

13. Sabadash Yu. Kulturotvorchyi potentsial mystetstvoznavstva: do postanovky problemy. *Visnyk Mariupolskoho derzhavnoho universytetu*. Seria: filozofia, kulturolohiia, sotsiologiia. 2019. Vyp. 17. S. 52–61.

14. Cherepanova S. O. Svitohliadno-tsinnisnyi potentsial filozofii osvity. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy*. 2013. Vyp. 23.18. S. 401–408.

15. Serdeha R. Deshcho pro poniattia «kulturo tvorchist» i kulturotvorchyi potentsial ukrainskykh narodnykh poviriv. *Visnyk KhNU im. V. N. Karazina: Filologiia*. 2013. № 1080. Vyp. 69. S. 218–224.

CULTURAL CREATIVE OPTICS IN RESEARCHING THE ACTIVITIES OF «KYIV MODERN-BALLET»

Soloviova Iryna – teacher Department of Choreographic Art, graduate student, Kyiv National University of culture and arts, Kyiv

The article proves the legitimacy of the study of the activity of «Kyiv Modern-Ballet» from the point of view of cultural creation. It is noted that the cultural orientation of choreographic art is important for human existence in the new cultural situation of the post-industrial age. It is emphasized that «Kyiv Modern-Ballet» has gone beyond the narrowly specialized subcultural space and is part of the phenomena of modern Ukrainian culture; ballet performances of the theater reflect not only the original creative decisions, worldviews of the authors, the level of development of staging and performing technologies, etc., but also become artifacts that accumulate cultural patterns, acting as a cultural document of the time.

Key words: cultural creation, «Kyiv Modern-Ballet», Ukrainian culture, ballet, choreography.

UDC 130.2:792.82

CULTURAL CREATIVE OPTICS IN RESEARCHING THE ACTIVITIES OF «KYIV MODERN-BALLET»

Soloviova Iryna – Lecturer of the Department of Choreographic Art, graduate student, Kyiv National University of culture and arts, Kyiv

The aim of the article is to substantiate the possibility of applying cultural-creating optics in the study of the activity of «Kyiv Modern-Ballet».

Research methodology. The following methods are applied: terminological, analytical, comparison, generalization, systematization.

Results. The etymology of the term «cultural creativity» (formation by theoretical generalization of the categories «culture» and «creativity») allows to consider cultural and artistic phenomena through the prism of the role in culture and compliance with the laws of creative activity (creativity). The cultural-creating orientation of choreographic art is important for human existence in the new cultural situation of the post-industrial age. Worldview, sociocultural, moral and ethical, national, etc. are reflected in choreographic art. orientations of society, characteristic of a concrete-historical form of culture.

Today, «Kyiv Modern-Ballet» is a multifaceted phenomenon that has gone beyond the boundaries of a narrowly specialized subcultural space and is reasonably included in the phenomena of modern Ukrainian culture. The latest approaches to the implementation of choreographic works, in particular avant-garde compositional techniques, scenographic design, topical themes, etc. set a high bar and become an example for creators of all types of choreography and other sorts of art in Ukraine. The ballet performances of «Kyiv Modern-Ballet» reflect not only the original creative solutions, worldviews of the authors, the level of development of staging and performing technologies, etc., but also become artifacts that accumulate cultural patterns, acting as a cultural document of the time. By creating elements of culture and at the same time being influenced by it artists participate in the processes of creation of existence.

Novelty. For the first time, the legitimacy of researching the activities of «Kyiv Modern Ballet» in terms of cultural creation has been proven.

The practical significance. Materials and research results can be used for further research on the problems of choreographic art from a cultural perspective, as well as for deepening the knowledge of students, graduate students, and anyone interested in the interdisciplinary connections of choreography.

Key words: cultural creation, Kyiv modern-ballet, Ukrainian culture, ballet, choreography.

Надійшла до редакції 10.12.2022 р.

