

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА
АРТМЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА АРТМЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістр
на тему:
**«ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ
СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

Виконала:
студентка II курсу магістратури,
група МКД-11-23з
спеціальності 028 «Менеджмент
соціокультурної діяльності»
Хохлова Ірина Яківна
Керівник: канд. пед. наук, професор
Загуменна Віра Вікторівна
Рецензент: докт. іст. наук, професор
Новальська Тетяна Василівна

Допущено до захисту:
протокол засідання кафедри
№4 від 20 листопада 2024 р.
в.о. завідувача кафедри артменеджменту
та івент-технологій
_____ Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА

Київ-2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1. Теоретичні засади івент-технологій як чинника інноваційного розвитку соціокультурної діяльності	8
1.1. Історіографія проблеми	8
1.2. Термінологічна база дослідження... ..	16
Висновки до розділу 1... ..	24
Розділ 2. Інноваційний потенціал івент-технологій у розвитку соціокультурної діяльності.....	26
2.1. Види івентів у соціокультурній сфері... ..	26
2.2. Особливості застосування івент-технологій у соціокультурній діяльності	34
2.3. Інноваційні технології в організації та проведенні івентів... ..	43
Висновки до розділу 2... ..	53
Розділ 3. Перспективи розвитку івент-технологій у соціокультурній діяльності.....	56
3.1. Проблеми та виклики у розвитку івент-технологій у соціокультурній сфері	56
3.2. Шляхи вдосконалення івент-технологій у соціокультурній діяльності	64
Висновки до розділу 3	72
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТКИ.....	89

ВСТУП

Актуальність теми. Швидкі зміни у сучасному світі викликають необхідність пошуку нових підходів до організації культурного життя. Глобалізація, трансформація потреб людини, цифровізація відкривають широкі можливості у сфері соціокультурної діяльності і водночас несуть нові виклики. У цьому контексті івент-технології стають вагомим інструментом розвитку соціокультурної сфери.

Актуальність дослідження івент-технологій як чинника інноваційного розвитку соціокультурної діяльності зумовлена зростанням значення емоційного досвіду, вражень, які людина отримує в результаті відвідування різноманітних заходів. Слід також зазначити, що сучасна аудиторія прагне бути не пасивним спостерігачем, а активним учасником подій. Івент-технології сприяють створенню виняткових, інтерактивних культурних подій, які відповідають потребам суспільства сьогодення.

Водночас існує необхідність адаптації закладів соціокультурної сфери до нинішніх економічних реалій. В умовах збільшення конкуренції та різкого скорочення бюджетного фінансування івенти можуть стати дієвим засобом залучення відвідувачів. Окрім того, розвиток івент-індустрії позитивно впливає на економічне зростання, стимулює створення нових робочих місць та запровадження інновацій у суміжних галузях.

Варто звернути особливу увагу на зміну парадигми соціокультурної діяльності у напрямі залучення громади до активної участі у заходах. Івент-технології стають основою для співтворчості та взаємодії, яка є необхідною для розвитку громадянського суспільства. Невпинний розвиток інформаційних технологій, поява віртуальної, доповненої реальності, інтерактивних інсталяцій зумовлює потребу у пошуку нових підходів до організації та проведення культурних заходів, що втілюються завдяки івент-технологіям, які допомагають віднайти унікальні способи взаємодії з

аудиторією. Окрім того, івент-технології характеризуються гнучкістю, яка є важливою у нинішніх мінливих умовах.

Таким чином, дослідження івент-технологій як чинника інноваційного розвитку соціокультурної діяльності є вкрай важливим для розуміння сучасного стану та перспектив розвитку культурної сфери в Україні. Дослідження сприятиме підвищенню ефективності роботи над соціокультурними проєктами та зміцненню ролі культури у суспільстві.

Стан наукової розробленості теми. Наукова розробка проблеми використання івент-технологій як чинника інноваційного розвитку соціокультурної діяльності знаходиться в процесі свого поступового розвитку.

Наразі у науковій думці відсутня єдина система знань щодо івент-технологій. Проте відбувається розвиток наукових досліджень у сфері івент-менеджменту загалом. Так, івент-менеджмент як навчальна дисципліна та напрям наукових досліджень сформувався завдяки, зокрема, праці Г. М. Дергачової, яка систематизувала як теоретичні, так і практичні знання, відобразила новітні тенденції у розвитку івент-послуг [12]. Також важливий внесок у становлення івент-менеджменту зробила І. Я. Антоненко, яка дослідила особливості застосування івент-менеджменту в Україні [3]. Дослідження у цій сфері проводила також О. Б. Власенко, називаючи цей напрям наукових досліджень івентивним менеджментом, або подієвим менеджментом [10]. Важливий внесок у розвиток івент-менеджменту зробили такі зарубіжні вчені, як К. Фердинанд, С. Хендерсон, Дж. Чепелет, Ф. Шлесінгер, Дж. Шерлок та ін. [56; 57; 62; 65; 66].

Комплексною роботою є праця О. М. Радіонової, що присвячена івент-технологіям, та у якій розкрито поняття івенту та його видів, визначені цілі та завдання виняткових подій, викладена методологія їх дослідження [40]. У роботі І. Є. Свирид проаналізовані івент-технології як фактор стимулювання розвитку культурно-дозвіллевої діяльності, приділена увага дослідженню спеціальних подій, які є стимулом до творчої взаємодії, створення

унікальних, емоційно неповторних для відвідувачів заходів [44]. М. Ю. Пашкевич досліджені івент-технології у сфері дозвілля, розкрито особливості їх застосування в Україні [33].

Різноманітні проблеми в організації дозвілля висвітлені в роботі І. В. Петрової, яка зазначає, що ця сфера поєднує різні види життєдіяльності людини, які обираються нею залежно від внутрішніх бажань та вподобань [36]. Проблематика культурно-дозвілєвої діяльності вивчалась Н. М. Цимбалюк, що розкрила особливості застосування у ній івент-менеджменту та звернула увагу на необхідність використання різнорівневих технологій при проведенні подій [59].

У цих наукових роботах відображені наукові здобутки та практичний досвід щодо використання івент-технологій у соціокультурній сфері. Наукові праці вищезазначених вчених є базою для проведення подальших досліджень сучасних тенденцій та перспектив використання івент-технологій для розвитку соціокультурної діяльності.

Об'єктом дослідження є інноваційний розвиток соціокультурної діяльності в Україні.

Предметом дослідження є івент-технології як чинник інноваційного розвитку соціокультурної діяльності.

Мета дослідження – виявити та проаналізувати роль івент-технологій у інноваційному розвитку соціокультурної діяльності.

Реалізація поставленої мети вимагає вирішення наступних **завдань**:

- з'ясувати історіографію проблеми інноваційного розвитку соціокультурної діяльності з використанням івент-технологій;
- розкрити термінологічну базу дослідження;
- охарактеризувати види івентів у соціокультурній сфері;
- визначити особливості застосування івент-технологій у соціокультурній діяльності;
- розглянути інноваційні технології в організації та проведенні івентів;

- проаналізувати проблеми та виклики у розвитку івент-технологій у соціокультурній сфері;
- запропонувати шляхи вдосконалення івент-технологій у соціокультурній діяльності.

Методи дослідження. При підготовці цієї роботи використовувався комплекс методів, які дозволили вирішити поставлені у дослідженні завдання та досягти визначеної мети. Так, застосування методу опису дозволило висвітлити історіографію досліджуваної проблеми. Метод аналізу допоміг в дослідженні особливостей застосування івент-технологій у соціокультурній діяльності, виявленні факторів, які впливають на організацію подій. Метод синтезу дозволив поєднати проаналізовані питання для створення цілісної картини застосування івент-технологій в сучасних умовах. З використанням системного методу висвітлено види івентів у соціокультурній сфері. За допомогою методу прогнозування запропоновано шляхи вдосконалення івент-технологій у соціокультурній діяльності.

Наукова новизна результатів дослідження полягає в тому, що вперше комплексно досліджено вплив івент-технологій на інноваційний розвиток соціокультурної діяльності, що допомогло виявити ключові тенденції у цій галузі. Системно досліджено проблеми та виклики у розвитку івент-технологій у соціокультурній сфері, що сприяло виявленню факторів, які впливають на їх ефективність. Запропоновано шляхи вдосконалення івент-технологій у соціокультурній діяльності з урахуванням сучасних тенденцій у розвитку культури, інформаційних технологій та суспільства загалом.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані для розробки стратегій розвитку закладів соціокультурної сфери, поліпшення підходів до організації подій та підвищення ефективності соціокультурної діяльності в цілому.

Апробація результатів дослідження. Матеріали та результати магістерського дослідження були представлені на VIII Всеукраїнській

науковій конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» (7 листопада 2024 року, м. Київ, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв).

Структура дослідження. Структура дипломної роботи зумовлена метою і завданнями дослідження і містить у собі вступ, три розділи, що поділяються на підрозділи, висновки, а також бібліографічний список використаної літератури. Загальний обсяг дослідження – 91 сторінка, з них 9 сторінок – перелік використаної літератури, що містить 72 позиції.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЧИННИКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Історіографія проблеми

Формування сучасного терміну «івент», як і зародження всього понятійно-термінологічного апарату івент-менеджменту та івент-технологій як напрямку наукових досліджень відбулось у світі лише в кінці ХХ ст. У цей час організація подій стає не просто комплексним процесом по реалізації практичних заходів, але й починає розглядатись як окрема наукова дисципліна [27, с. 41].

Хоча організація заходів – невід’ємна частина суспільного життя на будь-яких етапах розвитку, становлення івент-менеджменту та генезис івент-технологій пов’язані з процесами виокремлення організаторів заходів в окремі департаменти, підрозділи чи малі підприємства. Поступу цієї галузі сприяло збільшення корпоративного сектору. Фірмам, які зростали, необхідні були послуги для проведення різноманітних важливих подій, як конференцій, так і корпоративних свят. Організація таких заходів могла стати справжнім викликом для багатьох компаній, організацій, установ, що обумовило формування окремої сфери бізнесу та виокремлення професіоналів у цій галузі [46, с. 52]. З розвитком івент-індустрії і розпочались ґрунтовні наукові дослідження її проблематики.

Варто зазначити, що цьому передував активний поступ масової культури та розвиток реклами, який спричинив у середині ХХ ст. зростання кількості івентів, і насамперед мистецьких подій. У 60-70-х рр. у Сполучених Штатах Америки та Європі набувають розголосу музичні, театральні фестивалі, форуми та конференції, які стали значущими у соціокультурній діяльності різних країн. У 70-80-х рр. ХХ ст. на Заході відкриваються організаторські фірми, що займаються проведенням подій [57, с. 64-65].

Характерно, що у Радянському Союзі івент-менеджмент поступово зростав в умовах панування планової економіки. Так, знання з організації масових заходів використовувались при проведенні демонстрацій, спортивних змагань, святкувань, якими займалися представники державних структур. Важливо відзначити, що ця сфера мала доволі значний успіх. Організовані заходи залишали яскраві враження і навіть не поступались зарубіжним подіям. Новий етап у 1990-их роках, для якого характерний перехід до ринкової економіки, відзначився також тим, що івент-менеджментом почали займатись комерційні організації [27, с. 41].

У науковій думці наразі немає єдиної системи знань щодо івент-технологій як напряму наукових досліджень. Водночас в Україні поступово розвиваються наукові дослідження у сфері івент-менеджменту загалом. У становлення івент-менеджменту як навальної дисципліни та напряму наукових досліджень зробила внесок Г. М. Дергачова, яка систематизувала як теоретичні, так і практичні знання, врахувавши новітні тенденції у розвитку івент-послуг [12]. Вагоме значення для становлення івент-менеджменту має праця І. Я. Антоненко, у якій відображене проведене дослідження специфіки застосування івент-менеджменту в Україні [3]. Зі свого боку, О. Б. Власенко акцентував увагу на активному розвитку такого напряму наукових досліджень як івентивний менеджмент, або подієвий менеджмент [10].

У праці О. М. Радіонової, присвяченої івент-технологіям, досліджено поняття івенту та його видів, окреслені цілі та завдання виняткових подій, викладена методологія їх дослідження. У вказаній роботі також висвітлені тема планування івентів, особливості функцій персоналу в аспекті організації заходів, специфіка оцінки результатів їх проведення [40]. Таким чином, вчена охопила широкий спектр питань, висвітливши як теоретичні, так і практичні аспекти, які є цінними як для розвитку наукового підходу до розуміння івент-технологій та корисними для професіоналів у сфері організації заходів. Надзвичайно важливим є розгляд у праці О. М. Радіонової особливостей оцінки результатів івентів, так як це дозволяє

не тільки оцінити успішність заходів, але й вдосконалити організацію майбутніх подій.

Особливості розвитку івент-технологій у сфері дозвілля досліджувались М. Ю. Пашкевич [33]. Вченою акцентовано увагу, що менеджмент подій на початку свого становлення в Україні у 90-х рр. ХХ ст. був представлений, як правило, весільними церемоніями та різними ювілеями, які стосувались в основному людей творчих професій. Фірми, які займались їх організацією, почали навивати себе івент-агентствами, агенціями маркетингу подій. У цей період розпочали відкриватись фірми, які спеціалізувались на так званому повному циклі, компанії, які займались корпоративними святами, проведенням виставок тощо. Науковиця також звертає увагу, що у 2007 році було засновано Асоціацію івенторів України, метою діяльності якої є проведення видовищних івентів, захист прав членів асоціації, обмін досвідом [33, с. 282].

Грунтовний підхід до перевірки креативних ідей для використання при організації та проведенні івентів розроблений Н. В. Склярською, яка звертає увагу у своїй праці на ключові аспекти, які сприяють успішному проведенню заходу [45]. Так, вчена пропонує оцінювати, наскільки ідея відповідає запланованим завданням, чи зможе вона викликати емоційний відгук у відвідувачів та чи сконцентрована вона на самому бренді або продукту компанії. Окрім того, науковиця акцентує увагу на необхідності пошуку оригінальних та унікальних ідей для певного бренду, що дозволить йому проявити себе з-поміж конкурентів. Важливою складовою організації заходу названий його сценарій, що має бути логічним та органічним [45].

Безсумнівно, що така концепція є комплексною та може бути досить ефективною для використання на практиці, оскільки охоплює різноманітні питання планування івенту, в тому числі тактичні деталі. Можна з упевненістю сказати, що особливо цінним є акцентування вченою уваги на емоційній складовій івенту та оригінальності ідеї, зважаючи на те, що ці

складові значною мірою сприяють тому, щоб певна подія запам'яталась її учасникам.

Проте, до цього підходу слід додати ще кілька важливих аспектів. Так, при плануванні заходу важливо об'єктивно оцінити реалістичність втілення ідеї з урахуванням наявного бюджету та техніки, яка буде використовуватись. Не можна не зважати також на потребу врахувати потенційні ризики та здійснені дії щодо їх мінімізації. Очевидною є також необхідність розгляду питання при організації івенту про те, як запропонована ідея може вплинути на сприйняття бренду чи продукції в майбутньому та чи резонує вона з довгостроковою стратегією бренду.

Праця Н. О. Максимовської, присвячена питанню розвитку івент-технологій у соціокультурній сфері, відзначається комплексним поглядом на цей інструмент організації заходів, який вчена вважає також засобом соціокультурних змін. Науковиця стверджує про необхідність дотримання балансу між традиційними та інноваційними підходами в організації івентів, що забезпечить і збереження культурної спадщини, і водночас сприятиме просування нових творчих ідей. У праці також підкреслюються значення цифрових технологій у становленні івент-менеджменту, можливості, які надає віртуальне середовище для втілення соціокультурних проєктів [25]. Загалом, дослідження, проведене Н. О. Максимовською, відображає сучасні тенденції використання івент-технологій та їх вплив на соціокультурну діяльність, а також її трансформацію, появу нових підходів до управління культурними процесами з акцентом на стимулювання креативності.

Г. В. Олексюк окреслив стан івент-індустрії в Україні, зробивши висновок про її активний розвиток, збільшення популярності івентів та необхідність уніфікації технології проведення подій. Вчений також запропонував власне визначення поняття «івент-технології» [31, с. 122].

Проблематика трансформації подієвої культури в Україні завдяки нових технологіям вивчалась Т. А. Ковальновою та О. С. Хлистуном [21]. На думку науковців, розвиток івент-технологій та постійно зростаючий попит на

використання електронних ресурсів призводить до виходу соціокультурних проєктів на новий рівень. На основі проведеного вченими дослідження можна також зробити висновок, що українська аудиторія зацікавлена у новітніх тенденціях культури та мистецтва. Крім того, відбувається поступова інтеграція подієвої культури в Україні в міжнародний культурний простір [21, с. 316].

У роботі М. М. Поплавського розглянуто проблему застосування івент-менеджменту в організації дозвілля та використання у ній інновацій [39]. Автор пропонує розглядати тріаду івент-менеджмент-культурологія у її тісному зв'язку з соціокультурною діяльністю та як таку, що здійснює вплив на економічний розвиток України [39, с. 186]. Варто зазначити, що це новий підхід, який вказує на міждисциплінарність івент-менеджменту.

М. М. Поплавський також звернув увагу на те, що культурно-розважальна сфера сьогодні значною мірою впливає на становлення івент-технологій, а івент-менеджмент загалом є інструментом для досягнення цілей певної організації. Так, івент-менеджмент є засобом створення позитивного іміджу, зростання конкурентоспроможності компанії [39, с. 197].

Досить цікавим висновком у цій роботі є підкреслення зв'язку івент-технологій з економічним розвитком держави, що свідчить про їх важливість і в культурній сфері, і в економічній. Стаття також робить внесок у розуміння івент-технологій як комплексного явища, що впливає на різноманітні аспекти діяльності, наприклад, на формування корпоративної культури.

Івент-технології як чинник розвитку культурно-дозвілєвої діяльності, застосування у цій сфері інновацій дослідила І. Є. Свирид [44]. Науковиця справедливо зауважила, що івент-менеджмент є новим для України, тому для використання схожих практик слід звертатись до світового досвіду. У роботі приділена увага вивченню спеціальних подій, які, на думку вченої, є стимулом до творчої взаємодії та мають потенціал бути емоційно неповторними для відвідувачів [44, с. 75].

