту «живий ланцюг» є очевидною, мета – об’єднувальна і полягає вона у традиції збереження єднання української нації. Єпіфаній, предстоятель Православної церкви України, митрополит Київський і всієї України, у 2022 році так прокомандовав значення соборності для України «Сучасні події нинішньої російської агресії лише підсилюють значущість того Акта злуки УНР і ЗУНР, який відбувся ... на площі біля стародавньої Софії Київської. Бо знову Україну хочуть «пошматувати» та розділити, силою забравши її землі, встановивши штучні кордони й сірі зони, посваривши наш народ, пропагандою ввівши в оману. Тому для нас свято Соборності є дуже важливим, бо воно нагадує про найголовніший урок нашої спільної історії: в єдності – сила, в розділенні – поразка» [64].

Івент-практики в День Соборності України набувають доволі масштабного значення. Для цього затверджуються відповідні плани з визначенням переліку різноманітних івентів від меморіальних заходів до національно-патріотичних, мистецьких акцій. В закладах освіти різних рівнів організуються івенти, культуротворча місія яких полягає у популяризації рівноправності всіх громадян незалежно від національності, віри і переконань у таких неперехідних цінностях як свобода, незалежність, які є і будуть шанованими в Україні. Слід

наголосити, що соборність як суспільно-державна (національна) цінність передбачає її популяризацію не тільки під час святкування державних свят, Дня Соборності України зокрема, а й під час планування (проведення) будь якого соціального івенту. Соціальні івенти як невід'ємна частина всієї івент-індустрії передбачає детальне планування і врахування результативних ціннісних орієнтирів. Організація соціальних івентів для молоді вимагає підвищеної уваги, оскільки потрібно сконструювати захід, який стосується особливостей цієї аудиторії і буде спрямований на вирішення молодіжних проблем. Одним з ефективних візуальних засобів планування та репрезентації івенту є соціокультурне картування, яке представлено авторською концепцією української культурологині О. Копієвської. Вчена визначає соціокультурне картування, як «ефективну систему знакових показників, які забезпечують інформаційну місію культурної одиниці, параметри якої дозволяють виявити соціокультурний, культуротворчий, туристичний, економічний потенціал (ресурс, резерв, стратегічні завдання та цілі); як дієвий комунікативний засіб, що дозволяє ефективно спланувати діяльність закладу культури, організувати, конструктивно осмислити й проаналізувати її, виявити потенційні прогалини і перспективи як індивідуально, так і професійною командою» [79, с. 212].

При створенні соціального івенту, культуротворча місія якого ціннісно орієнтована на соборність, має враховувати розширений діапазон практичного концепту соборності.

Приклад. Картування соціального івенту для молоді «Сила в тобі». Культуротворча місія – об'єднати молодіжних лідерів задля популяризації соборності, як суспільно-державної (національної) цінності.



Схема 1. Картування соціального івенту «Сила в тобі», заснованому на суспільно-державній (національній) цінності – соборність.

### Самобутність.

Самобутність з точки зору суспільно-державних (національних) ціннісних орієнтацій визначається як «національна ідентичність, неповторність, оригінальність, які виявляються окремою особою чи групою осіб у ментально обумовленому художньо-мистецькому світосприйнятті, національно прийнятних способах спілкування, діяльності, поведінки. Самобутність українського народу визначається його історією, культурою, традиціями та українською мовою» [141]. Культурна самобутність, як ціннісний орієнтир є стратегічним пріоритетом державної політики у сфері культури.

Під базовим поняттям «самобутність», вчені розуміти складну систему відносно стабільних, своєрідних особливостей культури, ментальності й способу життя певної спільноти та її представників. Українські вчені

одноставні у висновках, що самобутність українського народу є важливою запорукою побудови громадянського суспільства, демократичної правової держави та політичної нації, тому й виступає важливим об'єктом українознавчих студій [189, с. 327].

Науковці звертають свою увагу на проблему можливої втрати національної самобутності у невинних потоках глобалізації. Вчені О. Звонар, О. Герман, осмислюють важливість самобутності наступним чином «в теперішньому світі національність – це не те, що переходить «по крові» (це також є своєрідним наслідком від глобалізації). Ти можеш бути, до прикладу, українцем навіть якщо твої батьки ними не були, тому що ти народився на цій землі, прожив тут все своє життя, а українська мова — рідна тобі. А той, хто навпаки має батьків-українців, може не бути ним, не знатиме рідної мови своїх батьків та навіть не бачити їх батьківщини. Ти маєш зрозуміти для себе хто для тебе «Вони», а хто «Ми» за культурною свідомістю, національністю» [60, с.19].

Самобутність як ціннісно-смілова орієнтація покладена в основу державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності. Практична реалізація таких ціннісно-смілових орієнтацій закладена в духовно-моральному вихованні молодого покоління, який передбачає системний і наскрізний виховний процес, який спрямований на формування та розвиток духовних і моральних цінностей громадян України на основі суспільно-державних (національних) цінностей України.

Духовно-моральне виховання передбачає наступні напрямки: популяризація та поширення україномовного культурного продукту; популяризація та збереження культурної спадщини та культурних цінностей України [142].

Одним із дієвих інструментів дууховно-морального виховання є івент, де через народну творчість можна багато чого дізнатись про минуле тих, до кого ти себе відносиш. Ціннісно орієнтований івент є тим інструментом, який дозволить його учасникам усвідомити (ідентифікувати) себе одиницею національного чи етнічного утворення, власної неповторності й несхожості на

інших. Самобутність як пріоритетна цінність дозволить учасникам івенту не просто відчувати себе українцем, своєї приналежності до української культури, а й зрозуміти історико-культурні процеси, які є ключовими для становлення національної культури.

Як слушно наголошує В. Дряпіка, досліджуючи орієнтації молоді на цінності музичної культури, саме «на основі ціннісних орієнтацій можна судити про рівень соціального, естетичного, художнього розвитку особистості, де художнє, зокрема музичне виховання, є дійовим засобом формування ціннісних установок, які завжди тісно пов'язані з певними напрямками мистецтва. Формування ціннісних орієнтацій молоді вимагає боротьби із споживацькою психологією, потворними формами культури, пропагандою жорстокості, насильства, непристойності, оскільки це заперечує розвиток особи як суб'єкта і об'єкта естетичних стосунків» [45, с. 11].

Одним з найпопулярніших видів масових івентів є музичні фестивалі. Музичний фестиваль як особлива форма встановлення діалогу культур, етнокультурної консолідації в своїй культуротворчій місії здатен визначити самобутню приналежність до музичної культури. Утвердження української самобутності через музичну культуру є очевидним, адже музика це є генетичний код нації.

Яскравим прикладом ціннісно-сислової орієнтації сучасних івентів для молоді є благодійні івенти. #ТворимоСебеТворимоУкраїну #МиUA, ініціатива підтримана програмою Української академії лідерства і реалізується за сприяння Проєкту USAID «Економічна підтримка України». Головний меседж проєкту «Ми не хочемо нікуди їхати. Ми потрібні тут». В межах проєкту відбувається благодійний івент Sunday Bazaar, культуротворча місія якого полягає в активній популяризації українських брендів, їх підтримка і просування задля максимальної підтримки ЗСУ.

У межах реалізації цього проєкту запущена соціальна програма «Східний менті». Місія і головна ціль проєкту полягає у підтримці дітей переселенців, їх адаптація до нових викликів. В межах проєкту відбувається ціла серія

соціальних івентів, де молодь виступає наставниками для дітей в процесах психологічного відновлення, і творчості тут відведено значну роль [104].

Досліджуючи самобутність як ціннісно-сміслову орієнтацію сучасного івенту, нам слід наголосити на визначальні ролі української мови, адже мова це найважливіший засіб людської комунікації.

Сучасні івент-практики характеризуються своєю різноманітністю, а це: мовні турніри, марафони, флешмоби, різноманітні челенджі, вечори української поезії тощо. У 2023 році, День української писемності та мови проходив під загальноукраїнським меседжем «Українська – мова перемоги!» Для цього було організовано Форум-2023, в рамках якого була представлена дорожня мапа спільної роботи держави та громадських активістів у популяризації мови.

Самобутність як ціннісно-сміслова орієнтація сучасного івенту має визначальний культуротворчий потенціал. Високопрофесійна організація івентів має бути орієнтована в своїй ефективній і результативній проекції на засвоєння і формування у молоді ефекту приналежності до української самобутності. Самобутність має стати однією з ключових компонент сучасного івенту.

Приклад. Картування ціннісно-сміислової орієнтації івенту спрямованого формування відчуття самобутність. Культуротворча місія івенту полягає у набутті ідентифікації себе як українця, через систему знань та творчих ініціатив.



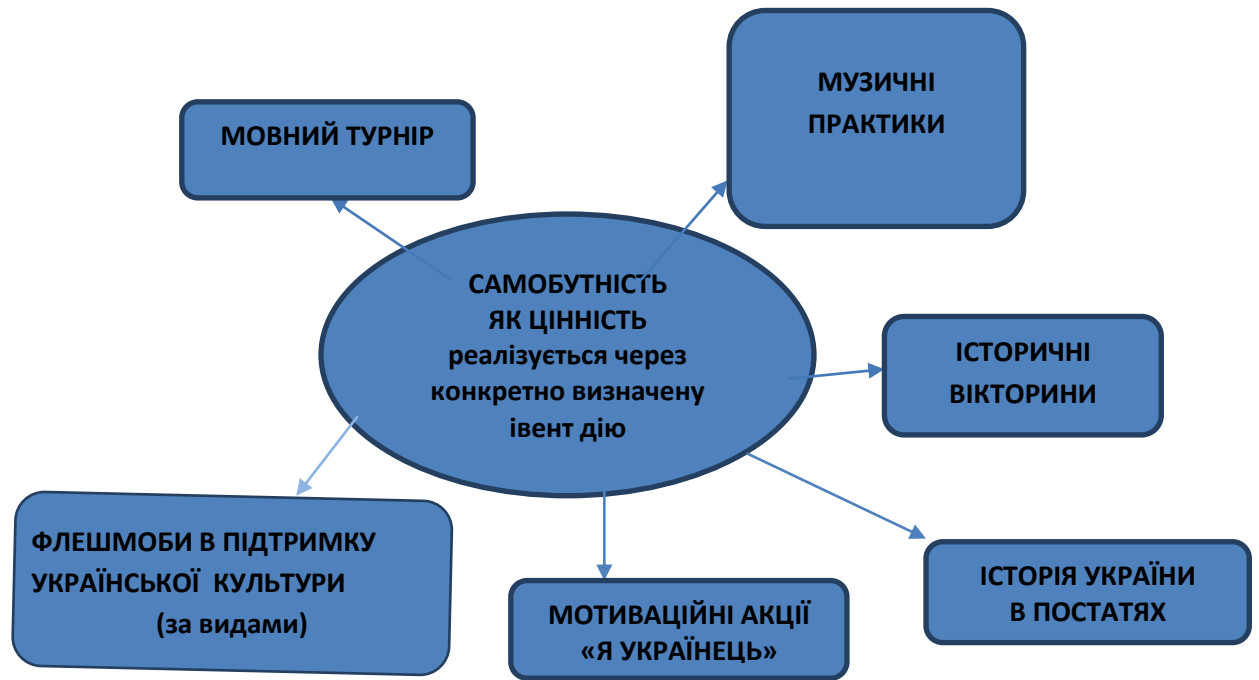


Схема 2. Картування плану освітнього івенту на основі ціннісно-сислової орієнтації спрямованих на приналежність до української самобутності.

Отже, формування ціннісного ставлення до української самобутності є одним із пріоритетних завдань сучасних івент-практик. Самобутність як ціннісна результативність в культуротворчій місії івенту дозволяє викликати або сформувати у споживача (учасника івенту) наступне: почуття належності до українського; поглибленні знання про Україну, українську культуру; розвинути творчі здібності; виховувати толерантне ставлення до представників інших культур; відповідальне ставлення до культурних надбань України; активізація громадянської позицію з метою розвитку перспективного бачення свого призначення в сучасному державотворенні.

*Воля.*

*«Борітеся – поборете, Вам Бог помагає! За вас правда, за вас сила І воля святая!» Т.Г.Шевченко [195, с. 345].*

Воля як суспільно-державна (національна) цінність визначається як «здатність, намір, кероване намагання, прагнення досягти мети. Проявом волі

українського народу є героїка боротьби за незалежність України, прагнення до самостійності, невпинний пошук шляхів досягнення свободи» [141].

Розуміння волі з точки зору ціннісно-сміслових орієнтацій передбачає вольову поведінку людини на її життя. Вольові дії, які мають мету і ціль є усвідомленими в їх досягненні. Прояв волі відбувається через активність особистості, яка обов'язково пов'язана із свідомістю.

Переважає більшість науковців розглядають волю як психічний процес свідомої та цілеспрямованої регуляції людиною своєї діяльності та поведінки з метою досягнення поставлених цілей. Людське життя в усіх її проявах так чи інакше проходить з вольовими рішеннями та діями.