УДК 379.8

СПЕЦІАЛЬНІ ПОДІЇ ТА EVENT-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЕВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Свирид Іванна – аспірантка, ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника», м. Івано-Франківськ
<https://orcid.org/0000-0003-2838-9188>
 DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi43.583>
ivannabrusak@gmail.com

Розглянуто основи інноваційного розвитку культурно-дозвіллевої діяльності, спеціальні події та event-технології як фактори стимулювання соціокультурних новацій. Проаналізовано подієвий менеджмент, удосконалення соціокультурних процесів через реалізацію сучасного івенту на засадах організаційно-управлінського

менеджменту подій. Спеціальні події є однією з основних форм як масового, так і індивідуального видів дозвілля, особливістю організації яких є креативний підхід, а також створення якісного, унікального продукту, що орієнтується на запити та інтереси певних груп та населення загалом.

Ключові слова: соціокультурна діяльність, event-технології, інновації, спеціальні події, менеджмент спеціальних подій, культурно-дозвілєва діяльність.

Постановка проблеми. У нинішніх умовах у соціокультурній сфері необхідні інноваційні процеси, зокрема спеціальні події та івент-технології, в основу яких була б закладена соціальна творчість й креативна управлінська діяльність як прояв нової форми – івент, що має не лише відповідати сьогоденню, але й передбачати перспективи подальшого розвитку культури. Через свою відносну новизну івент-менеджмент не є досить обґрунтованим напрямом наукового дослідження з позиції методології та практики. Концептуальні, теоретико-методологічні та методико-прикладні засади його побудови й використання у діяльності закладів культури розглянуті вітчизняними та іноземними науковцями здебільшого фрагментарно, що актуалізує необхідність вирішення в цьому контексті широкого спектру завдань, ключовими серед яких є теоретичне обґрунтування сутності поняття івент-менеджменту та виокремлення його характерних ознак.

Огляд останніх публікацій. Спеціальні події в культурно-дозвілєвій діяльності досить динамічно розвиваються, тому й дослідження їх організації є достатньо продуктивним явищем. Івент-технології та подієвий менеджмент вивчає О. Радіонова [3], яка стверджує, що івент-технологія означає перетворення заходу шляхом допоміжних ефектів у щось виняткове з точки зору відвідувачів, а в основу успіху івент-технології покладено ретельне планування та бездоганна організація кожного заходу. Проблеми трансформації організації дозвілля досліджує І. Петрова [2], яка, на підставі багаторічних досліджень цього явища, стверджує, що сфера дозвілля поєднує найрізноманітніші види людської життєдіяльності, адже людина на дозвіллі не обмежена зовнішніми чинниками і залежить лише від своїх внутрішніх бажань та уподобань. Особливості сучасних івент-технологій, їх застосування в організації дозвілля розкрито одним з авторів колективної монографії М. Пашкевич [1], яка доводить, що у наш час подієвість поки що мало усвідомлюється як художнє явище; переважає ставлення до організації події як до процесу, що не вимагає спеціальних умінь і навичок, що не сприяє розумінню його сутності і лише уповільнює процес його дослідження. Особливості розвитку та застосування івент-менеджменту відстежувала й Н. Цимбалюк [4], стверджуючи про необхідність застосування різнорівневих технологій, що викликано метою, завданнями та масштабами тих соціальних змін, на стимулювання яких була б спрямована технологічна діяльність.

Метою статті є визначення особливостей управління спеціальними подіями та івент-технологіями в процесі їх запровадження у соціокультурній сфері.

Виклад матеріалу дослідження. Подієвий менеджмент є інструментом відкриття інноваційного потенціалу івенту, поєднуючи встановлені управлінські технології з сучасними засобами та формами діяльності у сфері культури.

Традиції та інновації взаємодоповнюють одне одного. Івент-технології є втіленням творчих соціокультурних практик в умовах сучасного стану розвитку культури, а креативність та мобільність залишається основою інноваційних змін у соціокультурній сфері.

