

УДК 316.7:005.591.6]:005.3327

Наталія Максимовська

Харківська державна академія культури
ORCID ID 0000-0002-3028-5727

Анжела Полянничко

Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка
ORCID ID 0000-0003-3729-3452
DOI 10.24139/2312-5993/2020.03-04/218-227

ПОДІЄВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

Метою статті є розгляд основ інноваційного розвитку соціокультурної сфери та управління спеціальними подіями як фактору стимулювання соціокультурних новацій. Приділяється увага методологічним підходам, які сформовані в сучасній науці, щодо аналізу подієвого менеджменту, зокрема філософсько-комунікаційному, освітньому. Акцент робиться на організаційно-управлінських засадах менеджменту подій, уточнюються провідні теоретичні позиції вдосконалення соціокультурних процесів через регулювання сучасного Івенту.

Ключові слова: соціокультурна сфера, прикладна культурологія, інновації, спеціальні події, менеджмент спеціальних подій.

Постановка проблеми. Встигає не той, хто пильнує за часом, а той, хто рухає час. Соціокультурна сфера має не тільки відповідати вимогам сьогодення, але й закладати перспективи подальшого розвитку культури, адже має вирішальне значення для співтворчості соціальних груп, просування змін, зміцнення та трансформування ціннісної основи людської життєдіяльності. Для сучасного стану розбудови соціокультурної сфери властиві інноваційні явища, зокрема спеціальні події, в основу яких покладається соціальна творчість та креативна управлінська діяльність. Відтак, мають бути вдосконалені методологічні засади та теоретичні підвалини загальної системи управління соціокультурними процесами на основі прикладної культурології, а також сучасного Івенту як прояву її новітніх форм.

Стандартні та уніфіковані моделі соціально-культурної діяльності, які були на часі, лише певної мірою сприяють поступовому просуванню новітніх форм взаємодії в культурному просторі, за їх допомогою неможливе здійснення якісного системного переходу до нових засад організації й управління в сфері культури. Отже, дослідження потребують, з одного боку, наукові засади розвитку прикладної культурології в сучасних умовах, з іншого, актуальні чинники креативного розвитку держави та суспільства, зокрема спеціальні події, як явища та носії інноваційного потенціалу.

Аналіз актуальних досліджень. Інновації в соціокультурній сфері загалом та її складових досліджували М. Аріарський, О. Дубасенюк, І. Дутковський, З. Остропольська, А. Флієр та ін. Івент-технології та подієвий

менеджмент вивчали С. Герасимов, Д. Голдблатт, Н. Кочубей, Т. Лохина, О. Радіонова, Г. Тульчинський, У. Хальцбаур та ін. Комунікаційний потенціал спеціальних подій відстежували Ю. Азарова, О. Каверіна та ін. Події в освітній сфері стали предметом досліджень А. Вотінцева, М. Самакаєвої та ін. Особливості розвитку й застосування івент-менеджменту в Україні відстежували І. Антоненко, В. Данилова, О. Хитрова. Однак, подієвий менеджмент як чинник інноваційного розвитку соціокультурної сфери не розглядався вченими. **Метою** публікації є дослідження інноваційного потенціалу спеціальних подій, визначення особливостей управління ними в контексті запровадження інновацій в соціокультурному просторі.

Методами дослідження є аналіз для виявлення наукових фактів та створення теоретичної бази дослідження; порівняння та співставлення позицій учених щодо предмету публікації й досягнення її мети; узагальнення тенденцій розвитку інноваційного потенціалу сучасної соціокультурної сфери.

