

Червінська Л.І.

кандидат мистецтвознавства,

Київський національний університет культури і мистецтв

ІВЕНТИ ІНСТИТУЦІЙ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ, ЯК ОДИН ІЗ ІНСТРУМЕНТІВ РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

На сьогоднішній день виняткову актуальність набуває проблематика забезпечення ефективного розвитку івент-менеджменту. Сьогоднішня івент-індустрія доволі стрімко поглиблюється у вітчизняних умовах, відтак можна відчувати брак висококваліфікованих управлінців. Наприклад, похвальна практика науковців Великобританії стосовно запровадження івент-менеджменту виступає найбільш поширеною на світовій арені та вимагає відображення у вітчизняній науковій сфері. Варто зазначити, що з року в рік збільшується кількість інституцій публічного управління, які апелюють до принципів івент-менеджменту. На думку провідних науковців, івент-менеджмент є одним із інструментів розвитку громадянського суспільства, який на даному етапі розвитку управлінської системи удосконалюється доволі швидкими темпами не лише в Україні, але й у світі загалом.

Івенти інституцій публічного управління, які постійно виступали невід'ємним елементом PR-кампаній, на даний час вийшов за межі інформативної функції стосовно споживачів та виокремлений в незалежний вид діяльності. Організація та проведення івент-заходів виступали невід'ємним елементом суспільної життєдіяльності на всіх стадіях його розвитку. Через це, можна стверджувати, що діяльність, пов'язана із проведенням івент-заходів інституціями публічного управління, є один із інструментів розвитку громадянського суспільства.

Дж. Голдблатт дає таке визначення event-заходу, як «...унікальний проміжок часу, що проводиться з використанням ритуалів і церемоній для задоволення особливих потреб людей» [1], О. Шумович розглядає event-захід як «вид людської діяльності, що передбачає зустрічі, взаємодію різних категорій людей, є обмеженим за часом і пов'язаний із реалізацією будь-яких спільних цілей» [2]. У. Хальцбаур під event-заходами розуміє «виняткові події – комерційно значущі явища, засоби підприємницької комунікації, активізації цільових груп, які орієнтовані на емоційне сприйняття учасниками і неповторні за суттю, унікальні у своєму роді» [3].

Термін івент передбачає проведення не лише події, заходу, певної церемонії тощо, а передусім складається із чітких смислових аспектів з метою здійснення сприятливого впливу, особливої події, одержання довгоочікуваної результативності проведеного заходу. Вище наведене має на меті створення заходу, який би передусім на думку його учасників вважався особливою, цілком унікальною, певним чином рідкісною подією. Іншими словами, під терміном «івент-захід» слід вважати заплановану подію соціально-суспільного характеру, яка відбувається протягом певного проміжку часу з чітко визначеною метою та володіє чітким резонансом для всього громадянського суспільства.

На основі вище зазначеного можна дійти висновку, що під терміном івент-заходи інституцій публічного управління під розуміти проведення певної події чи їх сукупності, організація яких має на меті просування адміністративних послуг. Основна характерна риса івент-заходів, які здійснюють інституції публічного управління полягає у їх винятковості, унікальності, а також у здійсненні позитивного впливу на громадянське суспільства викликаючи у нього певні емоції.

Варто наголосити на тому, що діяльність, пов'язана із проведенням івент-заходів інституціями публічного управління є однієї сторони виступають своєрідним видом інтегрованої маркетингової комунікації, який передбачає проведення певного комплексу заходів, орієнтованих на просування публічних послуг у внутрішній і/або зовнішній маркетинговій сфері за рахунок організації спеціальних івентів. В той же час, з іншої сторони, на сьогоднішній день є доволі розповсюджена сфера послуг, пов'язаних із організацією проведення спеціальних івентів.