О. Радіонова наголошує, що саме поняття івенту включає в себе подію, захід, церемонію та шоу. Івент – запланована соціально-суспільна подія (захід), що відбувається в певний час, із певною метою та має певний резонанс для суспільства. У перекладі поняття event означає подію, проте включає в себе також і смислові відтінки, що характеризують винятковість цієї події, найбільш ймовірного бажаного результату, заходу, спортивного змагання. Характерним для event (у дослівному перекладі – подія, включаючи зміст, який вкладається в це поняття в природничих науках та інформатиці) є те, що він приурочений до певного часу, тобто вирізняється певною конкретикою. Event-технологія означає перетворення заходу шляхом допоміжних ефектів у щось виняткове з точки зору відвідувачів. Адже в основу успіху івент-технології покладено ретельне планування та бездоганна організація кожного заходу. Відтак, винятковість події приносить і додаткову вигоду, що проявляється після часу, коли стає зрозумілим, що можливі невдачі вдалося попередити, і підтверджується виправданість заходу [3; 5].

Event-заходи мають чимало завдань, зокрема проводяться для того, щоб позитивно впливати на думку аудиторії, налагоджувати ділові контакти, обмінятися досвідом, зокрема, в маркетингу івенти вважаються важливими інструментами для просування самої ідеї про ту чи іншу подію.

За своїми класифікаційними ознаками івенти мають розважальний та рекламний характер. Утім, потрібно наголосити, що самі терміни «event-менеджер», «event-маркетинг», «event-заходи» почали використовувати відносно недавно. Відтак і ґрунтовних напрацювань у площині їх дослідження поки що небагато.

На думку згаданої вже М. Пашкевич: «...професійно організований івент надає (сприяє) набуттю певного досвіду, безпосередньо пов'язаному з брендом, послугою, продуктом. Інтерактивні, емоційно-видовищні форми активно впроваджуються у соціально-культурні практики, сприяючи розвитку міжкультурних комунікацій» [1; 278].

Існують такі види заходів: відкриття, виставки, ярмарки, презентації, свята, прес-заходи, майстер-класи, тренінги, семінари, фестивалі, концерти, торгові івенти, корпоративні та спеціальні івенти тощо, проведення кожного з яких передбачає достатньо складні сегменти і потребує відповідної уваги та майстерності від організаторів.

Заклади культури в Україні нині переживають не найкращі (кризові) часи, і надзвичайно важливим залишається оцінювання економічної ефективності всіх запланованих заходів, від чого залежить їх успіх. Яким би грандіозним не був задум працівників-менеджерів, нічого не вийде, коли відсутні ресурси. Інакше кажучи «...фінансування культури передбачає сполучення розумної комерціалізації та державної підтримки, роздержавлення культури, відмову від тоталітарної моделі «керівництва» культурою, старих інструкцій, вказівок, розпоряджень. Рациональне використання елементів змішаної економіки, де вигода поєднується з загальнонаціональними культурними інтересами, допомагає на практиці реалізувати основи самоврядування у сфері культури [4; 120].

Тож організації подібних заходів сьогодні відіграє важливу роль у житті суспільства. Однак для того, щоб подія мала успіх, потрібно ретельно і детально все спланувати. Тут знадобиться професійний підхід івент-менеджера та координатора, які організують роботу команди події. Тобто головним завданням івент-менеджменту (event-management) є перетворення звичайних заходів у незабутню подію, рівень реалізації якої й залежатиме від задуму та вкладених у цю реалізацію ресурсів.

Нині найбільш затребуваними заходами є івенти з продажем доступу (найпростіша монетизація – реалізація квитків). Різновидом такої події може бути тренінг, семінар, конференція (в форматах онлайн і офлайн), фестиваль, концерт, розважальне або науково-освітнє дійство. Найголовніше це те, що учасники отримують реальну користь та емоції.

Тож у роботі над організацією заходу можна використовувати як один формат (форму) заходу, так і чергувати або поєднувати декілька. Щоб все відбулося за планом і зусилля не були даремно витрачені, слід провести попередній аналіз потенційної аудиторії, вибрати правильне місце і час реалізації заходу. Вдало проведений івент здатний вирішити безліч завдань, підняти впізнаваність бренду замовника на якісно нову висоту.

