

СОБЫТИЙНОСТЬ В ИНДУСТРИИ ПРАЗДНИЧНЫХ ФОРМ КУЛЬТУРЫ

¹ **З. О. Тихонова,** ² **Е.Ф. Черняк**

¹режиссер МБУК «ДК Центральный», г. Анжеро-Судженск
²

к.п.н., доцент кафедры РТПП ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный
институт культуры»

Сегодня учреждения культуры для совершенствования финансовой стабильности должны находиться в постоянном поиске различных способов привлечения денежных средств. Один из таких способов - это event-менеджмент или событийный менеджмент.

Его важная задача - организация крупного события, которое будут еще долго вспоминать.

По направлению event – менеджмента, идеям, стратегиям, техникам и методам организации событий существует ряд исследований (А. Берлов, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, С. Лемер и др.).

У. Хальцбаур, Р. Мозер, М. Целлер пишут о том, что в своей основе event – это технология создания исключительного события.

Основываясь на этих классических трудах исследователи С.Г. Ермаков, Ю.А. Макаренко и Н.Е. Соколов они рассматривают подготовку мероприятия «как проект с высоким уровнем сложности, временным, кадровым и финансовым ограничениями, а также уникальностью задачи с заданными параметрами» [2, с. 143].

Приоритетным направлением в event – индустрии и режиссуре современных театрализованных представлений и праздников является использование новейших технологий, создающих яркую картинку и так называемый «WOW-эффекта». Эти технологии воздействия на зрителя имеют коммуникативный, просветительский и развлекательный характер.

«Event -проектирование», интересует не только менеджеров данной индустрии и собственников бизнеса, но и учреждения культуры, которые хотят улучшить свою материальную базу и идти в ногу со временем.

По мнению Федотова М.В. «event - проект – событие, описанное в виде замысла, представленное в виде плана, с обоснованием и экономическими расчетами и воплощённое в форму специального мероприятия, служащего целям маркетинга» [4, с. 4].

Уникальным феноменом и универсальным творческим методом является театрализация.

О значении театрализации свидетельствует широкое распространение ее форм: обряд, ритуал, вечер, митинг, театрализованный концерт. Сегодня, разумеется, мало только знать о существовании метода театрализации, но и

применять знания на практике. В event-технологиях методе и в театрализации одним из важных инструментов является образность, которая позволяет представить зрителям событие, факт, создать эпизод.

Наиболее распространенная ошибка практиков - это понимание event-технологий как элемента модности, вносимого в культурно-досуговое мероприятие. Подобный механический подход к данному термину приводит к непомерному и необоснованному расширению границ их использования.

Мы согласны с цитатой Фокиной Н.Н. «отсюда появляется страсть к «тотальному» распространению event в России как результату примитивного понимания социальных потребностей современного человека, его требований к общественному досугу, художественно-эстетических критериев» [5, с. 170].

По мнению Герасимовой И.А. «event-технологии - это комплексный современный инструмент развития социально-культурной деятельности в учреждениях культуры, предполагающий повышение уровня компетенции сотрудников учреждений культуры, расширение сети культурных коммуникаций среди населения, повышение качества культурного продукта за счёт реализации функций менеджмента, маркетинга и учёта эмоциональной режиссуры» [1, с. 110].

Таким образом, возникает ряд задач, которые определи в своем диссертационном исследовании Сковородкин, А.В.:

- «осуществление системной модернизации, включающей в себя построение инновационной системы: выявление условий (информированность об event, создание event-банка, наличие субъектов event, мониторинг заявок на event-мероприятия, наличие средств и вливаний) и уровней (высокий средний и низкий) и критериев (знание об «event-технологиях», готовность режиссера ее применять на практике)»;

- сохранение стабильности традиций русской духовности, как феномена празднично-обрядовой культуры;

- расширение в России использование event-experience (театрализация), event-technology (event-технологии), event-marketing (событийный маркетинг) – в виде разработки методических рекомендаций [3].

Какие этапы организации событий существуют.

1. Повод для проведения данного мероприятия.
2. Анализ ресурсного потенциала и бюджета будущего события.
3. Составление плана организации и проведения (сроки, ответственные за каждый этап, функционал организаторов). Залогом успеха конкретного события является кадровый ресурс проекта.

При разработке творческого проекта в рамках event-менеджмента важно начать с разработки интересной идеи, которая базируется на изучении социокультурной ситуации в регионе и творческом мышлении специалистов.

