

<https://doi.org/10.31516/2410-5333.067.04>¹

УДК 005.94:316.42: 394.4(477)

Н. С. Вовк

кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна
nataliia.s.vovk@lpnu.ua
<https://orcid.org/0000-0002-2470-7188>

О. В. Марковець

кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна
oleksandr.v.markovets@lpnu.ua
<https://orcid.org/0000-0001-8737-5929>

Х. Ю. Косарчин

студентка, кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна
khrystyna.kosarchyn.dk.2020@lpnu.ua
<https://orcid.org/0009-0006-1126-9613>

СИСТЕМНІ СКЛАДОВІ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ КУЛЬТУРНО-МАСОВИХ ЗАХОДІВ

Стаття присвячена виявленню чинників підвищення ефективності організації культурно-масових заходів в Україні, що відбуваються в умовах повномасштабного російського вторгнення. Акцентовано увагу на ролі якісного документаційного забезпечення організації культурно-масових заходів та ефективного івент-менеджменту як ключових елементів розвитку культурної політики, збереження національної спадщини та забезпечення економічного зростання. Визначено проблеми, що виникають у культурному секторі, зокрема недостатня кваліфікація фахівців та відсутність ефективних комунікаційних платформ, які гальмують розвиток цієї сфери. Запропоновано шляхи вирішення зазначених проблем, серед яких розвиток інноваційних платформ, залучення інвестицій та стимулювання професійної підготовки працівників культурної сфери. Важливу роль у процесі організації культурних заходів відіграють події, що не лише популяризують культуру, а й сприяють соціальній згуртованості та моральному відродженню суспільства.

Ключові слова: культурно-масові заходи, Україна, івент-менеджмент, документаційне забезпечення, культурна політика, соціальна згуртованість.

N. Vovk

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Social Communications and Information Activity, Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

O. Markovets

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Head of Department of Social Communications and Information Activity, Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

1 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Kh. Kosarchyn

student at the Department of Social Communications and Information Activity,
Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

SYSTEMIC COMPONENTS OF EFFECTIVE ORGANIZATION OF CULTURAL AND MASS EVENTS

The relevance of the article. In the context of globalization and transformational changes, particularly due to the war, cultural events are key to promoting cultural heritage and social cohesion. Challenges such as the insufficient qualifications of specialists and lack of effective communication platforms hinder the progress of organizing such events. Hence, new approaches to event management and documentation support are essential for improving the effectiveness of cultural event organization.

The purpose of the article. This article aims to examine the organization of cultural events during times of change, focusing on the role of event management and documentation support in cultural policy development and economic growth. The study also investigates the problems in organizing cultural events and suggests potential solutions.

The methodology. The study employs methods of analysis, synthesis, and a systematic approach, using case study analysis to evaluate the effectiveness of modern models for organizing cultural events. A comparative approach is also applied to identify key challenges and solutions.

The results. The study identifies several key issues that impede the organization of cultural events, including insufficient specialist qualifications, the absence of innovative platforms, and ineffective communication among cultural sector participants. The article proposes solutions such as developing innovative platforms for event management, attracting investments in cultural infrastructure, and enhancing professional training in event management.

The scientific novelty. The novelty of the research lies in the integration of event management and documentation support as critical tools for organizing cultural events in a rapidly changing global and social context. New models for the event lifecycle and informational support are proposed, aiming to enhance the efficiency of cultural event organization under these conditions.

The practical significance. The findings can be applied to improve the organization of cultural events in government bodies, private sector companies, and NGOs. The proposed innovative platforms can optimize communication and resource management for cultural events, benefiting event management specialists by implementing modern organizational practices.

Conclusions. The article emphasizes the importance of organizing cultural events for cultural policy development and economic growth. Strengthening event management and documentation support is crucial, especially in times of war and socio-political changes. The proposed solutions offer ways to enhance cultural event organization and introduce innovative approaches to managing cultural projects.