Виклад основного матеріалу. Розвиток соціокультурної сфери зумовлений законодавчими актами. У Всезагальній декларації ЮНЕСКО про культурне різноманіття (2001) зазначалося, що культурне багатство є джерелом творчості, а політика в галузі культури є каталізатором розвитку креативних практик. У Законі України «Про культуру» (2011) зазначається, що серед іншого основними засадами державної політики в сфері культури є сприяння створенню єдиного культурного простору, утвердження гуманістичних ідей, забезпечення свободи творчості та ін. Це було певним чином відображено в Довгостроковій стратегії розвитку української культури – стратегії реформ (2016), після ухвалення якої був запущений механізм пошуку провідних механізмів анонсованих змін. Зокрема, метою вказаної стратегії є створення умов для сприяння творчій активності громадянина і формування в Україні громадянського суспільства європейського рівня. Провідним завданням стратегії стало виведення сфери культури і творчості з периферії суспільно-політичних інтересів.

Доволі абстрактна наукова уява про соціокультурну сферу загалом знижує ефективність управлінських процесів та не дозволяє систематизувати вплив подієвих технологій. Не маючи на меті поглибленого уточнення цього поняття, будемо зважати на те, що соціокультурна сфера являє собою єдність трьох підсистем: інституціональної, діяльній і технологічної (Кочубей, 2015, с. 30). Складові соціокультурної сфери узагальнено представлені соціальними інститутами духовного виробництва, освітньо-виховними, науково-просвітницькими, культурно-дозвіллевими, санаторно-курортними та спортивно-оздоровчими, туристсько-екскурсійними, відомчими культурно-освітніми, розважально-комерційними установами, закладами охорони та зберігання культурних цінностей, засобами поширення культури тощо (Кочубей, 2015). Така характеристика складових загальної сфери потребує

вдосконалення, водночас, ілюструє необхідність усвідомлення специфіки й поліпшення процесу регулювання соціально-культурної взаємодії в напрямі запровадження інновацій.

Згідно із законом України «Про інноваційну діяльність», «інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» (*Про інноваційну діяльність Закон України*). На нашу думку, у контексті розвитку соціально-культурної сфери актуальними є послуги, які істотно впливають на якість взаємодії в цьому просторі й зумовлюють реалізацію креативних практик, що сприяють прояву інновацій.

Синтез філософсько-педагогічного знання дозволяє аналізувати поняття «розвиток» як незворотну, цілеспрямовану, закономірну зміну матеріальних та ідеальних об'єктів; ... перехід можливості в дійсність (*Філософський енциклопедичний словник, 2002*). Водночас, «розвиток – процес закономірних змін, переходу з одного стану в інший, більш досконалий; перехід від старого якісного стану в інший, від простого до складного, від нижчого до вищого» (Мардахаєв, 2002, с. 237). Вочевидь, у такому сенсі відображається вдосконалення об'єкта, підвищення його дієздатності.

На нашу думку, інноваційний розвиток соціокультурної сфери – процес системних якісних змін на основі інновацій, постійного пошуку вдосконалення й нововведень (поширення нових ідей, послуг та їх реалізація) з метою поліпшення соціальної взаємодії, інтеграції соціальних суб'єктів засобами креативних технологій та практик. Інноваційний розвиток соціокультурної сфери має особливості: пов'язані з розвитком інформаційного суспільства та зумовленими ним глобальними процесами; поєднанням традицій та інновацій, що існують поряд і взаємодоповнюють одне одного; специфікою системи управління, яка складається із взаємопов'язаних елементів регулювання складових соціокультурної сфери; поширенням креативних практик, які стають осередками стимулювання творчої взаємодії.

Оскільки креативність є основою інноваційних змін, зокрема в соціокультурній сфері, увагу привертають спеціальні події технології як втілення творчих, унікальних соціокультурних практик в умовах сучасного стану розвитку культури. Івент (з англ. event – подія) або спеціальна подія розглядатимуться як тотожні, оскільки відображають однакове лексичне значення в різних мовах.

Серед дослідників зарубіжного подієвого менеджменту (Д. Гольдблатт, У. Хальцбаур та ін.) У. Хальцбаур акцентує на тому, що «перетворення заходу в реальну подію, що викликає особливі переживання, сприяє подовженому збереженню ефекту впливу»

(Хальцбаур, 2007, с. 5). На нашу думку, якщо під час такої події стимулювати атмосферу креативної взаємодії, то створюються передумови для вироблення інновацій, оскільки емоції та переживання дозволяють поєднати конструктивні дії й винайти нестандартне рішення.

