

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька Академія»
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин та національної безпеки
Кафедра інформаційно-документних комунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ

на засіданні кафедри

інформаційно-документних комунікацій

(протокол № __ від _____ 2024 р.)

Завідувач кафедри _____ Ганна ОХРИМЕНКО

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня магістра

на тему:

**«Система Івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні:
інформаційно-комунікативний аспект»**

Виконала здобувачка групи МІАКМ-21

освітньо-професійної програми «Інформаційна аналітика та комунікативний
менеджмент»

спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Озімковська Катерина Сергіївна

Керівник – кандидат історичних наук,
доцент кафедри інформаційно-
документних комунікацій

ОХРИМЕНКО Ганна Валеріївна

Рецензент – кандидат філологічних наук,
доцент

Національний університет «Полтавська
політехніка імені Юрія Кондратюка»

ЧЕРЕДНИК Людмила Анатоліївна

Острог, 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ.....	8
1.1. Тракткування івент-індустрії в українській та зарубіжній науковій думці.....	8
1.2. Особливості розвитку івент-індустрії в Україні та світі.....	16
<i>Висновки до розділу 1.....</i>	<i>21</i>
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ.....	24
2.1. Визначення понять «молодь» та «молодіжна політика».....	24
2.2. Значення молодіжної політики для суспільства.....	30
2.3. Переваги та обмеження використання івент-індустрії в молодіжній політиці.....	35
<i>Висновки до розділу 2.....</i>	<i>40</i>
РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ В МОЛОДІЖНІЙ ПОЛІТИЦІ.....	43
3.1. Вплив івент-індустрії на формування інформаційного простору молодіжної політики.....	43
3.2. Система івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні....	55
3.3. Роль івент-індустрії в створенні та популяризації молодіжних ініціатив та заходів.....	62
<i>Висновки до розділу 3.....</i>	<i>67</i>
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....	74
ДОДАТКИ.....	82

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі івент-індустрія відіграє важливу роль у формуванні суспільних настроїв, культурних цінностей та соціальної динаміки. Зокрема, вона стає важливим інструментом у популяризації молодіжної політики, спрямованої на активізацію молоді та її залучення до громадського життя. В Україні розвиток івент-індустрії набуває особливого значення в умовах соціальних, економічних та політичних змін, що відбуваються в країні.

Івент-індустрія в Україні почала свій розвиток у 1990-2000-х роках, коли країна переживала значні соціальні та політичні трансформації після отримання незалежності. Перші події цього типу часто асоціюються з культурними фестивалями, концертами та іншими масовими заходами, які спрямовувалися на відкриття нових горизонтів у мистецтві, музиці та соціальному житті. З часом івент-індустрія стала не лише майданчиком для культурного обміну, але й важливим інструментом у популяризації та підтримці різноманітних ініціатив. Вона активно використовується для сприяння молодіжній політиці, залученню уваги до важливих суспільних питань та формуванню громадської думки.

Івент-індустрія, як сукупність заходів різного формату – від фестивалів та концертів до конференцій та форумів – сприяє створенню комунікативного простору, де молодь має можливість взаємодіяти, обмінюватися ідеями та отримувати нові знання. Це дозволяє не тільки розширювати горизонти молодіжної аудиторії, але й залучати її до активної участі в процесах, що відбуваються в суспільстві.

Інформаційно-комунікативний аспект івент-індустрії включає в себе використання сучасних медіа та цифрових технологій для поширення інформації, залучення аудиторії та підтримки зв'язку з учасниками заходів. Соціальні мережі, онлайн-платформи та мобільні додатки стають невід'ємною частиною сучасних івентів, що дозволяє створювати інтерактивний та динамічний комунікативний простір.

Значущістю дослідження є аналіз ролі івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні через призму інформаційно-комунікативних процесів. Тому розгляд основних тенденцій розвитку івент-індустрії, її вплив на молодіжну аудиторію, а також ефективність використання інформаційно-комунікативних технологій у цьому контексті набуває великої актуальності.

Таким чином, актуальність дослідження зумовлена тим, що на сьогодні в українському науковому просторі практично відсутні дослідження, які стосуються цієї галузі практичного, що зумовило вибір теми: «Система Івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні: інформаційно-комунікативний аспект».

Стан наукової розробленості теми. Наукові дослідження, що присвячені івентам, вперше з'явилися у 70-х роках ХХ століття. Провідні іноземні вчені, які активно вивчають івенти та їхній вплив на розвиток туризму, включають таких авторів, як Б. Річі, Д. Гетц, Дж. Голдблатт, У. Гальцбаур, Е. Єттінгер та інші.

Аналіз останніх досліджень з розвитку івент-менеджменту знайшов своє відображення у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них варто відзначити В. Мисика, О. Поправко, О. Хитрову, П. Шагайда, Є. Чорновалова, М. Поплавського, І. Антоненка, Л. Зеленської, А. Романової, Н. Ковалю, А. Смірної, Л. Смірнова, О. Кузів, О. Сєвонькаєвої, Н. Копилової, О. Власенка, Ю. Дьяченка, І. Седікова, В. Бондар, О. Поправко, А. Москальчук, А. Лукач та інших.

Окремі аспекти становлення та розвитку креативного сектору економіки, на основі якого розвивається івент-індустрія в Україні, розглянуто у роботах С. Давимуки, Л. Федулової, Т. Поснови, А. Холодницької, С. Щеглюк, О. Хитрової, Ю. Харитонова, О. Карпюк, А. Сингаєвської, О. Ніколюк, Ю. Дьяченко, Т. Савченко, Г. Олексюк, І. Ангелко, Н. Самотій, І. Гончаренко та ін.

Особливостям розвитку івент-менеджменту в туристичній сфері присвячені праці О. Карпюк, В. Клочковської, П. Тищенка, А. Сигнаєвської, Т. Ткаченко, Т. Дупляк, Ю. Забалдіна та інших.

Теоретичні та практичні аспекти молодіжної політики вивчали такі науковці, як: М. Перепелиця, Є. Бородин, І. Єрмоленко, І. Беззуб, В. Панасюк, О. Софій, Р. Драпушко, П. Горінов, К. Захаренко, Є. Міненко, П. Горінов, М. Попатенко, Н. Філик, Г. Коваль, Т. Мацюк, М. Головатий, О. Радченко, О. Крюков, С. Гринчишин тощо.

Мета дослідження: дослідити особливості системи Івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні крізь призму інформаційно-комунікативного аспекту.

Мета дослідження передбачає вирішення таких **завдань:**

- проаналізувати значення поняття «івент-індустрії» в українській та зарубіжній науковій думці;
- дослідити особливості розвитку івент-індустрії в Україні та світі;
- визначити поняття «молодь» та «молодіжна політика»;
- проаналізувати значення молодіжної політики для суспільства;
- з'ясувати переваги та обмеження використання івент-індустрії в молодіжній політиці;
- дослідити інформаційно-комунікативний аспект івент-індустрії в молодіжній політиці в Україні.

Об'єкт дослідження: івент-індустрія як системне утворення.

Предмет дослідження: система івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні крізь інформаційно-комунікативний аспект.

Методологічна база дослідження становить: теоретичний аналіз наукової літератури з тематики івент-індустрії, молодіжної політики та інформаційно-комунікативних технологій; системний підхід – аналіз івент-індустрії як складної системи, що включає різні компоненти (організатори, учасники, медіа, державні органи) та їх взаємодію; комунікативний підхід – розгляд комунікаційних процесів у контексті івент-індустрії та їх вплив на формування та популяризацію молодіжної політики; контент-аналіз – вивчення змісту інформаційних матеріалів, пов'язаних із заходами (реклами, медіа-матеріалів, соціальних мереж тощо); статистичний аналіз – обробка кількісних даних;

методи збору первинної інформації – проведення анкетування або опитувань; аналіз та синтез наявної дослідницької бази, критична оцінка.

Наукова та практична значущість кваліфікаційної роботи. Практично підтверджено значення івент-індустрії в українській та зарубіжній науковій думці. Розкрито передумови, чинники та механізми розвитку івент-індустрії в Україні та світі. Проаналізовано поняття «молодь» та «молодіжна політика» та значення молодіжної політики для суспільства. Вперше визначено та доведено переваги та обмеження використання івент-індустрії в молодіжній політиці. На основі практичного аналізу досліджено інформаційно-комунікативний аспект івент-індустрії в молодіжній політиці в Україні.

Дослідження орієнтоване не лише на проблемі івент-індустрії, а також розкриває такі поняття як сутність івенту, івент-менеджменту, молодіжної політики та її систематизація в Україні.

Отримані результати дослідження спрямовані на подальше вивчення і розробку актуальних питань системи івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні в інформаційно-комунікативному аспекті. Зважаючи на актуальність теми в галузі менеджменту, наукові дослідження можуть бути використані у подальших дослідженнях суміжних тем та створення наукового комплексу для студентів і викладачів в рамках обраної проблематики.

Враховуючи актуальність теми для розвитку досліджень в галузі менеджменту наукові дослідження можуть бути використані у подальшій дослідницькій науковій сфері, для формування наукової бази для студентів та викладачів в обраній галузі. Напрацювання можна використовувати як методологічні матеріали для подальшого розвитку теми. Як матеріали, так і висновки дослідження можуть бути використані при виданні навчальних посібників, проектування навчальних і освітніх програм.

Обґрунтування структури кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційне дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури, який нараховує 64 позиції. Основного тексту складає 71 сторінка.

Апробація роботи. Участь у ІХ Міжнародній науково-практичній конференції «Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи», яка відбудеться 21 листопада 2024 року в Національному університеті «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». Підготовлено тези до опублікування за темою кваліфікаційного дослідження.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ

Розділ присвячений теоретичним засадам функціонування івент-індустрії, її трактуванню в українській і зарубіжній науковій думці, а також особливостям розвитку в різних регіонах світу. З'ясовано, що івент-індустрія охоплює широкий спектр діяльностей, спрямованих на організацію заходів, з акцентом на інноваційні технології, екологічність і підвищення економічного потенціалу. Проаналізовано роль івентів у глобалізації, культурному обміні, розвитку туризму та зміцненні національної ідентичності, зокрема на прикладі України.

1.1. Трактування івент-індустрії в українській та зарубіжній науковій думці

Івент-індустрія, або індустрія організації заходів, є однією з найдинамічніших та найкреативніших галузей сучасного бізнесу. Вона охоплює широкий спектр діяльностей, спрямованих на створення, планування та проведення різноманітних подій, які об'єднують людей з метою обміну досвідом, знаннями, святкування або підвищення обізнаності. Від масштабних міжнародних конференцій до затишних приватних вечірок, івент-індустрія виконує важливу роль у суспільному та економічному житті [20].

Завдяки швидкому розвитку технологій та зміні потреб споживачів, івент-індустрія постійно трансформується, впроваджуючи нові підходи та інноваційні рішення. Сучасні івенти стають все більш інтерактивними, орієнтованими на індивідуальні потреби учасників, а також екологічно відповідальними.

Чимало підприємств різних галузей економіки активно використовують івент-маркетинг та івент-менеджмент для розкриття своїх можливостей і зміцнення позицій на ринку. Ці інструменти стали невід'ємною частиною маркетингових комунікацій, сприяючи ефективному просуванню товарів і послуг. У результаті формується потужний ринок івент-індустрії, який

складається зі спеціалізованих структур, що займаються виключно проведенням подій і мають значні конкурентні переваги над підприємствами, які організовують рекламні заходи самостійно [21].

Таким чином, просування товару на ринку модернізується, перетворюючись на «рекламу у рекламі». Це означає, що під час просування певного товару або бренду одночасно рекламуються можливості організатора подій, створюючи новий пласт івент-індустрії. Ця індустрія базується на принципах креативності, інноваційності та ефективності, використовуючи сучасні технологічні можливості для досягнення максимального результату.

О. Карпюк вказує, що івент-індустрія охоплює діяльність підприємств, установ та організацій, що займаються організацією заходів. Це галузь, яка пропонує безмежні можливості для професійного та особистісного розвитку її учасників. Основна цінність події полягає в тому, як організатори можуть створити унікальне середовище і атмосферу, повністю занурюючи в неї відвідувачів і перетворюючи їх на активних учасників події, враховуючи їхні інтереси та сприйняття. Робота в івент-індустрії потребує підготовлених фахівців, технічних засобів, ефективного маркетингу, а також фінансових, матеріальних та інтелектуальних ресурсів [21].

Л. Зеленська вказує, що івент-індустрія має наступну структуру, яка включає такі основні компоненти (див. рис. 1.1) [20]:

- організатори івентів – це агентства, компанії або індивідуальні організатори, які відповідають за планування, координацію та виконання івентів;
- постачальники та підрядники, які включають в себе різноманітні постачальники послуг і товарів, такі як місця проведення, кейтерингові компанії, звукове та світлове обладнання, транспортні послуги тощо;
- учасники івенту – люди, які беруть участь у події як гості, спікери, виставкові стенди, учасники програм тощо;
- медіа і преса – журналісти, фотографи, відеографи та інші представники медіа, які забезпечують покриття події та її просування;

- фінансові учасники – це включає спонсорів, донорів, інвесторів або інші сторони, які забезпечують фінансування для проведення івентів;

- регулюючі органи і владні структури – органи місцевого самоврядування, державні установи та інші регулятори, які можуть мати вплив на проведення івентів через ліцензування, дозволи та інші адміністративні процедури [20].



Рис. 1.1. Структура івент-індустрії [20]

Івент-індустрія оцінюється за декількома критеріями, що відображають її ефективність і успішність: якість організації івенту, що включає в себе професіоналізм організаторів, точність планування, якість виконання технічних аспектів та управління усіма етапами івенту; задоволення учасників івенту, що оцінюється за допомогою фідбеку учасників щодо якості програми, спілкування з організаторами, комфорту під час проведення заходу; фінансовий результат, оскільки ефективність івенту оцінюється за досягненням планованих фінансових цілей, таких як прибуток, витрати і повернення інвестицій; інноваційність і креативність, що оцінюється за оригінальністю концепції івенту, використання новітніх технологій та ідеї для залучення уваги і забезпечення

запам'ятовуваності; вплив на бренд і репутацію, що оцінюється за змінами у відомості і уявленні про бренд, які відбуваються в результаті проведення івенту; суспільний вплив івенту, який часто оцінюється за спроможністю івенту створювати соціальну вартість або підтримку громадських ініціатив [24].

В. Мисик вважає, що івент-менеджмент – це галузь управління, спрямована на організацію і проведення різноманітних заходів (івентів). Це включає в себе планування, координацію і керування усіма аспектами події, починаючи від визначення мети івенту і вибору місця проведення до організації програми, взаємодії з учасниками і контролю за бюджетом. Головною метою івент-менеджменту є створення незабутніх івентів, які відповідають потребам та очікуванням цільової аудиторії, забезпечуючи високий рівень задоволення учасників та успішний результат для організаторів.

Науковець зазначає, що ключові складові івент-менеджменту включають об'єкти та суб'єкти, цілі, принципи, технологію та результати. Серед суб'єктів івент-менеджменту можна виділити як внутрішні, так і зовнішні компанії, включаючи підприємства та їх відділи, а також спеціалізовані зовнішні агентства, що спеціалізуються на організації івентів. Івент-організатори зазвичай залучають івент-менеджерів, які координують усі аспекти проведення подій: від планування і організації до мотивації та контролю. Оскільки проведення івенту є складним процесом, включаючи видимі та невидимі завдання, важливість таких аспектів, як технічні ресурси, маркетинг, персонал, зовнішні постачальники та комунікації, важлива для успішного результату. Основними обов'язками івент-менеджера є розуміння унікальних вимог і особливостей кожної події, задоволення потреб і вимог клієнтів, а також ефективного планування та організація заходів з урахуванням обмежень у часі та фінансах [31].