У наукових роботах відображені різні сфери діяльності, у яких застосовуються івент-технології. Наприклад, у праці П. Таміли наведене проведення дослідження впливу івент-технологій на формування театральної культури в Україні. Науковиця акцентувала увагу на ролі івент-технологій в розвитку сучасного театрального середовища, зазначивши, що за допомогою них створюється нинішній соціально відповідальний бізнес, поширюється спонсорство, будується міст комунікації між представниками влади, бізнесу та культури [49, с. 120].

М. Ю. Пашкевич присвятила своє дослідження питанню застосування івент-технологій як інструменту створення державного іміджу [34]. Вчена розкрила історичні аспекти в організації державних подій, розглянувши у статті специфіку організації заходів у різноманітні історичні періоди різних держав. Значна увага приділена питанню організації державних свят в Україні. М. Ю. Пашкевич підкреслила важливість професійного підходу до організації та проведення державних заходів, які в цілому формують імідж України та підтримують у громадян почуття патріотизму [34, с. 178-180].

Слід зазначити, що вчена справедливо відзначає зростання ролі івент-технологій у розвитку державного іміджу. Важливим у дослідженні є розгляд як історичних аспектів, так і особливостей реалій сучасного світу, що вимагають у процесі підготовки та організації державних івентів залучення професійних культурних менеджерів.

Питанню застосування інновацій для розвитку культурного середовища присвячена праця Ю. В. Трач [54]. Вчена, зокрема, розкрила історію розвитку технологій віртуальної та доповненої реальності, дослідила їх потенціал у посиленні вражень від проведеного заходу. Розглянувши особливості зазначених технологій, науковиця зробила висновок про їх значний вплив на свідомість людини, розширення можливостей для творчості. При цьому глядач має змогу бути не просто пасивним спостерігачем події, але й її активним учасником. Очевидно, що віртуальна реальність поступово стає новим середовищем спілкування та підтверджує зростання ролі культу

штучного. Новітні технології, які використовуються при проведенні івентів у соціокультурній сфері, є відображенням ідеології суспільства та наявних культурних тенденцій. Окрім того, популярність технологій віртуальної та доповненої реальності зумовлена все більшим поширенням віртуального дозвілля, формами якого є перегляд фільмів, кліпів онлайн, мережеві ігри, комунікація в Інтернеті. Таким чином, у віртуальному просторі відбувається спілкування та розваги, самовираження та самореалізація. Науковиця прогнозує, що в найближчому майбутньому не тільки зросте використання інновацій при проведенні різноманітних заходів, але й поступово у свідомості людей стиратиметься межа між реальним світом та віртуальною реальністю, що буде викликано бурхливим розвитком технологій доповненої реальності [54, с. 204].

Отримані Ю. В. Трач результати дослідження свідчать про те, що інноваційні технології відкривають нові можливості для взаємодії та занурення у подію учасників заходу. Технології віртуальної та доповненої реальності, безперечно, можуть сприяти підвищенню рівня залучення аудиторії, створенню незабутнього досвіду. Однак, варто врахувати також високу вартість цих технологій, можливі технічні складнощі у їх застосуванні. Крім того, надмірне використання досліджуваних технологій може призвести до втрати автентичності окремих культурних заходів.

Варто також звернути увагу на дослідження використання цифрових технологій, а також аудіовізуальних засобів у культурно-дозвіллевих івентах, проведене О. П. Крупою та О. І. Губернатор [23]. Авторами, спираючись на новітній досвід в івент-індустрії, розкрито потенціал цифрових технологій та аудіовізуальних засобів у розвитку гібридних івентів. Так, вчені зробили висновок про те, що в 20-ті рр. XXI ст. значну популярність набули гібридні івенти, що стали альтернативою традиційним заходам. Адже тепер, маючи смартфон та Інтернет, можливо стати учасником події, навіть не покидаючи свою домівку. Така тенденція не оминула культурно-розважальні івенти, при проведенні яких використовуються технології віртуальної та доповненої

реальності, моделювання, цифрові плани приміщень, гейміфікація, системи відеозв'язку [23, с. 173].

На основі проведеного аналізу наукових джерел та особливостей становлення івент-індустрії у Великобританії І. І. Пархоменко систематизувала наукові розробки з івент-менеджменту британських дослідників [32]. Слід зазначити, що проведене нею комплексне дослідження є важливим для розвитку івент-менеджменту в Україні як напряму наукових досліджень, і також містить інформацію, яка може бути використана при створенні навчальних курсів. Здійснений опис процесів організації та проведення івентів у Великобританії є внеском у розвиток теоретичних засад івент-менеджменту та івент-технологій в українській науці.

Проблематика організації дозвілля відображена у праці І. В. Петрової, яка вказує на охоплення цією сферою різних видів життєдіяльності, які людина обирає, ґрунтуючись на своїх бажаннях і вподобаннях [36]. Різні проблеми культурно-дозвілєвої діяльності висвітлені у праці Н. М. Цимбалюк, що дослідила специфіку використання у ній івент-менеджменту та звернула увагу на необхідність залучення різнорівневих технологій при проведенні подій [59].

На підставі проведеного аналізу наукової літератури можна дійти висновку, що дослідження івент-технологій у контексті розвитку соціокультурної діяльності є відносно новим напрямом у науковому дискурсі, що розпочав поступове становлення з кінця ХХ ст. Сьогодні у сфері проблеми інноваційного розвитку соціокультурної діяльності з використанням івент-технологій наявний дефіцит наукових досліджень. Питанню використання у цій сфері інновацій присвячені лише окремі наукові праці. Водночас наукова розробка окресленої проблеми є необхідною з огляду на значний потенціал івент-технологій у процесі формування культурного простору, створення нових способів соціокультурної взаємодії, адаптації до технологічних змін.

1.2. Термінологічна база дослідження

Важливим завданням дослідження є окреслення понятійно-термінологічного апарату. Для об'єктивного висвітлення проблеми застосування івент-технологій з метою інноваційного розвитку соціокультурної діяльності слід уточнити поняття, що лежать в основі цього дослідження: «івент», «івент-технологія», «інноваційний розвиток», «соціокультурна діяльність».

Термін «івент» зазвичай тлумачиться як запланована заздалегідь соціально-суспільна подія, що відбувається в конкретний час, має визначену мету та певний резонанс для суспільства. Також термін «event» перекладається як подія та водночас за своїм змістом охоплює такі поняття, як виняткова подія, захід, продуманий бажаний результат [34, с. 179]. Важливо відзначити, що вказане визначення підкреслює потребу у ретельному плануванні івенту, який за своєю суттю є спеціально організованим заходом з певною ціллю та очікуваним впливом.

Як зазначає М. Ю. Пашкевич, в українських посібниках немає єдиного визначення терміну «івент», що запозичений з англійської мови, у якій поряд з цим терміном поширені також такі, як «event management», «special event», що дозволяє дійти висновку про широке трактування поняття «івент», яке може вказувати як на визначну подію, так і на невеликий епізод, і дає підстави стверджувати про перспективи організації мікроподій. Слід також зазначити, що у зарубіжній літературі переважно зустрічається термін «special event», яке перекладається як спеціальний захід, вказуючи на те, що івент – це певні організовані дії людей з конкретного приводу. Вчена робить висновок про те, що слово «івент» є нейтральним, що дає змогу використовувати його для позначення найрізноманітніших подій чи навіть комплексу подій, що можуть мати різний характер [33, с. 279]. Слід зазначити, що науковиця порушує проблему термінологічної невизначеності та адаптації англомовного поняття до української науки. Також можна дійти

висновку про поступовий розвиток івент-менеджменту, понятійний апарат якого ще недостатньо розроблений.

Характерно, що в українській мові слово «подія» асоціюється з історією, визначними подіями, новинами, які змінюють світ та свідомість людей. Водночас слово «захід» викликає асоціації з цілеспрямованими діями, спеціально організованими зустрічами, які мають формальний характер. Термін «подія» в історичній науці означає явище минулого, які призвели до змін у суспільстві чи природі та мають значення як для сучасників, так і для нащадків [33, с. 279].

Аналізуючи термін «івент» у контексті розглянутих понять «подія» та «захід», а також враховуючи його історичне трактування, можна зробити такі висновки. По-перше, поняття «івент» є комплексним та включає в себе такі, як «подія» та «захід». По-друге, запозичене слово «івент» у зарубіжній літературі має більш вузький зміст у порівнянні зі змістом, яке вкладають у нього українські науковці. По-третє, поняття «івент» відображає в собі і такі ознаки поняття «захід», як формальність, структурованість, організованість, і також таку ознаку поняття «подія», як значущість. Так, проведення івенту нерідко має за мету створити певні зміни в різних масштабах, наприклад, у сприйнятті певного закладу, його продуктів та послуг, та часом навіть вплинути на поведінку та свідомість гостей заходу, спонукати їх до певної дії.

Варто звернути особливу увагу на зв'язок поняття «івент» в з виключною подією. Адже коли захід перетворюється у таку подію, яка викликає особливі переживання, він характеризується тривалим впливом на свідомість людей, їхні почуття [40, с. 5]. Так, івент насправді виходить за рамки повсякденності, включає в себе емоційний компонент, і його ефект не повинен обмежуватись лише часом проведення заходу. Отже, івент є потужним інструментом впливу, який навіть здатен змінювати сприйняття людини та її світогляд.

На думку О. М. Радіонової, івент – це розважальна або рекламна вистава, яка демонструється на сцені, у кіно, на телеекрані, на цирковій арені із застосуванням різних сюжетних ходів, світлової техніки, образотворчих прийомів і т. п. [40, с. 5]. Слід звернути увагу, що визначення науковиці є доволі вузьким і відображає розважальний аспект івентів, їх видовищність для цільової аудиторії завдяки використанню різних художніх та технічних засобів. Проте, воно не охоплює такі види івентів, як наприклад, освітні та ділові заходи.

Британський вчений Г. Боудін зазначає, що івент – це проєкт, який є складовою проєктно-орієнтованої індустрії. Окрім того, івент проходить певні стадії: створення ідеї, планування, організація, реалізація, стадія після проведення івенту і проведення аналізу його ефективності [9, с. 106]. У зазначеному визначенні науковця, який називає івент проєктом, підкреслена його тимчасовість та цілеспрямованість. Використаний вченим термін «проєктно-орієнтована індустрія» вказує на професіоналізацію сфери організації та проведення івентів.

Х. Пієлічаті та Дж. Елз визначають івент як комплекс заходів з приводу організації події, який має конкретний дедлайн, акцентує увагу на відвідувачах та замовниках. Фактично йдеться про проєкт, який обов'язково передбачає залучення публіки [35, с. 18]. Запропоноване визначення підкреслює комплексність івенту, який за своїм характером є сукупністю заходів, а не однією дією, що відображає багатогранність в організації подій. Одночасно, івент – це процес, що потребує планування. Також важливими елементами івенту є його часові рамки, цільова спрямованість на відвідувачів. Однак, наведене визначення має деякі обмеження. Так, воно не відображає те, що івент має певну мету, очікувані результати. Окрім того, у визначенні вчених наявний деякий комерційний аспект, що не враховує наявність некомерційних заходів, які є невід'ємною складовою соціокультурної сфери.

Характерно, що за своєю суттю івент являє собою певний ритуал, церемонію, захід, метою якого може бути святкування події, і який також може передбачати наявність маркетингових цілей. Такий захід відбувається, як правило, в одній організації, яка має потребу відзначити «особливі» події та об'єднати людей в процесі святкування. Загалом івент є відображенням культури певного товариства, яка проявляється у його символах і знаках. Згідно з окресленим підходом івент означає діяльність, спрямовану на відображення культурних цінностей суспільства, і відзначається наявністю ритуалів та традицій. Водночас в контексті управлінського підходу івент має розглядатись з позиції функцій художньо-творчої діяльності і її компонентів. З позиції ж функцій менеджменту івент – це спланований захід, який втілила група професіоналів, що мала за мету досягти певних соціально-культурних цілей та завдань [39, с. 188].

Івент наділений такими характеристиками:

- захід суб'єктивно сприймається як виняткова подія;
- він є винятковим з позиції відвідувачів;
- позитивна оцінка події змушує відвідувачів до певної активності;
- успіх заходу залежить від його якісної організації та спланованого втілення [40, с. 6].

З огляду на наведені визначення та основні характеристики івенту його можна визначити як спеціально організований захід задля досягнення певної мети та взаємодії із цільовою аудиторією.

Для уникнення неоднозначностей і забезпечення точності у дослідженні, яке проводиться, важливе чітке розуміння терміну «івент-технологія». Так, на думку Л. М. Пашкевич, івент-технологія – це перетворення заходу за допомогою допоміжних ефектів у дещо нове, внаслідок чого він може сприйматись відвідувачами як винятковий. Основою використання івент-технологій є старанне планування та відмінна організація заходу [34, с. 177]. Таку ж позицію займає О. М. Радіонова, вказуючи, що івент-технологія – це перетворення заходу в абсолютно винятковий з точки

зору сприйняття його відвідувачами [40, с. 6]. На підставі аналізу цих визначень можна дійти висновку, що івент-технології дозволяють створювати унікальний досвід для аудиторії. Окрім того, ці визначення акцентують увагу на кінцевому результаті – формуванні сприйняття відвідувачами певного заходу.

Завдяки івен-технологіям будь-яка подія – конференція, політична акція, пресконференція – може набути рис розважального характеру. Так, івент-технології мають потенціал допомогти подарувати відвідувачам емоцію свята, перетворити їх у повноправних учасників заходу, який переживає певні почуття, може проявити себе і залучений до процесу, що сприяє зростанню зацікавленості гостей заходом, який проводиться. За нашого часу спостерігається надмірне інформаційне перенасичення, поширення масової культури. У таких умовах можливість планувати події та творчо підійти до їх організації є вкрай важливою [33, с. 278].

У статті М. М. Поплавського івент-технології зазначені як механізм, за допомогою якою здійснюється координування діяльності всіх спеціалістів, які займаються організацією та проведенням спеціального заходу [39, с. 188]. У цьому формулюванні відображений більш прагматичний підхід до поняття івент-технологій, його управлінський аспект, що дозволяє синхронізувати роботу спеціалістів.

Як зазначає Л. П. Батенко, основою івент-технологій є формування термінологічних систем, що застосовуються для обробки та вивчення подій. Таким чином, івент-технології створені на підставі взаємодії певних об'єктів і суб'єктів, і для втілення конкретного проєкту слід зважати на їх цілі, потреби та інтереси. При цьому вагоме значення має окреслення завдань, які необхідно виконати, організація творчої команди та періодичне навчання її членів [4, с. 15].

Можна зробити висновок, що івент-технології – це набір інструментів та методів для організації та проведення різного виду заходів. Фактично івент-технології передбачають певну стратегію управління подіями, яка

охоплює планування, створення та перевірку ідеї, координацію роботи спеціалістів, технічне забезпечення, оцінку ефективності результатів. Характерно, що сьогодні івент-технології представляють собою як традиційні підходи до організації івентів, так і інноваційні рішення.

Застосування івент-технологій передбачає розуміння психології масової комунікації, механізмів впливу на аудиторію. Також вони включають широкий спектр інструментів, серед яких: програмне забезпечення, інтерактивні платформи, інструменти для аналітики. Крім того, наразі у процесі використання івент-технологій наявна тенденція до поєднання онлайн та офлайн форматів, в результаті чого створюються гібридні івенти.

Ще одним поняттям, яке потребує з'ясування у цьому дослідженні, є інноваційний розвиток. Так, інноваційний розвиток визначають як безперервний процес якісних змін у виробництві чи в соціальній сфері, який виникає як наслідок створення та поширення нових знань, технологій, матеріалів, способів організації управління, покращення освіти, що в цілому здійснюється для підвищення ефективності виробництва та якості життя людини [15, с. 31]. Це визначення охоплює як виробничу, так і соціальну сферу, включає різні інновації, акцентує увагу на важливості освіти та фактично вказує на подвійну мету інноваційного розвитку – економічну ефективність та покращення життя населення.

І. О. Галиця зауважує, що інноваційний розвиток – це розвиток інноваційних систем [11, с. 32]. Таким чином, науковець підкреслює вагомість процесу інноваційного розвитку, суттю якого створення та впровадження у життя інновацій.

Необхідним для ефективного проведення цього наукового дослідження є також визначення поняття соціокультурної діяльності. Варто зазначити, що у наукових працях різниться підхід до його визначення, оскільки термін «соціокультурна діяльність» використовується у різних галузях знань, і до того ж є відносно новим. Як наслідок, поняття соціокультурної діяльності наповнюється науковцями різними смислами [70, с. 71]. Наприклад,

Н. В. Кочубей розуміє його як результат вибору людини у час дозвілля [22, с. 5].

Таке розуміння підкреслює добровільний характер діяльності, особистий вибір, який може виражатись у різних формах участі у культурному житті. Науковиця також визначає соціокультурну діяльність як систему дій, які є відображенням цілей політики держави в галузі культури та дозвілля. Окрім того, це процес залучення громадськості до культури з включенням людини у цей процес [22, с. 17]. На відміну від попереднього, це визначення фокусується на ролі державної політики у сфері соціокультурної діяльності та представляє її як структурований процес, що охоплює як індивідуальні, так і суспільні моменти.

Г. В. Лещук пропонує визначати соціокультурну діяльність як використання людиною своїх можливостей та здібностей з метою особистого розвитку, що має наслідком створення культурних цінностей та отримання нових знань, засвоєння культурних норм [24, с. 99]. Зазначене визначення відрізняється тим, що воно зосереджене на активній ролі людини у культурному процесі, на її ініціативі, наслідком якої є особисте зростання. Загалом у ньому підкреслюється вагоме значення творчих та пізнавальних аспектів соціокультурної діяльності.

На думку І. В. Балашенко, соціокультурна діяльність – це сукупність інтелектуальних, художніх та інших занять, у процесі яких формуються цінності людини [5, с. 75]. Головна особливість цього визначення – це увага на формуванні цінностей як результату соціокультурної діяльності. Можна дійти висновку, що таким чином вона формує світогляд і особистість людини загалом.

На основі проаналізованих наукових визначень та розуміння їх концепцій соціокультурну діяльність можливо визначити як комплекс інтелектуальних, творчих, художніх та інших практик, які спрямовані на розвиток особистості, формування її цінностей та активну взаємодію з культурним середовищем. Так, соціокультурна діяльність є комплексним

явищем, яке включає різноманітні активності людини, що проявляються в культурному просторі. Вона є відображенням прагнення до самовираження, набуття нових знань, пізнання, прояву за допомогою творчості.