С. Герасимов, Н. Кочубей, Т. Лохина, Г. Тульчинський єдині в думці, що в широкому сенсі «спеціальні події – це явище суспільного життя, що організуються з метою привернення широкої уваги конкретної аудиторії та численної публіки до організації, її діяльності, керівництву, розвитку соціальних комунікацій та соціального партнерства» (Герасимов, 2009, с. 12; Кочубей, 2015). Звісно, що організація соціокультурної сфери має привертати увагу до власної діяльності, але має бути розширене розуміння спеціальної події в напрямі виявлення її культуротворчого інноваційного потенціалу.

Підвищення рівня соціальної суб'єктності в процесі спеціально організованої взаємодії в соціокультурній сфері сприятиме запровадженню креативних ідей, оскільки для івента характерні особливості: «активна участь, залученість, переключення від стану монотонної роботи, здивування, позитивне сприйняття, емоційність, символіка, задоволеність» (Герасимов, 2009, с. 16). Таке одухотворення може стати підґрунтям для вироблення ідей і рішень, які є дійсно новітніми чи можуть стати основою нововведень.

У сучасному соціо-гуманітарному науковому просторі доробки вчених стосовно аналізу спеціальних подій умовно можна поділити на філософсько-комунікативний, освітній, управлінський напрями. Зокрема, певною мірою сформованим є комунікативний напрям, який тісно пов'язаний із прикладною культурологією. Наприклад К. Каверіна визначає поняття «спеціальна подія» як «цілеспрямовано організоване дійство для трансляції ідей, цінностей, повідомлень, які виражають та слугують досягненню світоглядних, інформаційних, репутаційних, іміджевих, некомерційних, комерційних цілей будь-якої спільноти, що поєднана певними аксіологічними основами, соціальними, конфесійними, корпоративними принципами та поглядами» (Каверіна, 2015, с. 151). Таке трактування доволі широко презентує це явище через аксіологічну та ідеологічну спрямованість, акцентує на значному символічному капіталі. Однак, звужувати подію тільки до організації комунікацій вважаємо недоцільним, адже під час її здійснення реалізується креативна ідея, позиціонується атрибутивність культури, виявляється просоціальна спрямованість тощо.

Освітній напрям представлений у сенсі бачення події як певного інструменту надання освітньо-культурних послуг. Дослідники А. Вотинцев, М. Самакаєва (спеціальні події в позиціонуванні закладу вищої освіти); А. Прохоров (спеціальна подія як інструмент просування освітніх послуг); М. Чередилина (подієвість як категорія в теорії освіти) та ін. зокрема зважають на те, що спеціальна подія є складовою загального позиціонування закладу освіти в освітньо-культурному просторі. Так, «спеціальна подія – ретельно

спланована акція, що відбувається в межах загальної комунікаційної програми і, зазвичай, є одним із її ключових етапів. Саме в момент проведення спеціальної події можливе максимальне наповнення інформаційного поля навколо закладу вищої освіти» (Вотинцев, 2014, с 82). Відтак, учені надають значення події, але звучується її зміст та значення.

Також маємо враховувати доробки вітчизняних і вузько спрямованих досліджень, які в Україні тільки розпочато. Наприклад, І. Антоненко серед особливостей розвитку івент-менеджменту в Україні зокрема визначає підвищення якості послуг, розширення їх спектру, застосування гнучкої цінової політики тощо (Антоненко, 2012). О. Хитрова та Ю. Харитонова, досліджуючи стан і тенденції подієвого менеджменту в Україні, зазначають про необхідність «створення умов для взаємопроникнення сфер відповідальності event та public relations; збільшення обсягу ринку за допомогою розширення спектра послуг; ретельний відбір професійних кадрів» тощо (Хитрова та Харитонова, 2018, с. 30). В. Данилова розглядає роль спеціальних художніх подій у процесі створення та трансляції сучасної культури (Данилова, 2017).