О. Хитрова підкреслює, що об'єкти івент-менеджменту включають різноманітні типи заходів, які можна класифікувати на такі групи: B2C-заходи (корпоративні свята, спортивні змагання, фестивалі, концерти, виїзні заходи); B2B-заходи (конгреси, конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи,

семінари, презентації, тренінги, майстер-класи, прес-конференції, бізнес-сніданки, мотиваційний івент-туризм) [51].

Необхідно виділити такі ключові аспекти івент-менеджменту:

- бюджет події (повинен включати витрати на само заход та додаткові організаційні заходи, наприклад, інтерв'ю для преси, телеефіри, прес-конференції);

- план-графік події (має бути складений таким чином, щоб виключити всі спірні моменти щодо термінів проведення самого події та всіх підготовчих етапів);

- кадрове забезпечення (за рахунок правильно підібраних людей, включаючи необхідна кількість артистів, технічних фахівців, охоронців, промоутерів і т.д., заход перетворюється на подію);

- джерела фінансування (мають враховувати за рахунок яких коштів організовуватиметься заход, чи можливе залучення спонсорів, який буде порядок фінансування тощо);

- комунікації, PR, ЗМІ (покликані забезпечити необхідний відгук та громадський резонанс, тому в рамках event-менеджменту організація заходи повинні включати і чітку програму, в якій регламентується запланований комунікаційний, інформаційний та громадський ефект від проведення цієї події) [24].

О. Хитрова та Ю. Харитоновна зазначають, що івент (від англ. event – подія) – це розважальна або рекламна вистава, що проходить на сцені, спортивній арені, у спеціальних залах, презентаційних майданчиках, конференц-залах та інших локаціях, будучи запланованою соціальною чи суспільною подією. Івент проводиться у певний час з визначеною метою та завданням, спрямований на створення позитивного резонансу у суспільстві. Подія, яка перетворюється на справжнє явище, сприяє тривалому збереженню ефекту впливу – як емоційного для кожного учасника, так і ринкового для торгової марки, бренду чи компанії. Однак, у разі неправильного вибору заходу чи поганої організації, можуть

виникнути непередбачені обставини, які негативно вплинуть на імідж бренду та неправильно представлять його потенційним споживачам [51].

Сучасний науковець і провідний лектор з івент-планування в Університеті королеви Маргарет (м. Едінбург, Великобританія) Дж. Голдблатт протягом останніх 20 років досліджує івент-менеджмент як освітню дисципліну та публікує серію навчальних книг на цю тему. За його словами, івент – це унікальний відрізок часу, наповнений ритуалами і церемоніями для задоволення особливих потреб людини, а івент-менеджмент – це комплекс заздалегідь визначених заходів для ефективного проведення події. У своїх працях Дж. Голдблатт детально розглядає такі аспекти івент-менеджменту, як івент-планування, управління ризиками, управління людськими ресурсами та фінансами, івент-маркетинг та інші. Значну увагу він також приділяє професії івент-менеджера та кар'єрному розвитку в цій сфері [56].

У. Хальцбаур та Е. Йеттінгер вважають, що поняттю «event» притаманна суб'єктивність та неоднозначність. Сама подія не має чітких меж. Однак більшість подій характеризується певною тривалістю. Кожна подія є унікальною, що означає, що вона відбувається лише один раз і має свою унікальність. Навіть якщо подія має періодичний характер, вона все ж може бути унікальною за рахунок ідентифікації як окремого явища [58].

І. Радченко уточнює поняття «event» більш детально. Вона стверджує, що «event» (або «special event») – це вражаюча подія, яка залишає незабутнє враження, організована з метою підвищення відомості про бренд і створення позитивного образу, що асоціюється з ім'ям організації у свідомості аудиторії. Серед спеціальних подій можна виділити екскурсії, прийоми, дні відкритих дверей, ювілеї, різноманітні церемонії та інші заходи [43].

Н. Копилова описує івент як повний комплекс заходів, спрямований на організацію корпоративних і масових подій. При цьому, якщо корпоративні заходи зазвичай спрямовані на зміцнення внутрішньокорпоративного духу, то масові події надають значну підтримку рекламним і PR-кампаніям. Загалом, основна мета подієвого менеджменту полягає в тому, щоб перетворити

звичайний захід у справжню подію, яка залишається в пам'яті і обговорюється надовго після її завершення [26].

В. Мисик пропонує наступну типологію видів івентів як об'єктів івент-менеджменту (див. табл. 1.1) [31]:

Таблиця 1.1.

Типологія видів івентів [31]

№ пп	Класифікаційні ознаки	Види івентів
1.	За характером проведення заходу	<input type="checkbox"/> культурно-розважальні; <input type="checkbox"/> спортивні; <input type="checkbox"/> релігійні; <input type="checkbox"/> корпоративно <input type="checkbox"/> ділові (бізнесові); <input type="checkbox"/> соціально-політичні; <input type="checkbox"/> наукові тощо.
2.	За масштабністю	<input type="checkbox"/> мікроподії; <input type="checkbox"/> макроподії; <input type="checkbox"/> мегаподії.
3.	За місцем проведення	<input type="checkbox"/> на території замовника; <input type="checkbox"/> поза межами території замовника; <input type="checkbox"/> змішано.
4.	За змістом	<input type="checkbox"/> ділові; <input type="checkbox"/> тимблдингові.
5.	За періодичністю проведення	<input type="checkbox"/> разові; <input type="checkbox"/> періодичні; <input type="checkbox"/> постійні.
6.	За суб'єктним складом учасників	<input type="checkbox"/> внутрішні щодо організації; зовнішні щодо організації.
7.	За характером взаємодії учасників	<input type="checkbox"/> формальні; <input type="checkbox"/> неформальні.
8.	За суб'єктним складом організаторів і координаторів	<input type="checkbox"/> внутрішні (проводяться власними силами підприємства); <input type="checkbox"/> зовнішні.

9.	За національним складом учасників, організаторів і координаторів	<input type="checkbox"/> національні; <input type="checkbox"/> міжнародні.
10.	За прикріпленістю до місця проведення	<input type="checkbox"/> мобільні; <input type="checkbox"/> прикріплені до конкретного місця; <input type="checkbox"/> змішані
11.	За рівнем новизни	<input type="checkbox"/> класичні; <input type="checkbox"/> креативні.
12.	За формою взаємодії учасників	<input type="checkbox"/> віртуальні; <input type="checkbox"/> відбуваються вживу.
13.	За часовою спрямованістю	<input type="checkbox"/> ретроспективні; <input type="checkbox"/> поточні; <input type="checkbox"/> перспективні.
14.	За особливостями фінансування	<input type="checkbox"/> фінансуються організацією-замовником; <input type="checkbox"/> фінансуються сторонніми щодо організації-замовника суб'єктами; <input type="checkbox"/> змішане фінансування.
15.	За завершеністю	<input type="checkbox"/> завершені; <input type="checkbox"/> незавершені.

Івент ділиться на кілька груп залежно від цілей та аудиторії:

1. Trade events/торгівельні івенти – це події, які створюють для клієнтів та партнерів (конференції, семінари, зльоти). Ціль таких івентів – донести партнерам інформацію про досягнення компанії, випуск нової продукції, а також покращити імідж бренду;

2. Corporate events/корпоративні івенти – заходи для співробітників, що проводяться у вигляді тимблдингів, ювілеїв компанії та відзначення інших важливих дат;

3. Special events/спеціальні івенти – події для клієнтів (концерти, презентації, фестивалі, благодійні акції, рекламні тури) [31].

Отже, івент-індустрія є важливим елементом сучасного суспільства, що виконує різноманітні функції та впливає на різні сфери діяльності. Вона не лише

сприяє підвищенню відомості про бренди та підтримці рекламних кампаній, але й є засобом формування позитивного іміджу компаній і підвищення їхньої репутації. Івенти використовуються для зміцнення внутрішньокорпоративних зв'язків, створення платформ для обміну досвідом та ідеями, а також задоволення культурних та соціальних потреб громадськості. Крім того, івент-індустрія зазнає постійних змін і вдосконалення, адаптуючись до нових технологій та вимог ринку. Інноваційні підходи в організації івентів дозволяють досягати більшого впливу на цільову аудиторію, створюючи запам'ятовувані і незабутні враження. Важливим аспектом є також управління ризиками і ефективність використання ресурсів для досягнення стратегічних цілей.

Таким чином, івент-індустрія продовжує розвиватися як важливий інструмент комунікації та маркетингу, що відіграє ключову роль у створенні цінності для бізнесу та суспільства в цілому.

1.2. Особливості розвитку івент індустрії в Україні та світі

Івент-індустрія на сьогоднішній день є однією з найбільш динамічно розвиваючих сфер, яка відіграє важливу роль у формуванні культурного, соціального та економічного середовища як в Україні, так і в усьому світі. Зростання популярності івентів пов'язане з їхньою здатністю створювати унікальні враження та незабутні емоції, що робить їх потужним інструментом маркетингових комунікацій та соціальної взаємодії.

Переваги впровадження івент-технологій полягають у їхній унікальності та неповторності. Кожен захід має свою конкретну мету, і саме це створює неповторні враження для учасників. Сучасні івенти відіграють важливу роль, виконуючи стратегічні завдання, тому їх організація повинна бути в руках професіоналів. Івент-менеджмент охоплює широкий спектр маркетингових комунікацій, реалізованих через організацію різних заходів, що можуть впливати як на окремі підприємства, так і на великі спільноти. Основними факторами, що сприяють розвитку івент-менеджменту, є результати проведених заходів та

повернення інвестицій. Така діяльність включає дослідження бренду, аналіз цільової аудиторії, розробку концепції заходу, планування логістики та координацію технічних аспектів. Івент-менеджмент є довгостроковою програмою управління заходами.

Івент-індустрія як окрема галузь національного господарства почала формуватися на початку ХХ століття. У США, івент-менеджмент розпочав свій розвиток приблизно 150 років тому. На сучасному етапі ця сфера має розвинену інфраструктуру, включаючи професійні асоціації, методичну літературу та стандарти розвитку. Івент-менеджмент є потужною галуззю в секторі послуг, про що свідчать значні прибутки компаній, що працюють у цій сфері. Зокрема, прибуток від івент-індустрії в США перевищує доходи від автомобільної промисловості. Найпопулярнішими послугами в івент-індустрії США є планування та координація заходів, генерація ідей, маркетинг та промоція, а також проведення досліджень і оцінка ефективності заходів [49].

У США діє кілька впливових професійних асоціацій, таких як Meeting Professionals International (MPI), Event Service Professionals Association (ESPA), Gevme та інші, що забезпечують підтримку, навчання та стандартизацію для фахівців галузі. Багато університетів і коледжів пропонують спеціалізовані курси та програми з івент-менеджменту, які готують студентів до роботи в цій сфері. Розвиток платформ для планування та управління заходами, таких як Eventbrite, Cvent, Meetup, спрощує процес організації подій та підвищує ефективність [59].

Згідно з даними Mordor Intelligence, онлайн платформи, що працюють на основі передового програмного забезпечення для івент-менеджменту, радикально перетворюють підходи до організації і проведення подій. У 2019 році ринок технологій і програмного забезпечення для івент-менеджменту оцінювався в 8,144 мільярда доларів США, а до 2025 року очікується зростання його вартості до 14,94 мільярда доларів США, що відповідає річному темпу зростання 10,65% протягом прогнозованого періоду 2020-2025 років. Це

програмне забезпечення стало необхідною складовою як для великих корпорацій, так і для малих компаній, які займаються організацією подій [59].

Загалом, розвиток івент-індустрії у США є складним і багатограним процесом, який охоплює інновації, професіоналізацію, економічний вплив та різноманітність заходів. Ця галузь продовжує зростати, адаптуючись до змін у технологіях та потребах споживачів, і є важливою складовою економіки країни.

Івент-менеджмент у країнах Західної Європи є відносно новою сферою бізнесу, яка існує близько 25 років, і поки що не досяг таких масштабів, як у США. Проте, у багатьох університетах вже створені курси та програми для підготовки фахівців у цій галузі [27].

В Україні івент-менеджмент також є новим напрямом, ринок івент-послуг почав активно розвиватися лише з 2005 року. За час свого становлення ринок значно змінився як кількісно, так і якісно: підвищилась якість послуг, розширився спектр пропонованих послуг, використовується гнучка цінова політика, а самі заходи наближаються до європейського рівня. Однак існують певні труднощі. Науковці відзначають, що український ринок івент-технологій має високу конкуренцію, але низький рівень культури. Серед основних проблем розвитку івент-менеджменту в Україні виділяються: відсутність платформи для комунікації стейкхолдерів, недостатня готовність клієнтів до креативних рішень, нестача висококваліфікованих фахівців. Таким чином, ефективний івент-менеджмент є перспективною галуззю для української економіки, яку варто розвивати [37].

Сьогодні на українському ринку діють понад 500 івент-компаній, кожна з яких щорічно проводить близько 30 заходів. Загальний обсяг ринку івент-менеджменту в Україні складає приблизно 20 мільйонів доларів, що є меншим порівняно з періодом перед фінансовою кризою, коли він становив 30 мільйонів доларів. Зростання конкуренції під час фінансової кризи також підштовхнуло український бізнес, який спеціалізується на івент-організації, до активного розвитку та позиціонування на ринку. Значно підвищилась активність спеціалізованих підприємств, а також важливість Інтернету та медіа-каналів,

таких як блоги та соціальні мережі. Це свідчить про те, що організація івентів стала невід'ємною складовою управління відповідним іміджем, що є критичним як для бізнесу, так і для України загалом.

Аналіз ринку івент-індустрії в Україні свідчить про значну кількість приміщень для різноманітних подій по всій країні. Наприклад, у Львові на початок 2021 року було 5 готелів п'ятизіркового класу та 20 чотирьохзіркових готелів, багато з яких оснащені конференц-залами. Це створює широкі можливості для організації подій будь-якого масштабу, від невеликих зустрічей до великих конференцій і виставок.

У Львові також функціонує «Арена Львів» з численними конференц-залами різного розміру, що дозволяє приймати як невеликі бізнес-групи, так і великі міжнародні заходи та виставки. У містах Одеса і Харків ситуація трохи відрізняється. Наприклад, в Харкові знаходиться близько 50 закритих конференц-залів, які розраховані на різні кількості учасників від 30 до 1000 осіб. У Одесі є понад 200 конференц-залів з різними місткостями.

Київ, як столиця України, володіє найбільш розвиненою інфраструктурою для організації подій. Місто налічує приблизно 400 конференц-залів різних розмірів, здатних прийняти від невеликих аудиторій до великих виставкових площ, що розраховані на до 15 000 осіб. Це робить Київ ідеальним місцем для проведення різноманітних подій, включаючи корпоративні зустрічі, міжнародні конференції та великі виставки. Крім закритих приміщень, Київ пропонує також широкі можливості для організації подій на відкритому повітрі, включаючи парки та площі [25].

Загалом, івент-індустрія в Києві продовжує динамічно розвиватися, відповідаючи потребам сучасного бізнесу та приваблюючи як місцевих, так і міжнародних учасників.

Вплив пандемії COVID-19 та війни на український ринок івент-послуг був значним і має свої особливості. Карантинні обмеження серйозно пошкодили івент-індустрію, змушуючи багато компаній, особливо у креативному і культурному секторах, адаптуватися до віртуального формату або переносити

або скасовувати заплановані події. Війна в Україні також серйозно вплинула на івент-агенції, які змушені були адаптуватися до нових умов, зокрема, переходити до організації онлайн та гібридних подій для забезпечення безпеки учасників і незалежності від фізичних обмежень.

Умови війни також змусили івент-агенції зосередитися на благодійних та соціальних ініціативах, таких як благодійні концерти, онлайн-аукціони та інші заходи для підтримки української армії, біженців та постраждалих. Це дозволяє мобілізувати ресурси і залучити увагу громадськості до актуальних проблем. Водночас, івент-агенції шукають нові технології та креативні підходи для організації подій, використовуючи віртуальну та доповнену реальність, що дозволяє створювати захоплюючі та інтерактивні враження.