Досліджуючи вольову діяльність людини науковці наголошують на обов'язковому передбаченні усвідомлених дій, що передбачає вибір шляху, дій, засобів, оцінку ситуації для прийняття рішень. На думку вчених, «воля має самооцінне значення в житті людини, а саме: воля забезпечує виконання дій, позбавлених прагнення до мети (коли домінує мотив «треба», а відсутній мотив «хочу»); воля необхідна в ситуації вибору дій, коли недостатньо однієї домінуючої підстави (є декілька альтернативних більш-менш рівнозначних варіантів і треба зважитись на один з них); регуляція волею діяльності, коли необхідно утриматись від небажаної активності [54].

Поняття «волі» як ціннісної категорії з'ясовується через усвідомлення свободи, у той час як свобода є усвідомленою життєвою необхідністю. Воля дозволяє людині діяти в межах певного соціального простору.

Дослідник А. Васильченко осмислюючи значення поняття «воля» в дискурсі розуміння в українській мові, наголошує, на її взаємозамінному значенні зі словом «свобода». Дослідник на прикладі твору Лесі Українки «Одно слово» аналізує виняткове значення поняття «воля» для українців, де герой намагаючись пояснити що є воля, не отримує жодної підтримки і розуміння від інших, і це його «вбиває» [10, с. 328-329]. Про значення волі для українця яскраво свідчить наведена цитата «Я від того вмираю, що у вас ніяк не зветься, хоч єсть його без міри в вашім краю, а те, від чого міг би я ожити, не

зветься теж ніяк, немає слова, але й його самого в вас нема. Якби було хоч слово, може б, я ще й жив би з вами...» [176, с. 327].

Дослідниця О. Ляхова аналізуючи словотвірний аспект в аналізі концепту воля, зазначає, що це поняття є одним із ключових в українській мовній картині світу. У висновках дослідниця наголошує, що більшість репрезентантів концепту воля об'єктивують значущі для носіїв української мови аспекти концептуалізації знань про волю як явище дійсності. До основних семантичних груп концепту О. Ляхова відносить групи понять, значення яких активно реалізуються в українській національній культурі, а саме такі поняття як: «бажання», «влада», «свобода» [96, с.128].

Вчені М. Федурко, О. Федурко досліджуючи мовний образ-концепту воля в репрезентації поета Петра Карманського, його збірки «За честь і волю», дійшли висновків, що автор намагався переконати читача в тому, що воля для людини й держави – найбільша цінність, її не дарують і не отримують у спадок, її здобувають – трудом, потом, кров'ю, життям. Воля це не просто світосприйняття, світовідчуття й світорозуміння, це риса загальнонаціонального менталітету, образ національної культури, ключові поняття соціуму [178, с.202].

Отже, воля як ціннісна характеристика є визначальною для українського світосприйняття і заснована вона на історичному, національному, культурному буття українців. Воля проявляється у високій шляхетності, усвідомленням долі країни, прав і обов'язків перед державою.

Воля як ключова ціннісно-смілова орієнтація виховання молодого покоління яскраво має прослідковуватися у національно-патріотичному вихованні.

Національно-патріотичне виховання визначається як «наскрізний виховний процес, спрямований на утвердження української національної та громадянської ідентичності, формування оборонної свідомості на основі суспільно-державних (національних) цінностей України, соціальної активності та відповідальності, готовності до дієвого виконання громадянського і

конституційного обов'язку із захисту національних інтересів, державної незалежності і територіальної цілісності України».

Національно-патріотичне виховання має охоплювати всі сфери життєдіяльності українського суспільства (освіту, молодіжну політику, соціальну, культурну сфери, фізичну культуру і спорт, профорієнтації на військові спеціальності, цивільної оборони та цивільного захисту, безпеки і оборони України, зв'язків із закордонними українцями. Здійснюватися національно-патріотичне виховання має шляхом: популяризації суспільно-державних (національних) цінностей України; здійснення заходів з формування оборонної свідомості та громадянської стійкості; поширення знань про видатних особистостей українського державотворення; залучення інститутів громадянського суспільства до виконання завдань національно-патріотичного виховання; залучення громадян України, насамперед дітей та молоді, до участі в заходах національно-патріотичного спрямування; організації та здійснення виховних і просвітницьких заходів; формування навичок критичного мислення, медіаграмотності та запобігання поширенню недостовірної інформації; залучення закордонних українців до збереження і популяризації української мови, культури, а також формування та збереження національної ідентичності; залучення ветеранів війни, осіб до здійснення заходів національно-патріотичного виховання [141].

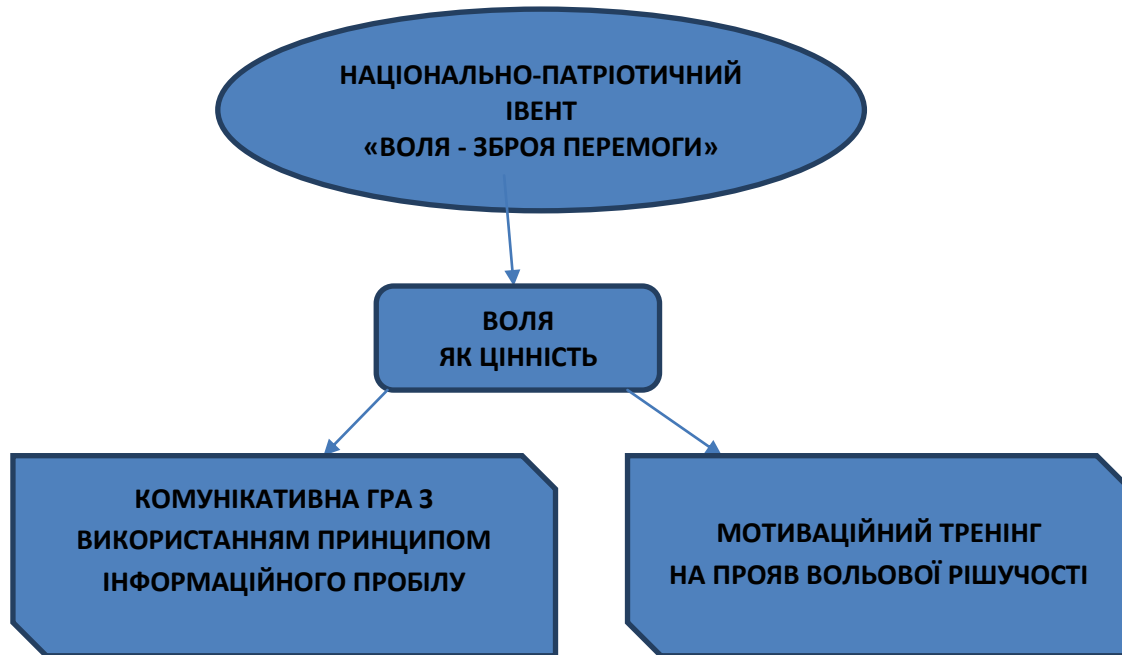
Визначаючи і характеризуючи 7 наукових позицій у національно-патріотичному вихованні з позиції патріотизму як цінності, український вчений І. Бех наголошує, що «про особистість, а саме володаря патріотизму як вищої цінності можна говорити лише тоді, коли ця цінність у духовній структурі особистості є провідною, займає вищі щаблі, тобто є по-справжньому розвиненою. Тож цінності, які входять до структури патріотизму (діяльнісна відданість народу, Батьківщині, державі, моральна стійкість, готовність до самопожертви, почуття власної гідності) повинні вартувати для особистості вище за всі інші, бути важливішими за них» [8, с.9]. На думку вченого, «саме патріотичні суб'єкт-суб'єктні відносини мають об'єктивуватися в почутті «Ми

— партнери» за мірою й цінністю єдиного для них патріотичного почуття. За такого стану вершинна цінність патріотизму стає нездоланим оберегом і її самої, і нації, що робить життя особистості високосмисловим» [8, с.11].

Отже, цінності, які входять до структури поняття «воля» через призму патріотизму мають бути враховані при організації та проведенні різноманітних івентів. Чітко визначені ціннісні орієнтації сучасних івент-практик здатні виховати патріота, з певними духовними та моральними принципами своєї життєдіяльності та вольовою поведінкою. Вольова дія та патріотизм, в такому контексті ми розглядаємо як відповідальне ставлення до збереження національної культури та здатність до захисту честі і свободи України.

Українське сьогодні активно актуалізує питання щодо патріотично-ціннісних орієнтацій в системі виховання молоді. Так, розроблена система національно-патріотичного виховання передбачає комплексну систему і цілеспрямовану діяльність зацікавлених органів державної влади, освітніх закладів, громадських організацій, сім'ї та інших соціальних інститутів щодо формування у молодого покоління високої патріотичної свідомості. Найважливішим пріоритетом національно-патріотичного виховання є формування ціннісного ставлення особистості до українського народу, Батьківщини, держави, нації. Одним з головних завдань національно-патріотичного виховання є утвердження в свідомості і почуттях особистості патріотичних цінностей, переконань і поваги до культурного та історичного минулого України [111].

Приклад. Картування ціннісно-сміслової орієнтації івенту спрямованого на розуміння особливого значення поняття «воля». Культуротворча місія івенту полягає у набутті знань про волю як виняткову цінність українців.



*Схема 3. Картування ціннісно-сміслової орієнтації івенту спрямованого на розуміння особливого значення поняття «воля».*

Отже, воля, як виключна українська цінність спрямована на свідому саморегуляція поведінки для досягнення цілей, що усвідомлюються суб'єктом як необхідність. Ціннісні смисли волі пов'язані з формуванням у молодій людини мотиваційної сфери, сталого світогляду та переконань, здатності до вольових дій, самоконтролю та довільної вольової регуляції поведінки в різних життєвих ситуаціях. Знання та навички вольової поведінки молоді передбачає ухвалення осмислених рішень, які можуть супроводжуватися мотиваційною боротьбою. Беззаперечним результатом виховного процесу щодо формування вольових якостей є моральне становлення і розвиток молодій людини.

Культуротворча місія івенту має бути спрямованого на формування знань про волю як національно-культурну специфіку українського буття. Концепт змісту поняття «воля» через ціннісно-сміслові орієнтації слід пов'язувати з таким поняттями, як вільні, незалежні. Воля через призму вільних та незалежних особливо актуальна для українського сьогодення і тому врахування цієї суспільно-державної (національної) цінності в івент-практиках є важливо необхідним.

*Гідність.*

*Свобода – це вміння сказати “так” своїм мріям. Гідність – це вміння сказати “ні” своїм страхам. Святослав Вакарчук.*

Гідність як суспільно-державна (національна) цінність розуміється як «відстоювання своїх духовно-моральних і державницьких позицій, усвідомлення власної ваги та громадянського обов'язку у міжнародному співтоваристві» [141].

Український вчений І. Бех досліджуючи почуття гідності у духовному розвитку особистості зазначає, що гідність є засадничою цінністю яка асоціюється з такими ціннісними категоріями як справедливість, свобода, милосердя тощо. Вчений наголошує на моральному вдосконаленні особистості як винятковому вимірі осмислення та культивування поняття «гідність». Отже, І. Бех вважає, що гідність як цінність є джерелом високих вчинків людини [8, с. 5].

На визначальному статусі гідності наголошують представники педагогічної науки. Вчені одностайні, що гідність як особлива якість людини формується у дитячому віці. Для цього завдяки використанню різноманітних педагогічних методик прищеплюються дітям почуття справедливості і толерантності, відповідальності та чесності, що є ключовими у ціннісних смислах змісту гідності.

Видатний український педагог В. Сухомлинський виокремлював гідність як категорію мудрості, яка виражалася у здатності тримати себе в руках. Українська вчена І. Ящук осмислюючи провідні ідеї морального виховання В. Сухомлинського у контексті сучасної практики освіти і виховання підкреслює позицію видатного педагога про те, що знання про моральні цінності мають вираз через діяльність і поведінку. Людська гідність через призму ціннісних засвоювань і проявів є результатом формування у вихованців культури спілкування, гуманізму і працелюбства, дисциплінованості і культури поведінки, а також досягнення успіхів у навчанні, труді, спорті та інших видах

діяльності, які мають моральну акцентуацію і соціальну спрямованість [200, с.174].

Гідність є ключовою категорією ціннісних орієнтацій державотворення, буття українського суспільства, адже людська гідність, як і всі етичні категорії, протягом багатьох століть є відображенням реальних суспільних відносин.

О. Артюшенко аналізуючи ціннісні орієнтації гідності, акцентує увагу на її характерних тільки для людини проявах, а саме: співпереживанні, толерантності, доброті, щирості та сердечності. Дослідниця ціннісних характеристик гідності, її прояву в українській реальності наголошує на впливовій ролі і значенні громадянської позиції (мітинги, зібрання) в процесах демонстрації та відстоювання власної гідності [2].

Слід наголосити, що зміст розуміння гідності розглядається і з точки зору матеріальних ресурсів, а саме: багатства і добробуту, що надає людині відчуття гідного життя. Але ціннісно-сміслові орієнтації гідності в представленому дослідженні ми розглядаємо як прояв моральної свідомості, який довершується людиною через різноманітні культуротворчі процеси.

Для уникнення деактуалізації змісту гідності, ми акцентуємо увагу на її теоретико-практичному осмисленні через ціннісно-сміслові орієнтації сучасних івент-практик, поглибленого інтересу для її глибинного аналізу та сучасної інтерпретації в культурологічному знанні.