Keywords: *cultural events, event management, documentation, cultural policy, social cohesion.*

Актуальність теми дослідження. Організація культурно-масових заходів є важливим елементом розвитку національної культури, мистецтва та економіки.

В умовах глобалізації та технологічних змін культурні події стали ключовим фактором зміцнення міжнародних зв'язків і розвитку туризму. Для ефективного управління такими заходами необхідно забезпечити належний документальний супровід та застосовувати інноваційні підходи в івент-менеджменті. Водночас існують проблеми, такі як недостатня кваліфікація фахівців та відсутність спеціалізованих платформ для обробки й зберігання інформації про культурно-масові заходи, які потребують вирішення. Важливою умовою підвищення ефективності реалізації культурно-масових заходів в Україні є створення системи якісного документального забезпечення цього процесу.

Постановка проблеми. Організація культурно-масових заходів в Україні стикається з низкою проблем, серед яких недостатня кваліфікація спеціалістів, відсутність ефективних комунікаційних платформ та обмежений доступ до інвестицій. Ці фактори уповільнюють розвиток культурного сектору й знижують ефективність популяризації здобутків національної культури. Унаслідок повномасштабного російського вторгнення культурний сектор України зазнав значних втрат, що призвело до суттєвого зменшення кількості культурних подій. Війна внесла суттєві виклики, пов'язані з обмеженим фінансуванням, відсутністю безпеки для проведення культурних заходів та зниженням інтересу до них серед громадян. Однак, саме культурні заходи можуть стати важливим інструментом підтримки національної свідомості та ідентичності, сприяючи моральному відродженню й згуртуванню суспільства. Вирішення проблем у сфері документального забезпечення організації культурних подій в Україні є надзвичайно актуальним для відновлення й популяризації національної культури на внутрішньому та міжнародному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні розвідки у сфері івент-менеджменту в Україні висвітлюють різні аспекти розвитку цієї галузі. О. Ніколюк, Ю. Дьяченко та Т. Савченко (Ніколюк та ін., 2021) акцентують увагу на специфіці розвитку івент-менеджменту в Україні, Л. Червінська звертає увагу на особливості організації заходів для популяризації культури та мистецтва, що має особливе значення в умовах сучасних українських реалій (Червінська, 2020). Інші дослідники, такі як М. Барна та Я. Стецик, розкривають економічний аспект організації культурних заходів, зокрема в контексті розвитку туризму (Барна & Стецик, 2023). Праці Н. Вовк (Вовк, 2024) та І. Антоненко (Антоненко, 2011) акцентують на важливості івент-менеджменту як інноваційного напрямку, здатного покращити функціонування публічних бібліотек та соціокультурних установ загалом. Однак праць, що досліджують особливості організації якісного документального супроводу культурно-масових заходів як умови їх ефективності, у сучасному потоці наукових публікацій немає.

Мета статті — розроблення теоретико-організаційних засад запровадження документального супроводу у сфері івент-менеджменту як засобу ефективної підготовки та реалізації культурних подій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організація масових культурних заходів в Україні є важливою складовою розвитку національної культури та

мистецтва, а також інструментом економічного зростання. В умовах сучасних викликів культурний сектор потребує ефективного управління, що передбачає застосування проєктного підходу та розвитку івент-менеджменту. Для цього необхідно створювати цифрові платформи для поліпшення комунікаційної взаємодії культурних суб'єктів, а також активно залучати інвестиції в івент-сферу. У цьому контексті значну роль відіграють також сучасні інформаційні технології та інноваційні стратегії, що сприяють популяризації культурних подій на різних рівнях.