Співпраця з міжнародними партнерами стала важливою складовою діяльності івент-агенцій, спрямованою на отримання підтримки і поширення інформації про ситуацію в Україні на міжнародному рівні. Деякі компанії перенесли свої офіси та команди до більш безпечних регіонів України або навіть за кордоном для забезпечення безперервності роботи та зменшення ризиків для персоналу, акцентуючи увагу на психологічному здоров'ї команди.

Таким чином, івент-індустрія в Україні під час важких випробувань виявила себе як гнучкий та надійний сектор, здатний адаптуватися до змінюваних умов і продовжувати відігравати важливу роль у суспільному та культурному житті країни.

Загалом, функціонування івент-індустрії за кордоном демонструє значну адаптивність до сучасних викликів. Івент-індустрія, яка з'явилася у США 150 років тому нині активно використовує інноваційні технології, такі як віртуальна реальність, для створення захоплюючих і високоінтерактивних подій. Міжнародне співробітництво забезпечує обмін досвідом та кращими практиками, що сприяє розвитку галузі. Управління кризовими ситуаціями стало невід'ємною частиною роботи івент-професіоналів, що вимагає стратегічного планування та ефективною координації безпеки. Загалом, івент-індустрія за

кордоном продовжує еволюціонувати, відповідаючи на сучасні виклики та впливаючи на розвиток культурного та бізнес-середовища світового масштабу.

Ринок івент-послуг в Україні, який почав активно розвиватися з 2005 року, значно змінився як у кількісному, так і у якісному вимірах. Це проявляється у покращенні якості послуг, розширенні спектру пропонованих сервісів, використанні гнучкі ціноутворення і доступності більшості з них. Варто відзначити, що існують проблеми, які гальмують розвиток івент-менеджменту та самого ринку в Україні, зокрема: недостатня готовність українських клієнтів до креативних рішень, відсутність платформ для ефективної комунікації зі стейкхолдерами та нестача кваліфікованих кадрів [52].

Висновки до розділу 1

У першому розділі було проаналізовано значення івент-індустрії у вітчизняній та зарубіжній науковій думці та досліджено особливості розвитку івент індустрії в Україні та світі.

Було встановлено, що івент-індустрія – це галузь економіки, яка займається організацією та проведенням різноманітних подій, таких як конференції, виставки, концерти, фестивалі, корпоративні заходи, весілля та інші масові заходи. Ця індустрія охоплює широкий спектр діяльностей, включаючи планування, маркетинг, логістику, координацію технічних аспектів, управління ризиками та людськими ресурсами, а також забезпечення безпеки учасників. Івент-індустрія також включає використання сучасних технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, для створення інтерактивних та унікальних подій. Основною метою цієї галузі є забезпечення високого рівня сервісу та незабутніх вражень для учасників.

Івент-індустрія, як галузь, має значне місце у вітчизняній та зарубіжній науковій думці, відображаючи важливість цієї сфери для соціально-економічного та культурного розвитку суспільства. Дослідження в Україні акцентують увагу на економічному потенціалі івент-індустрії, зокрема на її ролі

у розвитку туризму, створенні нових робочих місць та залученні інвестицій. Науковці досліджують впровадження сучасних технологій у івент-індустрію, зокрема використання цифрових платформ, віртуальної та доповненої реальності для підвищення ефективності івентів. Закордонні дослідження часто акцентують увагу на ролі івент-індустрії у глобалізації, сприяючи культурному обміну та міжкультурній взаємодії. Івенти розглядаються як платформа для міжнародного співробітництва та діалогу. Івент-індустрія розглядається як значний чинник економічного зростання, який стимулює розвиток туризму, готельно-ресторанного бізнесу, транспорту та інших суміжних галузей. Івенти можуть залучати значні фінансові потоки та створювати додаткову вартість у регіонах.

Івент-індустрія за кордоном є динамічною та різноманітною галуззю, яка залежить від культурних, економічних та технологічних тенденцій кожної країни. У США івент-індустрія функціонує уже 150 років. Тут івенти часто масштабні та комерційно орієнтовані, з великим бюджетом і акцентом на розваги та показовість. Івент-індустрія охоплює широкий спектр подій від масштабних музичних фестивалів і спортивних змагань до корпоративних конференцій і виставок.

У Європі івент-індустрія розвивається уже 25 років. Тут більший акцент на культурну спадщину, інтелектуальність і стиль, що відображається в культурних фестивалях та конференціях. Великі міжнародні фестивалі музики, театру, кіно та літератури часто відбуваються в Європі, привертаючи творчі та інтелектуальні еліти. Багато конференцій та івентів в Європі фокусуються на освіті, дослідженнях та інноваціях. Вони створюють платформу для обміну ідеями, наукових дебатів та розвитку нових технологій. Європа активно розвиває зелені івенти та сталий туризм. Це включає в себе використання екологічних матеріалів, зменшення викидів вуглецю і підтримку місцевих економік під час проведення івентів. Завдяки географічній близькості і культурній різноманітності, багато європейських івентів є міжнародними і підтримують міжкультурний обмін. Це сприяє глобальному розумінню та співпраці.

Івент-індустрія в Україні бере свій початок від 2005 року та є різноманітною й динамічною галуззю, що активно розвивається під впливом культурних та історичних особливостей країни. Україна відома своєю багатою культурною спадщиною, що відображається у різноманітних фестивалях, концертах та культурних подіях. Особливо популярні фольклорні та музичні фестивалі, які привертають як місцевих, так і міжнародних учасників.

Технічні можливості івент-індустрії в Україні постійно зростають, використовуючи сучасні звукові, світлові та мультимедійні технології для створення захоплюючих і вражаючих подій. Крім того, країна активно розвиває івенти для бізнесу та корпоративних клієнтів, організовуючи конференції, тренінги та виставки з різних сфер економіки.

Українські івенти часто відзначаються гостинністю та теплою атмосферою, що створює особливий досвід для учасників і відвідувачів. Культурна різноманітність і національна гордість впливають на те, як відбуваються та сприймаються івенти в Україні, роблячи їх важливою складовою культурного життя країни.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ

У розділі розглянуто ключові поняття «молодь» і «молодіжна політика» та їхнє значення для суспільства. Проаналізовано роль івент-індустрії у розвитку молодіжної політики, зокрема її здатність сприяти соціалізації, формуванню навичок і залученню молоді до суспільного життя. Виявлено переваги та обмеження використання івентів, а також наголошено на важливості інтегрованих підходів для підвищення їхньої ефективності в молодіжній політиці.

2.1. Визначення понять «молодь» та «молодіжна політика»

В сучасному суспільстві молодь відіграє важливу роль як активна й динамічна група населення, яка має великий потенціал для розвитку та змін. Молодь є особливою соціально-демографічною категорією, яка визначається не лише віковими рамками, але й специфічними соціальними, психологічними та культурними характеристиками. Сучасне розуміння молоді включає широкий спектр аспектів, від біологічного дозрівання до соціалізації та інтеграції в суспільство.

Молодіжна політика, в свою чергу, є важливим інструментом державного регулювання, спрямованим на підтримку та розвиток молодого покоління. Вона охоплює комплекс заходів, які спрямовані на створення сприятливих умов для реалізації потенціалу молоді, її інтеграції в суспільство та підготовки до дорослого життя. Молодіжна політика включає аспекти освіти, зайнятості, охорони здоров'я, соціального захисту, культури та спорту, а також сприяє формуванню активної громадянської позиції серед молодих людей.

Вперше термін «молодь» на міжнародному рівні був представлений Генеральною Асамблеєю ООН у 1985 році, яка визначила вік молодої людини як 15-24 роки. Згодом Всесвітня організація охорони здоров'я розширила цей

віковий період до 10-24 років. Наразі в більшості європейських країн поняття «молодь» охоплює вікову групу від 13-14 до 29-30 років. Відповідно до Закону України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні», молодь включає громадян України віком від 14 до 35 років [17].

За визначенням академічного тлумачного словника молодь – це соціально-демографічна група, яка визначається не лише віковими межами, але й специфічними соціальними, психологічними та культурними характеристиками [1].

У соціологічному словнику подано два визначення молоді:

- 1) у широкому розумінні – це велика сукупність груп, що формуються на основі вікових ознак і пов'язаних із ними основних видів діяльності;
- 2) у вузькому розумінні – це соціально-демографічна група, яка виділяється за віковими особливостями соціального становища молодих людей, їх місця в соціальній структурі суспільства, специфічних інтересів та цінностей [46].

Як вважає Б. Буяк, представники різних наукових напрямів бачать свій потенціал у молоді: політологи вважають її інноваційним ресурсом розвитку країни, соціологи – соціокультурною спільнотою, а психологи – групою з характерними психофізичними особливостями дорослішання. Кожна наука взаємодіє з іншими, доповнює теоретико-методологічні концепції та використовує спільні емпіричні дані досліджень [5].

М. Гуцалова вважає, що «молодь» – це соціально-демографічна група, яка проходить етап становлення соціальної зрілості та адаптації до дорослого світу і майбутніх змін. Вона постійно поповнює ряди політично та економічно активного населення країни. Водночас ускладнюється рольове самовизначення молодих людей у соціумі. Значна частина молоді займає місця у нових соціальних групах, таких як підприємці, менеджери та банківські працівники. Кількість молодих лідерів, які очолюють громадські рухи, молодіжні організації та партії, також зростає. Проте молодь залишається однією з найбільш вразливих соціальних груп, на яку впливає багато факторів [11].

Загалом, молодь – це унікальна соціально-демографічна група, що характеризується специфічними рисами та особливостями, які виділяють її серед інших вікових категорій. Основні характеристики молоді включають:

- вікові межі (молодь зазвичай охоплює вік від 14 до 35 років, хоча ці межі можуть варіюватися залежно від країни чи організації);
- перехідний період (молодість є етапом переходу від дитинства до дорослого життя, що включає фізичне, психологічне та соціальне дозрівання);
- освіта та професійний розвиток (більшість молодих людей перебувають на стадії здобуття освіти або початку професійної кар'єри. Вони активно залучені до навчання, пошуку роботи та професійного становлення);
- соціалізація (молоді люди активно освоюють соціальні ролі, включаючи участь у громадському та політичному житті, створення сім'ї та формування власної ідентичності);
- інноваційність та креативність (молодь часто є джерелом інновацій, нових ідей та технологій. Вона здатна швидко адаптуватися до змін та проявляти креативний підхід у різних сферах діяльності);
- активна громадянська позиція (молоді люди часто беруть участь у волонтерській діяльності, громадських рухах та політичних партіях, прагнучи впливати на суспільні процеси та змінювати світ на краще);
- потреба у підтримці та захисті (молодь є однією з найбільш вразливих соціальних груп, яка потребує підтримки з боку держави та суспільства для забезпечення умов для її повноцінного розвитку. Це включає доступ до якісної освіти, медичної допомоги, працевлаштування та соціального захисту);
- цінності та інтереси (молоді люди мають свої специфічні інтереси та цінності, які часто відрізняються від старших поколінь. Вони прагнуть до самореалізації, свободи вибору, справедливості та рівності) [15].

Молодіжна політика є ключовою складовою державної політики, спрямованою на забезпечення умов для всебічного розвитку та самореалізації молодого покоління. В умовах сучасного світу, де зміни відбуваються швидше ніж будь-коли, молодь стає важливим фактором соціально-економічного та

культурного прогресу. Вона є носієм інновацій, нових ідей та підходів, що можуть сприяти вирішенню актуальних проблем суспільства [9].

Молодіжну державну політику в незалежній Україні було започатковано «Декларацією про загальні засади державної молодіжної політики в Україні» (1992 р.) та Законом України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» (1993 р.). Згодом вона була деталізована в таких законах, як «Про молодіжні та дитячі громадські організації» (1998 р.), «Про освіту», «Про зайнятість населення» (обидва – 1991 р.), «Про фізичну культуру і спорт» (1994 р.), «Про туризм» (1995 р.) та інших. Основні права та обов'язки молоді, як і інших громадян України, закріплені в Конституції України (ст. 53).

М. Перепелиця пояснює, що молодіжна політика включає всі аспекти життя молодих людей. Вона охоплює питання їх виховання та розвитку, а також процеси, що допомагають молоді інтегруватися в суспільство. Крім того, вона включає ідеї про те, яку роль молодь має відігравати в суспільстві, та способи реалізації цих ідей [40].

За Законом України «Про основні засади молодіжної політики» метою молодіжної політики в Україні є створення умов для розвитку потенціалу та самореалізації молоді, підвищення її самостійності та конкурентоспроможності, а також забезпечення активної участі молоді в суспільному житті. Згідно із цілями, поставлені такі завдання:

- створення умов для залучення молоді до громадського, політичного, соціально-економічного та культурного життя суспільства, сприяння участі молоді у прийнятті рішень;
- підтримка молоді в реалізації її соціально-економічного потенціалу, включаючи житлові умови, професійний розвиток, працевлаштування та задоволення освітніх, медичних, культурних та інших потреб;
- формування громадянської, національної та культурної ідентичності української молоді;
- підтримка інституційного розвитку молодіжних та дитячих громадських об'єднань, молодіжних центрів і зміцнення їх ролі у соціалізації молоді;

- розвиток молодіжної інфраструктури;
- зміцнення національного та міжнародного молодіжного співробітництва [16].

Є. Бородін зазначає, що основними принципами державної молодіжної політики в Україні є:

- повага до поглядів та переконань молоді;
- право і активна участь молоді у формуванні та реалізації політики та програм, що стосуються суспільства загалом і молоді зокрема;
- забезпечення правового та соціального захисту молодих громадян, особливо тих, хто ще не досяг віку 18 років, з метою створення необхідних умов для їх повноцінного соціального становлення та розвитку;
- підтримка ініціатив та активності молоді у всіх сферах суспільного життя [4].

Також, Є. Бородін вказує, що основними напрямками державної молодіжної політики в Україні є:

- розвиток і захист інтелектуального потенціалу молоді, поліпшення умов для здобуття освіти, спеціальної професійної підготовки та перепідготовки;
- забезпечення зайнятості молоді, її правовий захист з урахуванням економічних інтересів, професійних і соціальних можливостей суспільства;
- створення умов для оволодіння духовними і культурними цінностями українського народу, участі молоді у їх відродженні і розвитку, охороні та відтворенні навколишнього природного середовища;
- формування у молоді почуття національної гордості, патріотизму, готовності захищати суверенітет України;
- охорона здоров'я молоді, сприяння її духовному і фізичному розвитку, вжиття заходів для забезпечення здорового генофонду українського народу [4].

Основними суб'єктами державної молодіжної політики є різні організації і структури, які співпрацюють для реалізації цієї політики. Серед них:

- органи державної влади та місцевого самоврядування, які відповідають за формулювання і реалізацію стратегій та програм державної молодіжної

політики на рівнях центральної влади і місцевих управлінь. Ці органи приймають рішення, які впливають на умови життя та розвиток молоді;

- молодь, як активний суб'єкт соціуму, молодь бере участь у процесах ухвалення рішень через участь у молодіжних радах, консультації та громадських обговореннях. Вони представляють свої інтереси та ставлять завдання, які вони вважають важливими для свого розвитку та участі у суспільному житті;

- молодіжні громадські організації, що виступають як посередники між молоддю і владою, ініціюючи та підтримуючи проекти та ініціативи, спрямовані на покращення умов життя молоді, їхньої освіти, зайнятості та інших аспектів;

- різноманітні установи, заклади й організації держави та комунальної форми власності, що забезпечують реалізацію конкретних програм і проектів, спрямованих на підтримку молоді. Вони можуть надавати послуги у сферах освіти, здоров'я, культури, спорту, соціального захисту та інших сферах, які стосуються молодіжної політики [3].

Загалом, поняття «державна молодіжна політика» можна трактувати у широкому і вузькому контекстах. В широкому розумінні це охоплює всі активності, які безпосередньо чи опосередковано здійснює держава, її установи та органи влади для соціального становлення та розвитку молоді. У вузькому розумінні це відноситься до спеціальних структур, що спеціалізуються на молодіжній проблематиці та впровадженні цільових молодіжних програм [4].