Гідність через призму духовно-моральної свідомості, відстоювання державницьких позицій, чіткого усвідомлення власної ваги та громадянського обов'язку є частиною вуличної культури, де молодь є активним ініціатором і учасником. Вулична культура є важливою частиною прояву молодіжної політики і визначається як «молодіжна субкультура, що відображає спосіб життя, захоплення та погляди молодих людей, об'єднаних спільними інтересами, цінностями, установками і формами поведінки, та відрізняється від традиційної (усталеної) культури суспільства, хоча й пов'язана з нею» [142]. Вулична культура формується завдяки участі молоді у різноманітних івент-практиках.



Гідність як важлива ціннісно-смилова орієнтація має зайняти пріоритетне місце в організації молодіжних івент-практик, при формуванні вуличної культури з моральними установками і не тільки під час святкування Дня Гідності і Свободи (започатковане свято з 2014 року, 21 листопада).

Приклад. Картування вуличного івенту спрямованого на відчуття гідності як суспільно-державної (національної цінності). Культуротворча місія вуличного івенту полягає у формуванні відчуття національної гідності у молодого покоління.



*Схема 4. Картування вуличного івенту спрямованого на відчуття гідності як суспільно-державної (національної цінності).*

Отже, проблематика вивчення та осмислення культуротворчої місії сучасних івент-практик з позиції ціннісних підходів є беззаперечно актуальною і відкритою для культурологічної науки.

Теоретичний концепт ціннісних смислів в дискурсі культуротворчих викликів характеризуються переважно загальновизнаними ціннісними орієнтирами, а для унікальності івенту є важливим чітке розуміння ціннісної пріоритетності результативності заходу (події).

Глобалізаційні процеси які відбуваються в світі призводять до практичного відкидання духовних цінностей, внаслідок чого з людиною відбувається псевдо підміна цінностей на звичайне матеріальне задоволення. Особливо вразливою категорією в таких процесах є молодь, ціннісні трансформації якої є очевидними. А тому формування ціннісно-сміслових орієнтацій молоді є пріоритетним завданням молодіжної політики.

Сучасна івент-практика, її ціннісно-сміслові орієнтації мають базуватися на таких основних суспільно-державних (національних) цінностях України, як: соборність, самобутність, воля, гідність, теоретичне осмислення яких дозволило констатувати про їх визначальну роль і значення у вихованні молодого покоління.

Так, соборність як виняткова єдина цінність є запорукою процвітаючої демократичної національної держави, теоретико глибинне розуміння якої включає в себе об'єднання людей готових розділити і втілити у життя прийнятні для них спільні цінності. Досліджуючи теоретичні дискурси змісту соборності науковці наголошують на важливості розуміння та практичного впровадження розширеного діапазону уживання концепту соборності, що призведе до більш глибокого ціннісного результату. Концепт соборності як суспільно-державна (національна) цінність в проекції культуротвочої місії сучасних івент-практик є пріоритетною та суспільно значущою.

Самобутність як суспільно-державна (національна) цінність має вираз через національну ідентичність, неповторність, оригінальність. Культурна самобутність, як ціннісний орієнтир є стратегічним пріоритетом державної політики у сфері культури та утвердження української національної та громадянської ідентичності і дієвим інструментом у неперервних потоках глобалізації. Ціннісно орієнтований івент є тим інструментом, який дозволить його учасникам усвідомити (ідентифікувати) себе одиницею національного чи етнічного утворення, власної неповторності й несхожості на інших. Високопрофесійна організація івентів має бути орієнтована в своїй ефективній і

результативній проекції на засвоєння і формування у молоді ефекту приналежності до української самобутності.

В свою чергу, воля як суспільно-державна (національна) цінність визначається вольовим проявом до самостійності та свободи. Прояв волі відбувається через активність особистості, яка обов'язково пов'язана із свідомістю. Досліджуючи вольову діяльність людини науковці наголошують на обов'язковому передбаченні усвідомлених дій, що передбачає вибір шляху, дій, засобів, оцінку ситуації для прийняття рішень. Воля як ключова ціннісно-смілова орієнтація виховання молодого покоління яскраво має прослідковуватися у івент-практиках національно-патріотичного спрямування.

Важливою ціннісно-сміловою орієнтацією для молоді є гідність, як визначається індивідуальним усвідомленням та відстоюванням свої духовно-моральних і державницьких позицій. Гідність є засадничою цінністю таких категорій як: справедливість, свобода, милосердя, добро, патріотизм, чесність тощо. Гідність є ключовою категорією ціннісних орієнтацій державотворення, буття українського суспільства, адже людська гідність, як і всі етичні категорії, протягом багатьох століть є відображенням реальних суспільних відносин.

Отже, концепт змісту соборності, самобутності, воля, гідності є актуальними ціннісно-смісловими орієнтаціями сучасних івент-практики. При цьому професійна компетентність сучасного івентора полягає у його здатності забезпечити якісну івент-послугу, яка визначена і не суперечить чинному законодавству. При цьому вкрай важливим є професійна орієнтація івентора у глобально-локальних викликах, що дозволить спрогнозувати високу культуротворчу місію івенту заснованого на визначених в підрозділі 3.2 ціннісно-смілових орієнтаціях.

### Висновки до 3 розділу

Теоретичне осмислення сучасних івент-практик через призму ціннісних орієнтирів та впливів дозволило зробити наступні висновки:

Цінності як важлива категорія людського буття представниками різних наукових течій. Наукові підходи до класифікації цінностей не мають єдиного підходу. Ототожнюють цінності з індивідуальним сприйняттям світу, з вихованням та соціальними впливами, з бажанням задовільнити власні потреби та інтереси, з матеріальними благами. Розгляд різноманітних підходів до класифікації цінностей, ціннісних орієнтирів і впливів дозволив нам визначити основні групи, які характерні для культуротворчої місії сучасних івент-практик. До таких груп ціннісних орієнтирів і впливів ми віднесли: національні, абсолютні, громадянські, сімейно-родинні, особистісні. Система ціннісних орієнтацій та впливів визначається через інтереси та потреби людини, прагнення та можливостей, вибору людиною пріоритетів та змістового сенсу власного життя. Аналіз теоретичних концепцій довів, що пріоритетного наукового осмислення набувають цінності, їх феномен в дискурсі верховенства права та процесів державотворення. Цілісна система правових цінностей включає в себе: право на життя, гідність, справедливість, чесність, рівність, права і свободи людини. Останні набувають особливої актуальності під час російсько-української війни.

Цінність є ключовою категорією культурної функції держави. Визначені основні засади, цілі і напрямки культурної політики в будь якій державі, мають чітко відображати ціннісні пріоритети та бути спрямовані на активні державно-управлінські орієнтації, які б відповідали національним цінностям. Формуються ціннісні орієнтації в ході засвоєння культурного досвіду, переконань, отриманих емоцій та почуттів. Система ціннісних орієнтацій особистості утворюється на основі панівних в культурі ціннісних уявлень.

Роль івенту в системі формування ціннісних орієнтацій і впливів є беззаперечною, адже в своєму культуротворчому потенціалі івент є тією

частиною культурної практики, яка задає ціннісний зміст і напрямок особистісних позицій, поведінки, вчинків учасників, а тому проблематика вивчення та осмислення культуротворчої місії сучасних івент-практик з позиції ціннісних підходів є беззаперечно актуальною і відкритою для культурологічної науки.

Глобалізаційні процеси які відбуваються в світі призводять до практичного відкидання духовних цінностей, внаслідок чого з людиною відбувається псевдо підміна цінностей на звичайне матеріальне задоволення. Особливо вразливою категорією в таких процесах є молодь, ціннісні трансформації якої є очевидними. А тому формування ціннісно-сміслових орієнтацій молоді є пріоритетним завданням молодіжної політики.

Сучасна івент-практика, її ціннісно-сміслові орієнтації мають базуватися на таких основних суспільно-державних (національних) цінностях України, як: соборність, самобутність, воля, гідність, теоретичне осмислення яких дозволило констатувати про їх визначальну роль і значення у вихованні молодого покоління.

Так, соборність як виняткова єдина цінність є запорукою процвітаючої демократичної національної держави, теоретико глибинне розуміння якої включає в себе об'єднання людей готових розділити і втілити у життя прийнятні для них спільні цінності. Досліджуючи теоретичні дискурси змісту соборності науковці наголошують на важливості розуміння та практичного впровадження розширеного діапазону уживання концепту соборності, що призведе до більш глибокого ціннісного результату. Концепт соборності як суспільно-державна (національна) цінність в проекції культуротворчої місії сучасних івент-практик є пріоритетною та суспільно значущою.

Самобутність як суспільно-державна (національна) цінність має вираз через національну ідентичність, неповторність, оригінальність. Культурна самобутність, як ціннісний орієнтир є стратегічним пріоритетом державної політики у сфері культури та утвердження української національної та громадянської ідентичності і дієвим інструментом у неперервних потоках

глобалізації. Ціннісно орієнтований івент є тим інструментом, який дозволить його учасникам усвідомити (ідентифікувати) себе одиницею національного чи етнічного утворення, власної неповторності й несхожості на інших. Високопрофесійна організація івентів має бути орієнтована в своїй ефективній і результативній проєкції на засвоєння і формування у молоді ефекту приналежності до української самобутності.

В свою чергу, воля як суспільно-державна (національна) цінність визначається волевим проявом до самостійності та свободи. Прояв волі відбувається через активність особистості, яка обов'язково пов'язана із свідомістю. Досліджуючи вольову діяльність людини науковці наголошують на обов'язковому передбаченні усвідомлених дій, що передбачає вибір шляху, дій, засобів, оцінку ситуації для прийняття рішень. Воля як ключова ціннісно-смілова орієнтація виховання молодого покоління яскраво має прослідковуватися у івент-практиках національно-патріотичного спрямування.

Важливою ціннісно-сміловою орієнтацією для молоді є гідність, як визначається індивідуальним усвідомленням та відстоюванням свої духовно-моральних і державницьких позицій. Гідність є засадничою цінністю таких категорій як: справедливість, свобода, милосердя, добро, патріотизм, чесність тощо. Гідність є ключовою категорією ціннісних орієнтацій державотворення, буття українського суспільства, адже людська гідність, як і всі етичні категорії, протягом багатьох століть є відображенням реальних суспільних відносин.

Отже, концепт змісту соборності, самобутності, воля, гідності є актуальними ціннісно-смісловими орієнтаціями сучасних івент-практики. При цьому професійна компетентність сучасного івентора полягає у його здатності забезпечити якісну івент-послугу, яка визначена і не суперечить чинному законодавству. Професійно спланована тематична спрямованість сучасної івент-практики дозволяє забезпечити різноманітні людські цінності, від національних до індивідуальних. Перед організаторами сучасних івент-практик постає завдання чіткого розуміння ціннісних властивостей створюваного ними івенту, їх домінантної пріоритеності. Алгоритм дій при проведенні різних

івент-заходів, має враховувати національні ціннісні орієнтири для різних цільових аудиторій, до яких можна віднести: володіння українською мовою, патріотична самосвідомість, честь, гідність, шанобливе ставлення до національної та державної символіки, збереження культурних традицій українського народу та сприяння щодо їх популяризації по всьому світові.

## ВИСНОВКИ

У дисертації обґрунтовано теоретичні засади й практичні шляхи реалізації культуротворчої місії івент-практик сучасної України в загальному контексті розвитку креативного сектору індустрій. В результаті проведеного дослідження на основі сукупності застосованих наукових методів вдалося досягнути мети та всіх поставлених завдань, отримавши наступні результати.

1. У результаті вивчення стану наукової розробленості проблематики, понятійно-категоріального апарату роботи та формулювання методології дослідження з'ясовано, що питання вивчення івент-практик з точки зору виявлення і аргументування їхньої культуротворчої місії ще не ставало предметом спеціальних наукових досліджень. Натомість виявлено, що проблематика івентів, івент-індустрії та івент-практик також є порівняно недавнім фокусом досліджень вітчизняних науковців, і характеризується переважно своїм міждисциплінарним характером, що, водночас актуалізує пропонуване дослідження з позицій саме культурологічного підходу.

Аналіз теоретичного дискурсу дослідження проблематики дослідження дозволив виявити ґрунтовний корпус наукової літератури як міждисциплінарного характеру, так і галузевого, де івент-практики розглядаються в контексті розвитку креативних індустрій як окремого сектору сучасної інноваційно-проектної культури; а також проаналізовано наукові праці, що висвітлюють питання розробки проблематики культуротворчості як багатовимірного феномену, пов'язаного з культурною діяльністю та наданням їй ціннісних значень, формуванням нових соціокультурних практик.

Теоретичні напрацювання дослідження івент-практик зарубіжними вченими відбувалися в річищі опрацювання проблематики, що обумовлювалася загальними тенденціями наукового осмислення і концептуалізування питань, пов'язаних з активізацією застосування інформаційних та інших технологій в царині культури, нарощування потенціалу культурних індустрій та масової культури і формування споживчих культурних практик. Основу понятійно-



категоріального апарату роботи становлять поняття івенту, івент-практик або подієвих практик, креативних індустрій, які слугують формотворчим середовищем реалізації івентів, та, власне, поняття культууроотворчості, що розглядається як сутнісна характеристика предметно-практичної діяльності сфері івент-практик.