У сучасних умовах подієвий менеджмент набуває особливої актуальності як у сфері бізнесу, так і в розвитку культурних практик, виступаючи важливим інструментом формування іміджу, залучення аудиторії та стимулювання економічного зростання. Його значення посилюється як на рівні окремих підприємств, так і в реалізації державних стратегій розвитку культурної та туристичної інфраструктури. Подієве підприємництво (Event-Based Entrepreneurship, EBE) є окремим видом підприємницької діяльності, який має глибокі історичні корені й нині набуває виняткової актуальності (Fisher et al., 2024). Зростання ролі EBE простежується не лише в розвитку бізнесу, але й у формуванні сучасної культурної політики та стратегіях державного управління. Подієвий менеджмент стає важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності підприємств, посилення культурної ідентичності суспільства та підтримки іміджу держави на міжнародному рівні. Аналіз й систематизація основних характеристик EBE засвідчують його принципову відмінність від традиційних моделей підприємництва, що обґрунтовує потребу в розробленні концептуальних засад подальшого цілеспрямованого дослідження та застосування цього управлінського інструменту.

Для подолання проблем та мінімізації ризиків занепаду української культури й мистецтва пропонується вжити такі заходи:

1. Розвиток івент-менеджменту та створення платформ для взаємодії між культурними суб'єктами, інвесторами й спонсорами з метою популяризації культури в Україні та за кордоном, а також залучення приватних інвестицій у культурний сектор.
2. Формування експертних баз та розробка стандартів моніторингу, а також підтримка політики децентралізації культурних процесів для підвищення якості культурних подій та розвитку культури на регіональному рівні.
3. Підтримка мистецьких, аналітичних та освітніх програм для розвитку професіоналів і початківців у культурному, творчому та аудіовізуальному секторах, стимулювання формального й неформального навчання та забезпечення інтеграції митців на міжнародному рівні.
4. Розвиток спеціалізованих ЗМІ та створення інноваційних культурних продуктів, що сприятимуть популяризації культури й мистецтва України, а також їх просуванню на внутрішньому й зовнішньому ринках.

5. Збереження та популяризація національної культурної спадщини, сприяння формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені через культурні й мистецькі проекти (Червінська, 2020).

Для організації масових заходів найчастіше використовується проектний підхід, який включає створення команди з високим рівнем мотивації для досягнення конкретної мети. Проект описується як унікальний задум, що має визначену мету, відокремленість від інших й організацію із чітким керівництвом (Ткачук, 2010). Н. Попова (Попова та ін., 2020) та І. Антоненко (Антоненко, 2011) акцентують увагу на використанні проектного підходу в організації культурно-мистецьких заходів, хоча не заглиблюються в глибоке теоретичне обґрунтування цієї теми.

Джо Голдблатт запропонував модель життєвого циклу івент-проекту, яка охоплює п'ять етапів: дослідницька фаза, творча фаза, планування, координація та оцінка (Goldblatt, 2002).



Рис. 1. Модель життєвого циклу івент-проекту.

Розроблено авторами на основі дослідження Джо Голдблатта (Goldblatt, 2002).

Відповідно до результатів попередніх досліджень (Вовк, 2024), івент-менеджмент може бути здійснений у такі сім етапів: розроблення ідеї, планування, ухвалення рішення щодо проведення заходу, підготовка, реалізація заходу, його закінчення, завершення проекту.

Після завершення офіційної частини заходу важливо продовжити роботу над отриманими відгуками та результатами для покращення майбутніх заходів та підвищення рівня задоволеності учасників.

Суть культурно-мистецьких заходів полягає не лише в художньому вираженні та відтворенні традицій, а й у їхній здатності стимулювати економічний розвиток й міжнародну співпрацю. Зокрема, культурні події можуть охоплювати широкий спектр мистецьких форм, таких як живопис, скульптура, музика, танець, театр, кінематограф, література та багато інших способів творчої діяльності. Вони можуть сприяти підтримці й популяризації місцевих культурних традицій, водночас сприяючи налагодженню діалогу між різними культурами та національними громадами. Такий підхід є важливим для збереження і розвитку культурної спадщини, а також для підтримки міжнародного культурного обміну.