При цьому потрібно пам'ятати наступне. Якщо раніше працювали за одним стандартом і це мало помітний вплив на аудиторію, то тепер цього замало. Сучасне суспільство, як відомо, майже повністю контролює процес життєдіяльності через мережу інтернет. Тут працюють, відпочивають і у ньому живуть за принципом «швидше загрузити, ніж запитати». Тому закладам культури потрібно змінювати підхід до власної організації роботи, популяризувати свою діяльність у соціальних мережах і таким чином залучати потенційних відвідувачів. Зауважимо, що в період пандемії (COVID-19) в цьому напрямі зосередили свою діяльність більшість закладів культури: бібліотеки, музеї, виставкові зали тощо. Адже саме через соціальні мережі відвідувач отримує й достатню інформацію про роботу закладу в будь-який час доби. Відвідувач (глядач) нового зразка хоче, щоб заклад та його робота йому сподобалися. Звичайно, що для цього потрібно прикласти чимало зусиль, але результат того вартує. Тому потрібно забути про старі правила і запровадити нові форми в цю організаційно-культурну практику.

Сфера дозволів поєднує найрізноманітніші види людської життєдіяльності, поза як людина на дозвіллі не обмежена зовнішніми чинниками і залежить лише від своїх внутрішніх бажань та уподобань. А тому діяльність на дозвіллі неможлива без внутрішньої установки людини, що сприяє чи, навпаки, стримує розвиток, усвідомлення та реалізацію особистісних потреб. Тож вибір певного виду дозвіллевої діяльності зумовлюється його індивідуальною та соціальною цінністю в очах особистості, а змістове наповнення дозвіллевих занять відбиває мету та завдання людини, які вона ставить перед собою: набуття знань та навичок, вироблення норм практичної поведінки, засвоєння інших культурних цінностей, удосконалення чи опанування різними сферами суспільної діяльності [2; 19].

При цьому потрібно пам'ятати, що якими б ефективними не були заходи, проведені раніше, їх не можливо скопіювати. Працюючи над кожним новим івентом, необхідно винаходити практично все заново, адже технології розвиваються, смаки людей змінюються. Кожна подія унікальна, і її рішення також має бути унікальним. Готових рішень не буває тому, що неможливо вирішити декілька завдань одним і тим же способом. Крім того, працюючи над кожним таким рішенням, необхідно враховувати всі можливі фактори, а вони можуть змінюватися навіть під час проведення самого заходу. У таких випадках доводиться підключати весь наявний здоровий глузд і просто імпровізувати, виходячи з поставленого завдання, загальної концепції заходу і ситуації, що змінилася.

Організація івенту – це складна робота із синхронізації самої системи, що складається з чималою кількості елементів. Це – гості, ведучі, артисти, техніки, хостес, охорона, музиканти, піротехніки, кейтерінг, водії, органи міської влади, спонсори, меценати та багато ін. Потрібно також завжди пам'ятати, що кожен з елементів цієї системи, насамперед, – людина. А спрогнозувати поведінку людини дуже важко, особливо якщо всі ці люди перебувають під впливом несприятливих обставин, в умовах підвищеної відповідальності.

У практичній діяльності визначають типи івентів: внутрішні корпоративні заходи (HR – event) – основною метою яких є підвищення рівня лояльності співробітників організації або оптимізація роботи колективу. У цю групу входять як виключно розважальні заходи (святкові вечірки, дні іменинника тощо), так і заходи навчального характеру (особистісний розвиток, підвищення кваліфікації, поліпшення командного духу та ін.). Зазвичай, внутрішні корпоративні заходи не вимагають великого бюджету і титанічних зусиль. Тут достатньо створити позитивний настрій (винятком можуть бути лише розважальні заходи).

Також певні труднощі можуть викликати й навчальні заходи, але, зазвичай, для проведення тренінгів або семінарів залучаються спеціалісти, які мають достатній досвід (займаються цим професійно).