Основою дослідження є комплексний підхід, який передбачає використання методу системності, що дозволяє розглянути івент-практики як частину креативних індустрій, що складають загальну цілісну систему розвитку культури, що базується на створенні та просуванні інноваційно-проектного культурного продукту, орієнтованого на певну цільову аудиторію.

2. Концептуалізовано поняття культуротворчості як чинник формування соціокультурного простору сучасності і як сутнісну рису діяльності та головну місію в сучасних івент-практиках, що в проєкції креативних індустрій покликані формувати інноваційний культурний продукт, здатний задовольняти актуальні культурні потреби суспільства та цільових аудиторій. Культуротворчість в загальному розумінні характеризує людину як творця культури. Творчість передбачає активну діяльнісну позицію, що стоїть за освоєнням культури, та має різні виміри: від створення власних теорій, відкриття закономірностей розвитку культури до знаходження нестандартних рішень, проявів культури, здатності орієнтуватися на культурні зразки поведінки, пошук нестандартних інноваційних підходів до вирішення тих чи інших питань.

У культуротворчому вираженні людська діяльність реалізується через культурогенеруючі процеси, що втілюються в історичному розвитку культури чи культурно-історичному процесі та мають ціннісний зміст та визначаються ціннісно-орієнтованою діяльністю. Культуротворчість постає єдністю пізнавальної та перетворюючої діяльності особистості, що проявляється в оволодінні як вже наявними культурними сенсами і цінностями, так і у продукуванні нових культурних форм, цінностей, сенсів за допомоги інтерпретації, трансформації та оцінки.

3. Окреслено креативність та інноваційність івент-практик у реалізації їх культуротворчої місії, що відбувається насамперед на рівні міжособистісної взаємодії, не обмежуючись лише сферами «високого» мистецтва та творчості, але охоплює всі життєві прояви людини, які можуть ставати сферами її самореалізації. Культуротворчість є сукупністю процесів, що мають на меті культивування і формування нових сенсів і цінностей, які передбачаються, у тому числі івент-практиками. Культуротворчість, що включає в себе також креацію, полягає в особистісному відтворенні об'єктивних універсалій культури, які у просторі індивідуальної свідомості виступають як смисли цілісної життєдіяльності людини. Людська творча, креативна діяльність, розглядувана в контексті культуротворчості реалізується через культурогенеруючі процеси, що мають ціннісно-змістову орієнтацію. Цінності своєю чергою, акумулюють актуальні сенси, що як блага об'єктивуються через культуротворчу діяльність та є детермінантами розвитку культури.

Аргументовано, що інновації виникають у момент кризи традиційних цінностей, та є каталізаторами або подальшого саморозвитку культури або ж її згасання, і знаходяться у прямій залежності від сприйняття оточуючими креативної діяльності особистості та поєднанням нововведень із соціокультурним середовищем. Креативні індустрії та практики сформували новий інноваційно-креативний сектор, представлений також новими соціокультурними майданчиками – креативними просторами, організаційною формою яких стали також івент-практики.

4. Здійснено аналіз проектування культурно-мистецького простору засобами подієвих практик, яке проводиться на регіональному і глокальному рівнях відповідно до потреб і цінностей соціуму та вимагає глибокого розуміння ідентичності культурної спадщини, ресурсів, структури простору тощо. Формування сучасного соціокультурного простору є складним процесом, що має на меті створення, поширення і збереження нових культурних цінностей, культурних смислів й інновацій, розвиток індивідуально-культурних здібностей індивідів і обслуговування їх творчої діяльності сукупністю установ

і організацій, що тісно взаємодіють між собою, створюють і поширюють культурні продукти. Людина є центром соціокультурного простору, що, у свою чергу, визначає стратегічне завдання сучасної мозаїчної й синкретичної культури – забезпечити баланс в пошуку форм взаємодії глобальної, національної і регіональної культур. Сучасні зміни соціокультурного простору зумовлюють розробку способів, підходів та технологій соціокультурного проєктування спеціальних подій в напрямі підвищення ступеню їх інноваційності та розвитку креативного потенціалу. Стала система українських культурних інституцій створює умови для функціонування культурних та креативних індустрій, а їх діяльність спрямована на розбудову національної культури у країні.

Доведено, що ефективним інструментом формування ринку івент-індустрії, який складають структури, що спеціалізуються на організації різного роду подій (культурних, суспільно-політичних, спортивних, ділових), а також впровадження цілого комплексу практик, які ґрунтуються на принципах креативності, активному генеруванні різноманітних ідей, використанні міжнародного досвіду та участі міжнародних організацій, є розвиток інноваційних технологій з доступом до високоякісних засобів комунікацій та створення й реалізація «креативного продукту».

5. Аргументовано поняття цінності як важливої категорії людського буття та визначено, що цінності як потужна культуротворча компонента відображають духовно-сміслові горизонти розвитку людини, суспільства, країни тощо. Ціннісні орієнтири відображають потреби громадян різних соціально-вікових, демографічних категорій у різноманітних засобах забезпечення їх персональних і колективних потреб. Особливого значення набувають цінності в культурі, вивчення і осмислення яких є пріоритетними для культурологічного знання. Переважно, вчені розглядають цінності як елемент духовної культури. Цінності тут виступають як регулятори адаптації та поведінки людини в системі соціокультурних відносин. Цінності в культурі розглядаються як потужний комунікаційний інструмент для передачі ціннісних

властивостей культурних традицій, звичаїв тощо. Система ціннісних орієнтацій та впливів визначається через інтереси та потреби людини, прагнення та можливостей, вибору людиною пріоритетів та змістового сенсу власного життя.

Цінність як результативна категорія має місце і в організації та проведенні різноманітних івент-практик. Саме ціннісно-орієнтована івент-практика в своєму феноменологічному потенціалі здатна забезпечити для людини якісне життя. Професійна зорієнтована ціннісна властивість івент-практики дозволить забезпечити для її споживача відчуття поваги до себе, власної гідності і значущості, отримати задоволення від отриманої культурної послуги, ти самим забезпечити свої культурні права та свободи.

6. Виявлено ціннісно-сміслові орієнтації сучасних івент-практик в проекції культуротворчої місії молодіжної політики, що детермінуються різними групами та видами впливів та культуротворчих викликів. В умовах впливу суспільних настроїв, модних тенденцій, інформаційних нав'язувань молодь постає найбільш уразливою суспільною категорією, що зазнає негативних ціннісних трансформацій. Важливим інструментарієм забезпечення ціннісних орієнтацій молоді є івент-практика, ефективність якої залежить від професійного осмислення, виявлення та врахування факторів, які впливають на формування ціннісних орієнтацій сучасної молоді. В свою чергу, ціннісно-сміслові орієнтації сучасних івент-практик в проекції культуротворчої місії молодіжної політики мають відповідати чинним регулюючим правовим нормам та стратегіям. Актуальними ціннісно-смісловими орієнтаціями сучасних івент-практик в розрізі молодіжної політики є концепти соборності, самобутності, волі, гідності. Ціннісно орієнтований івент є тим інструментом, який дозволить його учасникам усвідомити (ідентифікувати) себе одиницею національного чи етнічного утворення, власної неповторності й несхожості на інших. Високопрофесійна організація івентів має бути орієнтована в своїй ефективній і результативній проекції на засвоєння і формування у молоді ефекту приналежності до української самобутності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Апостолова-Сосса Л., Мамедов А. Гуманізація публічних просторів історичних міст України, або Як зберегти *genius loci* (Не)Задоволення публічними просторами. *Урбаністичні Студії III. (Представництво Фонду ім. Гайнріха Бьоля в Україні. Центр Урбаністичних Студій НАУКМА)*. Київ : Всесвіт, 2016. 340 с.
2. Артюшенко О. Гідність як цінність буття сучасного українського суспільства. *Вісник Львівського університету. Сер.: Філософсько-політологічні студії*. 2017. Вип. 10. С. 7–11. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/politology/article/viewFile/7339/7339> (дата звернення: 25.10.2023).
3. Бабушка Л. Д. Фестивація культуротворчості як глобалізаційний та альтерглобалізаційний проекти: дис... д-ра культурології: спец. 26.00.01 / Нац. муз. акад. України ім. П. І. Чайковського. Київ, 2021. 390 с.
4. Балута В. В. Методологічні засади дослідження феномену культуротворчості. *Інтелект. Особистість. Цивілізація: зб. наук. пр.* / гол. ред. О. О.Шубін. Донецьк, 2009. № 7. С. 7–14.
5. Бевз Т. А. Актуалізація ідеї соборності Президентами України (1991 – початок 2023 рр.). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Сер.: Історичні науки*. 2023. Т. 34 (73). С. 10–18. URL: [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.hist.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1\\_2023/1\\_2023.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.hist.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/1_2023/1_2023.pdf) (дата звернення: 07.11.2023).
6. Бевз Т. Феномен соборності у науковому та політичному дискурсах. *Політичні дослідження*. 2023. № 1 (5). С. 7–35. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2023/05/Tetiana-Bevz.pdf> (дата звернення: 17.10.2023).
7. Безклубенко С. Д. Роль митців і традиційних мистецьких інституцій в умовах домінування культурних індустрій. *Українська культура: перспективи*

євроінтеграції. *Інноваційні процеси в сучасній культурі* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практич. конф., м. Київ, 7–8 квітня 2016 р. Київ : КНУКіМ, 2016. Ч. II. С.11–18.

8. Бех І. Д. Патріотизм як цінність. 7 наукових позицій у національно-патріотичному вихованні. *Управління освітою*. 2018. № 6 (402). С. 6–12. URL: <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://lib.iitta.gov.ua/713824/1/%D0%91%D0%B5%D1%85.pdf> (дата звернення: 15.10.2023).

9. Бех І. Д. Почуття гідності у духовному розвитку особистості. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді* : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України, АПН України, Ін-т проблем виховання. Київ, 2008. Вип. 12, кн. 1. С. 5–18. URL: [chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://lib.iitta.gov.ua/3795/1/%D0%B1%D0%B5%D1%85\\_2008-12\(1\).pdf](chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://lib.iitta.gov.ua/3795/1/%D0%B1%D0%B5%D1%85_2008-12(1).pdf) (дата звернення: 15.10.2023).

10. Васильченко А. Воля / Свобода. *Дух і Літера*. 2006. № 15–16. С. 323–330. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8cc4c6df-15f3-416b-bf72-307f6b2ce8f6/content> (дата звернення: 27.10.2023).

11. Васильчук В. О. Справедливість як категорія права: автореф. дис. ...на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.12 «Філософія права». Львів, 2013. 23 с. URL : <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/181/1/vasylchuk.pdf> (дата звернення: 18.11.2023).

12. Веніславський Ф. В. Конституційні цінності як елемент правової культури. *Вісник Національної юридичної академії України ім. Ярослава Мудрого. Сер. Філософія, філософія права, політологія, соціологія* : зб. наук. пр. / Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. Харків : Право, 2011. № 8. С. 259–260. URL : [https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/3586/1/Venislavskui\\_259.pdf](https://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/3586/1/Venislavskui_259.pdf) (дата звернення: 12.11.2023).

13. Винничук Р. В. Провідні наукові позиції щодо систематизації та класифікації цінностей. *Людський потенціал у контексті сучасних соціокультурних перетворень : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 24-25 травня 2022 р. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2022. С. 89–92. URL : chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/19046/1/26.pdf* (дата звернення: 20.11.2023).

14. Виткалов С. Виткалов В. Культурна діяльність як творчість: нова модель функціонування митця. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрям: культурологія)*. 2023. Вип. 45. С. 92–102. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi45.644>

15. Виткалов С. Еволюційні процеси в сучасному культурному просторі регіону. *Культура України*. 2021. Вип. 72. С. 53–61. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.072.08>

16. Власенко Є. Нові публічні простори: постіндустріальний порядок проти мистецького хаосу (Не)Задоволення публічними просторами. *Урбаністичні Студії III. (Представництво Фонду ім. Гайнріха Бьоля в Україні. Центр Урбаністичних Студій НаУКМА) С. Шліпченко, І. Тищенко. (упор.)*. Київ: Всесвіт, 2016. 340 с.

17. Власенко О. Б. Івентивний менеджмент як окремий напрям дослідження в сучасній науці. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 9. Ч. 3. С.144–147.

18. Вовк К. М. Організація івент-туристичної діяльності в процесі невербальної комунікації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. 2018. (32/18). С. 60–64.

19. Вовк К. М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № (3(19)). С. 184–193.

20. Вуличний художник зі світовим ім'ям: хто такий Бенксі URL: <https://suspilne.media/319748-vulicnij-hudoznik-zi-svitovim-imam-hto-takij-benksi/>(дата звернення 11.08.2023).

21. Гаврилаш І. С. Мурал-арт як масовий культурний тренд у просторі сучасного українського міста. *Культурологічний альманах: Випуск 3. Управління культурними проектами і креативна індустрія*. Київ: Вид-тво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2016. С.93–96.

22. Герасимович Г. Культуротворча сутність людини як соціальної істоти. *Вісник Львів. ун-ту. Серія філос.* 2010. Вип. 13. С. 149–155.

23. Герасимчук В. А. Смишли суцього в культуротворенні людини. *Мова і культура*. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. Вип. 21. Т. VI (195). С. 325–331.