За типом event-заходи поділяють на:

- ділові: форуми, конгреси, з'їзди;
- навчальні, освітні: семінари, конференції, тренінги;
- розважальні: корпоративні свята, заходи для розвитку командного духу;
- урочисті заходи: церемонії, нагородження, святкування пам'ятних дат;
- благодійні заходи: благодійні обіди, бали, акції по збиранню коштів;
- масові: міські свята, фестивалі, карнавали, релігійні свята, виставки, ярмарки, концерти;
- спортивні заходи: змагання різного рівня;
- політичні: прес-конференції, саміти, прийом VIP-гостей, виїзні заходи, презентації [4].

У процесі здійснення своєї діяльності не лише інституції публічного управління, але й громадські організації використовують різноманітні технології івент-менеджменту. Високий рівень ефективності використання івентів в якості головного комунікаційного каналу між органами публічної влади та суспільством обумовлений тим, що подібний комунікаційний процес включає в себе усі типові елементи,

якими володіє кожний комунікативний процес. У межах даного процесу суб'єктом виступають публічні владні органи, які передають інформаційні дані (формальні та неформальні, в усній або письмовій формі), а об'єктом – громадянське суспільство. Основна мета діяльності інституцій публічного управління полягає у донесенні свого меседжу до засобів масової інформації, які виступають головним комунікаційним каналом між органами публічної влади та суспільством та здійснюють суттєвий вплив на громадянське суспільство.

З урахуванням наведених нами аргументів, досить неважко зробити висновок щодо релаксаційного потенціалу спеціальних подій як інструменту сучасних маркетингових технологій в публічному управлінні:

- спеціальна подія як особливе неповсякденне явище людського буття завжди має певну сакральну символічну основу, яка сприймається людьми як соціальна або надсоціальна цінність. Будучи по суті проявом шанування певної цінності, спеціальна подія вимагає особливої регламентації в режимі дозвілля і вільного часу, а також у режимі емоційної піднесеності, що є суттєвим чинником формування її релаксаційного ефекту.

- релаксаційний ефект за допомогою спеціальної події досягається двома протилежними шляхами: з одного боку, накопичене індивідуальне і соціальне напруження знімається під час події особливим характером толерантних і альтруїстичних комунікацій, які народжують у людей відчуття благополуччя, безпеки та соціального комфорту; а з іншого боку, зняття напруги може досягатися шляхом цілком усвідомленого тимчасового порушення існуючих норм, які вкоренилися у свідомості споживача і зазнають змін у процесі практики споживання культурного продукту [5].

Таким чином, задля забезпечення покращення якості діяльності, пов'язана із проведенням івент-заходів інституціями публічного управління потрібно здійснити ряд завдань, пов'язаних із:

- інтеграцією основних теоретико-методологічних основ івент-менеджменту у публічну сферу;

- створенням відокремленого підрозділу івент-менеджменту в місцевих органах влади задля покращення відвідуваності громадянами спеціальних заходів;

- формуванням передумов для забезпечення ефективної організації та проведення івент-заходів як проекту (терміни планування; формат звіту; побажання до використання певних технологій та роботи із засобами масової інформації);

- забезпеченням соціальної або економічної ефективності від проведених івент-заходів, а також із встановленням параметрів окупності подібних заходів;
- переглядом переліку івент-заходів, які проводять інституції публічного управління задля його удосконалення та оптимізації зважаючи на доречність та рентабельність подібних заходів;
- стимулюванні розвитку супутніх сфер івент-менеджменту;
- стимулюванням покращення інфраструктурного забезпечення тощо.

Список використаних джерел:

1. Goldblatt J. Special Events. A new generation and the next frontier: ed. a 6-th, Hoboken: John Wiley and Sons, 2010. 535 p.
2. Шумович А.В. Великолепные мероприятия. Технологии и практика event-management. Москва, 2009. 336 с.
3. Хальцбаур У., Йеттингер Э., Кнаузе Б., Мозер Р., Целлер М. Event-менеджмент / Пер. с нем. Т. Фоминой. Москва, 2007. 384 с.
4. 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.
5. Архипенко С.В., Полякова В.Я., Орлов В.В. Аналіз соціально-економічних детермінант розвитку родієвого менеджменту в публічному управлінні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1032>