Більш складними у розробці та реалізації є зовнішні корпоративні заходи або іміджеві заходи у контексті маркетингової стратегії рекламування (просування) будь-якого культурного продукту. Тут навіть невелика помилка або неточність може призвести до складних наслідків. Адже основною метою таких заходів є подання іміджу закладу (компанії, організації). Тому цей тип заходів є найбільш складним у розробці та проведенні. Важливе значення тут відіграє маркетингова стратегія, тобто процес планування і реалізації системи маркетингових заходів, підпорядкованих досягненню поставлених цілей.

Потрібно також пам'ятати, що мета і завдання заходу завжди повинні співвідноситися з цілями і завданнями маркетингової стратегії організації, яка його проводить. У будь-якому іншому випадку подія не буде результативною.

Зосередимо увагу й на основних складових. Концепція – це основна ідея події, виражена за допомогою інструментів створення певної атмосфери заходу. Такими інструментами, зазначають фахівці, можуть виступати тема чи привід події, декорації, тематика розважальної програми, стиль спілкування з гостями ведучого заходу, стиль запрошень, тема інструментів рекламної та PR-підтримки заходу і навіть меню.

Вибір локації, місця, де проводитиметься захід, досить відчутно впливає на ефективність події. Важливими є також атмосфера, комфорт, художнє оформлення, брендування локації, сцена, звук і світло, піротехніка, кейтерінг (обслуговування фуршету), хостес (асистенти, помічники), ведучий заходу і артисти.

Бюджет заходу – це схема витрат на його організацію, тобто та кількість коштів, які необхідно витратити організаторам на досягнення поставлених цілей. Тому при складанні бюджету потрібно враховувати можливі ризики. Одним із найважливіших ризиків є не точна оцінка власних можливостей.

Стосовно реалізації самої події, то тут також є певний алгоритм. Одним із найбільш важливих документів, необхідних для розробки та проведення будь-якої події, є сценарій. Тобто детальний план усього заходу, в якому прописується (враховується) кожна дрібниця, кожна деталь, а саме: концепції заходу, кількість запрошених гостей, робота всіх учасників команди (підрядників), особливості локації та всі етапи заходу.

Тому перш, ніж приступити до написання сценарію, необхідно уявити собі майбутній захід. Грамотно написаний сценарій дозволить виконати титанічну працю щодо своєчасної координації величезної кількості всіх складових заходу. Крім того, кожен учасник події повинен чітко знати свою роль. Для цього створюється декілька видів сценарію: режисерський сценарій – докладний опис дії всіх учасників процесу; сценарій для ведучого заходу; сценарій для хостес; короткий сценарій (сценарний план) – для всіх інших учасників події.

Важливим етапом є також анонсування і рекламна підтримка події інструментами реклами та PR-технологій. Врешті-решт, усе це має великий вплив на ефективність запланованого івенту.

Інструментами анонсування є, як правило, афіша, рекламні макети в пресі, аудіоролики для радіо, PR-матеріали в ЗМІ, directmail, promo. Залежно від специфіки заходу використання цих інструментів дозволить збільшити ефективність самого заходу і створить ажіотаж та обговорення події.

Завершальним етапом підготовки програми є генеральна репетиція, тобто проведення заходу до того, як прийдуть всі запрошені з метою виявлення всіх можливих помилок, а також спосіб налаштувати всю використовувану техніку, щоб усе відбулося згідно до запланованого.

Висновки. Управління подіями чи event-менеджмент є відносно новим для України явищем. Тому актуальним залишається звернення до світового досвіду подібних практик. Організація заходів – незмінна складова життя суспільства на всіх етапах його розвитку. Одним із креативних стимулів удосконалення соціокультурного простору є спеціальна подія, яка є емоційно неповторною, справляє позитивне

враження та підвищує ступінь творчої взаємодії. Подієвий менеджмент залишається важливим інструментом розкриття інноваційного потенціалу івенту, враховуючи встановлені управлінські івент-технології в поєднанні із сучасними засобами та формами діяльності у сфері культури.

Список використаної літератури

1. Культурно-дозвілєва діяльність у сучасному світі: кол. монографія. Київ : Ліра-К, 2017. 328 с.
2. Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах: підручник. Київ : Кондор, 2005. 408 с.
3. Радіонова О. М. Конспект лекцій з курсу «Івент-технології». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова, 2015. 67 с.
4. 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.