24. Герчанівська П. Е. Креативність у динаміці культурних форм. *Культура і сучасність: альманах*. 2011. № 1. С.113–117.

25. Головач Н. М. Потенціал культурних послуг у сучасних умовах розвитку українського суспільства. *Культура і сучасність : альманах*. 2021. № 1. С. 210–215. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.1.2021.238624>

26. Головач Н. М. Роль маркетингу в діяльності сучасних закладів культури. *Культура і сучасність : альманах*. 2023. № 1. С. 156–161. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.1.2023.286800>

27. Горохолінська І. Видовищні (ігрові) мистецтва: аспекти інновацій цифрової доби. *Феномен культури у гуманітарному дискурсі: монографія / за заг. наук. ред. проф., член-кор. НАПН України Балуха В.О. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 352 с.*

28. Гоцалюк А. А. Самоорганізація культури: сучасна парадигма. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2016. № 1 (84). С. 181–186.

29. Гранчак Т. Ю. Тарас Шевченко у соціокультурних вимірах Майдану. *Українська біографістика*. 2014. Вип. 11. С. 233–246. URL:: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ubi\\_2014\\_11\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ubi_2014_11_18)



30. Гриньків А. П. Подієві комунікації в соціокультурній діяльності. *В подоланні соціальних та культурних викликів : Європа разом з Україною : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції для студентів, здобувачів, молодих вчених, аспірантів, докторантів, дослідників, викладачів, представників професійних спільнот та громадянського суспільства*, м. Київ, 18-19 травня 2022 року. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2022. С. 60–64.

31. Гриценко О. Ідеальні сценарії та складні реалії культурної трансформації в Україні. *Дискурсивний вимір сучасного мистецтва: діалог культур: Збірник тез доповідей наук.-теор. конференції (Київ, 30 лист. 2016)*. Київ: ІК НАМ України, 2016. С. 54–58

32. Гриценко О. Культурний простір і національна культура: теоретичне осмислення та практичне формування: монографія. Київ: Інститут культурології НАМ України, 2019. 256 с.

33. Грищук О. Людська гідність у праві: філософський аспект. *Проблеми державотворення і захисту прав людини в Україні: матеріали XIII регіональної наук.-практ. конф. 8-9 лютого 2007 р. Львів: Юридичний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка, 2007. С. 11–14.*  
URL : <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://law.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/03/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F-2007.pdf> (дата звернення: 21.11.2023).

34. Груєва О. В. Політичний акціонізм: поняття, форми, досвід використання у політичному процесі. *Політичне життя*. 2018. №1. С.20–25.

35. Гурова І. В. Вуличні культури як культурні практики сучасного міста. *Гуманітарний корпус: [збірник наукових статей з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії]*. Випуск 37 (том 1). Вінниця: ТОВ «ТВОРИ», 2021. С. 38-41.

36. Гурова І. В. Місто як текст культури: кийвські виміри. *Київські філософські студії-2020: Матеріали Всеукраїнської наукової конференції з міжнародною участю (м. Київ, 19 травня 2020 р.)* / за заг. ред. проф. Р.О. Додонова. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2020. 573 с.

37. Даниленко О. О. Особливості та дискусійні аспекти понять «подія» та «івент» у ресторанному господарстві. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. №6. С. 12–18.

38. «Дах». *Українська музична енциклопедія. Т. 1: [А – Д]* / Гол. редкол. Г. Скрипник. Київ : ІМФЕ НАНУ, 2006. С. 582–583.

39. 24 символи боротьби за Незалежність: що підтримує віру українців у Перемогу URL: <https://rubryka.com/article/symbols-war-ukraine/>(дата звернення 11.08.2023).

40. Денисюк Ж. З. Візуальні комунікативні практики в контексті розвитку креативних індустрій. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2023. № 3. С. 10–14. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2023.289769>

41. Денисюк Ж. З. Культуротворчий потенціал та креативність сучасних комунікативних та івент-практик. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. №3. С. 99–104. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2023.290992>

42. Державна цільова соціальна програма «Молодь України» на 2021–2025 роки: Постанова Кабінету Міністрів України із змінами від 28.02.2023 № 182. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/579-2021-%D0%BF#Text> (дата звернення: 11.11.2023).

43. Дичковський С. І. Креативне освоєння соціокультурного простору міста (на прикладі розвитку урботуризму). *Культурологічний альманах*. 2022. №1. С.17–19. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.1.5>

44. Добіна Т. Г. Діяльність як вирішальний чинник реалізації потенціалу творчої особистості. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 12. С. 15–18.

45. Дряпіка В. І. Орієнтації студентської молоді на цінності музичної культури (соціально-педагогічний аспект). Київ; Кіровоград: Державне Центрально-Українське вид-во, 1997. 215 с.
46. Дучак Б. Л. Людська гідність у праві. *Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки*. 2017. Т. 200. С. 47–50. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAun\\_2017\\_200\\_10](http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAun_2017_200_10) (дата звернення: 21.11.2023).
47. Єфімова А. Новітні мистецькі практики Public Art: до питання термінології. *Народознавчі зошити*. 2011. № 6 (102). С. 1019–1024.
48. Жежуха В. Й., Мисик В. М. Стан формування та розвитку івент-менеджменту в Україні. *Економіка та держава*. 2022. № 2. С. 119–124.
49. «Живі ланцюги» Соборності: якими вони були. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2860640-zivi-lancugi-sobornosti-akimi-voni-buli.html> (дата звернення: 17.10.2023).
50. Жорнова О. І. Поняття культуротворчості як перетин наукової картини світу й звичаєвості соціального життя. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. Випуск 19. 2013. С. 134–141.
51. Жорнова О. І. Соціально-психологічні абриси задуму культуротворчості: сьогочасні дискусії та досвід наукового осмислення. *Психологічні перспективи*. 2013. Випуск 21. С. 29–40.
52. Журба К. О. Свобода і справедливість у смисложиттєвому вимірі зростаючої особистості. *Матеріали X Міжнародного фестивалю педагогічних інновацій / [упор. Г. А. Назаренко]. Т. 1*. Черкаси: ЧОПОПП, 2018. С. 9–15. URL : [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://oipoppp.ed-sp.net/public/attached\\_files/i\\_tom.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://oipoppp.ed-sp.net/public/attached_files/i_tom.pdf) (дата звернення: 19.11.2023).
53. Журба У. Не лише в Бородянці: Бенксі заявив, чи справді 7 інших графіті в Україні – його творчість URL: [https://showbiz.24tv.ua/benksi-ukrayini-hudozhnik-pidtvdiv-shho-vsi-7-robit-yogo-tvorchist\\_n2198309](https://showbiz.24tv.ua/benksi-ukrayini-hudozhnik-pidtvdiv-shho-vsi-7-robit-yogo-tvorchist_n2198309)(дата звернення 11.08.2023).

54. Загальна психологія: навч. посібник / О.П. Сергєєнкова, О.А. Столярчук, О.П. Коханова, О.В. Пасека. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 296 с.
55. Заїка О. І., Бутрімова А. О. Івент-туризм: поняття, сутність, функції. *Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 22-23 березня 2018 року, м. Черкаси : у 2-х томах. Т. 2. Черкаси. 2018. С. 149–152.*
56. Закальська Я. А. Український фольклор спротиву: традиція і модифікація, трансмісійні механізми дис. канд. філолог. наук за спец. 10.01.07 «Фольклористика». Київ. 2002. 359 с.
57. Засядьвовк О. А. Культурологічний феномен масового івенту. *Культура і сучасність : альманах. 2023. № 1. С. 29–34. DOI 10.32461/2226-0285.1.2023.286778.*
58. Засядьвовк О. А. Поняття культуротворчості в контексті розвитку івент-індустрії. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2023. № 2. С. 64–68. DOI 10.32461/2226-3209.2.2023.286876*
59. Засядьвовк О. А. Ціннісні властивості сучасної івент-практики в науково-практичному дискурсі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал. 2023. № 3. С. 45–49. DOI 10.32461/2226-3209.3.2023.289784*
60. Звонар О., Герман О. Як не втратити національну самобутність в потоках глобалізації. *Філософські виміри техніки: збірник тез ІІІ Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених та студентів, 1-2 грудня 2022 року. Тернопіль, 2022. С. 19–20. URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39757/2/PDT\\_2022\\_Zvonar\\_O-How\\_not\\_to\\_lose\\_national\\_identity\\_19-20.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39757/2/PDT_2022_Zvonar_O-How_not_to_lose_national_identity_19-20.pdf) (дата звернення: 17.10.2023).*
61. Зеленська Л. М. Івент-менеджмент : навч. посіб. Київ : НАКККиМ, 2018. 148 с.

62. Івановська Н. В. Проект «Мистецький Арсенал» у часопросторі культури України початку ХХІ століття. автореф. дис. канд. мистецтвозн. (доктора філософії). Київ. 2017. 23 с. URL: [https://kmaesm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/ivanovska\\_avtoreferat.pdf](https://kmaesm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/ivanovska_avtoreferat.pdf)(дата звернення 11.08.2023).

63. Івент. *Спортивний туризм та активна рекреація: географія, систематизація, практика* (словник-довідник). URL: <https://geohub.org.ua/node/1304> (дата звернення: 07.11.2022)

64. Інформаційні матеріали до Дня Соборності України – 2023 та 105-ї річниці проголошення незалежності Української Народної Республіки. *Український інститут національної пам'яті*. URL: <https://uinp.gov.ua/informaciyni-materialy/zhurnalistam/informaciyni-materialy-do-dnya-sobornosti-ukrayiny-2023-ta-105-yi-richnyci-progoloshennya-nezalezhnosti-ukrayinskoji-narodnoyi-respubliky> (дата звернення: 01.11.2022).

65. Інформаційно-методичні матеріали. День Гідності та Свободи (21 листопада) URL: [https://maidanmuseum.org/sites/default/files/imce/informaciyno\\_metodychni\\_den\\_gidnosti\\_ta\\_svobody\\_2021\\_nmrg\\_0.pdf](https://maidanmuseum.org/sites/default/files/imce/informaciyno_metodychni_den_gidnosti_ta_svobody_2021_nmrg_0.pdf)(дата звернення 11.08.2022).

66. Каднічанський Д. Використання історико-культурної спадщини України у туризмі на прикладі скансенів. *Краєзнавство : науковий журнал*. 2012. № 1(78). С. 128–137. URL : [http://nsku.org.ua/wp-content/uploads/2014/12/kraj\\_2012\\_1.pdf](http://nsku.org.ua/wp-content/uploads/2014/12/kraj_2012_1.pdf) (дата звернення : 12.07.2022).

67. Калакура Я. С. Українська соборність як історіографічна проблема. *Соборність як чинник українського державотворення (до 90-річчя Акту злуки) : всеукр. наук. конф., Київ, 21 січня 2009 р. / Ін-т історії України НАН України [та ін.]; [відп. ред. Р. Я. Пиріг].* Київ: [б.в.], 2009. С. 63–78. URL: <http://history.org.ua/LiberUA/Book/sobornist/7.pdf> (дата звернення: 07.10.2023).

68. Кайс З. В. Залучення соціальних інститутів до графіті-дискурсу як шлях подолання вандалізму. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка*. 2013. Випуск 1. С.32–39.

69. Київські графіті, які варто побачити. Фото. URL: <http://kiev.pravda.com.ua/publications/5396b05de76a2/>(дата звернення 11.08.2023).

70. Київські мурали. URL: <https://www.prischepkin.com/ua/mural> (дата звернення 11.08.2023).

71. Кінас І. О. Технології івент - менеджменту в розвитку сучасної науки. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 3-4 берез. 2020 р., м. Харків – м. Торунь.* Харків : ФОП Панов А. М., 2020. С. 206–209.

72. Климко І. Г. Синтез культурних практик туристичної діяльності як фактор гармонізації глобалізаційних процесів сучасності: дис... канд. філософ. наук: спец. 09.00.04 / Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова. Київ. 2017. 218 с.

73. Книжковий Арсенал 2023 відбудеться! URL: <https://book.artarsenal.in.ua/knyzhkovyj-arsenal-2023-vidbudetsya/>(дата звернення 11.08.2023).

74. Колісник-Гуменюк Ю. Дефінітивний аналіз понять культуротворчість, культуротворче середовище, культуротворча компетентність. *Молодь і ринок.* 2019. №6 (173). С. 65–70.

75. Конституція України : станом на 1 жовтня 2017 р. / Верховна Рада України. Київ : Право, 2017. 93 с.

76. Копієвська О. Р. Культура і людина: проблема свободи в сучасному світі. *Культурологічна думка.* 2013. № 6. С. 57–61.

77. Копієвська О. Р. Культурна функція держави в контексті національного державотворення : монографія. Київ : НАКККиМ, 2010. 272 с.

78. Копієвська О. Р. Моделі соціокультурних трансформацій. *Культура народів Причорномор'я.* 2013. № 265. С. 151–155. URL : <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/92476> (дата звернення: 20.11.2023).

79. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України:глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець ХХ – початок ХХІ ст.) : дис. на здоб. наук. ступеня д-ра культурології : 26.00.06 –

прикладна культурологія / М-во культури України; НАКККіМ. Київ, 2018. 487 с. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2249/Kopievska-disser.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 17.10.2023).