Отже, згідно з аналізом визначень понять «молодь» та «молодіжна політика», можна визначити їх значущість і роль у сучасному суспільстві. Визначення поняття «молодь» відображається у двох аспектах: у широкому сенсі це вікова група з певними характеристиками інтересів і цінностей; у вузькому сенсі – це соціально-демографічна група, яка займає певне місце у соціальній структурі. Молодіжна політика включає в себе всі заходи та програми, спрямовані на підтримку і розвиток молоді, забезпечення їхньої участі у різних сферах життя суспільства. Вона орієнтована на створення умов для самореалізації, соціального зростання та підвищення конкурентоспроможності молоді.

Необхідність адаптації і модернізації молодіжної політики підкреслюється змінами у соціально-економічному середовищі та розвитком технологій. Це передбачає постійне оновлення стратегій та підходів для відповіді на потреби і виклики молоді сьогодення.

2.2. Значення молодіжної політики для суспільства

Значення молодіжної політики в сучасному світі особливо актуальне, оскільки молодь є ключовим ресурсом для інновацій, розвитку соціальних та економічних процесів. Правильно організована молодіжна політика сприяє формуванню активної громадянської позиції та готовності до викликів сучасності.

Упродовж років незалежності в Україні молодіжна політика істотно еволюціонувала, ставши важливою складовою державної стратегії. Вона охоплює цілу систему заходів, спрямованих на забезпечення розвитку та самореалізації молодих людей, щоб вони могли свідомо вибирати свій життєвий шлях.

Сучасна молодіжна політика в Україні орієнтована на різноманітні аспекти життя молоді, включаючи освіту, зайнятість, культурні та соціальні можливості. Вона спрямована на створення сприятливих умов для професійного й особистісного розвитку молоді, забезпечення доступу до освіти й можливостей для підвищення кваліфікації. Особлива увага приділяється інклюзивному підходу, що забезпечує рівні можливості для всіх молодих людей, незалежно від їхнього походження чи особливостей [3].

Важливою складовою молодіжної політики стала підтримка молодіжних ініціатив, їхніх організацій і проектів, які сприяють активній участі молоді в громадському житті та прийнятті важливих суспільних рішень. Це дозволяє молодим людям не лише впливати на своє майбутнє, але й змінювати суспільство до кращого, пропонуючи нові ідеї та рішення на зустріч викликам сучасності.

Варто відзначити кілька переваг залучення молоді до процесу формування молодіжної політики, серед яких:

- підвищення якості прийнятих рішень, оскільки активна участь молоді сприяє кращому виявленню їх реальних потреб і проблем, а також чіткішому визначенню подальших напрямків діяльності;
- розвиток громадянської свідомості та активності, сприяння збільшенню довіри до влади на місцевому та національному рівнях;
- формування лідерських якостей, підвищення рівня самосвідомості та самореалізації молодого покоління [11].

З метою сприяння становленню, розвитку та підвищенню конкурентоспроможності молоді, забезпечення реалізації її конституційних прав і свобод, а також популяризації здорового способу життя в молодіжному середовищі, було розроблено Національну молодіжну стратегію до 2030 року. Ця стратегія включає нові підходи до розвитку молоді в Україні та враховує ключові аспекти, визначені Цілями сталого розвитку України на період до 2030 року, молодіжними стратегіями міжнародних організацій, таких як ООН, Рада Європи та Європейський Союз, а також відповідає викликам демографічного, безпекового та економічного характеру [30].

Основними напрямками стратегії є:

- безпека – зміцнення екологічної безпеки та готовність молоді до викликів, що ставлять перед навколишнім середовищем;
- здоров'я – формування та підтримка здорового способу життя, включаючи гігієну, правильне харчування, фізичну активність, адекватне використання технологій і ментальне здоров'я;
- спроможність – підвищення активності молоді, зміцнення її конкурентоспроможності на національному та міжнародному рівнях, розвиток волонтерства, громадянських і управлінських навичок;
- інтегрованість – підвищення мобільності, соціальної і культурної інтеграції в українське суспільство та глобальний контекст, що сприяє

взаєморозумінню, обміну знаннями і досвідом, забезпеченню умов для самореалізації без перешкод [30].

На основі пріоритетних напрямів Стратегії розвитку молодіжної політики до 2030 року можна сформувати її значення для суспільства. Завдяки цим напрямам, молодь отримує можливість активно впливати на своє майбутнє та сприяти загальному прогресу країни. По-перше, безпека стає основою для стабільного розвитку молоді. Підвищення безпеки середовища і підготовленість молоді до викликів довкілля є важливими аспектами, що дозволяють зберегти здоров'я та забезпечити стійкість суспільства до екологічних та кліматичних змін. Другий пріоритет, здоров'я, спрямований на формування здорового способу життя серед молоді, включає не лише фізичну активність та гігієну, а й ментальне здоров'я. Це сприяє підвищенню загальної якості життя молодих людей і їхньої продуктивної участі в суспільному житті.

Третій напрямок, спроможність, зосереджений на підвищенні конкурентоспроможності молоді в умовах глобального світу. Це включає розвиток волонтерства, громадянських та управлінських компетентностей, що робить молодь більш адаптивною до сучасних викликів та можливостей. Нарешті, інтегрованість в українське суспільство та світ визначається як спроможність молоді вільно комунікувати, обмінюватися знаннями і досвідом у глобальному контексті. Це сприяє розумінню та толерантності, забезпечуючи відсутність бар'єрів для самореалізації та інтеграції у різноманітні суспільні середовища.

Отже, молодіжна політика в Україні не лише спрямована на індивідуальний розвиток молоді, але й відіграє важливу роль у зміцненні суспільства та його готовності до майбутніх викликів і можливостей.

У загальному, молодіжна політика має важливе значення для суспільства з різних аспектів, таких, як:

- соціальна інтеграція, що сприяє соціальній інтеграції молоді, забезпечуючи її активну участь у різних сферах життя суспільства. Це включає

участь у політичному процесі, громадському житті, культурних і спортивних ініціативах;

- економічний розвиток – шляхом підтримки освіти, професійної підготовки і зайнятості молодіжна політика сприяє підвищенню їхньої конкурентоспроможності на ринку праці і загалом сприяє економічному розвитку країни через внесок молодих громадян у вирішення сучасних економічних завдань;

- здоров'я і благополуччя, оскільки забезпечення здорового способу життя серед молоді, фізичної активності, підтримки ментального здоров'я та безпечного поводження з інформаційними технологіями є важливим аспектом молодіжної політики. Це сприяє зменшенню соціальних проблем і покращенню загального благополуччя суспільства;

- культурна ідентичність і патріотизм. Розвиток національної свідомості, культурної ідентичності та патріотизму відбувається через участь у молодіжних ініціативах та освітніх програмах сприяє зміцненню державності і єдності країни;

- інновації та креативність, оскільки молодь часто є двигуном інновацій та креативності в суспільстві. Заохочення підтримки їхніх ініціатив і ідей сприяє розвитку нових технологій, соціальних проектів та культурних інновацій [13].

Таким чином, молодіжна політика відіграє важливу роль у забезпеченні сталого розвитку суспільства, покращенні якості життя молодих людей і сприянні їхньому активному участю у будівництві майбутнього країни.

В Україні існують різноманітні програми молодіжної політики, спрямовані на розвиток, соціальну підтримку та активізацію молоді:

- Національна стратегія розвитку молодіжної політики до 2030 року, яка визначає стратегічні напрями розвитку молодіжної політики в Україні на наступні десятиліття, включаючи освіту, здоров'я, зайнятість, участь у громадському житті та інші аспекти;

- програми підтримки молодіжних ініціатив та проектів, що надають фінансову підтримку та інші ресурси для реалізації соціальних, культурних та

освітніх проєктів молодих людей (Інноваційна програма для молоді «UPSHIFT»; Програма USAID «Мріємо та діємо» спрямована на розвиток та підтримку молоді в Україні; Гранти для молодіжних ініціатив від «FUNdraiser» тощо);

- молодіжні центри і платформи. В Україні функціонують молодіжні центри та платформи, які сприяють соціальній інтеграції, навчанню та розвитку молоді через проведення тренінгів, семінарів, культурних заходів тощо (Всеукраїнський молодіжний центр; Мережа молодіжних просторів «ТВОРИ»; Комунальний заклад Київської обласної ради «Київський обласний молодіжний центр»; Пластовий молодіжний центр тощо);

- молодіжні обміни та стажування, що дозволяють українським молодим людям отримати міжнародний досвід, розвивати міжкультурне співробітництво та поглиблювати знання про інші країни (навчання за програмою Еразмус+; молодіжні обміни Еразмус+; програма міжнародного обміну - NGO «Poruch» тощо);

- програми підтримки зайнятості молоді, які включають різні ініціативи, направлені на підвищення кваліфікації молоді та сприяння їхньому працевлаштуванню, включаючи стажування, курси підготовки до ринку праці та інші форми підтримки (грантова програма для підприємств із працевлаштування молоді; програма «Кар'єрний старт. Програма молодіжної гарантії» тощо);

- програми соціальної підтримки молодих людей, що включають у себе допомогу у вирішенні житлових питань, медичні послуги, психологічну підтримку та інші соціальні послуги (Державна цільова соціальна програма «Молодь України» тощо).

Отже, молодіжна політика відіграє критичну роль у сучасному суспільстві, забезпечуючи не лише соціальне і економічне зростання молоді, але й сприяючи загальному розвитку країни. Вона стимулює активність та участь молоді у громадському житті, сприяє формуванню громадянської позиції та лідерських якостей. Завдяки молодіжним програмам і ініціативам, молоді люди мають можливість розвивати свій потенціал у різних сферах, від освіти і зайнятості до

культурної і соціальної активності. Молодіжна політика сприяє зменшенню соціальних нерівностей, зміцнює соціальну комісію та сприяє стабільності суспільства. Вона є ключовим інструментом для підготовки молоді до викликів сучасності, включаючи екологічні, економічні та технологічні виклики. Таким чином, ефективна молодіжна політика є запорукою майбутнього країни, забезпечуючи її стале і збалансований розвиток через активну та свідому участь молоді в усіх сферах життя.

2.3. Переваги та обмеження використання івент-індустрії в молодіжній політиці

Івент-індустрія має великий потенціал у молодіжній політиці, оскільки дозволяє створювати цікаві та корисні заходи, що сприяють розвитку молоді [24]. Доречно виокремити такі способи, як івент-індустрію можна використовувати в молодіжній політиці:

- організація освітніх заходів (івенти, такі як семінари, тренінги, майстер-класи та воркшопи, можуть бути спрямовані на розвиток професійних навичок, лідерських якостей та особистісного зростання молоді);
- фестивалі та культурні заходи (організація музичних, кіно, театральних та арт-фестивалів сприяє розвитку культурної обізнаності та таланту молоді, а також створює платформу для самовираження);
- спортивні заходи (проведення спортивних змагань, марафонів, турнірів та інших спортивних подій сприяє популяризації здорового способу життя серед молоді);
- волонтерські проекти (івенти, спрямовані на залучення молоді до волонтерської діяльності, допомагають розвивати почуття соціальної відповідальності та громадянської активності);
- форуми та конференції (ці заходи можуть бути присвячені обговоренню важливих для молоді тем, таких як освіта, кар'єра, екологія, технології та інші

питання, що дозволяє молоді висловлювати свої ідеї та брати участь у прийнятті рішень);

- мережеві заходи (організація зустрічей та нетворкінг-івентів дає можливість молодим людям знайомитися з однолітками, обмінюватися досвідом та знаходити однодумців);

- інноваційні та стартап заходи (хакатони, стартап-конкурси та інноваційні форуми сприяють розвитку підприємницьких здібностей та підтримують молодь у реалізації своїх ідей).

Використання івент-індустрії в молодіжній політиці сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку молоді, забезпечує їхню активну участь у суспільному житті та сприяє реалізації їхнього потенціалу.

Для аналізу особливостей переваг та обмежень використання Івент-індустрії в молодіжній політиці нами було проведено соціологічне опитування серед молоді.

З моменту початку повномасштабної війни росії з Україною у 2022 році, Івент-індустрія зазнала значних змін. Для молоді це стало важливим фактором, що вплинув на організацію та участь у різноманітних заходах. Дослідження проводилося серед молодих людей віком від 18 до 30 років, які проживають у різних регіонах України.

Мета дослідження – визначити переваги та обмеження використання івент-індустрії в молодіжній політиці в умовах війни.

Методологія: опитування проводилося у форматі онлайн-анкетування та фокус-групових інтерв'ю (див. додаток А). У дослідженні взяли участь 200 респондентів з різних регіонів України.

Згідно результатів опитування щодо переваг використання івент-індустрії в молодіжній політиці (в умовах війни) ми отримали наступні результати. 82% респондентів зазначили, що участь у заходах допомагає їм знижувати рівень стресу та тривоги, забезпечуючи емоційну підтримку. 74% учасників опитування вказали, що івенти допомагають їм підтримувати зв'язки з друзями та знайомими, а також знайомитися з новими людьми. 69% респондентів

відзначили, що заходи сприяють поширенню важливої інформації про безпеку, гуманітарну допомогу, права людини та інші актуальні питання. 65% молодих людей вважають, що івенти допомагають залучати молодь до волонтерських проєктів та ініціатив, що сприяють допомозі постраждалим від війни. 68% зазначили, що участь у заходах мотивує їх до активної участі у суспільному житті та підтримці національних інтересів (див. рис. 2.1).

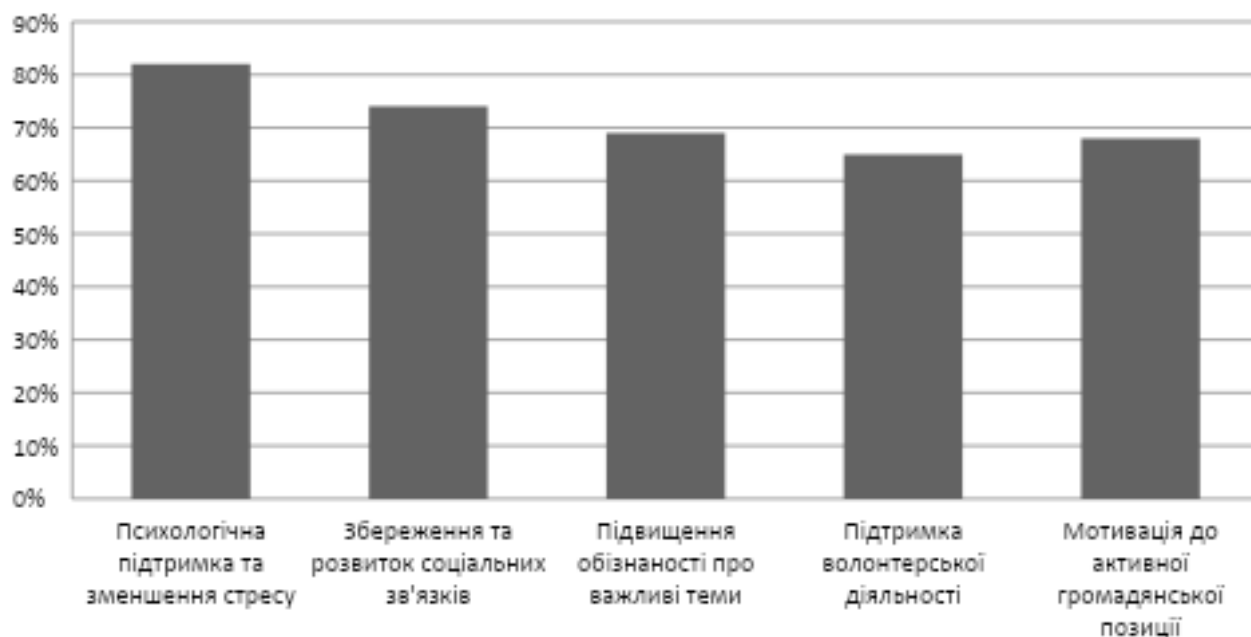


Рис. 2.1. Результати опитування щодо переваг використання івент-індустрії в молодіжній політиці

Згідно результатів опитування щодо обмежень використання івент-індустрії в молодіжній політиці (в умовах війни) ми отримали наступні показники. 55% респондентів відзначили, що проведення заходів в умовах війни пов'язане з високими безпековими ризиками, що обмежує їхню можливість участі. 48% учасників опитування зазначили, що через економічну нестабільність та скорочення фінансування багато заходів не можуть бути організовані або мають обмежений масштаб. 45% респондентів вказали, що через руйнування інфраструктури та обмеження на пересування організація та участь у заходах ускладнені. 43% учасників вважають, що інформація про заходи

часто недостатньо поширена, що ускладнює планування та участь. 38% респондентів відчують, що через тривалий стрес та психологічне навантаження важко знаходити сили та мотивацію для участі у заходах (див. рис. 2.2).