З огляду на всі перераховані дослідження, очевидно є необхідність удосконалення управління спеціальними подіями – подієвий менеджмент. Це менеджерський напрям, який представлений у роботах С. Герасимова, Н. Кочубей, Т. Лохиної, В. Новаторова, О. Радіонової, Г. Тульчинського та ін. Наприклад, В. Новаторов стверджує, що івент-маркетинг є трендовою технологією соціально-культурної діяльності та має сприяти просуванню на цільові сегменти ринку організації чи її товару, що відбувається шляхом організації спеціальних подій (Новаторов, 2014). Автор зазначає, що у сфері культури та мистецтва зокрема переважає некомерційний маркетинг; домінуючим товаром у сфері культури є послуга; уся соціокультурна діяльність ґрунтується на творчій праці фахівців; соціальна місія організацій культури та мистецтва зобов'язує їх не йти за ситуативними потребами аудиторії, але цілеспрямовано формувати їх шляхом просвіти, виховання та розвитку особистості та ін. (Новаторов, 2014). Очевидно, що спеціальні події є квінтесенцією налагодження взаємодії з метою реалізації ефективних послуг та креативної взаємодії всіх учасників соціокультурного процесу.

Спеціальні події потенційно мають інноваційний ефект і мають існувати управлінські механізми, які максимізують цей потенціал, створюють умови для його якнайефективнішого виявлення. Подієвий менеджмент спрямований на створення організаційних, управлінських, ресурсних умов для актуалізації інноваційного потенціалу спеціальної події. На нашу думку, управління подією стає синонімом управління інновацією в соціокультурній сфері, адже уможлиблює реалізацію провідних функцій менеджменту та застосування інноваційних механізмів водночас.

Загалом, у наявній літературі описано дещо подібні процеси, що свідчить про узгодженість поглядів на організаційно-управлінські засади івенту. Так, Д. Гольдблатт зважає на ретельну розробку та реалізація плану, ефективне застосування людських та часових ресурсів, фінансову підтримку, керівництво, координацію, маркетинг, етику та ризик-менеджмент у спеціальних подіях (Гольдблатт, 2010). У. Хальцбаур описує стратегію успіху, приділяє увагу концепції івенту, його маркетингу, логістиці, менеджменту інформації як управлінським механізмам (Хальцбаур, 2007). Важливе значення надається забезпеченню безпеки, правим основам та відповідальності, проект-менеджменту, контролінгу (Герасимов, 2009), зокрема відбувається створення поступового алгоритму ефективної події, що доводить її технологічність. Позиції фахівців є схожими, що уможливорює застосовування цих інструментів у подієвому менеджменті, зокрема з метою інноваційного розвитку соціокультурної сфери.

Зміни соціокультурного простору зумовлюють застосування прикладної культурології як наукової основи менеджменту спеціальних подій. Зокрема І. Мурзіна зазначає, що «прикладна культурологія займається обґрунтуванням та безпосередньою розробкою способів, підходів та технологій, які сприяють організації та регуляції культурних процесів у суспільстві» (Мурзіна, 2012, с. 5). Тобто вказується на прямий зв'язок менеджменту культури та, на наш погляд, удосконалення управління спеціальними подіями як чинником запровадження інновацій.

Зважаючи не те, що «прикладна культурологія досліджує галузь культурної політики (її сутність, принципи, пріоритети, об'єкти та суб'єкти дії) та соціокультурного проектування (методологію та методики розробки й реалізації програм соціокультурної діяльності); звертається до аналізу механізмів, що забезпечують культурозбережувальну діяльність і визначає її напрями» (Мурзіна, 2012, с. 6), можна стверджувати, що саме прикладний напрям культурології є основою подальших досліджень менеджменту соціокультурної діяльності загалом та подієвого менеджменту зокрема.