References

1. Kulturno-dozvillieva diialnist u suchasnomu sviti: kol. monohrafiia. Kyiv : Lira-K, 2017. 328 s.
2. Petrova I. V. Dozvillia v zarubizhnykh krainakh: pidruchnyk. Kyiv : Kondor, 2005. 408 s.
3. Radionova O. M. Konspekt lektsii z kursu «Ivent-tekhnohii». Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova, 2015. 67 s.
4. Tsybaliuk N. M. Instytutsiina modernizatsiia kulturno-dozvillievoi sfery v Ukraini: dys. ... d-ra sotsiolohichnykh nauk: 22.00.04 / Kyiv. nats. un-t. im. T. Shevchenka, Kyiv, 2005. 340 s.

SPECIAL EVENTS AND EVENT TECHNOLOGIES AS FACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF CULTURAL LEISURE ACTIVITY

Svyryd Ivanna – Postgraduate student of the Department
of Musical Ukrainian Studies and Instrumental Folk Art Vasyl StefanykPrecarpathian
034 «Culturology» specialty
National University Ivano-Frankivsk

In this article, the basics of innovative development of cultural leisure activity, special events and event technologies as factors of stimulation of cultural innovation are looked into. Event management, improvements of socio-cultural processes through the realisation of the modern event based on event administrating are analysed. Social events – are one of the most important forms of public and individual leisure with a creative approach, creation of unique quality products as their influential features which are oriented at requests of particular groups as well as the whole population.

Key words: socio-cultural activity, event technologies, innovations, special events, management of socio-cultural events, cultural leisure activity.

UDC 379.8

SPECIAL EVENTS AND EVENT TECHNOLOGIES AS FACTORS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF CULTURAL LEISURE ACTIVITY

Svyryd Ivanna – Postgraduate student of the Department
of Musical Ukrainian Studies and Instrumental Folk Art Vasyl StefanykPrecarpathian
034 «Culturology» specialty
National University Ivano-Frankivsk

Formulation of the problem. Innovative processes are necessary for modern society in the socio-cultural sphere, in particular special events and event technologies, which are based on social creativity and creative management activity as a manifestation of a new form – an event that should not only correspond to the present, but also foresee the prospects for the further development of culture. Due to its relative novelty, event management is not a well-grounded direction of scientific research from the point of view of methodology and practice. The conceptual, theoretical-methodological, and methodological-applied foundations of its construction and use in the activities of cultural institutions are considered by domestic and foreign scientists in a fragmentary manner, which actualizes the need to solve a wide range of tasks in this context, the key ones of which are the theoretical substantiation of the essence of the concept of event management and the separation its characteristic features.

Review of recent publications. Special events in cultural and recreational activities are developing quite dynamically. Event technologies and event management are studied by O. Radionova [3; 5], who believes that event technology means transforming an event through auxiliary effects into something absolutely exceptional from the point of view of visitors, and the success of event technology is based on careful planning and impeccable organization of each event. I. Petrova investigates the problems of transformation of leisure organization [2; 19], which claims that the sphere of leisure combines the most diverse types of human life, because a person at leisure is not limited by external factors and depends only on his internal desires and preferences. Features of modern event technologies, their application in the organization of leisure time are disclosed in the collective monograph (Cultural and leisure activities in the modern world) by M. Pashkevich [1; 278], who believes that nowadays events are not widely recognized as an artistic phenomenon, the prevailing attitude towards the organization of an event is a process that does not require special skills and abilities. Features of the development and application of event management were monitored by N.

Tsimbalyuk [4; 120], she asserts the need for the application of different levels of technology, which is caused by the purpose, tasks and scale of those social changes that technological activity was aimed at stimulating.

The purpose of the article is to determine the features of managing special events and event technologies in the process of their introduction in the socio-cultural sphere.

Key words: socio-cultural activity, event technologies, innovations, special events, management of socio-cultural events, cultural leisure activity.