Реализация реальной, логичной и четкой идеи возможна, если в ее основе лежат инновации.

Чтобы привлечь к проекту возможно большее число людей необходимо задействовать все каналы коммуникации: СМИ, интернет, радио, телевидение, социальные сети и т.д.

Существует ряд требований к event – проектам, организуемых в учреждениях культуры.

1. Значимость. Это должно быть крупным и масштабным событием, заметным для целевых аудиторий.

2. Управляемость. Управление информационными потоками должно соотноситься с целями позиционирования события для целевых групп общест-венности в масс-медиа.

3. Презентабельность события. Обстановка во время мероприятия должна производить благожелательное впечатление на его участников.

Важно, чтобы организованное событие выполняло функцию маркетинговой коммуникации и способствовало дальнейшему развитию устойчивой потребительской лояльности к учреждению культуры.

Анализ работы МБУК «ДК «Центральный» по реализации event- проектов показал, что учреждение не только учитывает все приоритетные направления и развивается в ногу со временем, но и использует в своей работе новые event-технологии, что позволяет не только выполнить годовой план, но и активно развивать вариативные способы привлечения финансовых средств.

Ярким примером реализации такого проекта стало новогоднее представление «Тайна зачарованного мира». Это было яркое зрелище. А ряд научных исследований (Д. Канеман, Е. П. Ильин, Е. А. Громова, П. П. Блонский и др.) указывает на роль эмоциональных моментов в формировании воспоминаний. Его посетило около 8000 детей и 4000 взрослых

В коммерческом плане театрализованное представление не просто оправдало себя, но и принесло хорошую прибыль. С 20 декабря 2021 года по 30 декабря 2021 год было заработано около 3-х миллионов рублей.

Благодаря проектной деятельности в сфере event - индустрии, МБУК «ДК «Центральный» усилил роль в местном сообществе, улучшил качество предоставляемых населению услуг.

Рассматривая в этой связи событие (новогоднее представление) и бренд (МБУК «ДК «Центральный») как выражение отношений в деятельной форме с целевыми аудиториями, можно отметить совпадение следующих параметров:

- общие духовные ценности;
- уникальное торговое предложение;
- яркое эмоциональное воздействие и реализация потребностей зрителей в зрелище;
- стилистическое и визуальное решение представления;
- выбор формы события, способа взаимодействия с аудиторией и видов активности его целевых аудиторий.

Event, как новое течение в индустрии праздничных форм культуры и технология социокультурного проектирования, может сыграть важную роль в развитии креативной и экономической среды г. Анжеро-Судженска, поскольку праздничная культура становится важным инструментом формирования и сохранения культурных ценностей.

Таким образом, включение event-технологий в деятельность учреждений культуры позволяет не только повысить качество предоставляемых услуг, способствует решению управленческих проблем и формированию позитивного имиджа территорий, но и развивает социальную сферу, создает благоприятный инвестиционный климат.

Список литературы

1. Герасимова И.А. Современные условия развития event-технологий в учреждениях культуры города москвы/ Культура и образование 2017. № 1(24). – С.106-113
2. Ермаков С.Г., Макаренко Ю.А., Соколов Н.Е. Event-менеджмент: обзор и систематизация подходов к организации мероприятий // Управленческое консультирование. 2017. № 9. С. 140–148
3. Сковородкин, А.В. Научно-педагогическое обеспечение организации внеучебной и досуговой деятельности детей и молодежи на основе "Event - технологии" : автореферат дис. ... кандидата педагогических наук : 13.00.01 / Сковородкин Артем Владимирович; [Место защиты: Ин-т теории и истории педагогики РАО]. - Москва, 2010. - 19 с.
4. Федотов М.В. особенности управления проектом в сфере организации мероприятий/ Национальная ассоциация ученых (НАУ) № 53, 2020. – С. 4-7
5. Фокина Н.Н. Социально-культурная деятельность event-агентств // Modern Research of Social Problems. 2016. № 11-2 (67). - С. 170–179.
6. Ярмухаметов, Р. М. Проблемы и перспективы развития режиссуры театрализованных представлений и праздников / Р. М. Ярмухаметов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2017. — № 20 (154). — С. 308-312. — URL: <https://moluch.ru/archive/154/43454/> (дата обращения: 14.12.2022).