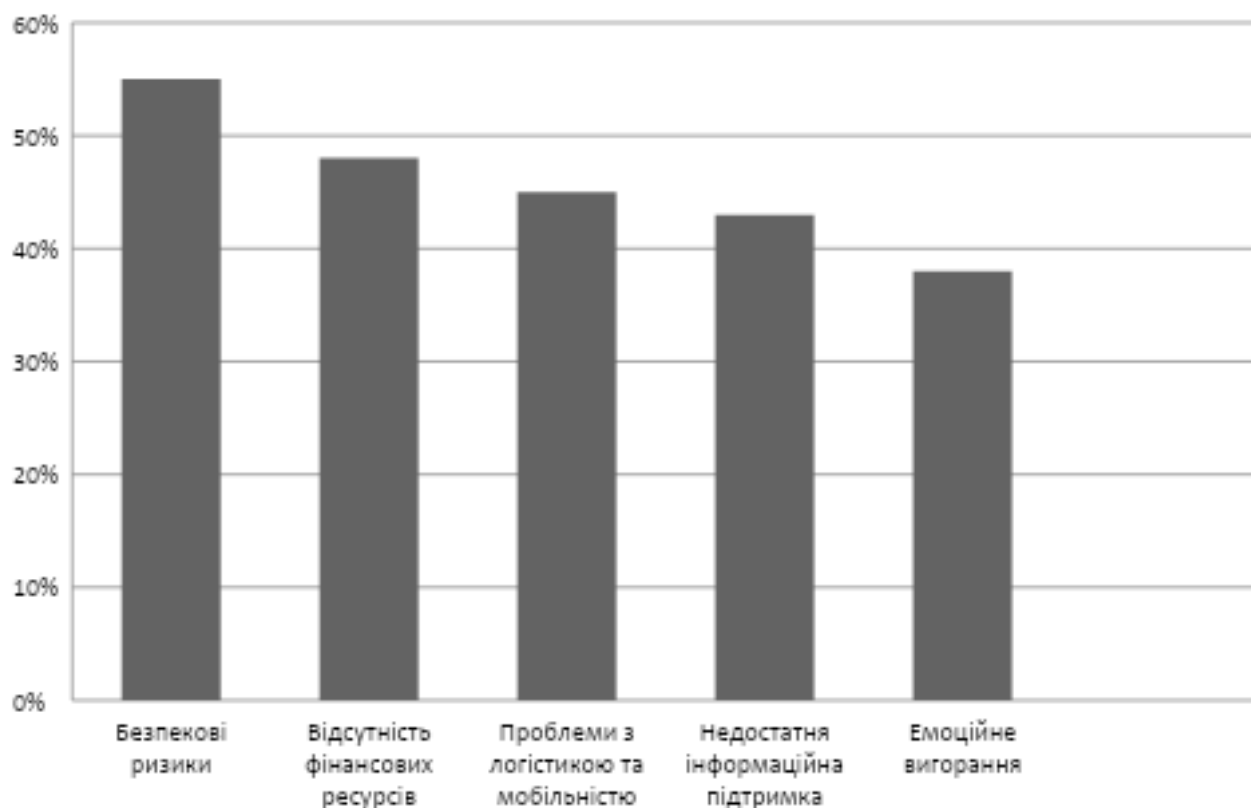


Рис. 2.2. Результати опитування щодо переваг використання івент-індустрії в молодіжній політиці

Отже, результати дослідження свідчать про значний потенціал івент-індустрії у молодіжній політиці навіть в умовах війни. Вона сприяє психологічній підтримці, збереженню соціальних зв'язків, підвищенню обізнаності та мотивації молоді. Проте, для ефективного використання цього потенціалу необхідно враховувати обмеження, пов'язані з безпековими ризиками, відсутністю фінансових ресурсів, логістичними проблемами, недостатньою інформаційною підтримкою та емоційним вигоранням молоді.

На основі вищенаведеного можна стверджувати, що івент-індустрія відіграє важливу роль у молодіжній політиці, надаючи широкі можливості для

розвитку, самовираження та активної участі молоді у суспільному житті. Участь у різноманітних заходах, таких як освітні семінари, культурні фестивалі, спортивні змагання, волонтерські проекти та інноваційні форуми, сприяє всебічному розвитку молоді.

По-перше, заходи допомагають молодим людям розвивати соціальні навички, такі як комунікація, співпраця та лідерство. Це важливо для їхньої подальшої кар'єри та особистісного зростання. По-друге, івенти сприяють підвищенню обізнаності про важливі суспільні питання, такі як екологія, здоровий спосіб життя та громадянська відповідальність. Молодь отримує доступ до нової інформації та може обговорювати актуальні проблеми з експертами та однолітками.

Крім того, заходи надають молодим людям можливість для самовираження через мистецтво, спорт, науку та волонтерську діяльність. Це сприяє розвитку їхніх талантів та впевненості у собі. Нетворкінг-івенти допомагають молоді знайомитися з новими людьми, створювати корисні контакти та знаходити однодумців. Нарешті, івент-індустрія може стати платформою для громадянської активності та волонтерства, що важливо для розвитку відповідального громадянства та зміцнення демократичних цінностей.

В умовах війни івент-індустрія також відіграє важливу роль у підтримці психологічного здоров'я молоді. Участь у заходах допомагає знижувати рівень стресу та тривоги, забезпечуючи емоційну підтримку. Заходи також сприяють підтриманню соціальних зв'язків, що є важливим у періоди кризи.

Таким чином, івент-індустрія є потужним інструментом у молодіжній політиці, сприяючи розвитку, самовираженню, соціальній інтеграції та психологічній підтримці молоді. Це робить її важливим елементом у побудові здорового та активного суспільства.

Проте, івент-індустрія, попри свою значну користь, стикається з низкою обмежень, які можуть ускладнити її ефективне використання у молодіжній політиці. Одним із основних обмежень є високі безпекові ризики, особливо в умовах війни, що обмежує можливості проведення заходів і участі у них. Це

створює значні перешкоди для організаторів та учасників, змушуючи їх шукати безпечніші альтернативи або взагалі відмовлятися від івентів. Організація масштабних заходів вимагає значних фінансових ресурсів, що може бути недоступним для деяких громад та організацій. По-друге, нерівномірний доступ до івентів через географічне розташування чи соціально-економічний статус може призвести до дискримінації окремих груп молоді. Крім того, надмірна орієнтація на розважальні заходи може відволікати молодь від важливих соціальних та освітніх питань. Також існує ризик комерціалізації івент-індустрії, що може призвести до втрати справжньої цінності заходів для молодіжної політики. Нарешті, організація великих заходів може створювати екологічне навантаження, що суперечить принципам сталого розвитку, важливим для сучасної молоді.

Також, в умовах війни важливо вказати на емоційне вигорання та ПТСР серед молоді, що також є значним обмеженням. Постійний стрес та психологічне навантаження через тривалі кризові ситуації, такі як війна, можуть знижувати мотивацію та енергію для участі у заходах. Це вимагає додаткової підтримки та зусиль для залучення молоді до активної участі.

Додатковим чинником є масовий виїзд молоді за кордон у пошуках роботи чи у зв'язку з війною. Це призводить до зменшення чисельності молоді, яка може брати участь у молодіжних заходах в країні, що також обмежує можливості організації та участі у івентах.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було визначено поняття «молодь» та «молодіжна політика», досліджено значення молодіжної політики для суспільства та з'ясовано переваги та обмеження використання Івент-індустрії в молодіжній політиці.

Було встановлено, що поняття «молодь» використовується для опису осіб у певному віковому діапазоні, хоча точні межі цього діапазону можуть варіюватися залежно від країни, культурних та соціальних контекстів. Загалом молодь визначається як період життя між дитинством та дорослістю, коли особистість формується і розвивається, а людина вступає в активну соціальну, економічну та політичну діяльність. «Молодь» не лише охоплює вікові рамки, але й відображає соціокультурні та психологічні особливості молодіжного віку, які визначаються суспільними умовами і контекстом.

Молодіжна політика, у свою чергу, спрямована на захист і підтримку інтересів молодих людей у різних сферах життя. Вона має на меті створення умов для повноцінного розвитку молоді, забезпечення їхньої участі в суспільно-політичному житті та формування активного громадянського ставлення.

Івент-індустрія відіграє важливу роль у молодіжній політиці, надаючи значний потенціал для розвитку та залучення молоді до активної участі у суспільному житті. Основні переваги використання івентів включають стимулювання соціальних зв'язків, розвиток лідерських та комунікаційних навичок, підвищення обізнаності про важливі суспільні питання та психологічну підтримку в умовах стресу.

Проте існують значні обмеження, які ускладнюють ефективне використання івент-індустрії. Серед них варто виділити високі безпекові ризики, особливо в умовах конфлікту або кризових ситуацій, фінансові труднощі, недостатню інформаційну підтримку та проблеми з логістикою. Емоційне вигорання та масовий виїзд молоді за кордон також впливають на доступність івентів та участь у них.

Для оптимального використання івент-індустрії у молодіжній політиці необхідно розробляти комплексні стратегії, які враховують усі перешкоди та забезпечують безпеку, фінансову стабільність, ефективну комунікацію та доступність для всіх шарів молоді. Тільки таким чином івенти зможуть

максимально сприяти розвитку та емансипації молоді, створюючи умови для їхньої активної участі в суспільному житті.

РОЗДІЛ 3. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ІВЕНТ-ІНДУСТРІЇ В МОЛОДІЖНІЙ ПОЛІТИЦІ

У розділі розглянуто роль івент-індустрії в формуванні інформаційного простору молодіжної політики та популяризації молодіжних ініціатив. З'ясовано, як організація заходів допомагає залучити молодь до соціально важливих тем, сприяє розвитку їхніх лідерських навичок і підвищує рівень громадянської свідомості. Окремо акцентовано на важливості інтегрованих підходів та партнерств для ефективної реалізації молодіжних ініціатив через івент-індустрію на національному та міжнародному рівнях.

3.1. Вплив івент-індустрії на формування інформаційного простору молодіжної політики

Інформаційний простір сучасної молодіжної політики формується через сукупність різноманітних каналів комунікації та взаємодії, які забезпечують обмін інформацією, ідеями та цінностями між молоддю, урядовими структурами, неурядовими організаціями та іншими зацікавленими сторонами. Основні складові цього простору включають традиційні медіа, цифрові медіа, соціальні мережі, мобільні додатки, громадські організації та ініціативи, урядові програми та платформи, освітні інституції та інтерактивні платформи.

Традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та друковані видання, залишаються важливими джерелами інформації для молоді, хоча їх вплив зменшується на тлі цифрових медіа. Телевізійні програми та радіопередачі, присвячені молодіжним темам, забезпечують висвітлення актуальних питань та ініціатив. Газети та журнали, орієнтовані на молодіжну аудиторію, публікують статті, інтерв'ю та аналітику з питань молодіжної політики.

Цифрові медіа, включаючи новинні вебсайти та онлайн-видання, забезпечують оперативне висвітлення новин та подій, що стосуються молоді, а також аналізують актуальні питання молодіжної політики. Блоги та влоги,

популярні серед молоді, слугують платформами для обговорення та критики молодіжної політики, дозволяючи висловлювати особисті думки та перспективи.

Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, X (Twitter), YouTube та TikTok, є основними каналами комунікації для молоді, де обмінюються новинами, обговорюють актуальні питання та організують громадські ініціативи. Відеоплатформи використовуються для створення контенту, який пояснює та популяризує політичні питання серед молоді через візуально привабливі формати.

Мобільні додатки, такі як новинні та інформаційні додатки, забезпечують молоді швидкий доступ до актуальної інформації. Соціальні платформи дозволяють організувати заходи, кампанії та петиції, стимулюючи активну участь молоді у громадському житті.

Громадські організації та ініціативи, включаючи молодіжні організації, організують тренінги, семінари та конференції, де обговорюються питання молодіжної політики, забезпечуючи обмін знаннями та досвідом. Волонтерські рухи та ініціативи залучають молодь до активної громадянської діяльності, поширюючи інформацію про соціальні проекти та політичні ініціативи.

Урядові програми та платформи, такі як офіційні вебсайти та платформи державних структур, використовують свої онлайн-ресурси для інформування молоді про програми, можливості та законодавчі ініціативи. Відкриті слухання, громадські обговорення та форуми дозволяють молоді безпосередньо впливати на процес прийняття рішень.

Освітні інституції, такі як школи та університети, проводять навчальні програми та заходи, спрямовані на підвищення обізнаності молоді про політичні процеси та їх участь у них. Науково-дослідні інститути проводять дослідження з питань молодіжної політики та надають рекомендації уряду та громадським організаціям.

Інтерактивні платформи, такі як онлайн-форуми та дискусійні платформи, дозволяють молоді обговорювати актуальні питання, обмінюватися думками та

пропонувати рішення. Вебінари та онлайн-курси надають молоді знання та навички, необхідні для активної участі у політичному житті.

Сучасний інформаційний простір молодіжної політики є динамічним та багатограним, включаючи широкий спектр комунікаційних каналів, які забезпечують обмін інформацією та сприяють активній участі молоді у формуванні та реалізації політичних рішень.

Івент-індустрія активно використовує медіа та соціальні мережі як ключові інструменти для розповсюдження інформації про заходи, залучення аудиторії та формування позитивного іміджу подій. Сучасні інформаційні технології та цифрові платформи дозволяють охопити широку аудиторію за короткий час, що значно підвищує ефективність комунікаційних кампаній [28].

Медіа, зокрема традиційні канали, такі як телебачення, радіо та друковані видання, залишаються важливими джерелами інформації для івентів. Проте, значно більший вплив на молодіжну аудиторію мають цифрові медіа, включаючи онлайн-новини, блоги та відеоплатформи. Використання медіа-релізів, прес-конференцій, інтерв'ю з організаторами та учасниками подій сприяє створенню інформаційного фону навколо заходу, що, в свою чергу, привертає увагу потенційних відвідувачів та партнерів.

Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, X (Twitter), TikTok та YouTube, стали невід'ємною частиною стратегії просування івентів. Вони надають можливість безпосередньої взаємодії з цільовою аудиторією, оперативного поширення новин, анонсів та оновлень. Через соціальні мережі організатори можуть проводити конкурси, розіграші квитків, опитування та інтерактивні заходи, що стимулює залучення та активну участь молоді.

Ключовим аспектом використання соціальних мереж є створення візуально привабливого контенту. Яскраві фотографії, відеоролики, прямі ефіри та історії (stories) допомагають привернути увагу, викликати інтерес та забезпечити вірусний ефект. Хештеги, геомітки та згадки дозволяють користувачам легко знаходити інформацію про подію та ділитися нею зі своїми друзями та підписниками, що значно розширює охоплення аудиторії [28].

Крім того, соціальні мережі надають можливість для таргетованої реклами, що дозволяє організаторам ефективно витратити маркетинговий бюджет, спрямовуючи повідомлення безпосередньо на потенційних відвідувачів заходу. Аналітичні інструменти соціальних платформ дають змогу відстежувати ефективність рекламних кампаній, аналізувати поведінку користувачів та коригувати стратегії просування в режимі реального часу.