Організація культурних заходів на регіональному рівні має великий потенціал як економічний інструмент для розвитку туризму. Такі заходи допомагають залучати туристів та кошти до місцевих економік, одночасно сприяючи зміцненню регіонального іміджу на світовій арені. Вони є платформами для реклами й просування національних культурних надбань, що має неабиякий попит у туристичних колах.

Зокрема, ефекти організації культурних заходів у контексті туристичної діяльності можуть включати:

1. Залучення туристів.
2. Економічне зростання регіону.
3. Залучення інвестицій.
4. Створення робочих місць та підтримка місцевого бізнесу.
5. Підвищення обізнаності про регіон.
6. Збереження культурної спадщини.
7. Розвиток інфраструктури (Барна & Стечик, 2023).

Попри наявність певних позитивних тенденцій, основні проблеми, які гальмують розвиток івент-менеджменту та ринку культурних заходів в Україні, це: низька готовність українських замовників до нестандартних і креативних підходів; відсутність спеціалізованої платформи для ефективної комунікації між ключовими учасниками ринку; а також недостатня кількість кваліфікованих фахівців у цій сфері (Ніколюк та ін., 2021).

Для інформаційної підтримки культурно-масових заходів використовуються як традиційні (наприклад, пресрелізи, рекламні матеріали, буклети), так і сучасні (вебсайти, соціальні медіа, електронні розсилки), що дозволяє охопити різноманітні аудиторії та максимізувати зв'язок з ними.

Важливо зазначити, що культурно-масові заходи є не лише інструментом розваг та дозвілля, але й потужним засобом формування суспільних цінностей, ідентичності й соціальної свідомості. Тому, відомості про те, як краще організувати та проводити такі заходи, мають важливе значення і для практиків, і для науковців. Окремо варто зосередитися на аналізі конкретних кейсів успішної

практики організації культурно-масових заходів, а також на розробці інноваційних підходів та стратегій, які дозволять підвищити ефективність таких заходів у різних сферах суспільного життя.

Одним з успішних кейсів загальнодержавного рівня є заходи, організовані скаутською організацією «Пласт». Найбільш масовими заходами, які «Пласт» щорічно організовує на всеукраїнському рівні, є святкування Дня Першої Пластової Присяги, інтелектуально-мистецький конкурс «Орликада», фестивалі творчості «День пластуна», спортивні змагання «Спартакіада», передання Віфлеємського вогню місцевим громадам, змагання з пішого мандрівництва «Стежками героїв», а також «Осінній рейд» та «Весняний рейд». На місцевому рівні осередки Пласту постійно проводять численні соціально-культурні та виховні акції (Про Пласт).

Пласт активно використовує сучасні інформаційні технології для своєї роботи та має всі необхідні умови для ефективної інформаційної підтримки організації культурно-масових заходів. Однак існує ряд проблем, які потребують вирішення:

- невизначення цілей та завдань інформаційної підтримки організації культурно-масових заходів;
- відсутність ефективної системи планування та контролю інформаційної підтримки організації культурно-масових заходів;
- низький рівень використання потенціалу сучасних інформаційних технологій для інформаційної підтримки організації культурно-масових заходів.

Для подолання цих проблем доцільно розробити модель інформаційної підтримки організації культурно-масового заходу, яка включатиме три складові: учасники, захід та організатори заходу. Кожна з них має свої атрибути (рис. 2).