Надійшла до редакції 2.11.2022 р.

УДК 327(477:061.1)

МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО В ОРГАНІЗАЦІЇ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПРОЄКТІВ

Тормахова Анастасія Миколаївна – кандидат філософських наук,

доцент, Київський національний університет

ім. Т. Шевченка, м. Київ

<https://orcid.org/0000-0001-7178-850X>

DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.vi43.584>

tormakhova@ukr.net

Окреслюється роль міжнародного співробітництва у організації та проведенні сучасних українських проєктів. Сфера соціокультурного проектування є такою, що за своїми сутнісними характеристиками передбачає кооперацію між представниками різних інституцій. Співпраця дозволяє ефективно використовувати наявні ресурси, сприяти просуванню культурно-мистецького продукту серед цільової аудиторії. Чимало ініціатив реалізовано шляхом презентації робіт українських митців (художників, режисерів, музикантів) в закордонному просторі. Поточний напрям реалізації проєктної діяльності розвивається у зв'язку зі зміною місця проведення івентів, організацією закордонних проєктів за участю українських діячів та формуванням онлайн-ініціатив, спрямованих на створення культурного «фронту» спротиву. Грантова підтримка фінансування проєктної діяльності та впровадження співпраці з закордонними інституціями є запорукою подальшого розвитку української культурно-мистецької сфери за часів війни, що, водночас стає підґрунтям для її виходу на європейський та світовий ринок.

Ключові слова: міжнародне співробітництво, культурні проєкти, ЄС, Україна, митці, війна, інституції.

Постановка проблеми. Сучасна культура може бути охарактеризована як така, що перебуває в процесі постійних трансформацій. Чисельні виклики, що постали перед людством (пандемія COVID-2019, повномасштабна війна в Україні), змусили шукати шляхи до співпраці та підтримки різних секторів креативної та культурної економіки України. Саме за рахунок включення вітчизняних представників культурної сфери у різноманітні міжнародні ініціативи вдається оминати важкого кризового стану, викликаного відсутністю належного державного фінансування. Впровадження міжнародних проєктів стає унікальною можливістю, покликаною привертати увагу до подій в Україні та закликати європейську спільноту підтримувати боротьбу за свободу. Доцільно розглянути, які саме проєкти були реалізовані в соціокультурній сфері за участю міжнародних організацій від початку повномасштабного російського вторгнення в Україну в 2022 р. та визначити перспективи їх подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні форми міжнародного співробітництва, наявні у сфері культури та мистецтва, здобули певного висвітлення у сучасному науковому дискурсі. В статті О. Каракоз [2] представлено різні виміри співпраці України у книговидавничій сфері. Питання залученості українських діячів та культурних інституцій до програм ЮНЕСКО досліджувалось у публікації О. Моцик [3]. Досвід міжнародних мережових структур у контексті практик обміну культурними ресурсами виявляється в дослідженні В. Панченко та Д. Живоглядової [4]. Особливості трансформації музичної індустрії України за часів війни окреслюється в статті К. Федосенко [6]. Деякі аспекти, пов'язані з реалізацією поточних проєктів, представлено на сайтах закордонних інституцій, в яких вони проходили [1, 5].

Мета статті – дослідити роль міжнародного співробітництва в організації сучасних українських культурно-мистецьких проєктів.

Виклад основного матеріалу. Сфера соціокультурного проектування є такою, що за своїми сутнісними характеристиками передбачає кооперацію між представниками різних інституцій. Співпраця дозволяє ефективно використовувати наявні ресурси, сприяти просуванню культурно-мистецького продукту серед цільової аудиторії. Залучення фахівців з організацій, які мають дотичні інтереси, дозволяє розширювати локальні межі проєктної сфери та виходити на міжнародний рівень. Причому доволі високу результативність має мережева взаємодія. У разі формування культурного продукту, до створення якого долучаються різні учасники, відбувається можливість освоювати нові ресурси. «Актуалізується створення платформ не тільки для обміну досвідом акторів зі спеціалізованою компетентністю, зокрема досвідом