Одним із яскравих прикладів використання медіа та соціальних мереж для розповсюдження інформації про івент є фестиваль електронної музики Tomorrowland [50], який щорічно проходить у Бельгії. Tomorrowland був вперше проведений у 2005 році і відтоді став одним із найбільших та найвідоміших музичних фестивалів у світі. Триває зазвичай три дні, а квитки розпродаються за кілька хвилин. Цей фестиваль став глобальним брендом, завдяки ефективній маркетинговій стратегії та активному використанню цифрових платформ.

Tomorrowland активно співпрацює з різноманітними медіа-каналами для максимального охоплення аудиторії. Традиційні медіа, такі як телебачення та радіо, використовуються для розповсюдження анонсів та новин про фестиваль. Відбуваються прес-конференції з участю організаторів та знаменитих діджеїв, що виступають на фестивалі, які привертають увагу великих медіа-компаній. Також Tomorrowland використовує цифрові медіа-канали, такі як онлайн-видання, блоги та відеоплатформи. Наприклад, фестиваль має офіційний YouTube-канал, де публікуються трейлери, анонси, відео виступів та закулісні моменти. Це допомагає створити атмосферу очікування та зацікавленості серед потенційних відвідувачів.

Tomorrowland активно використовує соціальні мережі для взаємодії з аудиторією:

- *Facebook та Instagram* – Ці платформи використовуються для публікації фотографій, відеороликів та прямих трансляцій з місця подій. Щорічно проводяться інтерактивні заходи, такі як конкурси на найкращі фото з фестивалю, розіграші квитків та ексклюзивні зустрічі з артистами;

- *X (Twitter)* – на цій платформі публікуються оперативні новини, оновлення та цікаві факти про фестиваль. Використання хештегів (#Tomorrowland) допомагає об'єднати обговорення та дозволяє користувачам легко знаходити інформацію про подію;

- *YouTube та TikTok*. Tomorrowland створює візуально привабливий контент, який привертає увагу мільйонів користувачів. Прямі трансляції виступів діджеїв, закулісні інтерв'ю та відео з попередніх років фестивалю допомагають залучити нових шанувальників;

- *Snapchat*, де використання геофільтрів та спеціальних лінз, які можуть використовувати відвідувачі фестивалю для створення унікального контенту, додає інтерактивності та дозволяє користувачам ділитися своїми враженнями в режимі реального часу.

Отже, Tomorrowland завдяки використанню медіа та соціальних мереж досягає великого охоплення аудиторії по всьому світу. Кількість підписників у соціальних мережах вимірюється мільйонами, а відеоролики збирають десятки мільйонів переглядів. Це створює потужний інформаційний фон навколо фестивалю, який стимулює продаж квитків, залучає спонсорів та партнерів. Висока ефективність маркетингових кампаній Tomorrowland забезпечується не тільки широким охопленням, але й активною взаємодією з аудиторією, що дозволяє фестивалю залишатися на піку популярності і впливати на інформаційний простір молодіжної культури.

Також, одним із прикладів успішних івентів, які активно залучали інформаційний простір є – музичний фестиваль Atlas Weekend [34], який проходить щорічно в Києві. Цей фестиваль став найбільшим музичним заходом в Україні та одним з найпопулярніших у Східній Європі, значною мірою завдяки ефективній стратегії комунікації. Тут можна виділити такі компоненти використання інформаційного простору:

- *Використання медіа:*

- телебачення та радіо: фестиваль активно співпрацює з національними телеканалами та радіостанціями для поширення інформації про подію.

Регулярно виходять анонси, інтерв'ю з організаторами та артистами, які беруть участь у фестивалі. Деякі телевізійні канали проводять прямі трансляції з фестивалю, що дозволяє глядачам відчувати атмосферу заходу.

- цифрові медіа: інформація про фестиваль публікується на популярних новинних та розважальних вебсайтах, таких як «Українська правда», «Телекритика», «ТСН» тощо;

- блоги та відеоплатформи: відомі українські блогери та YouTube-канали співпрацюють з фестивалем, створюючи контент, який охоплює широку аудиторію.

- *Використання соціальних мереж*

- Facebook: використовується офіційна сторінка фестивалю для публікації новин, анонсів та важливої інформації. Тут можна знайти детальну програму фестивалю, інформацію про артистів та інші корисні дані. Також створюються події, до яких можуть приєднуватися користувачі, що дозволяє розширити охоплення аудиторії та залучити більше відвідувачів.

- Instagram: фото та відео контент використовується для публікації яскравих фото та відео з попередніх фестивалів, а також поточних подій. Instagram Stories та Reels активно використовуються для оперативного розповсюдження інформації та залучення уваги. Також проводяться конкурси та розіграші, які стимулюють підписників до взаємодії з брендом.

- X (Twitter): використовується для поширення коротких новин та оновлень про фестиваль, а також взаємодії з фанатами через твіти та ретвіти.

- YouTube: публікуються відео виступів, інтерв'ю з артистами, закулісні моменти та інші відео, що сприяють створенню атмосфери очікування. Також організовуються прямі ефіри під час фестивалю, що дозволяє глядачам з усього світу долучитися до події.

Отже, завдяки активному використанню медіа та соціальних мереж, Atlas Weekend досягає широкого охоплення аудиторії як в Україні, так і за її межами. Кількість підписників на офіційних сторінках фестивалю в соціальних мережах вимірюється сотнями тисяч, а відеоролики збирають мільйони

переглядів. Результатами є висока відвідуваність, позитивний імідж, залучення спонсорів.

Таким чином, Atlas Weekend демонструє ефективне використання медіа та соціальних мереж для створення потужного інформаційного фону навколо події, залучення аудиторії та підтримки інтересу до фестивалю.

Конкретний приклад івенту, який активно використовує медіа та соціальні мережі для розповсюдження інформації в Україні – це Ukrainian Fashion Week (UFW) [64]. Цей захід, що проходить двічі на рік у Києві, став важливою подією не лише у світі моди, але й у культурному житті країни, залучаючи широку аудиторію молоді як в Україні, так і за її межами. Тут можна виділити такі компоненти використання інформаційного простору:

- Використання медіа:

- телебачення та радіо: UFW співпрацює з національними телеканалами та радіостанціями, які висвітлюють подію, проводять інтерв'ю з дизайнерами та учасниками. Популярні телеканали, такі як 1+1, СТБ та UA:Перший, регулярно транслюють сюжети про UFW. Деякі телеканали створюють спеціальні програми та передачі, присвячені моді та дизайну, де часто згадується UFW.

- цифрові медіа: вебсайти, такі як Vogue Ukraine, ELLE Ukraine та L'Officiel Ukraine, публікують новини, інтерв'ю та фотозвіти з показів. Ці ресурси також створюють відеоконтент, що висвітлює ключові моменти заходу. До того ж, відомі українські модні блогери та YouTube-канали активно висвітлюють UFW, створюючи контент, який приваблює молоду аудиторію та шанувальників моди.

- Використання соціальних мереж:

- Facebook: UFW має активну сторінку у Facebook, де публікуються новини, анонси показів, фото та відео з подій. Тут також розміщуються інформація про квитки та програми заходів. Також створюються події, до яких можуть приєднуватися користувачі, що дозволяє розширити охоплення аудиторії та залучити більше відвідувачів.

- Instagram: офіційний акаунт UFW в Instagram активно публікує яскраві фото та відео з показів, backstage-моменти та інтерв'ю з дизайнерами. Instagram Stories та Reels використовуються для оперативного розповсюдження інформації та залучення уваги. Проводяться конкурси та розіграші, які стимулюють підписників до взаємодії з брендом.

- YouTube: UFW має власний YouTube-канал, де публікуються відео показів, інтерв'ю з дизайнерами, а також закулісні моменти. Прямі трансляції показів дозволяють глядачам з усього світу долучитися до події. Відомі модні влогери також створюють контент про UFW, що допомагає збільшити охоплення аудиторії.

Отже, завдяки активному використанню медіа та соціальних мереж, Ukrainian Fashion Week досягає широкого охоплення аудиторії. Велика кількість підписників на офіційних сторінках заходу в соціальних мережах, а також високі показники переглядів відео та залученості користувачів свідчать про ефективність такої стратегії комунікації. Ukrainian Fashion Week демонструє ефективне використання медіа та соціальних мереж для створення потужного інформаційного фону навколо події, залучення аудиторії та підтримки інтересу до фестивалю. Це сприяє активізації молодіжної аудиторії, залучає її до обговорення важливих питань та формування активної громадянської позиції.

Для аналізу українських та іноземних молодіжних заходів створено порівняльну таблицю, яка дозволяє детально розглянути особливості використання медіа та соціальних мереж для популяризації івентів, залучення аудиторії та формування громадянської свідомості. Таблиця охоплює ключові аспекти, такі як платформи, що використовуються для комунікації, методи взаємодії з аудиторією, а також результати та вплив івентів на молодь. Завдяки цьому аналізу можна виділити спільні риси та унікальні підходи кожного з заходів, що сприяє кращому розумінню ефективних стратегій у цій сфері.

Таблиця 3.1.

**Порівняльна характеристика українських та іноземних молодіжних івентів
[Власна розробка]**

<u>Критерій</u>	<u>Ukrainian Fashion Week (UFW)</u>	<u>Atlas Weekend</u>	<u>Tomorrowland</u>	<u>YouthSpeak Forum</u>	<u>Let's Do It Ukraine!</u>
<u>Тип івенту</u>	Тиждень моди	Музичний фестиваль	Фестиваль електронної музики	Форум для молоді	Екологічна ініціатива
<u>Місце проведення</u>	Київ, Україна	Київ, Україна	Бельгія	Різні міста світу	Різні міста України
<u>Цільова аудиторія</u>	Молодь, дизайнери, інфлюенсери, шанувальники моди	Молодь, меломани, сім'ї	Молодь, любителі електронної музики	Студенти, молоді спеціалісти, громадські активісти	Молодь, екоактивісти, волонтери
<u>Основні платформи комунікації</u>	Instagram, Facebook, YouTube, Vogue Ukraine	Instagram, Facebook, YouTube, TikTok	Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, Snapchat	Instagram, Facebook, LinkedIn	Facebook, Instagram, Telegram
<u>Використання традиційних медіа</u>	Телебачення, радіо, друковані журнали	Телебачення, радіо, новинні вебсайти	Телебачення, радіо	Локальні ЗМІ, спеціалізовані видання	Телебачення, регіональні ЗМІ
<u>Цифрові медіа</u>	Офіційні вебсайти, новинні портали	Новинні портали, блоги	Офіційний YouTube-канал, блоги	Вебсайти партнерів, блоги	Вебсайти екологічних організацій
<u>Соціальні мережі</u>	Яскраві фото з показів, backstage, live-трансляції, конкурси	Прямі трансляції, інтерактиви, конкурси, розіграші квитків	Прямі трансляції, геофільтри, ексклюзивний контент	Анонси подій, панельні обговорення	Публікація результатів акцій, флешмоби
<u>Інтерактивність</u>	Конкурси, опитування, Stories	Конкурси, інтерактивні заходи, розіграші	Використання хештегів, залучення фанатів до створення контенту	Дискусії, вебінари	Волонтерські акції, екочеленджі
<u>Результати у соцмережах</u>	Сотні тисяч підписників, мільйони	Сотні тисяч підписників, мільйони	Мільйони підписників, десятки	Активність у соцмережах,	Поширення екоініціатив, залучення

	переглядів відео	переглядів відео	мільйонів переглядів	збільшення охоплення	нових волонтерів
<u>Головний вплив</u>	Популяризація моди, підтримка локальних дизайнерів	Розвиток музичної індустрії в Україні	Створення глобального бренду фестивалю	Освіта, розвиток громадянської свідомості	Підвищення екологічної свідомості
<u>Унікальні особливості</u>	Ексклюзивність, співпраця з міжнародними брендами	Різноманіття музичних жанрів, підтримка локальних артистів	Глобальний масштаб, інтеграція VR і AR технологій	Фокус на глобальні питання, співпраця з ООН	Інтеграція в глобальні екологічні ініціативи

Аналіз порівняльної таблиці свідчить, що міжнародні заходи, такі як Tomorrowland і TEDX, демонструють високий рівень інтеграції сучасних технологій, велику аудиторію та масштабність, тоді як українські ініціативи, як UFW та Let's Do It Ukraine, орієнтуються на важливий контекст із акцентом на автентичність та соціальну значущість. Унікальність кожного заходу формується через поєднання креативного контенту, активного залучення аудиторії та чіткої місії. Водночас спільною рисою є ефективне використання соціальних медіа для комунікації з молоддю. Для підвищення конкурентоспроможності українським подіям варто зосередитися на розширенні глобального охоплення, застосуванні інноваційних форматів і співпраці з міжнародними партнерами, що дозволить їм ефективніше поєднувати локальну автентичність із сучасними світовими трендами.

Отже, івенти відіграють важливу роль у формуванні та стимулюванні активної громадянської позиції молоді, використовуючи інформаційний простір для розповсюдження інформації. Івент-індустрія, активно використовуючи медіа та соціальні мережі, значно впливає на формування інформаційного простору молодіжної політики. Вона сприяє підвищенню обізнаності, стимулює обговорення важливих питань, мотивує молодь до участі у громадських ініціативах, сприяє освіті та мережуванню, підтримує громадянські кампанії та формує позитивний імідж активізму.

Аналіз прикладів, таких як Ukrainian Fashion Week, фестиваль Atlas Weekend, фестиваль електронної музики Tomorrowland тощо, демонструє, як ефективно використання різноманітних комунікаційних каналів сприяє активізації молоді та розвитку їх громадянської свідомості.

Таким чином, можемо зауважити, що вплив Івент-індустрії на формування інформаційного простору молодіжної політики здійснюється через такі аспекти:

- *Розповсюдження інформації та підвищення обізнаності.* Івенти активно використовують традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та друковані видання, для анонсів та висвітлення подій. Цифрові медіа, включаючи новинні вебсайти, блоги та влоги, забезпечують оперативне розповсюдження новин та аналітики, що дозволяє молоді бути в курсі актуальних питань. Наприклад, Ukrainian Fashion Week співпрацює з національними телеканалами та онлайн-виданнями, такими як Vogue Ukraine, для висвітлення події та привернення уваги до важливих соціальних тем.

- *Стимулювання обговорень та критичного мислення.* Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та YouTube, створюють платформи для обговорення актуальних питань та висловлення думок. Молодь може відкрито ділитися своїми поглядами, коментарями та пропозиціями, що сприяє розвитку критичного мислення та формуванню власної думки. Наприклад, UFW використовує Instagram та YouTube для проведення прямих трансляцій та дискусій, що залучають молодь до активної участі у діалозі.

- *Залучення до громадських ініціатив.* Івенти мотивують молодь до участі в громадських ініціативах через використання медіа та соціальних мереж. Волонтерські заходи та громадські акції, такі як: «Let's Do It, Ukraine!» (ініціатива є частиною глобального руху «Let's Do It World», що проводить акції з прибирання територій та підвищення екологічної свідомості), Всеукраїнський молодіжний центр (центр в Києві організовує різноманітні івенти, включаючи тренінги, семінари, воркшопи та культурні події. Мета заходів – підтримка молодіжної активності, розвиток навичок лідерства та громадянської свідомості), «YouthSpeak Forum» (форум, що організовується у рамках

міжнародної програми «AIESEC», надає платформу для молоді для обговорення важливих соціальних і економічних питань), **молодіжні ініціативи в рамках «Громадянської платформи»** («Громадянська платформа» організовує різноманітні заходи для молоді, спрямовані на підвищення громадянської свідомості та соціальної відповідальності) залучають молодих людей до активної участі, використовуючи платформи, як-от Facebook та Instagram для організації акцій та привернення уваги до екологічних проблем.