Інтелектуальна складова соціокультурної діяльності передбачає необхідність осмислення культурних феноменів, що є результатом взаємодії з культурним простором. Як наслідок, інтелектуальна діяльність сприяє розвитку навичок критичного мислення та розширенню світогляду.

Творча складова соціокультурної діяльності є головним фактором для проявлення, розкриття потенціалу особистості, що відбувається завдяки різним формам самовираження, які охоплюють традиційні види мистецтва, так, різноманітні види творчості. В результаті людина має змогу виражати свої почуття, емоції, втілювати ідеї, що в подальшому впливає на культурне середовище та формує певні смисли та цінності.

Художня практика в контексті соціокультурної діяльності є вкрай важливою, так як вона забезпечує отримання естетичного досвіду та переживання емоцій та почуттів. За допомогою взаємодії з творами мистецтва, участі у соціокультурних заходах людина розвиває естетичний смак.

Спрямованість соціокультурної діяльності на розвиток особистості відображає її гуманістичну природу, а також підкреслює необхідність активної участі людини у культурних процесах.

Формування цінностей завдяки соціокультурній діяльності є аспектом соціалізації, засвоєння традицій. Одночасно у кожної людини формується своя система цінностей.

Отже, за своєю сутністю соціокультурна діяльність є комплексним механізмом, за допомогою якого реалізується потенціал особистості і навіть потенціал суспільства. Вона сприяє збереженню культурної спадщини, адаптації людини до соціокультурного середовища, формуванню культурного простору.

Висновки до розділу 1

На підставі проведеного аналізу проблеми івент-технологій для інноваційного розвитку соціокультурної діяльності можна дійти висновку, що питання їх використання у соціокультурній сфері привертає увагу науковців з кінця ХХ ст. У цей час відбувається становлення івент-менеджменту як напрямку наукових досліджень.

У науковій літературі питанню застосування івент-технологій в інноваційному розвитку соціокультурної сфери приділено недостатньо уваги. Окремі аспекти цієї проблеми вивчали Г. М. Дергачова, В. М. Мисик, Г. В. Олексюк, І. І. Пархоменко, І. В. Петрова, О. М. Радіонова, І. Є. Свирид та ін.

Не зважаючи на те, що в науковій думці сьогодні немає єдиної системи знань щодо івент-технологій як напрямку наукових досліджень, в Україні активно проводиться вивчення сфери івент-менеджменту загалом. Проблематику івент-менеджменту досліджували І. Я. Антоненко, О. Б. Власенко, Г. М. Дергачова, Г. В. Олексюк та ін. Темі івент-технологій присвячені праці М. Ю. Пашкевич, О. М. Радіонової, П. Ю. Таміли, Л. П. Червінської. Проблематика використання в організації соціокультурної діяльності івент-менеджменту відображена у роботах І. В. Петрової, Н. М. Цимбалюк. Івент-технології як фактор розвитку культурно-довзілцевої діяльності дослідила І. Є. Свирид.

Наразі проблема використання івент-технологій у соціокультурних проєктах, а також питання способів приведення їх у відповідність до сучасних інноваційних процесів потребують поглибленого комплексного дослідження.

Термінологічну базу дослідження складають наступні терміни: «івент», «івент-технологія», «інноваційний розвиток», «соціокультурна діяльність», які можна визначити таким чином:

1. Івент – спеціально організований захід задля досягнення певної мети та взаємодії із цільовою аудиторією.

2. Івент-технологія – це перетворення заходу в абсолютно винятковий з точки зору сприйняття його відвідувачами [40, с. 6].

3. Інноваційний розвиток – це безперервний процес якісних змін у виробництві чи в соціальній сфері, який виникає як наслідок створення та поширення нових знань, технологій, матеріалів, способів організації управління, покращення освіти, що в цілому здійснюється для підвищення ефективності виробництва та якості життя людини [16, с. 31].

4. Соціокультурна діяльність – це комплекс інтелектуальних, творчих, художніх та інших практик, які спрямовані на розвиток особистості, формування її цінностей та активну взаємодію з культурним середовищем.

РОЗДІЛ 2

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Види івентів у соціокультурній сфері

У світлі соціокультурної діяльності івенти підтримують розвиток мистецтва та освіти, формують культурний простір. Заходи у соціокультурній сфері можуть бути надзвичайно різноманітними за своїми цілями та завданнями. Дослідження різних видів івентів у соціокультурній діяльності сприятиме кращому розумінню світу івентів організаторами подій та допомагатиме досягненню успіху у цій сфері.

Першими івентами в історії, найімовірніше були древні релігійні ритуали, а також громадські заходи: обрання вождя, посвята у жерці, святкування успішного полювання. На зорі історії людства організаторами івентів були шамани, які запроваджували ритуали і в подальшому знали особливості їх проведення [72, с. 153].

Згодом заходи ставали складнішими та набували більш вишуканих рис. У зв'язку з появою державного устрою з'явилися державні свята, а також свята окремих міст, почали відбуватись коронації, почастишали релігійні заходи, які могли охоплювати величезні території. Водночас життя кожної людини теж складно було б уявити без святкування різних подій: дня народження, ювілеїв, весілля тощо [71, с. 161].

Таким чином, івенти є частиною людського життя і з давніх часів слугують для об'єднання громадськості, поширення знань, підтримки традицій, відзначення важливих подій, які відбуваються як у житті держави, міста, спільноти, так і в житті окремої людини. При цьому з розвитком суспільства івенти ускладнились та стали вагомим засобом комунікації та впливу. З'явилась окрема індустрія організації подій, нові типи івентів, викликані потребами сучасної людини, наприклад, флешмоби, воркшопи.

Івенти характеризуються значною різноманітністю. Наприклад, О. М. Радіонова виділяє дві основні групи івентів: розважальні заходи та ділові [40, с. 8]. Серед ділових заходів виокремлюються власне ділові, корпоративні ділові заходи та спонсорінг. Ділові заходи характеризуються великою різноманітністю форматів, які включають пресконференції, конгреси, церемонії, виставки, «круглі столи», програми щодо супроводу та організації перебування делегацій тощо.

У свою чергу розважальні заходи поділяються на масові, корпоративні та приватні. Прикладами масових івентів можуть бути презентації, концерти, церемонії, паради, фестивалі, карнавали. Корпоративні заходи охоплюють заміський відпочинок, календарні свята, тимблдинги на природі, спортивні змагання, благодійні заходи компанії. Приватні розважальні заходи – це весілля, день народження, пікнік, вечірка тощо [40, с. 8].

Варто відзначити, що розглянуті види івентів присутні в соціокультурній сфері. Наведений широкий спектр заходів відображають формальні та неформальні аспекти соціокультурної діяльності. Слід також звернути увагу, що структура розважальних заходів відтворює різні рівні соціальної комунікації – від публічних подій, що можуть мати значний масштаб до камерних заходів та приватних зібрань. Так, масові заходи залучають значну кількість людей і проводяться у публічних місцях. Корпоративні івенти, як правило, організовуються та проводяться для співробітників компанії. Приватні ж заходи призначені для невеликого кола гостей. Ділові івенти у соціокультурній сфері слугують для поширення знань, обміну досвідом, налагодженню професійних зв'язків та загалом сприяють розвитку різних галузей діяльності людини. Цікавою підкатегорією ділових заходів є спонсорські заходи, які поєднують бізнес, мистецтво, культуру та соціальні ініціативи.

Наведені види івентів відображають різноманітні аспекти суспільного життя – від відпочинку, розваг до бізнесу. Можна припустити, що ця

класифікація буде з часом розширюватись, що зумовлено динамічним характером соціокультурної діяльності.

Варто звернути увагу, що івенти можуть поєднувати у собі ознаки і розважальних, і ділових заходів. Наприклад, благодійні заходи можуть включати елементи розваг.

Г. М. Дергачова зазначає, що івенти слід класифікувати за характером подій, залежно від особи замовника, а також за місцем проведення. Так, за характером події розрізняють ділові, розважальні заходи, тимбілдинг. Залежно від особи замовника організоване свято може бути державним, приватним чи корпоративним. За місцем проведення, на думку вченої, варто виокремлювати приміський відпочинок, а також заходи на відкритих чи закритих майданчиках [12, с. 17].

Заходи також поділяють на:

- приватний івент (дитячі свята, хрестини, заручини);
- івент-менеджмент (процес координації та реалізації проєкту чи заходу);
- івент-маркетинг (систематична діяльність з організації івентів з метою просування продуктів чи послуг);
- діловий івент (заходи, завданням яких є налагодження ділових зв'язків, розвиток проєктів) [12, с. 18].

Необхідно підкреслити, що ця класифікація є відображенням багатоманітності івент-індустрії та її використання у різноманітних сферах життя. Приватні івенти задовольняють особисті потреби людей. У свою чергу ділові івенти зосереджені на професійній сфері та допомагають розвитку бізнесу. Що стосується івент-менеджменту, він забезпечує вдале втілення в життя ідеї будь-якого заходу, починаючи його плануванням і завершуючи реалізацією. Просуваючи бренди, товари, івент-маркетинг сприяє налагодженню взаємодії з аудиторією, створює з нею емоційний зв'язок. Такий поділ івентів ілюструє силу заходів у процесі досягнення різних цілей.

Г. Боудін поділяє івенти за критерієм їх розміру, а також за їх змістом. Так, за розміром вчений розрізняє такі види заходів:

- місцевого значення – події, до яких залучається місцева громада;
- національного значення – івенти, що за своїми масштабами здатні зацікавити велику кількість відвідувачів, висвітлення їх у засобах масової інформації та наслідком проведення яких є значна економічна вигода;
- визначні події – заходи, які мають широке суспільне визнання і починають асоціюватись з певним місцем та з часом стають традиціями;
- мега івенти – події світового масштабу, які здійснюють глобальний вплив, наприклад, Олімпійські ігри [9, с. 74-75].

Слід зазначити, що івенти місцевого значення змінюють місцеві громади, дають відчуття спільності, приналежності. Національні івенти є важливими не тільки для економіки, адже по суті вони роблять вклад у розвиток національної ідентичності. Визначні події, або «hallmark events», – особливий вид заходів, унікальність яких полягає у їх зв'язку з місцем проведення. Можна зробити висновок, що цей вид івентів сприяє символізації окремих міст, країн та загалом сприяє розвитку туризму. Мега івенти відображають найбільший рівень впливу подій. Вони мають здатність змінювати імідж держав.

За змістом Г. Боудін виокремлює такі види івентів:

- культурні івенти – заходи, серед яких слід відзначити фестивалі, що різняться за своїм масштабом та рівнем складності: фестивалі з високим рівнем професійної підготовки можуть мати багато цілей, наприклад, широкого висвітлення в засобах масової інформації, великої аудиторії; фестивалі, що прив'язані до певної місцевості: від малих сіл до мегаполісів та які проводяться за участю місцевої громади; мистецькі фестивалі – сконцентровані на певному виді мистецтва та які дозволяють до них долучитись та пропонують різні активності, зокрема, майстеркласи; інклюзивні фестивалі – проводяться для окремих груп населення; музичні фестивалі; календарні свята;

- спортивні івенти – події, серед яких розрізняють мега спортивні івенти, що передбачають змагання за їх проведення; івенти національного та міжнародного значення; одноразові події та шоу-події;

- бізнес-івенти – виставки, заохочувальні тури, конференції тощо [9, с. 74-84].

Заслуговує на увагу підхід до класифікації івентів, запропонований О. М. Радіоною. Так, вчена поділяє івенти залежно від їх формату на наступні види:

- офлайн заходи – івенти з «живим» спілкуванням з гостями в обраних для цього місцях;

- онлайн заходи – передбачають віддалене проведення за допомогою Інтернету;

- гібридні заходи – проводяться із частковим застосуванням віддаленої доставки інформації, оскільки учасники можуть взяти участь в трансляції або приїхати безпосередньо на місце проведення заходу;

- віртуальні заходи – передбачають застосування технологій віртуальної та доповненої реальності [41, с. 94].

Зазначена класифікація свідчить про адаптацію івентів до мінливих суспільних потреб та постійного технологічного прогресу. Кожен із перелічених заходів наділений своїми перевагами: онлайн заходи дозволяють учасникам спілкуватись шляхом безпосереднього контакту, гібридні заходи забезпечують поєднання двох різних форматів. Надзвичайно великого значення набувають сьогодні онлайн івенти, що створюють можливість участі в них людям з різних куточків світу. Отже, роблять заходи ще більш доступними.

Одним із видів розважальних івентів у соціокультурній сфері є фестивалі, які можуть стосуватись музики, літератури, кіно, театру, образотворчого мистецтва. Варто зазначити, що перші в історії фестивалі мали за мету не тільки святкування подій, а й оздоровлення людей після тривалого періоду фізичної праці, наприклад, збирання врожаю. Як вказує

В. М. Мисик, їх специфікою було відзначення знакового дня або намагання згуртувати людей, об'єднати їх за допомогою культурно-мистецького заходу. Перші фестивалі також мали ритуальну сторону або релігійний аспект. Водночас такі елементи, як танці, музика, театр були присутні в усі часи [27, с. 41].

Нерідко фестивалі несуть у собі елементи інших івентів, наприклад, виставок, майстеркласів, вистав, що дозволяє привабити значну кількість людей з різними інтересами та потребами. Наприклад, при проведенні кінофестивалів не тільки відбувається показ нових фільмів, а й зустрічі з режисерами, акторами.

Ще одним значущим видом івентів у соціокультурній сфері є виставки. Ці заходи присвячуються науці, мистецтву, археологічним знахідкам тощо. Зазвичай виставки відбуваються у культурних центрах чи галереях, надаючи змогу відвідувачам отримувати нові знання, ознайомитись з експонатами. Все більшою популярністю користуються інтерактивні виставки, які часто використовуються у науково-освітній сфері.

Важливим видом івентів є майстеркласи, що дозволяють отримати не тільки нову інформацію, а й практичний досвід та навички. Вони можуть стосуватись ремесел, культурних практик, бути присвяченими різним видам мистецтва. Позитивним аспектом майстеркласів є отримання персоналізованого досвіду та можливості безпосередньо поспілкуватись з експертами.

Вагому роль в професійному зростанні, обміні знаннями, досвідом та розвитку соціокультурній сфері загалом грають конференції, де відбуваються виступи фахівців, практиків на актуальні теми, що можуть охоплювати різні галузі діяльності [40, с. 8].

Перфоменси є особливим видом івентів соціокультурної сфери, здатних відобразити різні види мистецтва із застосуванням оригінальних підходів до взаємодії із аудиторією. Важливо, що вони мають потенціал

створювати незабутній досвід для відвідувачів у тому числі завдяки вибору організаторами незвичних локацій.

Оригінальними сучасними формами івентів є ніч музеїв, ніч в бібліотеці, які надають можливість відвідувачам незвично провести дозвілля, а закладам культури – привернути увагу до своїх послуг. Вони відбуваються у вечірній або нічний час, включають спеціальні програми, театралізовані вистави, активності, які в результаті залучають нову аудиторію до закладів культури.

Громадські акції, як різновид івентів, призначені привертати увагу до соціальних проблем, а також можуть мати за мету збір коштів, просування ідей, зокрема, за допомогою мистецтва та культури.

Слід також зазначити про освітні заходи, наприклад, лекції, семінари, спрямовані на розповсюдження знань та які можуть охоплювати широкий спектр тем.

Важливою складовою соціокультурної сфери є спортивні заходи, включаючи як місцеві, так і міжнародні змагання, що роблять вклад у здоровий спосіб життя та об'єднують людей. Останнім часом спортивні івенти стають все більш комерціалізованими та є засобом реклами для багатьох кампаній. Водночас у цій сфері також характерне поєднання спортивних змагань з проведенням концертів, різноманітних виступів, що значно сприяють подальшому поступу івент-індустрії. Окрім того, на її зростання також впливає використання під час проведення таких подій сучасних технологій [27, с. 46].

Виставки – ще один важливий вид івентів у соціокультурній сфері, що об'єднує відвідувачів єдиною темою або галуззю. На думку Г. Боудіна, виставки – це локації для презентації товарів чи послуг перед аудиторією для збільшення продажу та надання інформації споживачам про продукт [9, с. 89]. Проводяться як невеликі виставки, так і масштабні заходи, наприклад, ярмарки, для яких використовуються виставкові комплекси. Такі івенти дозволяють обмінюватись досвідом, налагоджувати ділові зв'язки,

встановлювати нові контакти, стежити за новими тенденціями у відповідній галузі. Цікавим є поєднання виставок разом з іншими івентами, наприклад, майстеркласами, конференціями, що перетворює їх на ще більш привабливі заходи для відвідувачів.

Необхідно зазначити, що виставки поділяють на такі види:

- сільськогосподарські покази, які відбуваються в сільській місцевості, як правило, раз у рік;
- споживчі шоу, що зазвичай становлять інтерес для широких верств населення і присвячуються садівництву, моді, інтер'єру тощо;
- спеціалізовані торговельні майданчики, увага при організації яких зосереджена на товарах та цільовій аудиторії;
- приватні виставки, що передбачають проведення промошоу у певному магазині разом із концертом [9, с. 79-84].

Можна дійти висновку, що різноманітність івентів у соціокультурній сфері є проявом багатосторонності сучасного культурного життя та наявністю потреб у різнобічних формах вираження творчості. Загалом види івентів у соціокультурній сфері можна поділити на дві категорії: розважальні та ділові. Розважальні у свою чергу поділяються на масові, корпоративні та приватні заходи. Ділові івенти включають власне ділові, корпоративні ділові та спонсорські заходи. Кожен вид івенту має свої цілі та завдання, наділений властивими йому особливостями. Так, фестивалі здатні об'єднувати багатьох людей, в той час як майстеркласи сприяють зануренню в обрану тему. Багатоманіття заходів здатне задовольнити найрізноманітніші культурні потреби та інтереси та допомагати у розвитку соціальної взаємодії. Зважаючи на технологічні інновації, можна очікувати на подальшу появу нових видів івентів. Який би вид заходу не використовувався на практиці, вагоме значення має вибір підходів до організації івентів у соціокультурній сфері, проведення експериментів з різними форматами заходів для створення унікального культурного досвіду.

2.2. Особливості застосування івент-технологій у соціокультурній діяльності

Сьогодні івент-технології є невід'ємною складовою соціокультурної діяльності, які дозволяють створювати креативні заходи, соціально значущі події, що мають за мету не тільки розважити, але й об'єднувати людей, сприяти їх культурному розвитку, зростанню рівня освіченості. Особливості застосування івент-технологій у соціокультурній діяльності відображають її специфіку та цілі.

