

**«ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ  
КУЛЬТУРНО-СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В ВИДЕ EVENT-  
ИНДУСТРИИ»**

Чистяков Игорь Николаевич.  
магистрант,  
ФГБОУ ВО Омский государственный  
университет им. Ф.М. Достоевского,  
РФ, г. Омск

Стебляк Виктор Вадимович  
канд. искусствоведения, доцент,  
ФГБОУ ВО Омский государственный  
университет им. Ф.М. Достоевского,  
РФ, г. Омск

**"THE EMERGENCE OF NEW DIRECTIONS IN THE  
DEVELOPMENT OF THE SOCIO-CULTURAL SPHERE AS  
AN EVENT INDUSTRY"**

Chistyakov Igor Nikolaevich.  
Undergraduate  
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
Omsk State university named after F.M. Dostoevsky,  
Russian Federation, Omsk

Steblyak Viktor Vadimovich  
PhD in Art History, Associate Professor

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
Omsk State University named after F.M. Dostoevsky  
Russian Federation, Omsk

**Аннотация:**

В статье исследуются вопросы перспективы развития достаточно новой социально- культурной среды: event-индустрии в России. Данное исследование направлено на расширение границ изучения социально-культурной сферы и поиск новых объектов изучения.

**Annotation:**

The article explores the outlook of the development of a new socio-cultural environment - the Event-industry in Russia. This research is aimed at expanding the boundaries of the study of the socio-cultural sphere and the search for new objects of study.

**Ключевые слова:**

Ивент; индустрия; ивент-индустрия; социально-культурная деятельность; индустрия встреч; менеджмент; перспективы развития.

**Keywords:**

Event; industry; Event-industry; Socio-cultural activities; meeting industry; management; development outlook.

**Введение**

Изучая научные вопросы в социально-культурной сфере мы должны понимать, что все-таки – это работа с творчеством, она более структурирована, стилизована, официально оформлена, но все-таки творчество. А творчеству присуща изменчивость,

каждый раз добавляя новое, поэтому нельзя отрицать появление новой индустрии - «EVENT».

Данная индустрия развивается очень быстро и насчитывает уже десятки тысяч исполнителей в своей работе. Многие разделяют данную индустрию и терминологию «Социально-культурного мероприятия», я же считаю, что в данном случае должна быть проведена особая параллель и выявлены плюсы и минусы перспектив данной индустрии. Ведь верно изучив объект мы сможем его в перспективе использовать в развитии социально-культурной деятельности.

**Проблема** связана с тем, что в методике изучения социально-культурной сферы нет новых дисциплин, где объектом изучения станут новые направления и индустрии.

**Цель** – донести перспективы изучения новой индустрии.

Задачи:

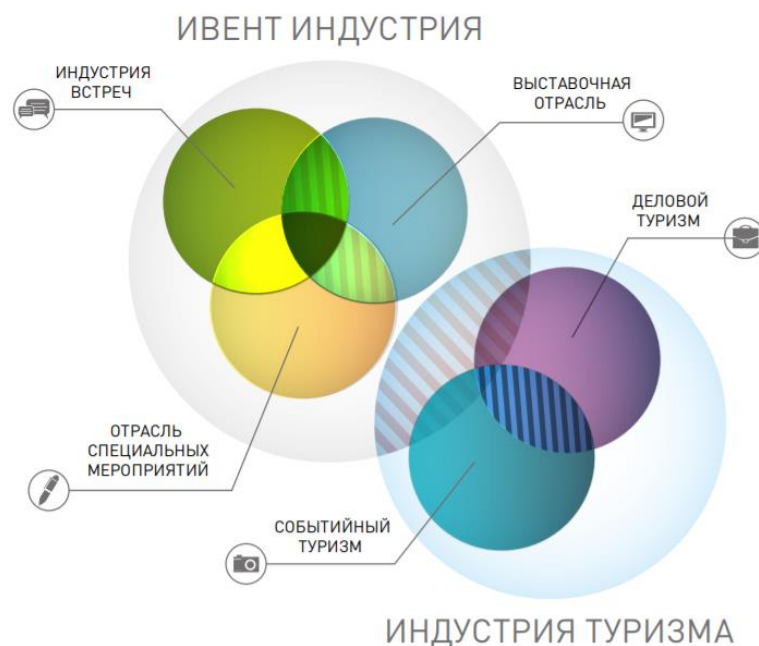
1. Рассмотреть понятия «EVENT-индустрия», «EVENT-менеджмент», «EVENT-студия»;
2. Изучение перспектив «EVENT-индустрии» в взаимодействии с социально-культурной сферой;
3. Рассмотреть виды «EVENT-менеджмента».