- *Освіта та мережування.* Івенти включають освітні компоненти, такі як тренінги, семінари та панельні дискусії, що підвищують обізнаність молоді про важливі суспільні питання. Наприклад «Національний молодіжний форум» (серія івентів, що проходять в різних містах України, з метою підвищення рівня громадянської свідомості та активності серед молоді), Всеукраїнський «STEM-фестиваль» (фестиваль наукових, технологічних, інженерних та математичних (STEM) наук, який організовується для популяризації науки та технологій серед молоді), «TEDxKyiv» (незалежний захід, що є частиною глобальної мережі TED, який надає платформу для спікерів, що діляться ідеями на різні теми) тощо. Відеозаписи цих заходів поширюються через YouTube та інші платформи, дозволяючи молоді отримувати нові знання та навички. Крім того, івенти сприяють створенню мереж та спільнот однодумців, що об'єднуються навколо спільних цінностей та цілей, підтримуючи зв'язок через соціальні мережі та інтерактивні платформи.

- *Підтримка громадянських кампаній.* Через івент-менеджерів або інших осіб, залежно від типу і масштабу події, молодь дізнається про різноманітні громадянські кампанії та ініціативи, що проводяться у їхніх громадах або на національному рівні. Соціальні мережі використовуються для поширення інформації про ці кампанії, збору підписів, організації флешмобів та інших форм громадянської активності. Кампанія #MeToo, яка стала глобальним рухом завдяки соціальним мережам, є прикладом того, як івенти можуть стимулювати активну громадянську позицію.

- *Формування позитивного іміджу активізму.* Участь у масштабних та добре організованих івентах допомагає створити позитивний імідж громадянської активності серед молоді. Публікації в медіа та соціальних мережах про успішні заходи надихають інших долучатися до активної громадянської діяльності. Наприклад, висвітлення молодіжних ініціатив, таких як «School Recycling World», демонструє приклади успішної активності та мотивує інших долучатися.

3.2. Система івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні

В Україні немає чітко визначеного поняття системи івент-індустрії, а також відсутнє спеціалізоване законодавство, що регулює цей феномен. Однак, діяльність у сфері організації та проведення заходів підпадає під дію різних законодавчих актів, що охоплюють окремі аспекти цього процесу.

Організатори заходів повинні дотримуватися податкового законодавства, сплачуючи податки, зокрема податок на прибуток підприємств і податок на додану вартість (ПДВ). Також, у залежності від характеру заходу, можуть знадобитися ліцензії або дозволи, наприклад, для продажу алкоголю або використання громадських місць.

Законодавство про захист прав споживачів (Закон України «Про захист прав споживачів») зобов'язує організаторів забезпечувати якість наданих послуг і можливість отримання компенсації у випадку їх неналежного надання. Норми трудового законодавства регулюють питання найму працівників (Трудовий кодекс України), а правила безпеки передбачають забезпечення безпечних умов для учасників заходів.

Законодавство про авторські права (Закон України «Про авторські права») вимагає дотримання прав інтелектуальної власності, що особливо актуально для заходів, де використовується музичний, відео або інший контент. Водночас, законодавство про рекламу (Закон України «Про рекламу») регулює способи

просування заходів, включаючи обмеження на розміщення та вимоги до змісту рекламних матеріалів.

Для аналізу структури системи івент-індустрії у популяризації молодіжної політики пропонується концептуальна модель технології організації та проведення івентів на основі існуючої моделі Г. Олексюк, І. Ангелко, Н. Самотій [37] Створення концептуальної моделі технології організації подій, спрямованих на молодіжну політику, включає кілька ключових елементів і етапів, що забезпечують ефективне планування, проведення та оцінку заходів (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2.

Концептуальна модель технології організації та проведення івентів [37]

ІВЕНТ		
Етапи	Компоненти	Дії
<u>Ідентифікація цілей і цільової аудиторії</u>	- Цілі - Цільова аудиторія	- Визначення основних цілей заходу - Аналіз потреб та інтересів молоді
<u>Планування та розробка програми</u>	- Зміст заходу - Формат заходу - Локація і час	- Розробка програми з урахуванням тематики - Вибір відповідного формату - Вибір місця і часу проведення
<u>Маркетинг та просування</u>	- Канали комунікації - Партнерства	- Просування заходу через соціальні мережі, веб-сайти тощо - Співпраця з медіа та іншими організаціями

<u>Технічна та логістична підтримка</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Технічне обладнання - Логістика 	<ul style="list-style-type: none"> - Забезпечення необхідного обладнання - Організація транспорту, харчування, безпеки
<u>Проведення заходу</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Ведення заходу - Залучення учасників 	<ul style="list-style-type: none"> - Координація активностей - Використання інтерактивних технологій для залучення аудиторії
<u>Оцінка та зворотний зв'язок</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Оцінка ефективності - Аналіз зворотного зв'язку 	<ul style="list-style-type: none"> - Збір даних про результати заходу - Оцінка та аналіз відгуків учасників
<u>Пост-івент активність</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Публікація результатів - Підтримка комунікації 	<ul style="list-style-type: none"> - Поширення матеріалів із заходу - Підтримка зв'язку з учасниками для подальших ініціатив

На етапі ідентифікації цілей і цільової аудиторії визначаються основні цілі заходу, які можуть включати популяризацію здорового способу життя, підтримку творчості, розвиток громадянської активності або освіти. Чітке формулювання цілей допомагає у подальшому плануванні та реалізації подій. Визначення цільової аудиторії передбачає вивчення демографічних характеристик молоді, її інтересів та потреб. Це допомагає створити програму заходу, що відповідає інтересам та очікуванням учасників.

Етап планування та розробки програми заходу включає створення змістовних і тематичних блоків, що можуть охоплювати освітні, культурні,

спортивні або соціальні аспекти. Важливо, щоб програма відповідала цілям та інтересам молоді. Вибір формату події (фестиваль, конференція, тренінг тощо) залежить від цілей і характеру заходу. Формат має бути таким, щоб найкраще відповідати меті і залучити максимальну кількість учасників. Обрання місця проведення та часу заходу має бути зручним для цільової аудиторії. Це може включати вибір доступних і комфортних локацій, а також планування подій у час, коли більшість молоді може взяти участь.

Для етапу просування заходу використовуються різні комунікаційні канали, такі як соціальні медіа, веб-сайти, електронні розсилки і традиційні медіа. Це дозволяє донести інформацію про захід до якомога більшої кількості потенційних учасників. Співпраця з іншими організаціями, медіа та бізнесом може сприяти розширенню можливостей просування заходу і залученню додаткових ресурсів. Партнерства можуть включати фінансову підтримку, технічну допомогу або медійну рекламу.

Етап технічної та логістичної підтримки включає забезпечення необхідного технічного обладнання (звукова апаратура, проектори, комп'ютери тощо) є важливим для успішного проведення заходу. Це забезпечує якісне проведення презентацій, виступів та інших активностей. Також організація транспорту, харчування, безпеки та інших логістичних аспектів важлива для комфорту учасників і успішного проведення заходу. Це включає в себе планування і управління всіма необхідними ресурсами та послугами.

На етапі проведення заходу важливо забезпечити координацію всіх активностей, модерацію дискусій, ведення програмних сесій. Це допомагає забезпечити безперебійне проведення заходу і виконання запланованої програми. Активне залучення молоді до заходу може бути досягнуто через інтерактивні елементи, такі як конкурси, вікторини, групові обговорення. Це допомагає створити динамічну атмосферу та підвищити рівень участі.

Після завершення заходу проводиться оцінка його ефективності шляхом збору даних про відвідуваність, задоволеність учасників та досягнення поставлених цілей. Це дозволяє зрозуміти, наскільки успішно був реалізований

захід. Оцінка відгуків і коментарів учасників допомагає виявити сильні і слабкі сторони заходу. Цей аналіз дозволяє внести корективи та вдосконалити майбутні події.

Після заходу важливо поширити інформацію про його результати, включаючи фото, відео та звіти. Це допомагає підтримувати інтерес до теми та ділитися досягненнями з ширшою аудиторією. Забезпечення постійного зв'язку з учасниками через соціальні медіа, розсилки або інші канали допомагає підтримувати активність і зацікавленість. Це також відкриває можливості для нових ініціатив і подій.

На основі аналізу наукової літератури [14; 37; 42], існуючого законодавства у сфері молодіжної політики [16; 17] та дотичного законодавства, яке регулює івент-індустрію в Україні, систему івент-індустрії у популяризації молодіжної політики можна структурувати наступним чином:

- *елемент координації та партнерства* передбачає активну співпрацю з різними організаціями для забезпечення успішного проведення заходів, спрямованих на популяризацію молодіжної політики. Він включає та компоненти, як залучення державних органів (участь урядових установ, таких як Міністерство молоді та спорту, для визначення пріоритетів молодіжної політики та забезпечення підтримки на різних рівнях), партнерство з НГО та бізнесом (співпраця з неурядовими організаціями та приватним сектором для отримання фінансової підтримки, ресурсів і експертизи, що допомагає в організації і проведенні подій) тощо;

- *елемент стратегічного планування*, що включає розробку детального плану заходів відповідно до цілей молодіжної політики та потреб цільової аудиторії. Він має наступні компоненти: визначення ключових тем (ідентифікація тем, які є актуальними для молоді, таких як освіта, здоровий спосіб життя або громадянська активність, що стане основою для подій), розробка календаря подій (планування заходів протягом року з урахуванням важливих дат і подій, що дозволяє забезпечити регулярне залучення молоді);

- *елемент інтегрованого маркетингу* включає розробку та реалізацію маркетингових стратегій для просування подій серед молоді. Він має такі компоненти: багатоканальне просування (використання різних комунікаційних каналів, таких як соціальні мережі, веб-сайти, електронні розсилки і традиційні медіа для досягнення широкої аудиторії), цільові маркетингові кампанії (розробка кампаній, що націлені на конкретні групи молоді в залежності від їх інтересів і потреб);

- *елемент логістичної та технічної інфраструктури* забезпечує технічну та організаційну підтримку для проведення заходів, що включає в себе як фізичні, так і технічні аспекти. Він має такі компоненти: технічне обладнання (забезпечення всім необхідним обладнанням, таким як звукова і відеоапаратура, комп'ютери та інші технологічні ресурси), організація транспорту і харчування (планування транспортування для учасників до місця проведення заходу, забезпечення їжею та напоями, а також інших необхідних послуг для комфортного проведення);

- *елемент залучення молоді та інтерактивності* фокусується на створенні умов для активної участі молоді в заходах через інтерактивні елементи. Сюди віднесемо: включення елементів, таких як дискусії, воркшопи, ігрові активності, що стимулюють активну участь молоді; надання молодим людям можливості висловлювати свої думки, ініціювати проекти та брати участь у різних активностях;

- *елемент моніторингу та оцінки*, що включає збори даних і аналіз результатів заходів для оцінки їхньої ефективності та виявлення можливостей для покращення. Він має такі компоненти: вимірювання впливу (оцінка відвідуваності, рівня задоволення учасників та досягнення поставлених цілей), аналіз зворотного зв'язку (збір і аналіз відгуків учасників для визначення сильних і слабких сторін заходу);

- *елемент постійного зв'язку та розвитку спільноти* забезпечує підтримку зв'язку з учасниками після заходу та сприяє розвитку довгострокових відносин. Поширення матеріалів про захід, таких як фото, відео та звіти дозволяє

поділитися досягненнями та утримувати інтерес. Регулярне оновлення інформації, новини про нові ініціативи та можливості для участі в майбутніх подіях забезпечує фітбек від аудиторії та інтерес для участі у нових івентах (див. табл. 3.3).

Таблиця 3.3.

Система івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні

Елементи системи	Опис	Компоненти та дії
<u>1. Координація та партнерства</u>	Співпраця з різними організаціями для реалізації заходів	- Залучення державних органів - Партнерство з НГО та бізнесом
<u>2. Стратегічне планування</u>	Розробка плану подій відповідно до молодіжних пріоритетів	- Визначення ключових тем - Розробка календаря подій
<u>3. Інтегрований маркетинг</u>	Промоція подій через різні канали комунікації для залучення молоді	- Багатоканальне просування - Цільові маркетингові кампанії
<u>4. Логістична та технічна інфраструктура</u>	Забезпечення технічного обладнання і організація логістики для комфортного проведення заходів	- Технічне обладнання - Організація транспорту і харчування
<u>5. Залучення молоді та інтерактивність</u>	Залучення молоді в активності через інтерактивні елементи	- Інтерактивні формати - Розширення можливостей участі
<u>6. Моніторинг та оцінка</u>	Аналіз результатів заходів і зворотного зв'язку для оцінки ефективності	- Вимірювання впливу - Аналіз зворотного зв'язку
<u>7. Постійний зв'язок та розвиток спільноти</u>	Підтримка зв'язку з учасниками та залучення до нових ініціатив після заходу	- Публікація результатів - Підтримка комунікації з учасниками

Отже, система івент-індустрії для популяризації молодіжної політики в Україні представляє собою інтегрований підхід до організації подій. Вона включає координацію з урядовими органами, НГО та бізнесом, стратегічне планування тем і календаря заходів, інтегрований маркетинг через різні комунікаційні канали, технічну та логістичну підтримку для забезпечення комфортних умов проведення подій, а також активне залучення молоді через інтерактивні формати. Моніторинг та оцінка результатів допомагають вдосконалювати майбутні заходи, а постійний зв'язок з учасниками сприяє розвитку спільноти. Такий підхід забезпечує ефективне залучення молоді та реалізацію цілей молодіжної політики.

3.3. Роль івент-індустрії в створенні та популяризації молодіжних ініціатив та заходів

Івент-індустрія відіграє ключову роль у створенні та популяризації молодіжних ініціатив та заходів, виступаючи як платформа для реалізації ідей і створення унікальних можливостей для молоді. Організуючи різноманітні події, такі як фестивалі, конкурси, воркшопи та конференції, івент-індустрія допомагає молодіжним організаціям і групам знайти свою аудиторію, презентувати свої ідеї та ініціативи, а також залучити фінансування і підтримку.

Івенти створюють простір для нетворкінгу, обміну досвідом і знаннями, що сприяє розвитку нових талантів і стимулює соціальні зміни. Вони також служать важливим інструментом для залучення уваги до актуальних соціальних і культурних тем, мотивуючи молодь до активної участі в громадських і культурних процесах. Завдяки продуманій організації та ефективному маркетингу, івенти можуть стати потужним засобом впливу на суспільну думку та сприяти реалізації молодіжних ідей на великій платформі [20].

Роль Івент-індустрії в створенні та популяризації молодіжних ініціатив та заходів можна умовно поділити на такі аспекти:

- залучення та підтримка – Івент-індустрія надає молодіжним ініціативам важливі ресурси, такі як фінансування, медіапокриття та мережі контактів, що суттєво полегшує реалізацію проєктів та ідей;
- платформа для вираження, оскільки великі заходи створюють можливості для молоді продемонструвати свої таланти та ініціативи на широкій аудиторії, що сприяє популяризації ідей і досягнень молодих людей;
- нетворкінг і партнерства, оскільки івенти забезпечують платформи для налагодження контактів з іншими активістами, експертами та потенційними партнерами, що може призвести до нових співпраць і можливостей;
- соціальний вплив – через організацію тематичних заходів і фестивалів, івент-індустрія допомагає привернути увагу до важливих соціальних і культурних питань, що може впливати на суспільну думку та сприяти соціальним змінам.

Практичний аналіз ролі Івент-індустрії в створенні та популяризації молодіжних ініціатив та заходів довів, що Івент-індустрія є важливим каталізатором для розвитку та популяризації молодіжних ініціатив, забезпечуючи необхідні ресурси і платформи для вираження та реалізації ідей.

Наведемо приклади успішних івентів спрямованих на молодіжну політику в Україні:

- фестиваль «ТОЛОКА» [29] – цей фестиваль культурних і молодіжних ініціатив збирає молодь із усієї України для обміну ідеями, творчості та активної участі в соціальних проєктах. Він сприяє розвитку молодіжної культури та залученню до важливих соціальних тем, таких як екологія, права людини і громадянська активність.
- Національний молодіжний форум [35] – на цьому заході молодь має можливість представити свої ініціативи, отримати зворотний зв'язок від експертів і знайти підтримку для реалізації своїх проєктів. Це також сприяє формуванню мережі контактів і обміну ідеями між молодими активістами.