Івент-технології є реалізацією виняткових соціокультурних практик, які є відображенням розвитку культури. Крім того, професійний підхід до організації події сприяє втіленню креативних ідей, стимулюванню активної участі відвідувачів у заході, що загалом є підґрунтям для прийняття новітніх рішень, запровадження інновацій [25].

Івент-технології, базою яких є суспільна творчість, управлінська діяльність, креативність організаторів заходів, мають не тільки відповідати потребам сьогодення, але й враховувати перспективи розвитку культури [44, с. 73].

При плануванні івентів необхідно враховувати не тільки їх змістовне наповнення, але й емоційну складову, яка може мати сильний вплив на сприйняття події її учасниками.

Характерно, що споживачі очікують від івенту розважальних вражень. Це прагнення посилюється сьогодні наявністю війни, криз, складних ситуацій, що ще більше призводять до потреби в позитивних емоціях. Враження мають деякі особливості. По-перше, вони невловимі. Отже, репутація того, хто постачає враження, є дуже важливою. По-друге, враження швидко минають і є особистісними. Сьогодні використовується такий термін, як «простір вражень». Коли споживач потрапляє у цей простір, він відчуває ідеологію бренду, залучається до дій, пов'язаних з певною торговельною маркою. Одним із перших, хто почав використовувати

«простір вражень», була студія Disney, яка створила «Діснейленд», що містить сцени зі знайомих усім фільмів, декорації, можливість зробити фото з відомими персонажами з кінофільмів. Такий простір є схожим на театр. Одночасно він знайомить відвідувача з цінностями бренду, сприяє його диференціації, зближує інтереси споживача та бренду, стимулює звикання до нього [33, с. 285].

Поява такого підходу зумовлена надмірною кількістю товарів, реклами, що пропонуються споживачам, та відповідно необхідністю пошуку нових концепцій маркетингу. Так, був створений маркетинг подій, шоу-маркетинг. Відтепер івенти перетворюються на театральні вистави зі своїм сценарієм, виконавцями та відвідувачами, що залучаються до активної участі в заході.

Слід додати, що існуюча індустрія вражень передбачає не тільки розваги, але й водночас є індустрією залучення, до якої відносять маркетинг подій, що передбачає систематичну організацію та проведення заходів як бази для представлення товару, послуги чи компанії з акцентом на враження і взаємодію зі споживачем. Концепція івенту ґрунтується на емоційному переживанні заходу, тобто проживанні людиною емоцій та почуттів, які виникають. М. Ю. Пашкевич акцентує увагу на необхідності використання напрацювань менеджменту подій та, досліджуючи сучасні івент-технології, робить такі висновки про їх застосування:

– вираження у часі та просторі – ціллю івент-менеджера є наділити певну «історію» рисами реальності та перетворити цільову аудиторію в її учасників, адже захід надає бренду матеріальності;

– завершеність процесів – захід повинен мати логіку, яка співпадатиме з думкою цільової аудиторії, зміст, повідомлення про головні цінності бренду; у разі порушення визначених правил гри, нечіткого завершення події, захід втрачає світ статус;

– суспільні та природні зміни – специфікою подієвого маркетингу є те, що зміни можуть належати до питання якості продукту та нести ідею поліпшення життя споживача;

– суб’єктивна цінність для відвідувачів – захід має змінити значення бренду для цільової аудиторії [33, с. 287].

Таким чином, після відвідування івенту в ідеалі в його учасника має з’явитись новий рівень позитивного ставлення до певного продукту, компанії чи закладу.

Вищезазначені наукові положення висвітлюють важливі аспекти управління івентами. Загалом підкреслюється необхідність організації логічно структурованих подій, які дарують враження та є соціально значущими. В контексті впливу на сприйняття бренду івент-технології є потужним інструментом для створення нового досвіду та швидкої зміни ставлення людей до певного товару чи послуги.

В цілому вищезазначене відображає сучасний тренд на формування у відвідувачів захоплюючого, вражаючого досвіду від участі в івентах як формах соціокультурної діяльності, з акцентуванням уваги на максимальному впливі на гостей заходів. Аналогічно, велике значення належить поширенню отриманих вражень від івенту, внаслідок чого можна стверджувати про можливість впливу, зокрема, довгострокового, не тільки на його учасників, але й на більш широку аудиторію.

Важливим аспектом івент-технологій, про який зазначає М. Ю. Пашкевич, є перетворення аудиторії на активних учасників певної «історії». Авторка дипломної роботи проводить соціокультурні заходи, використовуючи івент-технології, які передбачають інтерактивну діяльність із залученням учасників івенту до різноманітних активностей. Наприклад, щороку організовується екскурсія, присвячена Дню пам'яті трагедії Бабиного Яру, частиною якої є групова робота зі створення особливих композицій, що має освітньо-виховний характер та яка спрямована на збереження історичної пам'яті, формування цінностей миру та людяності (додаток 1).

У рамках Дня іменинника для переміщених родин авторка кваліфікаційної роботи застосовує комплекс івент-технологій, які охоплюють святкове оформлення простору, забезпечення інклюзивності та спільне

святкування для об'єднання людей та психологічної підтримки вразливих груп населення (додаток 1).

Івент-технології – важливий чинник змін у соціокультурній сфері. Вони стимулюють креативність та впровадження інновацій у культурний простір. Окрім того, івент-технології активізують взаємодію між людьми, чим сприяють розвитку соціуму, зокрема, за допомогою втілення нових творчих практик. Варто підкреслити роль цифрових технологій, що відривають можливості для втілення культурних проєктів з використанням віртуального середовища [25].

Досліджуючи особливості івент-технологій, важливо звернути увагу, що подієва комунікація поєднує справжні і спеціальні події. Справжні дійсно існують, і серед них ювілеї, святкування виробничих результатів тощо. Спеціально організовані події, які ще називають псевдоподіями, мають такі особливості: для них обов'язкове попереднє планування, врахування інтересів цільової аудиторії. Окрім того, спеціальні події націлені на привернення уваги засобів масової інформації та створення деякого емоційного фону. У такому разі івент-технології підпорядковуються цілі привернути суспільну увагу та сформувані у громадськості певні переконання. Ці івенти відзначаються особливою оригінальністю [33, с. 288].

Варто звернути увагу, що зазначена класифікація відображає багатоманітність підходів до проведення культурних заходів. Справжні події є органічною частиною соціокультурного життя і природно об'єднують різні спільноти. Івент-технології в аспекті організації таких подій служать збільшенню зв'язку між сучасними заходами та українськими культурними традиціями. З іншого боку, псевдоподії більше тяжіють до інноваційного підходу до створення культурного простору. Ретельний підхід до їх підготовки, театралізований характер заходів призводить до створення унікальних культурних івентів, здатних значно впливати на свідомість людей. Бажання втілити оригінальні задуми зумовлює використання організаторами спеціальних подій інновацій, експериментувати в процесі

втілення культурних заходів, що формує нові способи культурного діалогу та суспільної взаємодії.

При розробці креативної ідеї заходу слід вирішити наступні завдання. По-перше, необхідно з'ясувати, яким чином наявна ідея допоможе досягти визначених завдань. По-друге, які емоції, що стосуються бренду чи продукту, проживатимуть відвідувачі під час івенту. По- третє, чи є головним у заході сам бренд, послуги закладу чи компанії. Доцільно також з'ясувати, чи є обрана ідея оригінальною, а сценарій – логічним та послідовним [45].

Необхідно зазначити, що вченою розкрито ключові аспекти організації івентів. Запропонований підхід відзначається комплексністю розуміння проведення ефективних заходів та є корисним для планування івентів у соціокультурній сфері. Акцентування уваги на досягненні поставлених цілей підкреслює цілеспрямованість івент-технологій. Крім того, івент у соціокультурній діяльності повинен відповідати певним культурним цілям та цінностям. Це сприятиме тому, що заходи виконуватимуть не тільки розважальну функцію.

Одним із вкрай важливих моментів при застосуванні івент-технологій є питання фінансування. Як зауважує Н. М. Цимбалюк, якими б чудовими не були ідеї стосовно запланованого івенту у його організаторів, якщо ресурси є дуже обмеженими, навряд чи вдасться втілити грандіозний захід. Тому вирішення питання фінансування соціокультурних проєктів полягає у поєднанні комерціалізації та підтримки держави [59, с. 120].

Потрібно також підкреслити, що увага до почуттів та емоцій гостей заходу важлива та має потенціал на створення глибокого зв'язку з його учасниками. У соціокультурному контексті вищезазначене має неабияке значення при плануванні івентів, емоційному залученні аудиторії, забезпеченні змістовної послідовності заходу, впровадженні інновацій.

Ще одним важливими аспектом івент-технологій є використання елементу гри. Ігрові технології сприяють досягненню запланованих результатів івенту, тому що гра – це універсальний інструмент отримання

позитивних емоцій. Перевагою гри є можливість такої діяльності людини, в якій вона може вільно себе проявляти, без страху настання наслідків, при цьому задовольняючи свою потребу у відпочинку. Принагідно варто звернути увагу, що доросла людина наділена декількома станами особистості, в тому числі й станом дитини. Так, кожному індивідууму притаманні риси, які є в дітях. Характерно, що доросла людина часом міркує, говорить і реагує на події, як у своєму дитинстві. Загалом при використанні гри люди отримують бажані почуття, приємно проводять свій час, проживають відчуття ігрового азарту та отримують задоволення [33, с. 290].

Авторка наукового дослідження застосовує у своїй практиці розважальні івент-технології, які містять елементи гри. Для прикладу, ігрові технології передбачають інтерактивні завдання з табличками, що містять літери, для побудови слів, творче використання повітряних кульок для створення фігур. При цьому авторка як організатор заходів використовує елементи театралізації та командної взаємодії (додаток 2).

При проведенні івентів можуть використовуватись технології соціально-культурної анімації, які сприяють комплексному вирішенню різноманітних проблем людини та допомагають особистості стати частиною конкретної соціокультурної дозвілєвої спільноти. Водночас сьогодні рідко використовується елемент гри, наприклад, при купівлі товару, у порівнянні з традиційними методами. Проте, даючи дорослій людині, яка завітала до магазину, нагоду пограти, та одночасно купити товар, виникає також можливість для покупця пережити певні почуття, покращити свій настрій. З іншого боку, гра стає «приманкою», яка починає працювати у разі наявності у споживача деякої слабкості, наприклад, бажання задовольнити свою цікавість, отримати позитивні емоції [33, с. 291].

Низка зауважень виникає при розгляді питання щодо питання застосування ігрових елементів при проведенні івентів, оскільки надмірне захоплення ними може відволікати від головної мети заходу. Це має

особливе значення у бізнес-івентах, при проведенні яких вкрай важливо зберегти баланс між завданнями заходу і розвагами.

Інша проблема полягає в тому, що не кожному учаснику можуть підійти ігрові активності. Більше того, деякі люди відчують дискомфорт, коли їх змушують брати участь у публічних іграх. Таким чином, частина аудиторії може проживати почуття відчуженості, що загалом негативно впливатиме на враження від заходу.

Отже, хоча гра є важливим інструментом, і її використання потребує ретельного планування та врахування як переваг, так і недоліків ігрових елементів з метою досягнення як цілей заходу, так і формування позитивного досвіду у всіх відвідувачів.

Організатори подій також використовують технології чуттєвого впливу. Такі технології передбачають взаємодію з учасниками заходу шляхом впливу на їх органи чуття. Так, івент-технології, які впливають на зорове сприйняття аудиторії, включають інтенсивність освітлення, застосування екранів при здійсненні демонстрацій, кольорове оформлення приміщення, дрес-код, наявність рекламних матеріалів [33, с. 293].

Звуковий супровід івенту створює атмосферу та збільшує емоційний вплив на відвідувачів заходу. Фонова музика може задавати настрій, а складні музичні твори, звукові ефекти посилюють головні моменти у виступах. Чисте звучання забезпечується професійним обладнанням, пристосованим до особливостей обраного приміщення. Вдало підібраний звуковий супровід може створити незабутні враження від заходу.

Використання оригінальних смаків також може мати значний вплив на учасників івенту. Івент-менеджери намагаються підібрати меню відповідно до стилістики події. При цьому враховується не тільки бюджет заходу, але і його особливості. Тому формат харчування може бути різноманітним та бути представленим, наприклад, у вигляді барбекю, фуршету чи бенкету.

Рідко при проведенні заходів використовуються запахи, оскільки кожен з відвідувачів івенту надає перевагу, як правило, іншому аромату. Водночас в

івент-індустрії інколи використовують запах розмарину, кави, лимону для ділових заходів. Зробити спілкування більш приємним, зняти емоційне напруження допомагає використання, зокрема, тактильних відчуттів під час проведення конкурсів чи тимблдингу [33, с. 294].

Варто зазначити, що в Україні застосування івент-технологій має особливе значення для зміцнення національної ідентичності та патріотизму. Проведення івентів в умовах викликів, з якими зіткнулась держава, є соціальною місією, що повинна мати за мету збереження культурної спадщини та історичних здобутків.

Водночас не слід забувати про значення відпочинку для учасників івенту. Зважаючи на напружену ситуацію в країні, люди мають потребу у можливості відволіктись від турбот, переживанні позитивних емоцій, відновленні своїх сил. Зважаючи на це, при здійсненні організації заходів необхідно притримуватись балансу між створенням приємної, радісної атмосфери та патріотичного настрою.

Сьогодні особлива увага має бути приділена проведенням заходів, спрямованих на підтримку української мови, літератури, мистецтва, національних традицій. Такі івенти не тільки є інструментами збереження національної ідентичності, але також можуть бути привабливими для широкої аудиторії. Авторка кваліфікаційної роботи впроваджує івент-технології при проведенні патріотичних заходів, присвячених Дню писемності та мови і Дню вишиванки. При цьому використовується тематичне оформлення залу, залучення студентів у національному вбранні, що сприяє формуванню емоційного зв'язку молоді з культурною спадщиною України та забезпечує патріотичне виховання (додаток 3).

Проведений аналіз застосування івент-технологій у соціокультурній діяльності дає змогу дійти висновку, що ці технології надають широкі можливості для підвищення ефективності організації та проведення заходів, освіти, культурного обміну, взаємодії між людьми в цілому. Вони

дозволяють забезпечити доступність івентів, їх інтерактивність, емоційну насиченість, що загалом сприяє культурному розвитку суспільства.

Характерно, що івент-технології у соціокультурній діяльності використовуються для посилення культурного впливу на громадськість. Особливістю їхнього використання є зосередженість на формуванні культурного досвіду та тісних соціальних зв'язків, що втілюється завдяки інтерактивному простору, де відвідувачі мають змогу активно взаємодіяти між собою, з об'єктами культури, а також ділитись своїми ідеями. Наприклад, використання музеями технологій віртуальної реальності відкриває для відвідувачів можливість «подорожі» в інший час чи простір, який дозволяє краще зрозуміти експонати музею, їх історичний контекст чи культурну цінність.

Важливою особливістю є адаптація івент-технологій до потреб різних соціальних груп, людей різного віку та з різними можливостями. Актуальним є забезпечення доступності івентів шляхом використання інтерактивних дисплеїв, створення спеціальних мобільних додатків зі спрощеною навігацією для полегшення отримання інформації.

Для процесу використання івент-технологій у соціокультурній сфері характерне також збільшення ролі освітньої компоненти заходів, які проводяться. Так, це проявляється у інтерактивності івентів, поєднання розважальних програм з навчанням, застосування гейміфікації при висвітленні різноманітних культурних чи історичних подій, створенні цифрових платформ для спілкування та обміну знаннями між відвідувачами заходів.

Ще однією особливістю є використання івент-технологій з метою збереження культурної спадщини, що передбачає створення цифрових архівів, віртуальних екскурсій, які забезпечують доступ до знань про історичні пам'ятки для широкої аудиторії.

Сучасні івент-технології стають в пригоді при організації мультидисциплінарних проєктів, наприклад, при проведенні вистав з

використанням технологій доповненої реальності. Зазначені проекти є привабливими для великої аудиторії та стають підґрунтям для створення нових форм культурного вираження.

З допомогою івент-технологій створюються та розвиваються різноманітні платформи для соціальної взаємодії, обговорення різних тем культури та мистецтва, проведення дискусій. Важливу роль у цьому грають соціальні мережі, які також сприяють залученню нової аудиторії. Таким чином, івент-технології здатні формувати нові спільноти, пов'язані з проведенням заходів.

2.3. Інноваційні технології в організації та проведенні івентів

Технології стали невід'ємною частиною життя людини і впливають на її спілкування, проведення вільного часу, а також невинно змінюються завдяки інноваційним розробкам. Івент-індустрія не є виключенням, і при проведенні заходів сьогодні застосовуються нові технології, які стають все доступнішими.

Менеджери у соціокультурній сфері адаптуються до змін та використовують технології для взаємодії з клієнтами. Наприклад, соціальні мережі, вебсайти дають змогу поширювати інформацію та ефективно комунікувати з цільовою аудиторією [18, с. 145].

Технології у сфері івент-індустрії сприяють комунікації та діють для компаній як «еквалайзер». Так, наприклад, вже звичним став продаж квитків онлайн. Чат-боти, розсилки електронною поштою, інтерактивні платформи змінюють спосіб взаємодії між організаторами івенту та його учасниками, дозволяючи здійснювати швидкий зворотній зв'язок, координувати різноманітні аспекти заходу. Застосування штучного інтелекту сприяє створенню персоналізованого контенту, врахуванню потреб аудиторії, спрощенню роботи завдяки автоматизації щоденних рутинних процесів. Таким чином, інновації трансформують «форму» івент-індустрії [58, с. 100].

У праці Л. Рохас досліджено трансформації у домашньому дозвіллі в Іспанії. Науковиця аргументує, що специфіка цифрових технологій впливає на дозвілля, змінюючи його сенс, та формує поєднані простори відпочинку, де одночасно можна спілкуватись зі значною кількістю людей відповідно до своїх інтересів. Нові технології дарують відчуття спільності. Таким чином, відбувається індивідуалізація дозвілля, і люди, що проживають в одній оселі, можуть мати неоднакові види відпочинку [43, с. 76]. Отже, наразі довгі комунікативні зв'язки змінюються короткими за тривалістю, проте, з великою кількістю учасників. Водночас обмін інформацією став сьогодні значно інтенсивнішим.