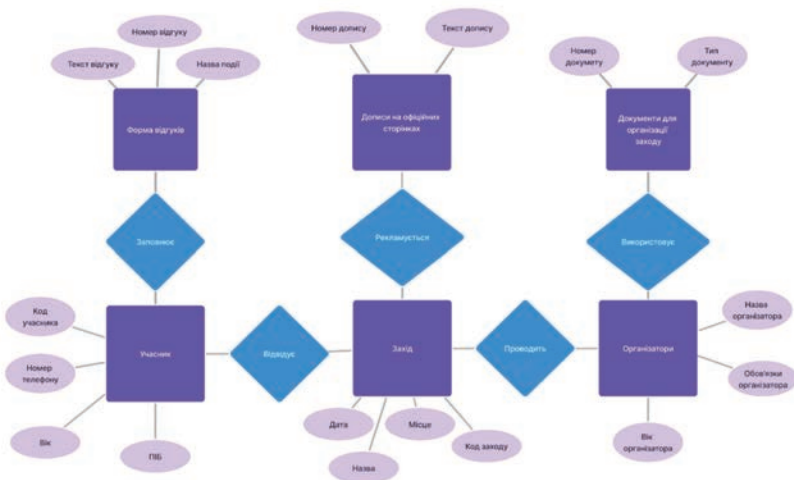


Рис. 2. Модель інформаційної підтримки організації культурно-масового заходу.

На рис. 3 представлено контекстну діаграму інформаційної підтримки організації культурно-масового заходу, яка відображає основний процес та дві його складові (учасники заходу та команда організаторів заходу). Відповідно до моделі, команда організаторів заходу надає програму заходу, після чого учасники отримують інформаційні матеріали про захід. Учасник заходу ділиться відгуками та оцінкою про захід. У результаті команда організаторів отримує опрацьовані результати щодо ефективності та якості проведеного заходу.



Рис. 3. Контекстна діаграма інформаційної підтримки організації культурно-масового заходу.

На рис. 4 представлено деталізацію цього основного процесу, який складається із 4 підпроцесів: опрацювання інформації про захід, публікація матеріалів, опрацювання відгуків та оцінок, формування звіту за результатами проведення заходу.

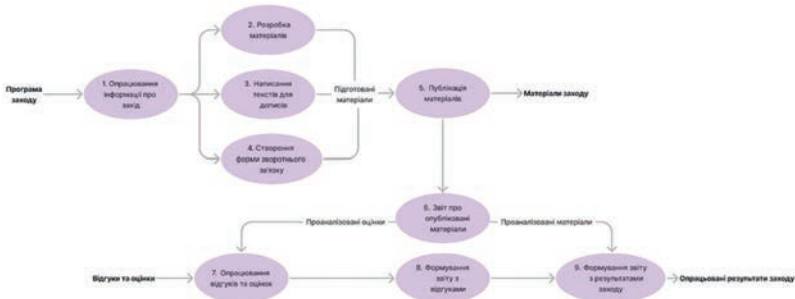


Рис. 4. Деталізація основного процесу.

Відповідно до рисунка, програма заходу опрацьовується і на її основі створюються матеріали, тексти, форми зворотного зв'язку. Після чого матеріали публікуються для аудиторії. Пізніше надходять відгуки та оцінки учасників заходу, які аналізуються відповідно до звіту про опубліковані матеріали. Після опрацювання відгуків та оцінок формується звіт. Звіт з результатами заходу

формується на основі звіту з відгуками та аналізу опублікованих матеріалів. Зрештою отримуємо звіт проведеного заходу.

Оскільки одними з вихідних даних є публікація матеріалів, то на рис. 5 представлено узагальнений вигляд як самих матеріалів, так і публікацій на сайті організатора та в соціальних мережах.



Рис. 5. Опубліковані матеріали.

Висновки. Організація культурно-масових заходів є важливою складовою розвитку національної культури, формування позитивного іміджу держави, стимулювання її економічного зростання та розширення міжнародного культурного обміну. У сучасних реаліях, особливо в умовах воєнного стану, підвищується роль культурних подій як інструменту підтримки національної ідентичності, згуртування суспільства та морального відродження.

Дослідження підтвердило, що ефективне управління культурними подіями потребує впровадження івент-менеджменту, застосування проектного підходу та сучасних інформаційних технологій. Документаційне забезпечення при цьому є ключовим чинником успішної реалізації заходів, оскільки сприяє прозорості, упорядкованості та збереженню інформації. Наявні проблеми, зокрема недостатня кваліфікація кадрів, відсутність інтегрованих цифрових платформ, обмежене фінансування й безпекові виклики, потребують системного вирішення через реалізацію сталої державної політики у сфері культури, децентралізацію культурних процесів, формування партнерств та розвиток неформальної освіти.