Ураховуючи попередні узагальнення, можна зробити висновки, які сприятимуть розбудові теоретико-практичних засад подієвого менеджменту в напрямі підвищення ступеню його інноваційності та розвитку креативного потенціалу. По-перше, методологічною основою управління спеціальними подіями є прикладна культурологія, яка зумовлює подальші дослідження івенту й визначення його культуротворчої спрямованості. По-друге, під час планування спеціальної події мають обґрунтовано використовуватися вже відомі загальні та специфічні функції менеджменту, його сучасні механізми та новітні досягнення, водночас, має проектуватися простір креативної комунікації для посилення творчої взаємодії. По-третє, актуальні напрями менеджменту (ризик менеджмент,

креативний менеджмент тощо) мають урахуватися під час організації спеціальної події в соціокультурному просторі, однак ступінь інноваційності має бути гармонізований між традиційними та новітніми формами. По-четверте, доцільно застосовувати управління подією як соціокультурним проектом, що дозволяє структурувати систему його ефективної реалізації, визначати життєвий цикл та вчасно оцінювати ефективність. По-п'яте, осучасненню спеціальних подій та наданню йому інноваційності додає переміщення культурних послуг (івент-проектів) у віртуальне середовище, де менеджмент має власну специфіку, зокрема застосовуються Інтернет-комунікації.

Висновки та перспективи подальших наукових розвідок. Одним із креативних стимулів удосконалення соціокультурного простору є спеціальна подія, яка є емоційно неповторною, справляє позитивне враження та підвищує ступінь творчої взаємодії. Дослідивши проблему інноваційного розвитку соціокультурної сфери засобами спеціальних подій, визначено, що існує потреба створення управлінських умов для розвитку їх креативного потенціалу, зокрема: під час планування спеціальної події мають обґрунтовано використовуватися вже відомі загальні та специфічні функції менеджменту, проектуватися простір креативної комунікації; актуальні напрями менеджменту мають урахуватися під час реалізації спеціальної події, однак ступінь інноваційності має бути збалансованим; доцільно застосовувати управління подією як соціокультурним проектом на основі методології прикладної культурології. Подієвий менеджмент є інструментом розкриття інноваційного потенціалу івенту, якщо враховує усталені управлінські технології в поєднанні з новітніми засобами та формами діяльності у сфері культури, що й буде перспективою подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

- Антоненко, І. Я. (2012). Особливості розвитку та застосування Івент-менеджменту в Україні. *Сучасний менеджмент і економічний розвиток: реферативний збірник матеріалів постійно діючої міжнародної науково-практичної конференції 1 вересня 2011 р. – 29 лютого 2012*. Суми: СумДПУ (Antonenko, I. Ya. (2012). Characteristic features of development and usage of Event-management in Ukraine. *Contemporary management and economic development: review collection of materials from an ongoing international research and practice conference from September 1, 2011 to February 29, 2012*. Sumy: Sumy State Pedagogical University.
- Вотинцев, А., Самакаева, М. (2014). *Специальные события в позиционировании высшего учебного заведения*. Екатеринбург (Votyntsev, A., Samakaieva, M. (2014). *Special events in self-presentation of a higher education institution*. Yekaterinburg).
- Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии. Режим доступу: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml (UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. Retrieved from: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/cultural_diversity.shtml).
- Герасимов, С., Тульчинский, Г., Лохина, Т. (2009). *Менеджмент специальных событий в сфере культуры*. СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «Планета музыки»