Вчена підсумовує, що цифрові технології створили можливість фрагментувати дозвілля і також поєднувати дії, які раніше могли відбутись тільки в різний час і в різному просторі [43, с. 77].

Можна дійти висновку, що сучасні технології докорінно змінили спосіб використання людиною часу і простору. Наразі розмиваються межі між роботою людини та її відпочинком, реальністю та віртуальним простором, значно змінюється структура дозвілля.

Інноваційні технології трансформують також роботу соціокультурних закладів. Сьогодні культурно-дозвіллеві установи стають багатофункціональними та не мають суворого функціонального поділу. В їх роботі поєднані різні дозвіллеві функції. Сучасні музеї та бібліотеки мають зони для відпочинку, інтерактивні експонати, кафе, голографічні проєкції історичних персонажів, дитячі ігрові кімнати та ін. Бібліотеки активно намагаються розширити доступ до інформації для своїх користувачів, створюючи електронні бібліотеки, аудіо- та відеоматеріали, медіатеки, що містять дані про мистецькі твори [36, с. 198].

Характерно, що кожен дозвіллевий заклад має свій зручний для користування та естетично оформлений сайт про свою роботу. Принагідно слід звернути увагу, що загалом інтернет-технології у театральній, концертній, музейній та інших видах діяльності сприяють наданню доступу

до культури та мистецтва широкому загалу, незалежно від матеріального становища і місцезнаходження.

Варто зазначити, що завдяки цифровим технологіям комунікація закладів культури зі своєю аудиторією з допомогою мережі Інтернет стала невід'ємною частиною їх роботи. Більше того, інтеграція нових технологій дає змогу створювати інноваційні формати взаємодії з відвідувачами.

Сьогодні технології швидко змінюють індустрію івентів і розкривають широкі можливості як для їх організаторів, так і для учасників. Трансформується підхід до організації та проведення заходів, який дозволяє створити унікальний досвід для публіки.

Характерно, що використання нових технологій значно збільшилось з 2020 року, у зв'язку із масовим поширенням гібридних заходів. Невід'ємною частиною івент-індустрії стали онлайн-івенти, які створюють для організаторів нові виклики. Підвищення якості їх проведення забезпечується завдяки технологіям, які дозволяють здійснювати стримінг, інтерактивні онлайн-сесії. Застосування інновацій сприяє розширенню аудиторії та робить івент доступним для учасників практично з будь-яких куточків світу.

Нові горизонти при проведенні онлайн-івентів відкривають технології віртуальної та доповненої реальності, занурюючи в особливу атмосферу заходу. Такі інноваційні технології перетворюють віртуальні виставки, презентації на дещо абсолютне нове, і це значно впливає на зростання залученості аудиторії. Варто також зазначити, що використання технологій віртуальної та доповненої реальності призводить до того, що відвідувачі заходу мають справу зі штучно створеними «світами». З одного боку, це розширює можливості людини при взаємодії з культурною сферою. З іншого боку, потрібно враховувати, що трансформації в галузі технологій призводять до зміни цінностей, способу мислення, культурних норм [23, с. 176].

Аналогічна ситуація спостерігається щодо технологій доповненої реальності. Ці технології використовують реально існуючі предмети. Однак,

за допомогою програми на телефоні вони «оживають». Для цього організатори івентів заздалегідь готують різні об'єкти, наприклад, листівки. При цьому використовуються анімовані зображення, аудіофайли, інфографіка. Завдяки QR-коду учасники заходу завантажують необхідний мобільний застосунок. Надалі під час проведення івенту відвідувачі можуть відкрити програму, спрямувати телефон на об'єкт так, щоб розпізнати маркер [23, 177].

На думку О. Крупи та О. Губернатор, технології доповненої реальності сприяють зміні підходів до організації заходів, пропонують необмежені можливості для творчості. Відео, створені на основі технологій доповненої реальності, є яскравими та швидко зберігаються. Таким чином, відвідувачі івенту можуть ділитись ним зі своїми друзями та родичами, поширюючи інформацію про подію, бренд чи певний продукт [23, с. 175].

Отже, завдяки застосуванню віртуальної і доповненої реальності у сфері івент-індустрії відкриваються нові горизонти. Вже звичним стали VR-атракціони, віртуальні окуляри, які можна придбати для ігор. Водночас використання віртуальної реальності при проведенні івентів є справжньою новинкою і характеризується значним прогресом в івент-індустрії [16].

VR-технології дозволяють учасникам зануритись у конкретну подію, отримати незабутні враження та спілкуватись у 3D-середовищі, незалежно від того, де вони перебувають насправді. Віртуальна реальність, наприклад, технологія конструювання штучних світів, яка створює подібний до реальності світ, змінює уявлення про такі усталені поняття, як буття та простір. Якщо людина в реальності здатна бути лише в одній точці простору, то з використанням технічних засобів вона переміщається у ще одну точку віртуально, незважаючи на те, де вона знаходиться насправді. Як зазначає О. Каріна, віртуальна реальність, створена технічними засобами, призводить до появи переконання, що все можливо втілити. Як наслідок, користування такими технологіями спричинює також забуття реальності [17, с. 14].

Таким чином, віртуальна реальність здатна перенести відвідувачів заходу у штучне середовище. При цьому, як влучно зазначає Ю. В. Трач, для створення світу, подібного до реального, немає потреби моделювати його до дрібниць. Водночас варто врахувати, що програмні додатки надають можливість впливати в процесі проведення івенту на слух аудиторії, поширювати зорову інформацію і навіть впливати на дотик [54, с. 192].

Отже, технології віртуальної реальності мають практично необмежений потенціал для розвитку творчості людини. Невипадково наразі наявна велика кількість жанрів творів віртуального мистецтва, наприклад, відео-арт, медіаперформанс, мережеве мистецтво, саунд-арт та ін. Безсумнівно, досліджувані технології впливають і на проведення сучасних заходів. Так, у віртуальному просторі проводяться творчі виставки, які відвідують люди, незалежно від місця свого проживання. У цьому ж просторі організуються творчі вечори, втілюються вражаючі артінсталяції [54, с. 197].

Технології віртуальної реальності є корисними при проведенні різноманітних VR-заходів, VR-квестів, а також ігор. Наприклад, ці технології можна використати при здійсненні презентації бренду, його товарів або взагалі організувати з їх допомогою концерт. Відвідувачі івенту користуються отриманими VR-окулярами, які містять контент, та переносять їх у подію з відчуттям присутності на івенті. При цьому цей формат можна використати в одному місці, де знаходяться відвідувачі заходу, а можливо скористатись віддаленим форматом у разі, якщо учасники мають різне місцезнаходження. Івент-менеджери забезпечують надання необхідного обладнання, інструктують щодо його використання.

Для проведення VR-квестів наразі працюють спеціальні приміщення, де втілюються командні ігри, і відвідувачі івенту у VR-окулярах долають перешкоди і проходять визначені завдання одночасно спілкуючись між собою [16].

На відміну від особливостей віртуальної реальності, для AR-технологій не потрібні віртуальні окуляри чи визначене приміщення. Цей формат

характеризується доповненим ефектом, який втілюється завдяки смартфону та додатку. Як зазначалось вище, компанії створюють маркери, які наносять на свою продукції. При скануванні цього маркера, наприклад, «оживає» персонаж, що надає інформацію про певний продукт. У такий спосіб створюють «живі» запрошення на захід, візитки тощо.

Технології доповненої реальності можливо використовувати при проведенні квестів. Також цікавим застосуванням AR-технологій у івент-індустрії є створення живих фотозон. Так, до фотобаннерів, до якого підходять гості для здійснення зйомки, долучають «живого» персонажа. Таким чином, при підготовці фотозон продумують і готових героїв, а також інші об'єкти та, окрім цього, наприклад, створюють 3D-об'єкт з його озвучуванням.

На увагу заслуговують технології змішаної реальності. MR-технології об'єднали у собі віртуальну та доповнену реальність. Використовуючи віртуальні шоломи, відвідувачі івенту бачать та чують. Окрім того, учасники заходу одночасно можуть взаємодіяти з довколишніми предметами реального світу. В. П. Титаренко звертає увагу на особливості використання змішаної реальності у виставкових заходах. Так, вчена зазначає, що MR-технології дають змогу поєднати фізичні та цифрові аспекти, дозволяють відвідувачам зануритись у мистецький контент і краще розуміти представлену тему [51, с. 1048].

Івенти проводяться також із залученням відеомеппінгу. Водночас слід звернути увагу, що така технологія відзначається високою вартістю та потребує відповідної локації. З допомогою відеомеппінгу івенти перетворюються на видовищні події, які надовго запам'ятовуються відвідувачам [16].

Варто зазначити, що відеомеппінг, хоча і не є новинкою, проте в івент-індустрії є дійсно інноваційний інструментом. Програмне забезпечення та проєктори забезпечують створення динамічних зображень, що накладаються, наприклад, на будівлі. Така технологія дозволяє створити вражаючі івенти у

соціокультурній сфері. Так, історичні пам'ятки можуть трансформуватись завдяки відеомепінгу в інтерактивні оповіді, музейні експонати можуть «оживати». Значний потенціал має ця технологія для використання при проведенні театральних вистав та створенні захоплюючих декорацій. Отже, з допомогою відеомепінгу івенти стають ще більш привабливі візуально, дозволяючи також по-новому взаємодіяти з об'єктами культури та мистецтва, та дарувати незабутній досвід глядачам.

Під час проведення івенту можуть застосовуватись дрони та квадрокоптери. Так, привертають увагу оригінальні способи їх використання, не тільки для відеозйомки, завдяки якій в подальшому створюють ролики про івент, але й для перенесення різноманітних об'єктів, наприклад, прапору, що належить компанії, сувенірів для гостей. Окрім того, захід доповнюють шоу дронів, яке відбувається під музику [16].

Можливості івенту значно розширюються завдяки роботам. Вони доповнюють захід завдяки різноманітним можливостям. По-перше, робот може бути співведучим, тобто помічником ведучого. Такі інтелектуальні роботи відповідають на питання відвідувачів івенту і навіть можуть вести прості діалоги. По-друге, існують селфі-роботи, що фотографують гостей та надсилають фото на електронну пошту або у соціальні мережі. Роботи-офіціанти подають напої та закуски. По-третє, на заходах можливо задіяти робо-руку, наприклад, при проведенні шоу. Такий робот здатен підійняти вантаж вагою до 300 кг.

Перетворити тимбілдинг на ще більш захопливий дозволяють RFID технології. Наприклад, учасники можуть отримати безконтактні браслети, за допомогою яких відзначаються лідери відповідного змагання. Більше того, ці технології дають змогу зробити на івенті каву, фото, запускати в роботу різноманітні об'єкти [16].

Технологією, що також заслуговує на увагу при плануванні заходу, є інноваційна інсталяція, яка дозволяє передати непрості ідеї в захоплюючій формі. Так, інтерактивні світлові інсталяції є помічниками у створенні

динамічних світлових шоу. VR та AR інсталяції занурюють учасників заходу у віртуальні світи чи доповнену реальність, створюючи незабутні візуальні ефекти. Звукові інсталяції залучають глядача з використанням звуку та візуальних образів [48, с. 153].

Ще одним помічником в івент-індустрії стає штучний інтелект. Автоматизоване спілкування з аудиторією забезпечують чат-боти, здатні цілодобово відповідати на запитання та надавати інформацію. Штучний інтелект може бути корисним для проведення аналізу вподобань учасників, зростання персоналізації досвіду. Також він є незамінним при необхідності опрацювати великі обсяги даних при здійсненні планування заходів і, таким чином, роблячи їх більш орієнтованими на відвідувачів.

Зробити захід більш інтерактивним можуть допомогти мобільні додатки. Вони забезпечують учасників івенту інтерактивними картами, можливістю спілкування, розкладом, спрощують проведення опитувань та голосувань.

Проведення динамічних презентацій забезпечують інтерактивні дисплеї, а з використанням голографічних проєкторів при проведенні івентів відвідувачі спостерігають видовищні візуальні ефекти.

Інноваційні технології можуть допомагати краще залучати аудиторію до взаємодії на заході, перетворюючи відвідувачів на активних учасників події.

По-перше, технології дають змогу створити досвід, який занурює у віртуальний світ та дарує унікальні відчуття. У справжнє видовище можливо перетворити івент завдяки запахам, звукам, тактильним відчуттям.

По-друге, застосування гейміфікації, технологій доповненої реальності підвищує рівень інтерактивності заходу, провокує активну взаємодію.

По-третє, сучасні технології сприяють персоналізації та дозволяють, зокрема, створювати контент, враховуючи інтереси конкретного гостя, що підвищує його відчуття значущості на заході.

Сучасні онлайн-івенти неможливо провести без аудіовізуальних засобів. Серед популярних систем відеозв'язку, які застосовуються в івент-індустрії, О. М. Радіонова називає програму Zoom, яка відрізняється простотою та зручністю використання; RingCentral, яка надає сервіс онлайн-конференцій, що можуть об'єднати до 500 учасників; Vast Conference, що забезпечує масштабну комунікацію та відеозв'язок у форматі HD [41, с. 94].

Варто відзначити також інше програмне забезпечення, яке стає у нагоді організаторам івентів. Програма для онлайн-конференцій, а також вебінарів ClickMeeting, яка має приватний чат, дозволяє проаналізувати результати онлайн-зустрічі, та є доволі зручним сервісом. Так, платформа має різні інструменти для підготовки презентацій, сховище для файлів, відображає статистику проведених заходів, допомагає робити прогнози. Програмне забезпечення GoToMeeting надає можливість провести онлайн-зустріч за участю до 2000 учасників. При цьому користувачеві не потрібно попередньо встановлювати на комп'ютер цю програму. Популярність у сфері проведення івентів має також програма FreeConferenceCall, що забезпечує проведення аудіоконференцій та відеоконференцій у HD якості [41, с. 95].

Такі сучасні технологічні рішення є важливим чинником інноваційного розвитку соціокультурної сфери, проте варто враховувати її особливості. Слід зауважити, що специфікою соціокультурної сфери в Україні є особлива повага та підтримка існуючих культурних традицій. Тому впровадження інноваційних технологій у цю сферу зумовлюватиме їх творче поєднання. Цифрова епоха створює можливості їх унікального синтезу. Так, віртуальні музеї демонструють артефакти народного мистецтва для величезної аудиторії, події, ритуали, обряди оживають завдяки використанню доповненої реальності. Онлайн-платформи допомагають зберігати культурну спадщину, сприяють популяризації української мови. Такий симбіоз дозволяє забезпечити життєздатність української культури в умовах глобальних трансформацій.

Т. А. Ковальова зазначає, що під впливом бурхливого розвитку нових технологій, подієвих практик сьогодні відбувається створення нових соціокультурних просторів, які застосовують соціальну творчість. Така тенденція, на думку вченої, посилює потенціал української культури. Адже поєднання традицій та інновацій при організації івентів призводить до формування нових соціокультурних реалій [21, с. 313].

Відтак інноваційні технології відіграють вагомую роль у зміні підходів до організації та проведення івентів, перетворюючи їх на більш інтерактивні та надаючи можливість ефективно використовувати персоналізований підхід. Вони створюють унікальний досвід для учасників та надають додаткові корисні можливості для організаторів. Поряд з тим, необхідний пошук балансу між використанням інновацій та безпосередньо включенням людини, її потенціалу, талантів, здібностей у проведенні заходів. Адже технології не замінять людину, особисте спілкування, а можуть лише бути додатковим інструментом для розвитку івент-індустрії. Одночасно нинішній активний розвиток інноваційних технологій дає підстави прогнозувати ще більшу інтеграцію їх у сферу організації заходів, що спричинить виникнення нових форматів та можливостей для взаємодії з аудиторією.

Висновки до розділу 2

Класифікація івентів у соціокультурній сфері відображає їх різноманітність та особливості. Проведення систематизації заходів дозволяє організаторам краще їх планувати та втілювати, а учасникам та замовникам – орієнтуватись серед великої кількості пропозицій у сфері івент-послуг. Поділ івентів на види також сприяє більш ефективному вибору формату заходу залежно від потреб замовників та їх цілей, забезпечуючи відповідність івентів очікуванням цільової аудиторії.

Івенти у соціокультурній сфері можна класифікувати за наступними критеріями:

- за спрямованістю: розважальні та ділові [40, с. 8];
- залежно від особи замовника: державні, приватні та корпоративні;
- за місцем проведення: приміський відпочинок, заходи на відкритих та закритих майданчиках [12, с. 17];
- за масштабом охоплення: заходи місцевого та національного значення, визначні події, мега івенти;
- за змістом: культурні, спортивні івенти, бізнес-івенти [9, с. 74-84];
- залежно від формату: офлайн заходи, онлайн заходи та гібридні івенти [41, с. 94].

Івент-технології в соціокультурній діяльності мають великий потенціал для ще більшого об'єднання українського суспільства, формування почуття патріотизму та забезпечення відпочинку. Вони також є засобом презентації держави на міжнародній арені. Розвиток івент-технологій з урахуванням національних особливостей, традицій та глобальних трендів сприяє зростанню культурного потенціалу України.

Особливості застосування івент-технологій у соціокультурній діяльності включають:

- націленість на організацію логічно структурованих подій, які дарують враження та є соціально значущими;
- зосередженість на створенні культурного досвіду та тісних соціальних зв'язків;
- стимулювання креативності та впровадження інновацій у культурний простір;
- зростання ролі освітньої компоненти у заходах, що проводяться;
- націленість на збереження, популяризацію культурної спадщини та національних традицій;
- адаптація івент-технологій до потреб різних соціальних груп, людей різного віку та з різними можливостями;
- сприяння формуванню нових спільнот, пов'язаних з проведенням івентів.

На дозвілля людини значною мірою впливають інноваційні розробки, що змінюють його структуру, розмивають межі між роботою та відпочинком, реальністю та віртуальним простором. Під впливом інноваційних технологій трансформується робота соціокультурних закладів, які стають багатофункціональними. Музеї створюють інтерактивні експонати, голографічні проєкції історичних персонажів. Бібліотеки розширюють доступ до інформації завдяки фондам електронних ресурсів, аудіо- та відеоматеріалам.