80. Короленко Є. О., Швець І. Г. Комунікативні здібності в роботі івент-менеджера. *Питання культурології*. 2020. Вип. 36. С. 219–227.

81. Крипчук М. В., Плуталов С. І. Тенденції розвитку сучасних івент-програм. *Міжнародний науковий журнал «Грааль науки»*. 2022. № 16. С. 652–655.

82. Костенко М. Т. Гідність у сучасному українському соціумі. *Філософські обрії : наук.-теорет. журн.* 2019. Вип. 41. С. 121–131. URL : <http://philosobr.pnpu.edu.ua/issue/view/10410/4821> (дата звернення: 11.11.2023).

83. Котубей О., Морі Є. Доброго вечора everybody, цей день настав: ми підготували підбірку головних мемів 2022 року. URL: <https://suspilne.media/348110-dobrogo-vecora-everybody-sej-den-nastav-mi-pidgotuvali-pidbirku-golovnih-memiv-2022-roku/> (дата звернення 11.08.2023).

84. Кравченко П., Костенко М. Чинники формування гідності людини в моральній культурі народу. *Філософські обрії*. 2021. № 45. С. 66–78. URL : <http://philosobr.pnpu.edu.ua/article/view/242676/240899> (дата звернення: 07.11.2023).

85. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови : монографія / С. А. Давимука, Л. І. Федулова ; ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». Львів, 2017. 528 с.

86. Кривицька О. Ціннісно-ідеологічні орієнтації українського суспільства : відмінності та перспективи єднання. *Наукові записки ІПіЕНД ім.І.Ф.Кураса НАН України*. 2010. Вип. 49. С. 212–220. URL : [chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcgclefindmkaj/https://ipien.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kryvytska\\_tsinnisno.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcgclefindmkaj/https://ipien.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kryvytska_tsinnisno.pdf) (дата звернення: 21.11.2023).

87. Кудряшова О. Є. Аксіологічні аспекти культуротворчості *Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал*. Київ : Міленіум, 2009. № 3. С. 21–24.

88. Кулешик О. Соціокультурні проекти в медіапросторі Львова. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*. 2012. Випуск 36. С.276–282.
89. Лазарович Н. В. Соціокультурні виміри національної ідентичності: український контекст. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філософія»*. Острог: Видавництво національного університету «Острозька академія», 2016. Вип. 19. С. 60–65.
90. Левкулич В. В. Справедливість як соціокультурний феномен : монографія. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2018. 480 с. URL : [chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/22309/1/%d0%9b%d0%b5%d0%b2%d0%ba%d1%83%d0%bb%d0%b8%d1%87\\_%d0%bc%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80\\_%281%29\\_%281%29%20%281%29.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/22309/1/%d0%9b%d0%b5%d0%b2%d0%ba%d1%83%d0%bb%d0%b8%d1%87_%d0%bc%d0%be%d0%bd%d0%be%d0%b3%d1%80_%281%29_%281%29%20%281%29.pdf) (дата звернення: 08.11.2023).
91. Леонтьева В. Н. Культуротворческий процесс: основания и начала. Харьков: Консум, 2003. 216 с.
92. Леонтьева В. М. Менеджмент як професія: роль і статус у культуротворчому процесі. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди «Філософія»*. 2014. Вип. 42. URL:
93. <http://journals.hnpu.edu.ua/index.php/philosophy/article/view/2093>
94. Леонтьева В. Н. Свобода как антропологическое основание культуротворчества. *Гуманітарний часопис*. 2006. № 4. С. 5–10.
95. Луцький Р. Розвиток принципу рівності в сучасному позитивному праві. *Принцип рівності у праві : теорія і практика : монографія / за заг. ред. Н. М. Оніщенко*. Київ : Юридична думка, 2014. С. 94–115.
96. Ляхова О. В. Словотвірний аспект в аналізі концепту ВОЛЯ. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. : Філологія*. 2016. Вип. 74. С. 124–129. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIFL\\_2016\\_74\\_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhIFL_2016_74_29) (дата звернення: 12.10.2023).
97. Максимовська Н. О. Івент-технології як чинник трансформації соціокультурної сфери. С. 280–281. URL: <http://195.20.96.242:5028/khkda-xmlui/bitstream/handle/123456789/1150/c2->



2020%D0%9C%D0%90%D0%9A%D0%A1%D0%98%D0%9C%D0%9E%D0%92  
%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%90.pdf?sequence=1&isAllowed=y

98. Максимовська Н., Полянничко А. Подієвий менеджмент як чинник інноваційного розвитку соціокультурної сфери. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2020. № 3–4 (97-98). С.218–227.

99. Матяж С. В., Березянська А. О. Класифікація цінностей та ціннісних орієнтацій особистості. *Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]*. Сер. : *Соціологія*. 2013. Т. 225. Вип. 213. С. 27–30. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc\\_2013\\_225\\_213\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npchdusoc_2013_225_213_7) (дата звернення: 21.11.2023).

100. Маценко Л. М. Шевченко і майдан: два ювілеї. *Соціально-гуманітарний вісник*. 2019. Випуск 25. С. 26–28.

101. Мендрін О. В. Культуротворення у проблемному полі культурної динаміки. *Культура і сучасність: альманах*. Київ : Міленіум, 2009. № 1. С. 94–98.

102. Меднікова Г. С. Соціально-культурологічні аспекти перформативного мистецтва *Культурологічний альманах*. 2022. Випуск 4 С. 194–200. URL: <https://almanac.npu.kiev.ua/index.php/almanac/article/view/127>(дата звернення 11.08.2023).

103. Меднікова Г. С. Створення умов для розвитку культурних і креативних індустрій в Україні. *Культурологічний альманах*. Вип. 14. Вінниця: Твори, 2020. С. 76–80.

104. Ми нікуди не хочемо їхати. Ми потрібні тут. Це українська молодь, яка залишається в країні, аби допомагати іншим. URL: <https://shotam.info/my-ne-khochemo-nikudy-ikhaty-my-potribni-tut-tse-ukrainska-molod-iaka-zalyshaietsia-v-kraini-aby-doromahaty-inshum/> (дата звернення: 21.10.2023).

105. Мистецтво у революції свідомості. URL: <https://www.wilsoncenter.org/article/mistectvo-u-revolyuciyi-svidomosti> (дата звернення 11.08.2023).

106. Міщенко М. М. Від масової культури до культурної індустрії (про поєднання культури та економіки наприкінці ХХ та початку ХХІ століття). *Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства*. 2021. № 1. С. 87–92.

107. Мурали Дарницького району. URL: <https://darn.kyivcity.gov.ua/news/19360.html>(дата звернення 11.08.2023).

108. Мусієнко, Н. Мистецтво Майдану: Дослідження з соціокультурної антропології. *МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія*. 2014. № 10. С. 155–192.

109. Мухін І. М. Свобода як соціальний феномен (теоретико-методологічні аспекти). *Культура народів Причорномор'я*. 2002. № 33. С. 224–228. URL : <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/75700/46-Muhin.pdf?sequence=1> (дата звернення: 19.11.2023).

110. Набоков Р. Г. Специфіка режисури та арт-технологій у процесі створення івент-продукту. *Культура України : зб. наук. пр. М-во культури та інформ. політики України, Харків. держ. акад. культури*. Харків, 2020. Вип. 70. С. 201–210.

111. Національно-патріотичне виховання / Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/pozashkilna-osvita/vihovna-robota-ta-zahist-prav-ditini/nacionalno-patriotichne-vihovannya> (дата звернення: 19.10.2023).

112. Нікітенко В. О. Геокультурні цінності в умовах сучасного світового розвитку: Соціально-філософський вимір. *Гуманітарний Вісник Запорізької Державної Інженерної Академії*. 2015. Вип. 61. С. 224–238.

113. Ніколюк О. В., Дьяченко Ю. В., Савченко Т. В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 6. С. 98–103.

114. Новікова Г. Ю. Середовищний музей як феномен сучасних культурних індустрій : дис. ... канд. культурології : 26.00.05. Харків, 2019. 236 с. URL:

[https://ic.ac.kharkov.ua/nauk\\_rob/specrada/specrada/Novikova/disNovikova1.pdf](https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/specrada/specrada/Novikova/disNovikova1.pdf)

(дата звернення : 27.09.2023).

115. Оборська С. В. Культурні практики сучасності: специфіка роботи івентора. *Філософія подієвої культури: історія та сучасність: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 25-26 березня 2021 р.* Київ, 2021. С. 125–128.

116. Оборська С. В. Сучасна проблематика подієвого менеджменту мистецьких проєктів. *Культура України.* 2018. Випуск 61. С. 389–397 URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/136634-Текст%20статті-293959-1-10-20180705.pdf>(дата звернення 11.08.2023).

117. Олексюк Г. В., Ангелко І. В., Самотій Н. С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні. *Регіональна економіка.* 2020. №3. С. 120–130.

118. Осадча Л. В. Клубна культура в контексті міських креативних індустрій. *Культурологічний альманах: Випуск 3. Управління культурними проєктами і креативна індустрія.* Київ: Вид-тво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2016. С. 24–27.

119. Осядла М. В. Свобода як цінність права (теоретико-правовий аспект): автореф. дис. ...на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.01 «Теорія та історія держави і права; історія політичних і правових учень». Київ, 2016. URL : [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://idpnan.org.ua/files/osyadla-m.v.-svoboda-yak-tsinnist-prava-\\_teoretiko-pravoviy-aspekt\\_-\\_a\\_.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://idpnan.org.ua/files/osyadla-m.v.-svoboda-yak-tsinnist-prava-_teoretiko-pravoviy-aspekt_-_a_.pdf) (дата звернення: 19.11.2023).

120. Падалка О. І. Гуманістичні педагогічні цінності майбутніх вихователів як основа професійної діяльності. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді: зб. наук. пр. Кам'янець-Подільський,* 2011. Вип.15, кн. 2. С. 378–385. URL : <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://core.ac.uk/download/pdf/32305322.pdf> (дата звернення: 21.11.2023).

121. Парфіненко А. Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста. *Географія та туризм*. 2015. Випуск 34. С. 144–154.
122. Парфіненко А. Ю. Territoria туризму: час культурних подорожей. *UNIVERSITATES: наука та просвіта*. 2012. №2(49). С. 4–13.
123. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля. Київ, 2017. 328 с.
124. Пашкевич М. Ю. Івент-технології як інструмент формування державного іміджу. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. № 3. С. 176–181.
125. Пашкевич М. Ю. Подієві практики як ефективний інструмент паблік рилейшнз. *Культура і сучасність : альманах*. 2021. № 1. С. 216–222.
126. Петрова І. В. Культурно-дозвіллеві практики населення сучасної України: тенденції та пріоритети. *Культура і сучасність: альманах*. 2011. № 1. С. 108–113
127. Петрова І. В. Професійна підготовка івент-менеджерів у контексті дуальної форми здобуття освіти. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Менеджмент соціокультурної діяльності*. 2019. Том 2. №1. С. 82–104. <https://doi.org/10.31866/2616-7573.1.2019.170657>
128. Пилипчук М. 8 патріотичних муралів, які з'явилися у столиці у 2023 році. URL: <https://tykyiv.com/vulici/8-patriotichnikh-muraliv-iaki-ziavilisia-u-stolitsi-u-2023-rotsi/>(дата звернення 11.08.2023).
129. Плещан Х. В. Актуальні проблеми дослідження креативних індустрій (кінець XX – початок XXI ст.) : культурологічний вимір. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2022. Випуск 41. С. 22–35.
130. Плещан Х. В. Теоретико-методологічні основи формування і розвитку креативних кластерів в Україні: культурологічний підхід. *Науковий вісник Київського національного університету імені І. К.Карпенка-Карого*. 2021. № 29. С.98–108.
131. Плещан Х. В. Фестивалі як драйвери розвитку креативної індустрії: історико-культурологічний підхід. *Питання культурології*. 2022. Вип. 39. С. 194–209.

132. Повалій Т. Л., Світайло Н. Д. Івент-менеджмент. Суми : СумДУ, 2021. 198 с.
133. Подковенко Т. Справедливість у системі цінностей права. *Актуальні проблеми правознавства*. 2016. Вип.4 (8). С. 10–14. URL : <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/18189/1/%d0%9f%d0%be%d0%b4%d0%ba%d0%be%d0%b2%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be%20%d0%a2..pdf> (дата звернення: 14.11.2023).
134. Поплавський М. Професія «event-менеджер» як виразник інновацій у сучасній культурно-мистецькій освіті. *Вісник КНУКіМ*. 2022. Серія: *Мистецтвознавство*. Вип. 46. С. 32–40. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.46.2022.257962>
135. Поплавський М. М. Event-менеджмент у індустрії дозвілля. *Питання культурології*. 2017. № 33. С. 186–197.
136. Попович О. В. Функції культуротворчості як фактор актуалізації креативності потенціалу особистості. актуальні проблеми науки та освіти: *Збірник матеріалів ХІХ підсумкової науково-практичної конференції викладачів МДУ / За заг. ред. К. В. Балабанова*. Маріуполь: МДУ, 2017. С. 170–172.
137. Пригода Т., Донець І. Джаз, дзен, івент як пограничні явища сучасної культури. *Науково-теоретичний альманах Грані*. 2020. №23(11). С. 25–33. URL: <https://doi.org/10.15421/172098>(дата звернення 11.08.2023).
138. Проект Шукай. <https://yuliabevzenko.com/shukai>
139. Про культуру: Закон України від 10.06.2023 № 3152-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>. (дата звернення: 19.11.2023).
140. Про Національну молодіжну стратегію до 2030 року: Указ Президента України від 12.03 2021 р. № 94/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/94/2021#Text> (дата звернення: 21.11.2023).
141. Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності: Закон України від 13.12.2022 № 2834-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2834-20#Text> (дата звернення: 11.11.2023).