- (Herashimov, S., Tulchinskii, H., Lokhyna, T. (2009). *Special event management in the field of culture*. St. Petersburg: "Lan" Publishing office, "Planeta muzyki" Publishing house).
- Голдблатт, Дж. (2010). *Special Event*. Москва: ЭКСПО (Goldblatt, J. (2010). *Special Event*. Moscow: EKSP0).
- Данилова, В. (2017). Спеціальні художні події в процесі створення та трансляції сучасної культури. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*, 25 (Danylova, V. (2017). Special artistic events in the process of creating and transmitting contemporary culture. *Ukrainian culture: past, present, paths of development*, 25).
- Довгострокова стратегія розвитку української культури – стратегія реформ. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80> (Long-term development strategy for development of Ukrainian culture – strategies for reforming. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/119-2016-%D1%80>).
- Каверина, Е. А. (2014). Событийные коммуникации в пространстве культуры XX века. *Общество. Среда. Развитие (Terra humana)*, 2 (31), 151-155 (Kaverina, E. A. (2014). Event-based communications in the cultural space of the XXth century. *Society. Environment. Development (Terra humana)*, 2 (31), 151-155).
- Каверина, Е. А. (2011). Культуротворческий потенциал событийных коммуникаций. *Ценности и смыслы*, 2 (11), 54-60 (Kaverina, E. A. (2011). Culture-creation potential of event-based communications. *Values and purposes*, 2 (11), 54-60).
- Кочубей, Н. В. (2015). *Соціокультурна діяльність*. Суми: Університетська книга (Kochubei, N.V. (2015). *Sociocultural activity*. Sumy: University book).
- Мардахаев, Л. В. (2002). *Словарь по социальной педагогике*. Москва: «Академия» (Mardakhaev, L. V. (2002). *Social pedagogy dictionary*. Moscow).
- Мурзина, И. Я. (2012). *Прикладные культурологические исследования: проблемные поля*. Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/prikladnye-kulturologicheskie-issledovaniya-problemnye-polya/viewer> (Murzina, I. Ya. (2012). *Applied cultural study research: issue field*. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/prikladnye-kulturologicheskie-issledovaniya-problemnye-polya/viewer>).
- Новаторов, В. Е. (2014). Ивент-маркетинг как трендовая технология социально-культурной деятельности. *Вестник МГУКИ*, 2 (58), 175-180 (Novatorov, V. E. (2014). Event-marketing as a trending technology of sociocultural activity. *MSACU Reporter*, 2 (58), 175-180).
- Про інноваційну діяльність Закон України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (On innovational activity Act of Ukraine. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>).
- Про культуру: Закон України від 14 груд. 2010 р. № 2778: станом на 28.12.2014 р. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>. (On culture: Act of Ukraine dated December 14, 2010 No. 2778: as of 28.12.2014. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>).
- Прохоров, А. (2014). Специальное событие как инструмент продвижения образовательных услуг. *Вестник ТГУ. Гуманитарные науки. Опыт организации современного образования*, 4 (Prokhorov, A. (2014). Special event as an instrument of promoting educational services. *TSU Reporter. Humanities. Experience of organizing contemporary education*, 4).
- Радіонова, О. М. (2015). *Конспект лекцій з курсу «Івент-технології»*. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова (Radionova, O. M. (2015). *Compendium of lectures for the "Event-technologies" course*. Kharkiv).

Філософський енциклопедичний словник (2002). Київ: Абрис (*Encyclopedical dictionary of philosophy* (2002). Kyiv: Abris).

Хальцбаур, У., Йеттингер, Э., Кнаузе, Б., Мозер, Р., Целлер, М. (2007). *Евент-менеджмент*. Москва: Эксмо (Khaltzbaur, U., Yettinger, Ye., Knause, B., Mozer, R., Tseller, M. (2007). *Event-management*. Moscow: Eksmo).

Хитрова, О. А., Харитоновна, Ю. Ю. (2018). Стан і тенденції розвитку Івент-менеджменту в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*, 30, 27-31 (Khitrova, O. A., Kharitonova, Yu. Yu. (2018). State and development tendencies of Event-management in Ukraine. *Scientific bulletin of International Humanitarian University. Series: Economy and management*, 30, 27-31).

РЕЗЮМЕ

Максимовская Наталия, Поляничко Анжела. Событийный менеджмент как фактор инновационного развития социокультурной сферы.

Целью статьи является изучение основ инновационного развития социокультурной сферы и управления специальными событиями как фактор стимулирования социокультурных новаций. Уделяется внимание методологическим подходам, которые сформированы в современной науке, относительно анализа событийного менеджмента, в том числе философско-коммуникационному, образовательному. Акцентируется на организационно-управленческих основах менеджмента событий, уточняются основные теоретические позиции усовершенствования социокультурных процессов через регулирование современного Ивента.