Важливим напрямом розвитку івент-індустрії є значне поширення гібридних заходів. Поєднання онлайн та офлайн форматів дає змогу залучити значно більшу аудиторію, зменшити витрати і водночас вимагає застосування інновацій. Онлайн-івенти також неможливо провести без використання нових технологій, зокрема, систем відеозв'язку.

Івент-індустрія активно змінюється під впливом технологічного прогресу. Впровадження таких інновацій, як віртуальна, доповнена, змішана реальність, відеомеппінг, дронів та квадрокоптерів, роботів, штучного інтелекту, інтерактивних дисплеїв значно розширюють можливості івент-менеджерів та сприяють зростанню кількості учасників заходу.

Водночас розвиток соціокультурної діяльності потребує виваженого підходу до впровадження інноваційних технологій, які мають доповнювати культурні традиції, але не витіснити їх. Поєднання традицій та інновацій є засобом створення унікального соціокультурного простору, збереження та популяризації культурної спадщини.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Проблеми та виклики у розвитку івент-технологій у соціокультурній сфері

Становлення івент-технологій у соціокультурній сфері супроводжується рядом проблем та викликів, з якими можуть стикатись як організатори івентів, так і їх учасники. Розвиток івент-менеджменту в Україні потребує багатьох змін. Так, представники бізнесу, закладів соціокультурної сфери нерідко не мають знань як івент-менеджмент та використання івент-технологій може вплинути на їх діяльність та які можливості вони відкривають. Наразі багато організацій не готові розвивати зазначений напрямок через хибні уявлення їх керівників щодо особливостей організації подій [14].

Подолання проблеми недостатності знань та налагодження комунікації між організаторами заходів, представниками бізнесу, органів влади та соціокультурної сфери є одним із ключових завдань для подальшого розвитку івент-індустрії. По-перше, для цього важливо проводити семінари, майстеркласи, де фахівці з івент-менеджменту ділитимуться прикладами використання івент-технологій та розповідатимуть про переваги їх застосування для досягнення як соціокультурних, так і інших цілей.

По-друге, слід зазначити, що на інтенсивність розвитку івент-менеджменту та івент-технологій впливає відсутність організованої взаємодії та комунікації між івент-агентствами, недостатня кількість кваліфікованих працівників, неготовність окремих закладів соціокультурної сфери до впровадження в роботу креативних рішень. Необхідно налагоджувати ефективну співпрацю між івент-агенціями, організаторами заходів та працівниками закладів культури та освіти. Реалізуючи спільні проєкти,

кожна сторона може поліпшити ідею заходу, використовуючи свої компетенції та набутий досвід.

Ефективна співпраця може вирішити інші проблеми, які виникають в івент-індустрії та можуть бути компенсовані завдяки спільним проектам та пропозиції нових креативних рішень. Так, недостатність фінансових ресурсів для проведення якісних заходів, непоінформованість потенційних клієнтів про багатоманітність івент-послуг, відсутність навиків та умінь їх зацікавити та запропонувати творчі ідеї, необхідність покращення знань працівників івент-агентств та інших організацій, незадовільний стан майданчиків, на яких проводяться заходи – ці виклики виникають при реалізації івентів [2].

Зазначені проблеми особливо негативно впливають на можливість підвищення якості реалізації масових культурних подій. Крім того, івент-індустрія значно постраждала внаслідок виникнення масштабних соціально-економічних проблем в Україні після початку повномасштабної війни у 2022 році. Так, купівельна спроможність українців зменшилась, фінансування соціокультурних закладів скоротилось. До того ж наявні порушення логістики та інфраструктури внаслідок руйнування доріг, відсутність багатьох звичних ланцюгів постачання товарів. Важливим питанням у наявних умовах є забезпечення безпеки учасників заходів.

Варто також зазначити про зміну потреб та інтересів аудиторії, яка зменшує попит на традиційні види івентів. Крім того, економічна нестабільність негативно впливає на можливість організаторів заходів залучати спонсорів.

Однак, не зважаючи на труднощі, соціокультурна сфера активно адаптується до сучасних реалій в Україні. Так, організатори змінюють підхід до планування та проведення івентів, поєднуючи онлайн та офлайн формати, здійснюють пошук альтернативних джерел фінансування, стають більш гнучкими в організації заходів. Крім того, івент-індустрія наразі перетворюється у платформу для підтримки постраждалих та об'єднання сил у боротьбі з агресором.

На організацію заходу впливає багато різноманітних чинників. При цьому такі чинники можна поділити на фактори внутрішнього середовища, а також на рушійні сили зовнішнього середовища. Так, чинники внутрішнього середовища – це фактори, які діють в межах соціокультурного закладу. На організацію івенту впливають навички фахівців у сфері івент-менеджменту, специфіка роботи закладу, обсяг фінансових ресурсів, імідж організації. Однією з проблем є необхідність підвищення рівня компетентності працівників. Розуміння персоналом сутності та особливостей застосування івент-технологій є важливою основою розвитку роботи закладів культури [29, с. 173].

Особливості закладу соціокультурної сфери, масштаби його роботи, чисельність працівників, тривалість діяльності, наявність впливових партнерів є факторами, які впливають на використання івент-технологій. Закладу з напрацьованим іміджем, який є популярним, значно простіше організувати івенти, налагоджувати нові контакти, у тому числі з постачальниками та клієнтами.

Чинники зовнішнього середовища можуть прямо впливати на використання івент-технологій та опосередковано. Фактори прямої дії проявляються безпосередньо через учасників заходів та їх організаторів, напрацювання компетенцій персоналом тощо.

Рушійні сили, які характеризуються непрямою дією, впливають на івент-технології завдяки чинником прямої дії. Наприклад, це політична ситуація, міжнародні відносини, рівень розвитку техніки та ін. [29, с. 174].

Постачальників послуг у сфері івент-індустрії відносять до факторів непрямої дії. Так, важливим завданням івент-менеджерів є регулярний моніторинг сучасних тенденцій, які стосуються, зокрема, місця проведення заходу, налагодження співпраці з керівництвом популярних майданчиків. Необхідною є швидка реакція на зміни та постійне розширення контактів [29, с. 174].

Іншим вагомим чинником є споживачі, які значною мірою впливають на організацію заходів. Тому вкрай важливо заздалегідь з'ясувати їхні смаки.

На думку Х. Беркера клієнтів у сфері івент-індустрії можливо поділити на такі види:

- клієнти, які звернулись до івент-компанії на підставі поради друзів, родичів (з ними цікаво працювати, але у зв'язку з відсутністю у них досвіду важливо приділяти особливу увагу їх вподобанням);

- надактивні клієнти (як правило, знаходяться у центрі організації заходу, є допитливими та прагнуть реалізувати івент ідеально, тому часто висловлюють незадоволення);

- «ідеальні» споживачі (відкриті для спілкування, враховують думку фахівців, мають свої ідеї та довіряють івент-підприємству);

- «порушники обіцянок» (не виконують взяті на себе зобов'язання, схильні маніпулювати персоналом та затримувати організацію заходу);

- не досвідчені (виглядають розгубленими, не здатними прийняти рішення, що негативно впливає на процес співпраці та затримує реалізацію івенту);

- вибагливі клієнти (самовпевнені, прискіпливо обирають кожную деталь заходу, що уповільнює його організацію і вимагає зміни планів);

- «похмури» (схильні часто скаржитись і не бачити позитивних моментів у спланованому проєкті) [6].

У контексті проблем та викликів у розвитку івент-технологій у соціокультурній сфері зазначені вище чинники створюють додаткові виклики для організаторів заходів. Діяльність організацій зазнає значних змін у зв'язку з необхідністю їх адаптації до сучасних умов в Україні. Компетентність персоналу сьогодні має включати не лише традиційні навички, але й вміння працювати з цифровими, у тому числі інноваційними технологіями, забезпечувати проведення гібридних івентів та безпеки відвідувачів заходів. Велике значення має також імідж організації, її

соціальна відповідальність та здатність оперативно адаптуватись до кризових умов.

Найбільших змін зазнали в Україні зовнішні чинники. Так, постачальники івент-послуг змінюють свої пропозиції, враховуючи обмеження, які створює війна та економічна криза. Клієнти також проявляють нові поведінкові патерни, наприклад, збільшується попит на безпечні події, які відзначаються соціальною складовою, зокрема, проведенням благодійних акцій.

До того ж збільшується попит на локальні заходи. Одним із складних завдань є планування заходів, які будуть цікаві громадськості у певному регіоні чи навіть в конкретному населеному пункті [13, с. 41].

Характерно, що у сучасних умовах масштабні заходи можуть мати незначний ефект, тоді як локальний івент-менеджмент може мати значний потенціал охопити широку аудиторію, враховуючи її цінності та потреби [68, с. 12]. Організація подій має ключове значення для формування іміджу певного заходу. Неврахування окремих деталей може спричинити появу в уявленні відвідувачів івенту негативних асоціацій та формування у них негативного досвіду. Водночас уважність до дрібниць створює належну репутацію [50, с. 257].

Слід також зазначити, що на розвиток івент-технологій впливає рівень розвиненості інфраструктури у певному регіоні. Наприклад, відсутність хорошого транспортного сполучення може унеможливити проведення івенту у певному населеному пункті. В умовах війни дана проблема набуває особливої гостроти. Масштабні руйнування унеможливили роботу багатьох закладів освіти та культури.

Окремо необхідно звернути увагу, що організація івентів залежить від міжнародних відносин та подій, що відбуваються у світі. Проблеми у взаєминах з іншими країнами впливають на діяльність івент-компаній, особливо тих, які працюють у сфері туризму. І навпаки, налагоджені

партнерські відносини з іншими державами дозволяють розширювати можливості у сфері надання івент-послуг [53, с. 57].

Т. Л. Повалій акцентує увагу, що івент – це складний процес, який передбачає комунікацію значної кількості людей та їх взаємодію з технікою. У цій складній системі можуть виникати різноманітні проблеми та ризики, зумовлені економічними, соціальними, історико-культурними, політичними та технологічними чинниками [38, с. 184].

Серед ризиків, які супроводжують планування та реалізацію заходів, вчена виокремлює:

- організаційні: викликані помилками організаторів івенту, проблемами, пов'язаними з контролем та недостатньо продуманими правилами робіт;

- технічні: імовірність несправної роботи технічних пристроїв;

- ризик країни: виникає внаслідок політичних та економічних змін;

- ризик перевищення кошторису: спричинений помилками учасників, залучених до організації заходу;

- ризик зменшення попиту: з'являється у випадку зміни потреб у івент-послугах, що може бути спричинене спадом виробництва, фінансовою кризою;

- форм-мажорний: викликаний подіями об'єктивного характеру, які здатні спричинити втрату майна;

- підприємницький: зумовлений наявністю інфляції, конкуренції тощо [38, с. 185-186].

Становлення івент-технологій у соціокультурній сфері стикається з різними видами ризиків, які можуть ускладнювати реалізацію заходів.

Ризик порушень в роботі технічних пристроїв набуває особливої актуальності в умовах воєнного стану. Серйозну проблему становлять організаційні ризики, пов'язані з помилками персоналу, невдалим підходом до роботи, недостатністю досвіду та компетенцій.

На організацію заходів впливають правові ризики, які можуть бути спричинені змінами у нормативно-правовому регулюванні діяльності представників івент-індустрії.

Значні виклики створює конкуренція, стимулюючи впровадження інновацій та пошук конкурентних переваг. Конкуренція також зумовлює потребу в регулярному технічному оновленні, фінансових вкладеннях. Водночас характерно також, що значною мірою зростають клієнтські очікування, прагнення отримати персоналізовані рішення від організаторів заходів.

Для подолання таких викликів слід активно розвивати інноваційні напрямки, впроваджувати нові технології, використовувати онлайн та офлайн формати для проведення заходів. Успіх організаторів івентів значною мірою залежить сьогодні від уміння швидко адаптуватись до постійних змін та здатності пропонувати унікальні творчі рішення.

Проведене дослідження дозволяє узагальнити головні проблеми та виклики, які супроводжують розвиток івент-технологій у соціокультурній сфері.

Так, обмеженість у фінансових ресурсах значно впливає на можливість ефективного використання івент-технологій. Івент-менеджери стикаються з високою вартістю оренди приміщень, технічного оснащення, що позначається на якості заходів, а також на їх масштабі.

Значною проблемою, що впливає на розвиток соціокультурної сфери, є недостатнє фінансування роботи різноманітних закладів, що зумовлює як неможливість використання інноваційних інструментів івент-індустрії, які мають високу вартість, так і зниження мотивації працівників при виконанні роботи [1, с. 35].

Водночас висока оплата праці є не єдиним стимулюючим механізмом для покращення застосування івент-технологій та роботи закладів культури в цілому. Складна ситуація в Україні зумовлює необхідність пошуку різноманітних способів нематеріального стимулювання, зокрема, надання

більшої свободи працівникам у можливості проявити свій творчий потенціал. Крім того, методами поліпшення мотивації може бути впровадження в роботу гнучких форм зайнятості, формування сприятливої обстановки в робочому колективі, надання змоги вирішувати особисті питання в робочий час, забезпечення навчання, надання можливостей кар'єрного росту.

Серйозним викликом є нерівномірний розвиток культурної інфраструктури у різних областях України, що зумовлює різну якість культурних послуг і дисбаланс у можливостях використання інноваційних технологій. Крім того, у багатьох населених пунктах немає сучасних майданчиків, призначених для проведення масштабних івентів.

Складнощі, пов'язані з логістикою, можуть стосуватись планів стосовно транспорту, організації роботи персоналу та призводять до появи ризиків зриву заходів.

Значною перешкодою є недостатнє застосування цифрових технологій при проведенні культурних заходів, що включає питання технічного оснащення, продажу квитків, спілкування з аудиторією.

Варто також звернути увагу, що в сучасному світі, перенасиченому інформацією, справжнім викликом є залучення уваги аудиторії, що вимагає творчого підходу та значних зусиль.

Складних завданням в умовах перебоїв зі світлом в Україні є забезпечення якісної роботи техніки. Водночас організація сучасних івентів вимагає роботи високотехнологічного обладнання.

Проблемним питанням в Україні є гарантування безпеки відвідувачів заходів, особливо івентів значного масштабу. З одного боку, важливо забезпечити безпеку як учасників події, так і відвідувачів. З іншого боку, забезпечення надійних заходів може викликати певну напругу у гостей івенту.

Окремо слід зазначити про необхідність забезпечення доступності культурних подій для людей з інвалідністю, оскільки на обраних локаціях може бути відсутня необхідна інфраструктура. Варто додати, що

організатори заходів можуть не мати потрібних знань для формування інклюзивного середовища.

Утримання уваги аудиторії потребує пошуку креативних підходів, використання інноваційних технологій. У зв'язку з цим організатори заходів мають бути готові експериментувати та проявляти гнучкість в роботі.

Питанням, яке також потребує посиленої уваги, є розробка та застосування на практиці механізмів оцінки якості проведених івентів. Так, проведення системного аналізу культурних заходів дозволяє покращувати івент-технології у соціокультурній діяльності.

Можна дійти висновку, що вирішення окреслених проблем вимагає комплексного підходу, який включає забезпечення достатнього фінансування, стимулювання мотивації персоналу, регулярне навчання, впровадження інноваційних технологій.

3.2. Шляхи вдосконалення івент-технологій у соціокультурній діяльності

У процесі свого розвитку івент-технології у соціокультурній сфері зазнають постійних змін. В івент-індустрії з'являються нові підходи до організації та проведення заходів.

Ключовою тенденцією є трансформації у підходах до реалізації івентів, зумовлені стрімкою цифровізацією суспільства. Сучасні технології надають змогу по-новому взаємодіяти з аудиторією та створювати неповторний культурний досвід.

Організатори заходів мають змогу формувати віртуальний простір, наприклад, для взаємодії з об'єктами культури та мистецтва. Важливим напрямом розвитку є персоналізація культурного досвіду. Застосування в роботі штучного інтелекту дозволяє формувати індивідуальні рекомендації на основі інтересів, вподобань та досвіду відвідувачів заходу.

Однак, технології не повинні замінювати людське спілкування. Наразі організатори івентів стикаються з викликом пошуку балансу між інноваціями та безпосередньою участю людини у генеруванні та втіленні ідей.

Розглядаючи способи покращення івент-технологій у соціокультурній сфері, не можна оминати один з головних елементів, який інтегрує технологічні можливості та очікування людини – сценарій запланованого заходу. Якісно підготовлений сценарій є каркасом, що дає змогу поєднати інновації та творчість людини, забезпечити створення емоційного зв'язку з аудиторією.

Насамперед організатор івентів повинен пам'ятати про правила драматургії, які працюють при підготовці сценарію. Так, кожен сценарій має складові, до яких належить експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація та розв'язка [38, с. 76].

Першим важливим елементом сценарію є експозиція, що має відзначатись лаконічністю та окреслювати тему запланованої культурно-дозвілдової програми.

Завданням зав'язки є знайомство з різними аспектами події, які стосуються місця проведення заходу, його учасників. Зав'язка також відображає план івенту, його обстановку і демонструє початок основної дії.

Розвиток дії є найбільш об'ємною складовою сценарію. Вагоме значення у цій частині становлять сюжетні акценти, які зосереджують увагу глядачів на головних сюжетних вузлах і сприяють появі більшого інтересу до програми. Розвиток дії по суті занурює відвідувачів у процес івенту і має на меті утримати їх увагу протягом всього заходу.

Кульмінація – це вершина запланованого конфлікту, яка має бути найвищою точкою емоційного переживання для відвідувачів заходу. В її центрі є основна подія, яка вирішує конфлікт, закладений у сценарії. Наприклад, кульмінацією може бути виступ відомого співака чи вручення подарунків.

Підсумком заходу є розв'язка, яка закріплює враження від івенту. Розв'язка завершує сюжет сценарію заходу. Подієвий ряд, який розпочався у зав'язці, був розкритий у розвитку дії і досягнув кульмінації, закінчує розвиток у розв'язці.

Т. Л. Повалій звертає увагу на необхідності дотримання наскрізної теми івенту при розробці сценарію, що відображається у діалогах та монологіях виконавців, а також ремарках сценариста [38, с. 73]. Аналогічну позицію займає О. Райлян, вказуючи, що при підготовці сценарію автор має зосередитись на його композиційних елементах та створити ланцюжок послідовних дій [42, с. 3].