142. Про основні засади молодіжної політики : Закон України від 13.12.2022 р. № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text> (дата звернення: 21.11.2023).

143. Проскурня С. Сергій Нігоян. Наш Шевченко. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CyFqqstK7e0>. (дата звернення 11.08.2023).

144. Про схвалення Довгострокової стратегії розвитку української культури — стратегії реформ Розпорядження КМУ від 1.02.2016 № 119-р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-p#Text>(дата звернення 11.08.2023).

145. Птаховська Д. «Свята Джавеліна» та «Красавица терпіти не буде»: патріотичні мурали, створені під час війни URL: [https://realestate.24tv.ua/top-muraliv-ukrayini-patriotichni-malyunki-stvoreni-chas-viyni\\_n2244039](https://realestate.24tv.ua/top-muraliv-ukrayini-patriotichni-malyunki-stvoreni-chas-viyni_n2244039)(дата звернення 11.08.2023).

146. Пушкар З., Пушкар Б. Цінності, їх класифікація та вплив на результати праці. *Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України*. 2017. Вип. 22. С. 88–91. URL : <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/29283/1/%D0%9F%D1%83%D1%88%D0%BA%D0%B0%D1%80%20%D0%97..pdf> (дата звернення: 12.11.2023).

147. Радіонова О. М. Сучасні форми організації роботи персоналу в івент сфері. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка» : науковий журнал*. Острог : Вид-во НУ«ОА». 2017. № 6(34). С. 15–18.

148. Радіонова О. М., Писарева І. В., Приходько М. Д. Розвиток подієвого туризму та його вплив на просування території. *Економічний простір*. 2020. №161. С. 104–109. URL: <http://www.prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/688/670>(дата звернення 11.08.2023).

149. Ревіталізовані: Топ-6 промислових об'єктів України, які отримали нове життя URL: <https://discover.ua/inspiration/revitalizovani-top-6-promyslovykh-obyektiv-ukrayiny-otrymaly-nove-zhyttya>(дата звернення 11.08.2023).

150. Реновація промислової забудови та її адаптація до сучасного міського середовища : монографія / [Ю. І. Гайко, Є. Ю. Гнатченко, О. В. Завальний, Е. А. Шишкін; за заг. ред. Ю. І. Гайка, Е. А. Шишкіна] ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 353 с.

151. Ременець О. В. Витоки цінностей української культури. *Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія*. 2013. № 2. С. 112–115. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau\\_f\\_2013\\_2\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnau_f_2013_2_28)) (дата звернення: 20.11.2023).

152. Рибалка В. В. Честь і гідність особистості як духовні засади творчої праці сучасного професіонала: культурно психологічні та аксіопсихологічні аспекти проблеми. *Психологія і особистість*. 2012. № 1. С. 161–183. URL : <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/b69dfcde-4046-4c63-9f10-600a17c682e3/content> (дата звернення: 01.11.2023).

153. Рибка Н. М. Соціальний простір: креативний або творчий. *Культурологічний альманах: Випуск 3. Управління культурними проектами і креативна індустрія*. Київ: Вид-тво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2016. С.56–61.

154. Рівні можливості та розмаїття. URL : <https://www.britishcouncil.org.ua/about/equal-opportunity-diversity> (дата звернення: 14.11.2023).

155. Романова Н. В. Аксіологічна специфіка культуротворчої діяльності. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2012. Вип. 22 (4). № 9/2. Серія Філософія. С. 170–174.

156. Романова Н. В. Цінність і культуротворча діяльність у контексті неklasичного підходу до соціуму. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского Серия «Философия. Культурология. Политология. Социология»*. Том 24 (65). 2012. № 4. С. 133–142.

157. Сєвонькаєва О. О. Івент-маркетинг в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32607885.pdf> (дата звернення: лютий 2023).

158. Серебро М. В. Сучасна держава як цінність: загальнотеоретичне дослідження : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.01. Одеса, 2017. 200 с. URL : <chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/7642/Diss.pdf?sequence=4&isAllowed=y> (дата звернення: 21.11.2023).

159. Серебро М. В. Цінності в юридичній аксіології. *Актуальні проблеми держави і права*. 2015. Вип. 75. С. 70–77.

160. Сирота Л. Б. Особливості та дискусійні аспекти понять подія та івент. *Культура і сучасність : альманах*. 2021. № 1. С. 223–227.

161. Соборність України. «Живий ланцюг» 1990 року (архівні фотографії). URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/archive-photos-zhyvyi-lantsiug-lviv-kyiv/30386492.html> (дата звернення 11.08.2023).

162. Сомик О. Класифікація цінностей у контексті детермінант економічної активності. *European Journal of Economics and Management*. 2019. Vol.5, Is.4. P. 104–109. URL : [chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://eujem.cz/wp-content/uploads/2019/eujem\\_2019\\_5\\_4/16.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://eujem.cz/wp-content/uploads/2019/eujem_2019_5_4/16.pdf) (date of application: 10.11.2023).

163. Спалек М. Скажи «паляниця». 15 мемів, що з'явилися у час великої війни. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-zyavylysyu-u-chas-velykoi-viyny/> (дата звернення 11.08.2023).

164. Станіславська К. Мистецько-видовищні форми сучасної культури: монографія. Київ: НАККіМ, 2016. 352 с.

165. Станіславська К. І. Тенденції розвитку художнього графіті у Європі ХХ–ХХІ століття. *Культура і сучасність : альманах*. 2010. № 2. С. 182–190.



166. Старовойт О. В. Природа людини як творця інноваційної культури. *Нова парадигма*. 2014. Вип. 121. С. 126–134.
167. Стельмахович М. Теорія і практика українського національного виховання. Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 1996. 179 с. URL : [chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://shron1.chtyvo.org.ua/Stelmakhovich\\_Myroslov/Teoriia\\_i\\_praktyka\\_ukrainskoho\\_natsionalnoho\\_vykhovannia.pdf](chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://shron1.chtyvo.org.ua/Stelmakhovich_Myroslov/Teoriia_i_praktyka_ukrainskoho_natsionalnoho_vykhovannia.pdf) (дата звернення: 12.11.2023).
168. Степанов В. Ю. Соціокультурний простір сучасності. *Вісник ХДАК*. 2014. Випуск 43. С. 104–111.
169. Ткачова Н. П. Теоретико-методичні положення івент-маркетингу. *Формування конкурентних переваг бізнес-структур на засадах маркетингових інновацій: колективна монографія / Заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О.П.Косенко*. Харків: ТОВ «Оберіг», 2023. С. 426–463.
170. Тормахова А. М. Масові заходи як візуальні практики в контексті культури сьогодення. *Українські культурологічні студії*. 2021. Вип. 1(8). С. 66–69.
171. Тур. М. Г. Ідея справедливості: імплікації легітимації. *Філософська думка*. 2005. № 4. С. 33–58. URL : [https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/2916/1/TUR\\_idea\\_2005.pdf](https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/2916/1/TUR_idea_2005.pdf) (дата звернення: 18.11.2023).
172. Турський І. В. Регіональні моделі креативних індустрій: порівняльний аналіз. *Моделювання регіональної економіки*. 2016. № 2 (28). С. 244–262.
173. У Відні з'явився мурал «Українське сонце» URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-diaspora/3779402-u-vidni-zavivsa-mural-ukrainske-sonce.html>. (дата звернення 11.08.2023).
174. У вихідні львів'ян та гостей міста запрошують на фестиваль «Ніч у Львові» URL: [https://zaxid.net/festival\\_nich\\_u\\_lvovi\\_21\\_i\\_22\\_serpnya\\_2021\\_programa\\_n1524239](https://zaxid.net/festival_nich_u_lvovi_21_i_22_serpnya_2021_programa_n1524239) (дата звернення 11.08.2023).
175. У Києві завершено мистецький проект # MoreThanUs на станції метро Осокорки. URL: <https://zn.ua/ukr/CULTURE/u-kiyevi-zaversheno-misteckiy->

proekt-morethanus-na-stanciyi-metro-osokorki-297638\_.html(дата звернення 11.08.2023).

176. Українка Л. Твори: в 2 т. Т. 1: Поетичні твори. Драматичні твори / [упоряд. і прим. О. Ф. Ставицького ; ред. тому І. О. Дзеверін]. Київ: Наукова думка, 1986. 605 с.

177. Українці знову візьмуться за руки : «Живий ланцюг» на День Соборності проведуть у Києві. URL: <https://www.5.ua/kyiv/ukrainsi-znovu-vizmutsia-za-ruky-zhyvyi-lantsiuh-na-den-sobornosti-provedut-u-kyievi-266098.html> (дата звернення: 17.10.2023).

178. Федурко М., Федурко О. Мовний образ-концепт воля в репрезентації поета Петра Карманського. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2022. С.188–206. URL: <http://journals.dspu.in.ua/index.php/ridneslovo/article/view/295/267> (дата звернення: 19.10.2023).

179. Федь В. Культуротворче буття: функції та загальні принципи розвитку. *Схід*. 2012. № 1 (115). С. 170–173.

180. Федь В. А. Методологічні підходи до аналізу категорій “культуротворчість” та «культуротворче буття». *Мультиверсум. Філософський альманах*: зб. наук. пр. Київ, 2008. Вип. 67. С. 89–98.

181. Федь В. Парадигма у світоглядно-культуротворчому аспекті. *Схід*. 2011. № 5 (112). С. 132–135.

182. Федь В. А., Ликова С. С. Методологічний апарат культурології та перспективи його застосування в розв’язанні проблеми культуротворчості. *Молодий вчений*. 2017. № 9 (49). С. 186–190.

183. Фестивалі у Львові URL: <https://lviv-tourist.info/festyvali-u-lvovi>(дата звернення 11.08.2023).

184. Філіна Т. Маркетингова складова популяризації культурного продукту. *Питання культурології*. 2019. № 35. С. 77–86.

185. Філіна Т. Формування та забезпечення культурних потреб сучасної людини. *Культура і сучасність*. 2021. №1. С. 228–232.

186. Хитрова О. А., Харитоновна Ю. Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2018. Вип. 30. С. 27–31.

187. Художники й арт-куратори коментують вісім нових муралів на станції метро «Осокорки». URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2018/12/18/hudozhniki-y-art-kritiki-komentuyut-visim-novih-muraliv-na-stantsiyi-osokorki/>(дата звернення 11.08.2023).

188. Чабан Я., Колич О. Свобода як цінність розвитку української держави. *Незалежність України: права людини та національна безпека: зб. матеріалів Першої міжнародної наук.-практ. конф. (м. Львів, 21 травня 2021 р.) / Національний університет «Львівська політехніка»; упоряд. Л. В. Ярмол.* Львів: Галицька видавнича спілка, 2021. С. 185–187. URL : <chrome-extension://efaidnbnmnibpcjpcglclefindmkaj/https://lpnu.ua/sites/default/files/2020/pages/483/vipusk-1zbirnik-konf150621nezalezhnist-ukraini.pdf> (дата звернення: 18.11.2023).

189. Чабанов В., Найчук А., Маркітантов В. До питання концептуалізації понять: «культура», «самобутність», «ідентичність», «етнокультурна самобутність». *Людинознавчі студії: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер.: Філософія*. 2022. № 44. С. 312–330. URL: <http://filos.dspu.in.ua/index.php/filos/article/view/163/158> (дата звернення: 17.10.2023).

190. Чеботаєва О. М. Івент як комунікативний феномен. URL: [http://libs.mfknukim.mk.ua/bitstream/123456789/1765/1/%D0%A7%D0%B5%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%D1%94%D0%B2%D0%B0\\_35-39.pdf](http://libs.mfknukim.mk.ua/bitstream/123456789/1765/1/%D0%A7%D0%B5%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%D1%94%D0%B2%D0%B0_35-39.pdf)

191. Чорна М. М. Грантова підтримка креативних індустрій в Україні на прикладі Українського Культурного Фонду. *Культурологічний альманах*. Випуск 1. С. 51–53.

192. Чорна Н. М. Креативні індустрії та їх роль у розвитку культурно-пізнавального туризму. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2228>

193. Чумаченко О. П. Сутність і функції творчої діяльності у соціокультурному контексті. *Культура і сучасність: альманах*. 2011. № 1. С.64–69.

194. Шайгородський Ю. Цінності як детермінанти суспільного розвитку. *Сучасна українська політика*. Вип. 26. 2012. С. 219–228. URL : <https://www.academia.edu/23701302> (дата звернення: 29.11.2023).

195. Шевченко Т. Зібрання творів: у 6 т. Київ, 2003. Т. 1: Поезія 1837-1847. С. 343–347. URL: <http://litopys.org.ua/shevchenko/shev139.htm> (дата звернення: 21.10.2023).