Материалы и методы.

Начнем с того, что можно считать Event-индустрией? Это совокупность компаний и проектов, которые предлагают свою деятельность на рынке организации событий. Так многие компании специализируются только на этом виде услуг - организации специальных мероприятий, их можно считать

отдельной индустрией. Сюда можно и следует включить event-агентства, подрядчиков в области техники, артистов и аниматоров, event-площадки, ведущих, поставщиков шоу, застройщиков декораций и некоторых других. Так же, к Event-индустрии следует отнести сопровождающую инфраструктуру - премии, конференции, ассоциации, интернет-порталы и телеграм-каналы, журналы и блогеров. Можно отметить, что это огромное количество специалистов и их помощников, творческих и не только людей, которые хотели бы создать обучающее или развлекательное мероприятие.

Структура «ивент» индустрии показана на рис. 1. Настоящий глоссарий включает основные определения и структуру индустрии встреч (англ. Meetings Industry) — один из трех сегментов ивент индустрии. Сегодня существует множество определений термина «индустрия встреч». Так, официальный словарь ассоциации IAPCO (International Association of Professional Congress Organisers) определяет ее как индустрию организации деловых встреч. Индустрия встреч состоит из большого круга организаторов, поставщиков услуг и инфраструктуры, вовлеченных в процесс организации и проведения встреч, конференций, выставок и прочих мероприятий, организуемых для достижения профессиональных, культурных, деловых или научных целей. В этом же документе подчеркивается, что индустрия встреч — это самостоятельный сектор экономики с выделенными участниками рынка, целями и задачами, стандартами, приоритетами развития и инструментами коммуникации.



Источник: ВНИЦ R&C

На самом деле абсолютно неважно, как именно мы будем называть данную индустрию «ивент» или «индустрия встреч» важно принимать, что она существует и имеет место быть в СКД, что важно отличаясь от прошлых понятий. А теперь разберем общие виды индустрии. Также «ивент» делится на несколько групп в зависимости от целей и аудитории:

1. Trade events/Торговые ивенты — это события, которые создают для клиентов и партнеров (конференции, семинары, слеты). Цель таких ивентов — донести партнерам информацию о достижении компании, выпуске новой продукции, а также улучшить имидж бренда.
2. Corporate events/Корпоративные ивенты — мероприятия для сотрудников, проводятся в виде тимбилдингов, юбилеев компании и празднования других важных дат.

3. Special events/Специальные ивенты — события для клиентов (концерты, презентации, фестивали, благотворительные акции, рекламные туры).

Можно сказать, что все это мы изучаем в социально-культурной сфере и отличается лишь понятийно-терминологический аппарат, но это не так. Изменив терминологию и структуру изучения, мы поймем, что поменяется система всей сферы и данная индустрия, которая стала современной поглотив прошлые термины и институты. Она могла их переработать и внести более современные, отличные от прошлых, принципы.

Однако, стоит не забывать про накопленный научный опыт в социально-культурной деятельности. Ведь социально-культурная деятельность социально ориентированная работа человека по выявлению, сохранению, расширению, освоению и трансляции культурных ценностей, накопленных определенным обществом, этносом, личностью, распространяется в основном на внеучебную и внерабочую сферу человека (Григорович Я.Д.). Поэтому новая индустрия должна стать не новым отдельным направлением, а частью социально-культурной сферы, обновлением.

На основании вышеизложенного, хотел бы сделать вывод, что изучение «Ивент-индустрии» необходимо в рамках социально-культурной деятельности, потому что данная сфера помогает по-новому раскрыть уже устоявшиеся принципы, институты в культурной сфере. Мы можем годами изучать историю культурной среды, но это бесполезно, если мы не начнем вводить новые «трендовые» направления, которые помогают с

актуальностью взглянуть данную и не допускать ошибок прошлого. Если идти в ногу со временем, мы сможем привлечь внимание новых специалистов в данную научную сферу, при этом поменяв уровень индустрии с «любительского» на «полупрофессиональный», тем самым уменьшив риски создания мероприятий низкого качества потребления.

Список литературы:

1. Жарков, А.Д. Теория и технология культурно-досуговой деятельности / А.Д. Жарков. – М. : МГУКИ, 2007. – 480 с
2. Стебляк В.В. Специфика социокультурного проектирования в современной России //Культура и цивилизация. 2018 - № 6.
3. Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Индустрия встреч. Санкт-Петербург, 2018.
4. Электронный журнал - <https://www.calltouch.ru/blog/>. (Тема: Виды «Ивента»)