На думку К. В. Кісанової, успішність івенту залежить також від вибору виду сценарію заходу. Так, науковиця розрізняє наступні види сценаріїв:

- оригінальні, що рідко застосовуються на практиці, оскільки містять і прозові тексти, і вірші;
- збірні, що по суті є творами, сформованими із частини інших творів чи фрагментів готових сценаріїв;
- тематичні, в яких розкривається одна тема та наявний яскравий сюжет;
- сюжетні, яким властивий пересічний сюжет, наприклад, сценарій для дитячого дня народження;
- художні, основою якого, як правило, є літературний твір чи його частини, твори кінематографії, образотворчого мистецтва тощо;
- документальні, що базуються на документальній інформації [20, с. 367]

Таким чином, сценарій є одним із ключових елементів планування івенту, який вміщає концепцію та логіку перебігу подій. При розробці сценарію слід враховувати особливості цільової аудиторії, сучасні тенденції у проведенні заходів.

Важливо звернути увагу на те, що сценарії повинні бути адаптивними до непередбачуваних обставин, враховувати різні варіанти розвитку події.

Покращити сценарій дозволяє також регулярний моніторинг ефективності івентів та отримання зворотного зв'язку від учасників заходу.

Проведення аналізу отриманої інформації допомагає не тільки покращити режисуру запланованих подій, але вдосконалити використання наявного простору для їх втілення. Обрана локація має органічно поєднуватись з наявними ідеями осіб, причетних до заходу, його концепції та забезпечувати комфортні умови для всіх учасників. Важливо також створити умови для використання наявної техніки, приділити увагу атмосфері наявного простору.

Успішний розвиток соціокультурної діяльності потребує зручних, а також якісних приміщень. Крім того, для окремих видів івентів необхідні цікаві локації під відкритим небом.

Модернізація технологій, застосування елементів доповненої реальності, брендированих додатків, які слугують для продажу квитків, проведення опитувань сприяє значному зростанню івент-індустрії та створенню дієвої системи івент-менеджменту.

Наразі івент-менеджерам варто бути гнучкими та відслідковувати сучасні тенденції у використанні івент-технологій, досліджувати попит споживачів. Так, по-перше аудиторія очікує надання якісних івент-послуг, наявності різних можливостей участі у заходах, наприклад, онлайн трансляцій, перегляду відео, поваги до їх особистого простору [7, с. 49].

Організація івентів потребує значної концентрації на деталях, які мають бути доречними, висвітлювати основну ідею заходу, сприяти досягненню поставлених цілей.

Вдосконалення підходів до організації подій потребує також покращення роботи персоналу. При визначенні функції кожного працівника має враховуватись його досвід роботи, наявна освіта. Крім того, важливу роль відіграє вирішення питання впровадження навчання працівників, регулярне проходження ними курсів підвищення кваліфікації, лекцій, семінарів та тренінгів.

Важливо пам'ятати про правила театралізації при проведенні івентів, які передбачають не тільки написання сценарію, що відображає ключову тему, але зосередження зусиль організаторів на створенні простору, який би дарував позитивні емоції і не провокував переживання відвідувачами негативних почуттів, використання сувенірів, які будуть свідчити про цінності, які несе в собі певна компанія, її послуги чи продукція, залучення до проживання події усіх органів чуттів учасників івенту [33, с. 286].

Варто зазначити, що організаторам івентів слід працювати над тим, щоб створювати по-справжньому цінні враження, які змінюватимуть стереотипи відвідувачів, занурюватимуть їх у перебіг події та розважатимуть. Реалізувати це можливо завдяки стилю шоу.

Характерно, що сучасний маркетинг почав наслідувати старі традиції, в основі яких є не реклама, а створення відчуттів. Проведення фестивалів, організація ігрових клубів, вуличних театрів, гастрольних шоу сприяє формуванню нових форм комунікації. Поєднання шоу, наприклад, карнавалів, ярмарок, з новітніми технологіями забезпечить поступову побудову тісної взаємодії з клієнтами. Важливо працювати над втіленням в життя реальних шоу, які відбуваються в реальному житті та вражають, хвилюють аудиторію.

Такі івенти мають провокувати їх учасників на взаємодію, активну участь у шоу. Якщо при цьому організатори спробують відійти від існуючих традицій та створити захід, який має позитивне враження та одночасно не відповідає очікуванням, він надовго запам'ятається. У разі якщо шоу несе у собі справжні цінності та цим збагачує його учасників, зростає ймовірність, що вони відвідають певний заклад та добре відгукуватимуться про нього [33, с. 286].

Слід звернути увагу, що реальні шоу сьогодні є рідкісним явищем. Водночас останнім часом спостерігається занепад традиційної реклами, і велика кількість компаній здійснюють пошук нових способів просування бренду завдяки яскравим враженням споживачів. Шоу відзначається тим, що

охоплює визначене коло людей, які отримують захоплюючі враження. Так, сьогодні складно отримати ефект від поширення серед потенційних клієнтів рекламних буклетів. Тому компаніям, а також соціокультурним закладам слід приділяти особливу увагу визначеному колу споживачів, які є для них цінними та наділені впливом на окремі аудиторії.

Реальні шоу дарують враження, і у такий спосіб перетворюють бренд на частину життя клієнтів. Тому можна дійти висновку, що вплив вражень набагато сильніший, ніж вплив звичної реклами. Крім того, ефект від шоу триває набагато довше. Захід, при організації якого використані правила театралізації та елементи шоу, націлений безпосередньо взаємодіяти з його учасниками, які після відвідування івенту ділитимуться враженнями з іншими людьми [33, с. 286].

Отже, використання івент-технологій для проведення заходів у стилі шоу передбачає підготовку продуманого сценарію. Крім того, можуть застосовуватись різноманітні спецефекти, інтерактивні елементи для взаємодії з відвідувачами, новітні технології для створення незабутньої, вражаючої, атмосферної події. Ключовим завданням є емоційне залучення аудиторії.

Таке залучення досягається завдяки комплексному підходу, який може включати не тільки емоційну складову, але й інтерактивні та ігрові елементи. Сенсорні екрани, додатки, які дозволяють застосувати доповнену реальність, дають змогу перетворити відвідувачів на активних учасників події.

М. М. Миколайчук зазначає, що у мирних умовах в країні івенти застосовуються з метою формування позитивного іміджу, покращення соціальних зв'язків, сприяння економічному зростанню регіону, досягнення визначених замовником цілей. Проте, у контексті проблеми відновлення територій України, на яких проводились бойові дії, івенти перетворюються у засіб залучення додаткового фінансування та вирішення інших економічних питань [26].

В. М. Мисик підкреслює, що івент-менеджмент має потенціал покращувати привабливість певних територій та громадськості, впливати на якість життя людей, соціальну стійкість [28, с. 205]. Аналогічної позиції дотримується Дж. Келем [19].

На думку Е. Солдо, розвиток територій залежить в тому числі від культурних подій, що впливають на їх привабливість. Управління таким розвитком передбачає організацію спеціалізованих івентів, що мають підвищувати зацікавленість у громадськості, та які повинні бути включені у план розвитку певної громади [47].

Як вказує Г. В. Бей, застосування івент-менеджементу та івент-технологій має великий потенціал, який можливо застосовувати у відновленні територій України. По-перше, у такий спосіб можливо привернути увагу до наявної проблеми, залучити інвестиції та створювати позитивне уявлення про перспективний розвиток певного регіону. По-друге, організація івентів може формувати патерни залученості у відновлення територій з метою їх заселення та формування нового культурного простору, що в свою чергу також підвищуватиме зацікавленість серед населення [8].

Таким чином, застосування івент-технологій може бути корисним для вирішення завдань із відновлення територій, які постраждали в Україні внаслідок війни. Інтеграція івент-менеджменту у систему стратегічного планування дасть змогу віднайти додаткові кошти, залучати інвестиції, працювати над іміджем певного регіону, позитивно впливати на активізацію населення з метою його долучення до відбудови населених пунктів.

Важливу роль у цьому питанні відіграє проблема створення унікального культурно-освітнього простору за допомогою спеціалізованих заходів, що дозволить сформувати основу для сталого відновлення територій. Попри наявні перешкоди, кризові умови, вже зараз має відбуватись планування та втілення в життя ініціатив для забезпечення реконструкції та розвитку регіонів України.

Зі сказаного раніше випливає, що івент-технології відіграють провідну роль у соціокультурній діяльності, сприяючи ефективній організації та втіленню івентів. В умовах постійних суспільних змін, стрімкого розвитку технологій питання вдосконалення івент-технологій є значущим для підвищення якості соціокультурної діяльності.

Одним із напрямів вдосконалення івент-технологій, який потребує уваги, є впровадження інноваційних технологій. Цей напрям включає інтеграцію технологій віртуальної, доповненої, змішаної реальності, відеомепінгу, застосування мобільних додатків, інтерактивних дисплеїв, систем штучного інтелекту.

Однак, важливим є не тільки впровадження технологічних інновацій, але й оптимізації процесу організації івентів. Оптимізації організаційних процесів охоплює питання покращення сценарію заходу, використання елементів шоу, розробку методики планування та проведення івентів, налагодження комунікації в команді, поліпшення логістичних процесів, використання оцінки ефективності проведених заходів.

Ключову роль у вдосконаленні івент-технологій відіграє розвиток професійних компетенцій організаторів подій та інших фахівців, які залучені до організації та проведення заходів. Систематичне навчання, підвищення кваліфікації, заохочення до творчості та інноваційного мислення сприятиме не тільки покращенню підходів до організації івентів, але й розвитку соціокультурної сфери загалом.

Ще одним важливим напрямом є налагодження взаємодії між усіма зацікавленими сторонами: організаторами івентів, їх учасниками, спонсорами, органами влади та ін. Такий підхід дає змогу обмінюватись досвідом, знаходити нові можливості для втілення спільних проєктів та отримувати зворотний зв'язок від гостей заходу.

Висновки до розділу 3

Становлення івент-технологій у соціокультурній сфері стикається з низкою проблем і викликів. Одним із ключових питань є необхідність забезпечення достатнього фінансування для реалізації масштабних івентів. Вкрай обмежений бюджет ускладнює застосування новітніх технологічних рішень. Значущим завданням є налагодження взаємодії між закладами соціокультурної сфери, бізнесом та органами влади задля вирішення нагальних проблем.

Гостро постає питання недостатності знань у представників бізнесу та працівників закладів соціокультурної сфери щодо потенціалу івент-менеджементу та івент-технологій. Однією із важливих проблем є недостатня інтегрованість івентів у систему комунікації закладів, оскільки вони сприймаються як епізодичні та такі, що потребують лише фрагментарного підходу до їх планування та втілення. Такий підхід не дозволяє повною мірою реалізувати потенціал івент-технологій у соціокультурній діяльності.

Іншим значущим питанням є скорочення штатів у соціокультурних установах, виїзд багатьох фахівців за межі України. Нестача кваліфікованих кадрів ускладнює завдання з підготовки заходів на високому професійному рівні. Викликом є також зміни суспільних запитів та потреб, що зумовлюють необхідність трансформації івент-індустрії, прояву гнучкості та креативності, проведення ґрунтовних досліджень цільової аудиторії та розуміння її сучасних потреб.

Повномасштабна війна в Україні посилила ці виклики. Наразі соціокультурні заклади є ще більш обмеженими в аспекті фінансових ресурсів. Воєнні дії призвели до масштабних руйнувань, у тому числі об'єктів культурної інфраструктури. Ускладненою є логістика, гострою – проблема забезпечення безпеки учасників заходів. Значна кількість закладів соціокультурної сфери припинила свою діяльність, у зв'язку з чим зменшується число майданчиків для проведення заходів. Водночас у цей

складний час зростає потреба в організації та проведенні івентів, які б підтримували національний дух, об'єднували суспільство та створювали можливість для учасників заходу відпочити, відновити сили та прожити позитивні емоції.

Організатори заходів адаптуються до сучасних реалій, застосовуючи різні формати івентів та посилюючи їх соціальну роль. Наразі розвиток івент-технологій та івент-менеджменту значною мірою залежить від підтримки держави та бізнесу, впровадженню у практику інноваційних рішень, які сприятимуть соціокультурному відновленню.

Серед шляхів вдосконалення івент-технологій у соціокультурній діяльності слід виокремити наступні:

1. Використання інноваційних технологій.

Застосування сучасного обладнання, віртуальної та доповненої реальності, мобільних додатків, технологій штучного інтелекту дає змогу створювати вражаючі заходи та відкриває нові можливості для їх організаторів.

2. Оптимізація організаційного процесу.

Поліпшення різних аспектів організаційного процесу, зокрема, вдосконалення сценаріїв, комунікації в команді, логістики, запровадження оцінювання ефективності реалізованих івентів сприяє підвищенню якості проведення заходів.

3. Покращення професійних компетенцій.

Підвищення кваліфікації, проходження регулярного навчання, обмін досвідом організаторів заходів дозволяє впроваджувати в соціокультурну діяльність інноваційні підходи.

4. Налагодження взаємодії із зацікавленими сторонами.

Співпраця з учасниками заходу, його спонсорами, органами місцевої влади дає змогу врахувати різні потреби та очікування від івентів, а обмін кращими практиками дозволяє підвищити привабливість соціокультурних заходів.

5. Проведення просвітницької роботи.

Для подолання недостатньої обізнаності серед громадськості щодо потенціалу івент-менеджменту та івент-технологій слід організовувати семінари, майстеркласи, на яких ділитись досвідом успішного використання івент-технологій для досягнення різноманітних підприємницьких та соціокультурних цілей.

6. Інтеграція івент-менеджменту у систему планування відновлення постраждалих територій України.

Проведення івентів на постраждалих від війни територіях сприятиме приверненню уваги до проблем їх відновлення, залученню інвестицій, підвищуватиме їх соціальну привабливість.

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження івент-технологій як чинника інноваційного розвитку соціокультурної діяльності сформульовані наступні висновки:

1. У науковій літературі питанню застосування івент-технологій в інноваційному розвитку соціокультурної сфери приділено недостатньо уваги. Окремі аспекти цієї проблеми вивчали Г. М. Дергачова, В. М. Мисик, Г. В. Олексюк, І. І. Пархоменко, І. В. Петрова, О. М. Радіонова, І. Є. Свирид та ін.

Не зважаючи на те, що у науковій думці сьогодні немає єдиної системи знань щодо івент-технологій як напряму наукових досліджень, в Україні активно проводиться вивчення сфери івент-менеджменту загалом. Проблематику івент-менеджменту досліджували І. Я. Антоненко, О. Б. Власенко, Г. М. Дергачова, Г. В. Олексюк та ін. Темі івент-технологій присвячені праці М. Ю. Пашкевич, О. М. Радіонової, П. Ю. Таміли, Л. П. Червінської. Проблематика використання в організації соціокультурної діяльності івент-менеджменту відображена у роботах І. В. Петрової, Н. М. Цимбалюк. Івент-технології як фактор розвитку культурно-довзіллевої діяльності дослідила І. Є. Свирид.

Наразі проблема використання івент-технологій у соціокультурних проєктах, а також питання способів приведення івент-технологій у відповідність до сучасних інноваційних процесів потребують поглибленого комплексного дослідження.

2. Термінологічну базу дослідження складають наступні терміни: «івент», «івент-технологія», «інноваційний розвиток», «соціокультурна діяльність», які можна визначити таким чином:

– івент – спеціально організований захід задля досягнення певної мети та взаємодії із цільовою аудиторією;

– івент-технологія – це перетворення заходу в абсолютно винятковий з точки зору сприйняття його відвідувачами [40, с. 6];

– інноваційний розвиток – це безперервний процес якісних змін у виробництві чи в соціальній сфері, який виникає як наслідок створення та поширення нових знань, технологій, матеріалів, способів організації управління, покращення освіти, що в цілому здійснюється для підвищення ефективності виробництва та якості життя людини [15, с. 31];

– соціокультурна діяльність – це комплекс інтелектуальних, творчих, художніх та інших практик, які спрямовані на розвиток особистості, формування її цінностей та активну взаємодію з культурним середовищем.

3. Класифікація івентів у соціокультурній сфері відображає їх різноманітність та особливості. Проведення систематизації заходів дозволяє організаторам краще їх планувати та втілювати, а учасникам та замовникам – орієнтуватись серед великої кількості пропозицій у сфері івент-послуг. Поділ івентів на види також сприяє більш ефективному вибору формату заходу залежно від потреб замовників та їх цілей, забезпечуючи відповідність заходів очікуванням цільової аудиторії.

Івенти у соціокультурній сфері можна класифікувати за наступними критеріями:

- за спрямованістю: розважальні та ділові [40, с. 8];
- залежно від особи замовника: державні, приватні та корпоративні;
- за місцем проведення: приміський відпочинок, заходи на відкритих та закритих майданчиках [12, с. 17];
- за масштабом охоплення: заходи місцевого та національного значення, визначні події, мега івенти;
- за змістом: культурні, спортивні івенти, бізнес-івенти [9, с. 74-84];
- залежно від формату: офлайн заходи, онлайн заходи та гібридні івенти [41, с. 94].

4. Івент-технології в соціокультурній діяльності мають великий потенціал для ще більшого об'єднання українського суспільства, формування

почуття патріотизму та забезпечення відпочинку. Вони також є засобом презентації держави на міжнародній арені. Розвиток івент-технологій з урахуванням національних особливостей, традицій та глобальних трендів сприяє зростанню культурного потенціалу України.

5. Особливості застосування івент-технологій у соціокультурній діяльності включають:

- націленість на організацію логічно структурованих подій, які дарують враження та є соціально значущими;
- зосередженість на створенні культурного досвіду та тісних соціальних зв'язків;
- стимулювання креативності та впровадження інновацій у культурний простір;
- зростання ролі освітньої компоненти у заходах, що проводяться;
- націленість на збереження, популяризацію культурної спадщини та національних традицій;
- адаптація івент-технологій до потреб різних соціальних груп, людей різного віку та з різними можливостями;
- сприяння формуванню нових спільнот, пов'язаних з проведенням івентів.

6. На дозвілля людини значною мірою впливають інноваційні розробки, що змінюють його структуру, розмивають межі між роботою та відпочинком, реальністю та віртуальним простором. Під впливом інноваційних технологій трансформується робота соціокультурних закладів, які стають багатофункціональними. Важливим напрямом розвитку івент-індустрії є значне поширення гібридних заходів. Поєднання онлайн та офлайн форматів дає змогу залучити значно більшу аудиторію, зменшити витрати і водночас вимагає застосування інновацій. Онлайн-івенти також неможливо провести без використання нових технологій, зокрема, систем відеозв'язку.