Важливим **напрямом подальших досліджень** є розробка методичних підходів до проектного управління культурними заходами, вдосконалення нормативно-правової бази документаційного забезпечення та створення інноваційних культурних продуктів, здатних ефективно популяризувати українську культуру в умовах глобалізації та цифровізації.

Список посилань

- Антоненко, І. (2011). Івентивний маркетинг як інноваційний напрямок комунікаційної стратегії. *Вісник Хмельницького Національного Університету*, 6(2), 191–194.
- Барна, М. Ю., & Стецик, Я. В. (2023). *Організація культурних заходів як економічний інструмент розвитку туризму*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10389288>
- Вовк, Н. (2024). Роль івент-менеджменту як бібліотечної інновації в підвищенні привабливості публічних бібліотек: Аналіз тенденцій та успішних практик. *Вісник Книжкової палати*, 7, Article 7. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.7\(336\).32-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.7(336).32-38)
- Ніколюк, О., Дьяченко, Ю., & Савченко, Т. (2021). Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. *Інвестиції: Практика Та Досвід*, 6, 98–103. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.6.98>
- Попова, Н., Катаєв, А., Базалієва, Л., Кононов, О., & Муха, Т. (2020). *Маркетингові комунікації*. Факт.
- Ткачук, О. (2010). Event — важлива складова сучасного PR. *Маркетинг в Україні*, 1, 34–39.
- Про Пласт / Пласт*. (n.d.). Retrieved April 30, 2025, from <https://www.plast.org.ua/about/>
- Червінська, Л. (2020). Організація заходів для популяризації культури і мистецтва в Україні. *Культура і сучасність: Альманах*, 2, 191–197.
- Fisher, G., Josefy, M. A., & Neubert, E. (2024). Event-based entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 39(1), 106366. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106366>
- Goldblatt, J. (2002). *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management* (3rd edition). Wiley.

References

- Antonenko, I. (2011). Event marketing as an innovative direction of communication strategy. *Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnoho Universytetu*, 6(2), 191–194. [In Ukrainian].
- Barna, M. Yu, & Stetsyk, Ya. . (2023). *Organization of cultural events as an economic tool for tourism development*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.10389288> [In Ukrainian].
- Vovk, N. (2024). The role of event management as a library innovation in increasing the attractiveness of public libraries: Analysis of trends and successful practices. *Visnyk Knyzhkovoi palaty*, 7, Article 7. [https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.7\(336\).32-38](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2024.7(336).32-38) [In Ukrainian].
- Nikoliuk, O., Diachenko, Yu., & Savchenko, T. (2021). Peculiarities of event management development in Ukraine. *Investysii: Praktyka Ta Dosvid*, 6, 98–103. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.6.98> [In Ukrainian].
- Popova, N., Kataiev, A., Bazaliieva, L., Kononov, O., & Mukha, T. (2020). *Marketing communications*. Fakt. [In Ukrainian].
- Tkachuk, O. (2010). Event — an important component of modern PR. *Marketynh v Ukraini*, 1, 34–39. [In Ukrainian].

- Pro Plast / Plast.* (n.d.). Retrieved April 30, 2025, from <https://www.plast.org.ua/about/> [In Ukrainian].
- Chervinska, L. (2020). Organizing events to popularize culture and art in Ukraine. *Kultura i Suchasnist: Almanakh*, 2, 191–197. [In Ukrainian].
- Fisher, G., Josefy, M. A., & Neubert, E. (2024). Event-based entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 39(1), 106366. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106366> [In English].
- Goldblatt, J. (2002). *Special Events: Twenty-First Century Global Event Management* (3rd edition). Wiley. [In English].

Надійшла до редколегії 19.02.2025