Ключевые слова: *социокультурная сфера, прикладная культурология, инновации, специальные события, менеджмент специальных событий.*

SUMMARY

Maksymovska Nataliia, Polianycho Anzhela. Event-management as a factor of innovative development of sociocultural field.

The aim of this work is to study the contemporary state of sociocultural field's development, for which innovative processes and phenomena are inherent, particularly effective supervision over special events. Social creativity and creative supervisory activities act as a foundation for novelties, which manifest themselves in special cultural events, which become significant factors of creative development for state and society as bearers of innovative potential.

The research methodology is based on theoretical guidelines of applied cultural studies. Methods of analysis, comparison and justification of personal research positions are used. Author utilizes generalization of existing event-management models and proposals for its improvement.

Results. Author investigated theoretical positions, which become the scientific foundation for improving special events supervision: during planning of a special event, already known general and specific functions of management must be utilized, and creative communication space must be formed; topical management directions should be taken into account during implementation of a special event, however the grade of innovation should be balanced; it is reasonable to utilize event supervision as a sociocultural project.

Novelty. Applied cultural studies methodology was utilized for the analysis of event-management for the first time. Structuring of contemporary studies was performed according to available scientific approaches, mainly communicative and educational. Proposals regarding improvement of special events supervision were formulated in order to stimulate innovative development of sociocultural field.

The practical significance. Results of this study should be used while conducting contemporary sociocultural activities, during planning and implementation of special events

that are aimed culture creation, as well as during training of applied cultural studies and culture management specialists.

Key words: sociocultural environment, applied cultural studies, innovations, special events, special events management.

УДК 378.147:811.111

Анастасія Малота

Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка

ORCID ID 0000-0003-0645-6781

DOI 10.24139/2312-5993/2020.03-04/227-236

ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОГО УСНОГО СПІЛКУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПРАЦІВНИКА АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

Метою статті є розкриття лінгвістичних характеристик професійно орієнтованого усного спілкування сучасного соціального працівника англійською мовою. Для досягнення поставленої мети нами були обрані такі методи дослідження: теоретичний аналіз спеціальної науково-методичної літератури стосовно професійно орієнтованого усного спілкування сучасного соціального працівника англійською мовою та синтез, узагальнення інформації з наведеного питання. У результаті дослідження розглянуто такі складові професійно орієнтованого усного спілкування соціального працівника англійською мовою, як володіння спеціальною лексикою, здатність проявляти емоційний інтелект та здатність до персуазивного спілкування.

***Ключові слова:** професійно орієнтоване усне спілкування, соціальний працівник, спеціальна лексика, термінологія, професіоналізм, жаргон, емоційний інтелект, персуазивність.*

Постановка проблеми. Гуманізація сучасного українського суспільства, його орієнтація на кожного окремого індивіда незалежно від його фізичних, соціальних та інших можливостей, зумовлює винятковість ролі соціального працівника на сучасному етапі розвитку країни. Соціальний працівник – це та людина, що надає матеріально-побутову допомогу й морально-правову підтримку громадянам, що стикаються з труднощами у зв'язку із соціальними проблемами, екологічними катастрофами, міжнаціональними конфліктами й війнами, втратою близьких, родини, житла тощо, а отже, діяльність такої особи неодмінно пов'язана зі спілкуванням з іншими особами, у тому числі іноземцями, тому виховання в майбутніх соціальних працівників здатності до іншомовної комунікації постає новим викликом сучасної системи освіти.

Аналіз актуальних досліджень. Питання навчання фахівців різних сфер професійно орієнтованому усному іншомовному спілкуванню досліджено в роботах А. О. Анісімової (2005), В. П. Боса (2018), О. С. Конотоп (2010), Т. І. Коробейнікова (2013), Я. В. Окопна (2016), А. Р. Онуфрив (2016), Л. В. Шевкопляс (2016). Проблемам навчання іноземним мовам майбутніх соціальних працівників присвячено роботи Д. М. Годлевської (2007), Т. В.