Впровадження таких інновацій, як віртуальна, доповнена, змішана реальність, відеомеппінг, дронів та квадрокоптерів, роботів, штучного інтелекту, інтерактивних дисплеїв значно розширюють можливості івент-менеджерів та сприяють зростанню кількості учасників заходу.

Водночас розвиток соціокультурної діяльності потребує виваженого підходу до впровадження інноваційних технологій, які мають доповнювати культурні традиції, але не витіснити їх. Поєднання традицій та інновацій є засобом створення унікального соціокультурного простору, збереження та популяризації культурної спадщини.

7. Становлення івент-технологій у соціокультурній сфері стикається з низкою проблем і викликів. Одним із ключових питань є необхідність забезпечення достатнього фінансування для реалізації масштабних івентів. Вкрай обмежений бюджет ускладнює застосування новітніх технологічних рішень. Значущим завданням є налагодження взаємодії між закладами соціокультурної сфери, бізнесом та органами влади задля вирішення наявних проблем.

Гостро постає питання недостатності знань у представників бізнесу та працівників закладів соціокультурної сфери щодо потенціалу івент-менеджементу та івент-технологій. Однією із важливих проблем є недостатня інтегрованість івентів у систему комунікації закладів, оскільки івенти сприймаються як епізодичні та такі, що потребують лише фрагментарного підходу до їх планування та втілення. Такий підхід не дозволяє повною мірою реалізувати потенціал івент-технологій у соціокультурній діяльності.

Іншим значущим питанням є скорочення штатів у соціокультурних установах, виїзд багатьох фахівців за межі України. Нестача кваліфікованих кадрів ускладнює завдання з підготовки заходів на високому професійному рівні. Викликом є також зміни суспільних запитів та потреб, що зумовлюють необхідність трансформації івент-індустрії, прояву гнучкості та креативності, проведення ґрунтовних досліджень цільової аудиторії та розуміння її потреб.

Повномасштабна війна в Україні посилила ці виклики. Наразі соціокультурні заклади є ще більш обмеженими в аспекті фінансових ресурсів. Воєнні дії призвели до масштабних руйнувань, у тому числі об'єктів культурної інфраструктури. Ускладненою є логістика, гострою – проблема забезпечення безпеки учасників заходів. Значна кількість закладів соціокультурної сфери припинила свою діяльність, у зв'язку з чим зменшується число майданчиків для проведення заходів. Водночас у цей складний час зростає потреба в організації та проведенні івентів, які б підтримували національний дух, об'єднували суспільство та створювали можливість для учасників заходу відпочити, відновити сили та прожити позитивні емоції.

Організатори заходів адаптуються до сучасних реалій, застосовуючи різні формати івентів та посилюючи їх соціальну роль. Наразі розвиток івент-технологій та івент-менеджменту значною мірою залежить від підтримки держави та бізнесу, впровадженню у практику інноваційних рішень, які сприятимуть соціокультурному відновленню.

8. Серед шляхів вдосконалення івент-технологій у соціокультурній діяльності слід виокремити наступні:

- використання інноваційних технологій: застосування сучасного обладнання, віртуальної та доповненої реальності, мобільних додатків, технологій штучного інтелекту дає змогу створювати вражаючі заходи та відкриває нові можливості для їх організаторів;

- оптимізація організаційного процесу: поліпшення різних аспектів організаційного процесу, зокрема, вдосконалення сценаріїв, комунікації в команді, логістики, запровадження оцінювання ефективності реалізованих івентів сприяє підвищенню якості проведення заходів;

- покращення професійних компетенцій: підвищення кваліфікації, проходження регулярного навчання, обмін досвідом організаторів заходів дозволяє впроваджувати в соціокультурну діяльність інноваційні підходи;

– налагодження взаємодії із зацікавленими сторонами: співпраця з учасниками заходу, його спонсорами, органами місцевої влади дає змогу врахувати різні потреби та очікування від івентів, а обмін кращими практиками дозволяє підвищити привабливість соціокультурних заходів;

– проведення просвітницької роботи: для подолання недостатньої обізнаності серед громадськості щодо потенціалу івент-менеджменту та івент-технологій слід організовувати семінари, майстеркласи, на яких ділитись досвідом успішного використання івент-технологій для досягнення різноманітних підприємницьких та соціокультурних цілей;

– інтеграція івент-менеджменту у систему планування відновлення постраждалих територій України: проведення івентів на постраждалих від війни територіях сприятиме приверненню уваги до проблем їх відновлення, залученню інвестицій, підвищуватиме їх соціальну привабливість.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адміністрування у соціокультурній сфері: Конспект лекцій : навч. посіб. для студентів спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності» освітньо-професійної програми «Менеджмент соціокультурної діяльності» / Укл.: Л. Ладонько. – Чернігів: НУЧК, 2023. – 152 с.
2. Антоненко І. Я. Івентивний маркетинг як інноваційний напрямок комунікаційної стратегії. [Електронний ресурс]: Режим доступу: URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_2/191-194.pdf (дата звернення: 15.10.2024).
3. Антоненко І. Я. Особливості розвитку та застосування івент-менеджменту в Україні / Сучасний менеджмент і економічний розвиток. – 2012. – № 1. – С. 5-9.
4. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В. В. Управління проектами. – Київ : КНЕУ, 2017. – 291 с.
5. Балашенко І. В. Соціокультурна діяльність мовної особистості в освітньому просторі ЗВО / Інна Валеріївна Балашенко, Лариса Сергіївна Самчук // Перспективи. Соціально-політичний журнал. – 2020. – № 1. – С. 72-76.
6. Barker Н. Eventmanagement: 7 Clients Every Event Planner Has. [Електронний ресурс]: Режим доступу: URL: <https://www.eventmanagerblog.com/clients-every-event-planner-has> (дата звернення: 15.10.2024).
7. Березкін А. А., Жукова А. А. Фестивалі – ефективний вид подієвого туризму // Вісник Національної академії туризму. – 2009. – № 3. – С. 48–51.
8. Бей Г. Теоретичні та практичні питання застосування івент-менеджменту в контексті управління відновленням територій. [Електронний ресурс]: Режим доступу: URL:

- file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80/Downloads/3181-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3090-1-10-20231222.pdf (дата звернення: 12.10.2024).
9. Bowdin G., Allen J., O`Tool W., Harris R., McDonall I. Events Management. – London and New York : Routledge, 2011. – 974 p.
 10. Власенко О. Б. Івентивний менеджмент як окремий напрям досліджень в сучасній науці // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – 2014. – № 9. – С. 142–145.
 11. Галиця І.О. Що ж таке інноваційний розвиток? // Економіка та держава. – 2003. – № 10. – с. 32-33.
 12. Дергачова Г. М. Івент-менеджмент. Конспект лекцій [Електронний ресурс] : навчальний посібник для здобувачів ступеня магістра за освітньою програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування» спеціальності 073 Менеджмент / Г. М. Дергачова ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові дані (1 файл: 643.75 Кбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. – 99 с.
 13. Дьяченко Ю.В., Седікова І.А., Бондар В.А. Event-менеджмент як складник інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні // Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління. – 2020. – Т. 31 (70). – Вип. № 6. – С. 39—44.
 14. Жежуха В. Й., Мисик В. М. Івент-менеджмент в Україні: проблеми, тенденції, перспективи та напрямки реінжинірингу. [Електронний ресурс]: Режим доступу: URL: https://reicst.com.ua/asp/article/view/monograph_paradigmatic_03_2022_01_2 (дата звернення: 15.10.2024).

15. Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України / В. В. Онікієнко, Л. М. Ємельяненко, І.В. Терон; за ред. В.В. Онікієнка. – Київ : РВПС НАН України, 2006. – 480 с.
16. Інноваційні технології в івенті. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <https://prime-event.com.ua/ua/blog/innovatsionnye-tehnologii-v-ivente/> (дата звернення: 03.10.2024)
17. Каріна О. М. Віртуальна реальність: онтологічний статус : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.01 / О. М. Каріна ; Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. – Х., 2004. – 17 с.
18. Kang J., Tang L., Fiore A. M. Enhancing consumer-brand relationships on restaurant Facebook fan pages: Maximizing consumer benefits and increasing active participation // International Journal of Hospitality Management. – 2014. – № 36. – P. 145 –155.
19. Calame J. Post-war Reconstruction: Concerns, Models and Approaches. Macro Center Working Papers. Paper 20. [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://docs.rwu.edu/cmpd_working_papers/20 (дата звернення: 12.10.2024).
20. Кісанова К. В., Остапенко А. К. Характеристика видів сценаріїв соціокультурних заходів // Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2023» / XXV Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. – Черкаси: ЧНУ ім. Богдана Хмельницького. – 2023. – С. 366-369.
21. Ковальова Т. А. Хлисту́н О. С. Інноваційні культурні проекти: трансформація сучасної родієвої культури // Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 12–13 квітня 2024 р. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2024. – С. 312–318.

22. Кочубей Н. В. Соціокультурна діяльність : навч. посіб. / Наталія Василівна Кочубей; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – Суми : Університетська книга, 2015. – 121 с.
23. Крупа О., Губернатор О. Сучасні цифрові технології та аудіовізуальні засоби в гібридних культурно-дозвіллевих івентах // Питання культурології. – 2023. – № 42. – С. 173–181.
24. Лещук Г. В. Особливості соціокультурної діяльності як фактора соціально-виховного впливу на особистість // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота. – 2019. – № 1(44). – С. 98–101.
25. Максимовська Н. О. Івент-технології як чинник трансформації соціокультурної сфери // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : матер. міжнар. наук. конф. (26–27 листопада 2020 р.) / Під ред. проф. В. М. Шейка та ін. – Харків : ХДАК, 2020. – С. 280-281.
26. Миколайчук М. М., Лесик О. В. Інструменти розвитку та повоєнного відновлення територій України: аналітичний огляд. Проблеми сучасних трансформацій. 2023. № 7. [Електронний ресурс]: Режим доступу: URL: <https://reicst.com.ua/pmtl/article/view/2023-7-02-10/2023-7-02-10> (дата звернення: 05.10.2024).
27. Мисик В. М. Вітчизняний та зарубіжний досвід формування і розвитку івент-менеджменту // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2021. – № 3(1). – С. 39-50.
28. Мисик В. М. Типологія івентів як об'єктів івент-менеджменту // Бізнесінформ. – 2020. – № 8. – С. 203–210.
29. Назімко О.Є. Подієвий маркетинг: керівництво для замовників та виконавців. – Харків : Клуб сімейного дозвілля. – 2013. – 264 с.
30. Ніколюк О. В., Дьяченко Ю. В., Савченко Т. В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні // Інвестиції: практика та досвід. – 2021. – № 6. С. 98-103.

31. Олексюк Г. В., Ангелко І. В., Самотій Н. С. Івент-індустрія: розвиток та проблеми в Україні // Регіональна економіка. – 2020. – № 3(97). – С. 120-130.
32. Пархоменко І.І. Британська наукова традиція вивчення івент-менеджменту: основні поняття (Г. Боудін, Х. Пієлічаті, Дж. Елз) // Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія «Менеджмент соціокультурної діяльності». – 2018. – Вип. 2. – С. 63-76.
33. Пашкевич М. Ю. Івент-технології у сфері дозвілля // Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі: кол. монографія. – Київ: Ліра-К, 2017. – С. 278-296.
34. Пашкевич М. Ю. Івент-технології як інструмент формування державного іміджу / М. Ю. Пашкевич // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2018. – № 3. – С. 176-181.
35. Pielichaty H., Els G., Reed I., Mawer V. Events Project Management. – London and New York : Routledge, 2017. – 347 p.
36. Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах: підручник. – Київ : Кондор, 2005. – 408 с.
37. Петрова І. В. Специфіка дозвіллевої роботи з дорослими / І. В. Петрова // Педагогічний вісник. – 2004. – № 4. – С. 82-89.
38. Повалій Т. Л. Івент-менеджмент : навчальний посібник / Т. Л. Повалій, Н. Д. Світайло. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 198 с.
39. Поплавський М. М. Event-менеджмент у індустрії дозвілля / М. М. Поплавський // Питання культурології. – 2017. – Вип. 33. – С. 186-197.
40. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології» (для студентів 2-го курсу денної та заочної форм навчання напрямів підготовки 6.140101 – «Готельно-ресторанна справа», 6.140103 – «Туризм») / О. М. Радіонова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 67 с.

41. Радіонова О., Писарева, І., Александрова С. Digital-технології в організації дозвілля // Економіка та суспільство. – 2023. – № 48. – С. 93-98.
42. Райлян О. Б Організація масових і театралізованих свят: методичні рекомендації. [Електронний ресурс]: Режим доступу: URL: <http://www.zomc.org.ua/vidannya/item/1557-metodychni-rekomendatsii-orhanizatsiia-masovykh-iteatralizovanykh-sviat> (дата звернення: 04.11.2024).
43. Rojas de Francisco L. Digital leisure study: the Consumption Experience, Habits and Social Uses / Rojas de Francisco L. – Barcelona : Bellaterra, 2015. – 98 с.
44. Свирид І. Є. Спеціальні події та event-технології як чинники інноваційного розвитку культурно-дозвіллевої діяльності: організаційно-методичний аспект // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2022. – № 43. – С. 72-77.
45. Склярська Н. В. Парадокси українського Івент Маркетингу. – [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/articles/13296/temp> (дата звернення: 28.09.2024).
46. Сміт П., Беррі К., Пулфорд А. Комунікації стратегічного маркетингу. – Миколаїв: ЮНІТІ, 2014. – 415 с.
47. Soldo E., Arnaud C., Keramidas O. Direct control of cultural events as a means of leveraging the sustainable attractiveness of the territory? Analysis of the managerial conditions for success // International Review of Administrative Sciences. – 2013. – № 79(4). – P. 725–746.
48. Станіславська К. І. Звукова інсталяція у просторі вуличного мистецтва // Мистецтвознавчі записки. – 2017. – Вип. 32. – С. 151-159.
49. Таміла П., Москвич О. Медіатрансформації та івент-технології в сучасній театральній культурі: український контекст // Українська

- культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2020. – № 35. – С. 115-122.
50. Tassiopoulos D. *Event Management: A Professional and Developmental Approach*. – Juta Pty Ltd, Claremont, South Africa, 2013. – 334 p.
51. Титаренко В., Срібна Ю., Нагорна Н. Змішана реальність як засіб інновацій у виставкових заходах // Наукові інновації та передові технології. 2024. – № 9 (37). – С. 1037-1052.
52. Ткаченко Т., Дупляк Т., Забалдіна Ю. Івент-індустрія та туризм у світовій економіці // Вісник КНТЕУ. – 2020. – № 4. – С. 55-63.
53. Toffler A. *Revolutionary Wealth: How it Will be Created and how it Will Change Our Lives* / Toffler A., Toffler H. – New-York.: Alfred A. Knopf, 2006. – 512 p.
54. Трач Ю. В. Віртуалізація культурного середовища // Культурно-дозвілєва діяльність у сучасному світі: кол. монографія. – Київ: Ліра-К, 2017. – С. 188-208.
55. Tum J. *Management of Event Operations* / J. Tum, P. Norton, J. Nevan Wright. – Oxford: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2006. – 280 p.
56. Ferdinand N., Kitchin P.J. *Events Management. An International approach*. – Los Angeles; London: Sage Publications, 2012. – 376 p.
57. Henderson S. The development of competitive advantage through sustainable event management // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. – 2011. – № 3(3). – P. 245-257.
58. Хитрова О. А., Харитоновна Ю. Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2018. – № 30. – С. 27–31.
59. Цимбалюк Н. М. Інституційна модернізація культурно-дозвілєвої сфери в Україні: дис. ... д-ра соціологічних наук: 22.00.04 / Київ. нац. ун-т. ім. Т. Шевченка. – Київ, 2005. – 340 с.
60. Цимбалюк Н. М. Культурно-дозвілєва діяльність як соціальний феномен (Історичні аспекти становлення та розвитку) / Н.М. Цимбалюк

- // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 1998. – Вип. 2, ч.1. – С. 259–268.
61. Цимбалюк Н. М. Соціально-педагогічні проблеми удосконалення культурно-дозвілєвої діяльності в закладах культури України (теорія, методика, практика) / Н. М. Цимбалюк. – К. : ДАКККиМ, 1997. – 176 с.
 62. Chappelet J. Routledge Handbook of Sports Event Management. – London: Sage Publications, 2017. – 476 p.
 63. Червінська Л. Комунікаційна складова організації та проведення мистецьких івентів // Мистецький простір: історія та сучасність. – 2020. – № 4. – С. 64-69.
 64. Чмихало Є. І. Деякі аспекти розвитку культурно-дозвільної діяльності в зарубіжних країнах та її кадрового забезпечення / Є. І. Чмихало // Культурно-просвітницька діяльність в сучасних умовах ринку. – К.: КДІК, 1994. – с. 34-39.
 65. Schlesinger Ph. Europeaness: A New Cultural Battlefield? / Ph. Schlesinger, A. D. Smith. – Oxford : Oxford University Press, 1994. – 316 p.
 66. Sherlock J., O'Connor N. Research into the Impact of Technology in the Events Industry // International Hospitality and Tourism Student Journal. – 2015. – № 7(1). – P. 88–102.
 67. Scheer A.-W., Thomas O., Adam O. Process modeling using event-driven process chains. – Hoboken, New Jersey: Wiley, 2019. – P. 119-145.
 68. Shone A. Successful event management: a practical handbook / A. Shone, B. Parry. – Cengage Learning: EMEA, 2004. – P. 11-13.
 69. Szalai Al. The Use of Time: Daily Activities of Urban and Suburban Population in Twelwe Contries / Szalai Al. (Ed.). – Hague ; Paris : Mouton, 1972. – 868 p.
 70. Щербина-Яковлева О.Ю. Поняття соціокультурної діяльності: філософські та культурологічні виміри // Світогляд – Філософія – Релігія. – Суми: СумДУ. – 2017. – Вип. 12. – С. 71-78.

71. Юдова-Романова К. В. З історії масових свят стародавнього світу: стародавнє Дворіччя // Народознавчі зошити. – 2013. – № 5. – С. 162-170.
72. Юдова-Романова К.В. Масові свята в умовах первісного суспільства // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – 2012. – Вип. 2. – С. 152-157.

ДОДАТКИ

Додаток 1