196. Шибєр О. О. Креативна складова сучасних рекреаційно-дозвілєвих практик. *Питання культурології*. 2021. №38. С. 343–353.

197. Шикіна О. В. Квест-атракції як нове покоління туристичних послуг. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції, 24-25 березня 2016 р. Черкаси, 2016*. С. 140–143.

198. Шупрудько Н. В. Специфічні фактори формування системи івент-менеджменту. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. Вип. 4 (84). С. 107–116.

199. Щербініна Т. С. Сучасні технології та інструменти PR-супроводу спеціальних масових подій брендів: квал. робота на здобуття осв. ступеня магістр. Київ : НАКККМ, 2020. 94 с.

200. Ящук І. П. Провідні ідеї морального виховання В. Сухомлинського у контексті сучасної практики освіти і виховання. *Наукові записки [Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка]*. Сер. : Педагогічні науки. 2018. Вип. 171. С. 170–176. URL: [chrome-](#)

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://cusu.edu.ua/images/download-files/naukovi-zapysky/171/35.pdf (дата звернення: 15.10.2023).

201. Allen J., et al. Festival and special event management. *John Wiley & Sons*. 2022. 534 p.

202. Black S. R., et al. Cultural analytics in the UK: events data potential for the creative and cultural industries. *Cultural Trends*. 2023. Pp. 1–16.

203. Bourdieu P. *Le Sens pratique*. Paris : Minuit, 1980. 475 p.

204. Bourdieu P. & Coleman J. M. *Social theory for a changing society*. N. Y.: Russell Sage foundation, cop. 1991. 387 p.

205. Bowdin G., McPherson G., and Flinn J. Identifying and analysing existing research undertaken in the events industry: a literature review for People1st. *London: People 1st* (2006). URL: <https://docplayer.net/18335333-Identifying-and-analysing-existing-research-undertaken-in-the-events-industry-a-literature-review-for-people1st.html> (дата звернення: квітень 2022).

206. Bowdin G., Allen, J., Harris, R., McDonnell, I., & O'toole, W. *Events management*. London: Routledge, 2012. 536 p.

207. Candace J., Lorenzen M., and Sapsed J., eds.: *The Oxford Handbook of Creative Industries*. Oxford: Oxford University Press, 2015. 576 pp.

208. Campbell M. Reimagining the creative industries in the community arts sector *Cultural Trends* Volume 30, 2021 Pp. 263–282.

209. Classifying and Measuring the Creative Industries. *Creative skillset*, February 2013. 29 p.

210. Creative industries sector vision: a joint plan to drive growth, build talent and develop skills URL: [https://www.gov.uk/government/publications /creative-industries-sector-vision/creative-industries-sector-vision-a-joint-plan-to-drive-growth-build-talent-and-develop-skills](https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-vision/creative-industries-sector-vision-a-joint-plan-to-drive-growth-build-talent-and-develop-skills)(дата звернення 11.08.2023).

211. Cunningham S. From cultural to creative industries: theory, industry and policy implications. *Media International Australia*. 2002. Vol. 102.1. Pp. 54–65.

212. Deuze M. Convergence culture in the creative industries. *International journal of cultural studies*. 2007. Vol. 10.2. Pp. 243–263.

213. Dumazedier J. Vers une civilization du loisir? Paris: Ed. par Points, 1972. 314 p.
214. Dumazedier J. Sociologie empirique du loisir: Critique et contre-critique de la civilisation du loisir. Paris : Éditions du Seuil, 1974. 269 p.
215. Dunn G. How to Create an Innovative and Creative Workplace Environment URL: <https://www.linkedin.com/pulse/how-create-innovative-creative-workplace-environment-georgina-dunn>(дата звернення 11.08.2023).
216. Drucker P. F. The New Society. The Anatomy of Industrial Order. New York: Routledge, 1993. 362 p.
217. Employment in the cultural and creative sectors. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS\\_BRI\(2019\)642264\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS_BRI(2019)642264_EN.pdf)(дата звернення 11.08.2023).
218. Event. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9/event> (дата звернення: квітень 2022).
219. FESTrepublic. URL: <https://www.lvivconvention.com.ua/location/festrepublik/>(дата звернення 11.08.2023).
220. Flew T. The creative industries: Culture and policy. Sage, 2011. 248 p.
221. Flew T. Beyond ad hocery: Defining Creative Industries. *Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy, The Second International Conference on Cultural Policy Research*, 2002. 30 p. URL: [https://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew\\_beyond.pdf](https://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew_beyond.pdf)(дата звернення: квітень 2022).
222. Florida R., Mellander C. The Creative Class or Human Capital? Explaining Regional Development in Sweden. Toronto : The Martin Prosperity Institute at The Joseph L. Rotman School of Management, University of Toronto, 2006. 39 p.
223. Florida R. The rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. New York: Basic Books, 2002. 404 p.

224. Fox D. *Doing events research: From theory to practice*. Routledge, 2014. 252 p.
225. Galloway S. & Dunlop S. A critique of public policy definitions of cultural and creative industries, *International Journal of Cultural Policy*. 2007. Vol. 13:1. Pp. 17–31. DOI:10.1080/10286630701201657
226. Garnham N. From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International journal of cultural policy*. 2005. Vol. 11.1. Pp. 15–29.
227. Gehl J. *New City Spaces* / J. Gehl, L. Gemzøe. 3rd ed. Copenhagen: The Royal Danish Academy of Fine Arts School of Architecture, 2008. 264 p
228. Getz D. *Event Management and Event Tourism* (2nd ed.). Cognizant Communication Corporation, New York. 2005. 439 p.
229. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism management*. 2008. Vol. 29.3. Pp. 403–428.
230. Getz D. and Page J. St. *Event studies: Theory, research and policy for planned events*. Routledge, 2019. 514 p.
231. Hans J. *The Creativity of Action*. University of Chicago Press, 1996. 336 p.
232. Hartley J., Wen W., and Li S. H. *Creative economy and culture: Challenges, changes and futures for the creative industries*. Sage, 2015. 264 p.
233. Hesmondhalgh D. *Cultural and Creative Industries*. URL: <https://www.socsc.hku.hk/3campus/16-17/pdf/lecture%209/Hesmondhalgh%20Creative%20and%20Cultural%20Industries.pdf> (дата звернення: вересень 2023).
234. Hesmondhalgh D. Cultural and creative industries. *The SAGE handbook of cultural analysis*. 2008. Pp. 552–569.
235. Hoffman A. J., and Ocasio W. Not all events are attended equally: Toward a middle-range theory of industry attention to external events. *Organization science*. 2001. Vol. 12.4. Pp. 414–434.

236. Horkheimer M. and Adorno T. *Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments* /Ed. By G.S. Noerr; Transl. by E. Jephcott. Stanford University Press, 2022. 282 p. URL: [https://monoskop.org/images/2/27/Horkheimer\\_Max\\_Adorno\\_Theodor\\_W\\_Dialectic\\_of\\_Enlightenment\\_Philosophical\\_Fragments.pdf](https://monoskop.org/images/2/27/Horkheimer_Max_Adorno_Theodor_W_Dialectic_of_Enlightenment_Philosophical_Fragments.pdf)(дата звернення: вересень 2023).
237. How to Use ChatGPT for Event Planning Miguel Neves URL: <https://meetings.skift.com/ai-event-planning/>(дата звернення 11.08.2023).
238. Howkins J. *The Creative Economy: How people make money from ideas*. London : Allen Lane, Penguin, 2002. 288 p.
239. Lily K. From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy. *Inter-Asia cultural studies*. 2014. 15.4. Pp. 593–607.
240. Mair J., and Jago L. The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. *Journal of Sustainable tourism*. 2010. Vol. 18.1. Pp. 77–94.
241. Machlup F. *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*». Princeton: New Jersey Princeton University Press, 1962. URL: <https://www.mises.at/static/literatur/Buch/machlup-production-and-distribution-of-knowledge-in-the-us.pdf> (дата звернення: вересень 2023).
242. Messineo E. Tourist creative processes and experiences in the European Cultural Itinerary 'The Phoenicians' Route", *Journal of Tourism Consumption and Practice*. 2012. 4(2), P. 41–54. URL : <http://hdl.handle.net/10026.1/11703> (дата звернення 11.08.2023).
243. Moeran B. and Pedersen S. J., eds. *Negotiating values in the creative industries: Fairs, festivals and competitive events*. Cambridge University Press, 2011. 242 p.
244. Moore I. Cultural and Creative Industries concept – a historical perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 110, 24 January. Pp. 738–746.



245. Mural Social Club: Back to School! Ukraine – перші стінописи! URL: <https://skyartfound.com/mural-social-club-roboti/mural-social-clubback-to-school-ukraine-pershi-stinopisi/>(дата звернення 11.08.2023).
246. O'Connor J. The cultural and creative industries: a review of the literature. Arts Council England, 2007. URL: <https://apo.org.au/sites/default/files/resource-files/2007-11/apo-nid198056.pdf> (дата звернення: вересень 2023).
247. O'Connor J. Creative industries: a new direction? *International Journal of Cultural Policy*. 2009. Vol. 15:4, Pp. 387–402. DOI: 10.1080/10286630903049920
248. Re Shaping Cultural Policies: Advancing creativity for development/United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). 2017. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/reshaping-cultural-policies-2018-en.pdf>(дата звернення 11.08.2023).
249. Robbins D. The origins, early development and status of Bourdieu's concept of «cultural capital». *Brit. of sociology*. L., 2005. Vol.56, № 1. P.13–32.
250. Rogers T. and Wynn-Moylan P. *Conferences and conventions: A global industry*. Routledge, 2022. 378 p.
251. Runco M., and Albert R. Creativity Research: A Historical review. In J. Kaufman, and R. J. Sternberg, *The Cambridge Handbook of creativity*. New York : Cambridge University Press. 2010 pp. 3–19.
252. Salamon L.M. The International Classification of Nonprofit Organizations: ICNPO-Revision 1, 1996 / Salamon, Lester M., Helmut K. Anheier. *Working Papers of the Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project*, № 19. Baltimore: The Johns Hopkins Institute for Policy Studies, 1996. 26 p.
253. Silva D., Clair St. The Sedimentation of Cultural Space: Stratification Patterns of Mumbai and Bangalore *Intercultural Communication Studies XVII: 1* 2008 P. 15–21.
254. *The Routledge Handbook of Events* / Ed. By Stephen J. Page, Joanne Connell. 2nd Edition. London: Routledge, 2020. 632 p.
255. Vlachos P. The future of the events industry. *Virtual Events Management. Theory and Methods for Event Management and Tourism*. 2023. 198 p.

256. Wagen V. der, Lynn, and Lauren White. *Human resource management for the event industry*. Routledge, 2014. 332 p.

257. White L. *The Evolution of Culture: The Development of Civilization to the Fall of Rome*. New York: McGraw-Hill, 2007. 400 p.

258. Wendy S. C., and O'Connor A. Is 'Virtual'the New 'Reality'For the Events Industry? *Journal on Tourism and Sustainability*. 2021. Vol. 5.1. Pp. 44–52.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні  
наукові результати дисертації

*Наукові праці, в яких опубліковані  
основні наукові результати дисертації:*

1. Засядьвовк О. А. Культурологічний феномен масового івенту. *Культура і сучасність : альманах*. 2023. № 1. С. 29–34. DOI 10.32461/2226-0285.1.2023.286778.
2. Засядьвовк О. А. Поняття культуротворчості в контексті розвитку івент-індустрії. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2023. № 2. С. 64–68. DOI 10.32461/2226-3209.2.2023.286876
3. Засядьвовк О. А. Ціннісні властивості сучасної івент-практики в науково-практичному дискурсі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2023. № 3. С. 45–49. DOI 10.32461/2226-3209.3.2023.289784

*Публікації, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:*

4. Кофанова О. А. Теорія івент-маркетингу. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали II міжнар. наук. конф. молодих вчених, аспірантів та магістрів, 6–7 груд. 2018 р.* М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. Київ: НАКККіМ, 2018. С. 212–214.
5. Кофанова О. А. Теоретичне осмислення поняття «івент-індустрія». *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали III міжнар. наук.*

конф. молодих вчених, аспірантів та магістрів, 5–6 груд. 2019 р. М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. Київ: НАКККіМ, 2019. С. 132–133.

6. Кофанова О. А. Креативність як засіб трансформації івенту. *Культурологічний альманах. Випуск 14* [за матеріалами VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Управління культурними проєктами та креативна індустрія» (27 листопада 2020 р.)]. Вінниця : ТОВ «ТВОРИ», 2020. С. 29–52.

7. Засядьвовк О. А. Івент-практики як засіб патріотичного виховання молоді. *Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 26-27 березня 2022 р.)* Київ : КНУКіМ, 2022. С. 138–141.

8. Засядьвовк О. А. Комунікативний потенціал івент-практик сучасності. *Новітні дослідження культури і мистецтва: пошуки, проблеми, перспективи : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 18 травня 2023 р.)*. Київ : НАКККіМ, 2023. С. 231–232.

9. Засядьвовк О. А. Культуротворчість івент-практик в контексті розвитку креативних індустрій. *Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали VII Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп. та магістран. / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 02 листопада 2023 р.)*. Київ : НАКККіМ, 2023. С. 39–40.