В інших країнах:

- South by Southwest (SXSW) (США) [61] – один з найбільших фестивалів в світі, який об'єднує молодіжні стартапи, культурні ініціативи та технологічні інновації. Завдяки своїй масштабності та високому рівню організації, SXSW надає молодим підприємцям і креативним особам можливість продемонструвати свої проекти перед глобальною аудиторією і знайти інвесторів та партнерів.

- Всесвітній фестиваль молоді та студентів (ВФМС) [7] – нерегулярний фестиваль молодіжних організацій, що триває з 1947 року. Організатори – Всесвітня федерація демократичної молоді (ВФДМ) та Міжнародна спілка студентів (МСС). Фестиваль, що надає молодим людям можливість проявити свої таланти в різних сферах: музиці, мистецтві, технологіях. Це також платформа для обговорення актуальних соціальних питань і просування молодіжних ініціатив.

- Sziget Festival (Угорщина) [62] – один з найбільших музичних фестивалів Європи, який крім концертів включає в себе також культурні, соціальні та освітні програми. Він підтримує молодіжні ініціативи і забезпечує платформу для вираження творчості та ідей молоді з різних країн.

Аналіз ролі Івент-індустрії цих проектів дає змогу зауважити наступне – роль івент-індустрії у створенні та їх популяризації є ключовою для їхнього успіху та впливу. Івент-індустрія сприяє кожному із заходів наступним чином:

- *фестиваль «ТОЛОКА» (Україна)*. Івент-індустрія забезпечує планування та координацію всіх аспектів фестивалю, включаючи вибір локацій, організацію програм і забезпечення всіх технічних вимог. Рекламні кампанії, соціальні мережі та медійна підтримка допомагають привернути увагу до фестивалю, залучаючи більше учасників і глядачів. Івент-індустрія допомагає знайти фінансування і партнерів, які підтримують фестиваль і його ініціативи, що робить його більш масштабним і впливовим. Завдяки професійній організації, фестиваль створює умови для обміну ідеями та представлення молодіжних проектів, що сприяє їхньому розвитку і популяризації.

- *молодіжний Конгрес «Україна Молодіжна»*. Івент-індустрія забезпечує якісну організацію конгресу, що включає логістичні питання, технічну підтримку та управління подіями. Конгрес забезпечує платформу для нетворкінгу, де молоді активісти можуть знайти нових партнерів, експертів і підтримку для своїх проєктів. Через медійну і рекламну підтримку, конгрес привертає увагу до молодіжних ініціатив, підвищуючи їх видимість і вплив.

- *South by Southwest (SXSW) (США)* є прикладом великого івенту з високим рівнем організації, що включає багатий вибір програм, виступів і виставок, що демонструють інновації і творчість. Івент-індустрія допомагає організувати платформу, де молоді підприємці та креативні особи можуть презентувати свої проєкти перед глобальною аудиторією, що включає інвесторів і медіа. Завдяки високому рівню організації та широкому медійному покриттю, SXSW створює можливості для залучення фінансування і підтримки для молодіжних стартапів і культурних ініціатив.

- *Всесвітній фестиваль молоді та студентів (ВФМС)*.: Івент-індустрія забезпечує глобальний масштаб фестивалю, включаючи організацію участі молоді з різних країн та координацію міжнародних делегацій. Фестиваль служить платформою для обговорення важливих соціальних тем і просування молодіжних ініціатив, що забезпечує їм глобальне визнання і підтримку. Завдяки підтримці івент-індустрії, фестиваль забезпечує культурний обмін і демонстрацію талантів молоді на міжнародній арені.

- *Sziget Festival (Угорщина)*. Івент-індустрія допомагає організувати один з найбільших музичних фестивалів Європи, включаючи музичні виступи, культурні та освітні програми. Завдяки різноманітним програмам івент-індустрії, фестиваль підтримує молодіжні ініціативи і надає можливість для прояву творчості і ідей молоді з різних країн. Фестиваль висвітлює соціальні і культурні теми через свої програми, що сприяє розвитку молодіжної культури і підвищенню обізнаності про важливі питання.

Отже, Івент-індустрія відіграє критично важливу роль у створенні та популяризації молодіжних ініціатив і заходів, забезпечуючи ефективну

організацію, ресурси та видимість для реалізації творчих ідей і проєктів. По-перше, івент-індустрія забезпечує професійну організацію заходів, що включає планування, логістику і технічне забезпечення. Це дозволяє реалізувати проєкти на високому рівні і забезпечити їх безперебійний перебіг. По-друге, завдяки маркетинговим кампаніям і медійній підтримці, івент-індустрія сприяє залученню широкої аудиторії, що підвищує видимість і популярність молодіжних ініціатив. По-третє, івент-індустрія допомагає залучати партнерів і спонсорів, що забезпечує фінансову підтримку і додаткові ресурси для реалізації проєктів. Це сприяє їхньому розвитку і масштабуванню. По-четверте, організація подій створює платформи для обміну ідеями, нетворкінгу і культурного взаємодії, що стимулює інновації та сприяє розвитку молодіжної культури.

Завдяки цим аспектам, івент-індустрія стає ключовим каталізатором для популяризації та підтримки молодіжних ініціатив, сприяючи їхньому впливу на суспільство і культурний розвиток.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було проаналізовано інформаційно-комунікативний аспект івент-індустрії в молодіжній політиці через такі парадигми, як: вплив Івент-індустрії на формування інформаційного простору молодіжної політики; система Івент-індустрії у популяризації молодіжної політики в Україні, роль Івент-індустрії в створенні та популяризації молодіжних ініціатив та заходів.

Було встановлено, що івент-індустрія відіграє ключову роль у формуванні інформаційного простору молодіжної політики через кілька аспектів. Вона сприяє поширенню інформації та підвищенню обізнаності молоді через традиційні та цифрові медіа, стимулює обговорення та розвиток критичного мислення через соціальні мережі, і залучає молодь до громадських ініціатив. Івенти також включають освітні компоненти, сприяючи мережуванню та обміну знаннями, підтримують громадянські кампанії та формують позитивний імідж активізму. Через такі заходи молодь отримує платформу для висловлення своїх

думок, участі в діалогах, громадських акціях і розвитку лідерських якостей, що сприяє підвищенню громадянської свідомості та активності.

Було акцентовано, що система івент-індустрії у просуванні молодіжної політики в Україні представляє собою комплексний підхід до залучення молоді через ефективну організацію та проведення подій. Основними складовими цієї системи є координація та партнерства, стратегічне планування, інтегрований маркетинг, технічна та логістична підтримка, залучення молоді, моніторинг та оцінка, а також постійний зв'язок і розвиток спільноти.

Ми встановили, що івент-індустрія грає вирішальну роль у створенні та популяризації молодіжних ініціатив і заходів, забезпечуючи підтримку і видимість для таких проєктів через різноманітні організаційні, маркетингові та фінансові механізми. Приклад фестивалю «ТОЛОКА» і Молодіжного Конгресу «Україна Молодіжна» демонструє, як івенти надають молоді платформу для обміну ідеями, залучення до соціально важливих тем, отримання зворотного зв'язку та формування мереж контактів. На міжнародному рівні заходи, як South by Southwest (SXSW) і Sziget Festival, показують, як івент-індустрія може підтримувати молодіжні стартапи та культурні ініціативи, надаючи їм глобальну видимість і можливості для залучення інвесторів. Всесвітній фестиваль молоді та студентів (ВФМС) підкреслює значення культурного обміну та просування соціальних питань через глобальні платформи.

ВИСНОВКИ

Завданням магістерського дослідження було: проаналізувати значення «Івент-індустрії» у вітчизняній та зарубіжній науковій думці; дослідити особливості розвитку івент індустрії в Україні та світі; визначити поняття «молодь» та «молодіжна політика»; проаналізувати значення молодіжної політики для суспільства; з'ясувати існуючі переваги та обмеження використання Івент-індустрії в молодіжній політиці; дослідити інформаційно-комунікативний аспект івент-індустрії в молодіжній політиці в Україні.

Згідно теоретичного аналізу ми встановили, що Івент-індустрія це галузь, яка займається організацією та проведенням різноманітних подій, заходів або івентів. До івентів можуть належати конференції, семінари, виставки, концерти, фестивалі, спортивні змагання, корпоративні заходи, весілля та інші форми суспільної активності. Івент-індустрія має наступну структуру, яка включає такі основні компоненти: організатори івентів, постачальники та підрядники, учасники івенту, медіа і преса, фінансові учасники, регулюючі органи і владні структури.

Аналіз значення «Івент-індустрії» у вітчизняній та зарубіжній науковій думці довів, що івент-індустрія відіграє важливу роль у соціально-економічному та культурному розвитку як в Україні, так і за кордоном, відображаючи її значення у наукових дослідженнях. В Україні акцент робиться на економічному потенціалі галузі, зокрема її внеску в туризм, створення робочих місць та залучення інвестицій, а також на впровадженні сучасних технологій, таких як цифрові платформи та віртуальна реальність. Закордонні дослідження підкреслюють роль івент-індустрії у глобалізації, культурному обміні та міжнародному співробітництві. У США івент-індустрія має давні традиції, акцентуючи увагу на розвагах і масштабних подіях, тоді як у Європі більше уваги приділяється культурній спадщині, освіті, дослідженням та екологічній стійкості. В Україні індустрія розвивається з 2005 року, характеризується

різноманітністю заходів, використанням сучасних технологій та гостинністю, що робить її важливою частиною культурного життя країни.

Дослідження особливостей розвитку івент індустрії в Україні та світі показало, що івент-індустрія за кордоном демонструє високу адаптивність до сучасних викликів, активно впроваджуючи інноваційні технології, такі як віртуальна реальність, для створення інтерактивних і захоплюючих подій. Обмін досвідом та кращими практиками між країнами сприяє розвитку івент-індустрії, покращуючи стандарти і методи організації заходів. Івент-індустрія продовжує еволюціонувати, відповідати на сучасні виклики та робити вагомий внесок у розвиток культурного та бізнес-середовища на глобальному рівні. Ринок івент-послуг в Україні, розвиваючись з 2005 року, показує позитивну динаміку у покращенні якості послуг, розширенні спектру сервісів, гнучкості ціноутворення та доступності. Існують певні проблеми, що стримують розвиток івент-індустрії в Україні, зокрема недостатня готовність клієнтів до креативних рішень, відсутність ефективних платформ для комунікації зі стейкхолдерами та нестача кваліфікованих фахівців.

Нами було визначено поняття «молодь» та «молодіжна політика. Молодь – це соціально-демографічна група, яка визначається не лише віковими межами, але й специфічними соціальними, психологічними та культурними характеристиками. Молодіжна політика є ключовою складовою державної політики, спрямованою на забезпечення умов для всебічного розвитку та самореалізації молодого покоління.

Аналіз значення молодіжної політики для суспільства довів, що молодіжна політика є критично важливою для сучасного суспільства, сприяючи соціальному і економічному зростанню молоді, а також загальному розвитку країни. Вона стимулює активну участь молоді у громадському житті, сприяє формуванню громадянської позиції та лідерських якостей. Завдяки молодіжним програмам, молодь отримує можливості для розвитку в різних сферах, таких як освіта, зайнятість, культура і соціальна активність. Молодіжна політика допомагає зменшувати соціальні нерівності, зміцнює соціальну комісію та

сприяє стабільності суспільства, готуючи молодь до сучасних викликів, включаючи екологічні, економічні та технологічні. Ефективна молодіжна політика є запорукою сталого і збалансованого розвитку країни, забезпечуючи активну і свідому участь молоді в усіх сферах життя.

З метою отримання інформації про переваги та обмеження використання Івент-індустрії в молодіжній політиці нами було проведено соціологічне опитування серед молоді. Ми встановили, що івент-індустрія є потужним інструментом у молодіжній політиці, сприяючи розвитку, самовираженню, соціальній інтеграції та психологічній підтримці молоді. Івент-індустрія стикається з обмеженнями, що впливають на її ефективність у молодіжній політиці. Основними викликами є високі безпекові ризики, особливо під час війни, що обмежує можливості проведення заходів. Дефіцит фінансових ресурсів у деяких громадах і організаціях обмежує доступ до івентів, а нерівномірний доступ через географічне розташування чи соціально-економічний статус може призвести до дискримінації. Орієнтація на розважальні заходи може відволікати від важливих соціальних питань, а комерціалізація знижує їхню цінність. Великі заходи також можуть створювати екологічне навантаження. Емоційне вигорання та ПТСР серед молоді через війну знижують мотивацію до участі в івентах, а масовий виїзд молоді за кордон обмежує чисельність учасників.

Аналіз особливостей впливу івент-індустрії на формування інформаційного простору молодіжної політики демонструє, як івент-індустрія ефективно використовує різноманітні комунікаційні канали для активізації молоді та розвитку їх громадянської свідомості. Нами було встановлено, що івенти активно використовують традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та друковані видання, а також цифрові медіа, включаючи новинні вебсайти та блоги, для оперативного розповсюдження новин і аналітики. Наприклад, популярні українські івенти (Ukrainian Fashion Week, Atlas Weekend тощо) співпрацюють з національними телеканалами та онлайн-виданнями, такими як Vogue Ukraine (Ukrainian Fashion Week) для привернення уваги до важливих соціальних тем. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter та

YouTube, створюють платформи для обговорення актуальних питань та розвитку критичного мислення. Івенти використовують ці платформи для прямих трансляцій та дискусій, що залучають молодь до активної участі у діалозі. Також івенти мотивують молодь до участі в громадських ініціативах, використовуючи медіа та соціальні мережі для організації акцій та привернення уваги до соціальних і екологічних проблем. Волонтерські заходи (наприклад «Let's Do It, Ukraine!» та «YouthSpeak Forum»), активно залучають молодь до важливих ініціатив через платформи, як-от Facebook та Instagram. Івенти включають освітні компоненти, такі як тренінги, семінари та панельні дискусії, що підвищують обізнаність молоді про суспільні питання. Заходи (наприклад «Національний молодіжний форум» і «STEM-фестиваль»), використовують відеозаписи та онлайн-платформи для поширення знань та створення мереж однодумців. Також івенти підтримують громадянські кампанії через соціальні мережі, що допомагає розповсюджувати інформацію, організовувати флешмоби та стимулювати активну громадянську позицію. Кампанія #MeToo є яскравим прикладом глобального впливу, що демонструє, як соціальні мережі можуть підсилювати громадське рухання. Участь у масштабних і добре організованих івентах формує позитивний імідж активізму серед молоді. Висвітлення успішних заходів, таких як «School Recycling World», через медіа та соціальні мережі надихає інших долучатися до громадської діяльності та підтримує позитивний імідж активізму.

Отже, івент-індустрія грає важливу роль у формуванні інформаційного простору молодіжної політики, сприяючи поширенню інформації, розвитку критичного мислення, залученню до громадських ініціатив, освіті та формуванню позитивного іміджу активізму серед молоді.

Ми встановили, що система івент-індустрії у просуванні молодіжної політики в Україні представляє собою комплексний підхід до залучення молоді через ефективну організацію та проведення подій. Основними складовими цієї системи є координація та партнерства, стратегічне планування, інтегрований

маркетинг, технічна та логістична підтримка, залучення молоді, моніторинг та оцінка, а також постійний зв'язок і розвиток спільноти.

Першим кроком є координація та партнерства, що передбачає співпрацю з урядовими органами, неурядовими організаціями та бізнесом. Це забезпечує необхідну підтримку, ресурси і експертизу для реалізації заходів. Стратегічне планування включає визначення ключових тем і розробку календаря подій, що дозволяє чітко орієнтуватися на актуальні потреби та інтереси молоді. Це допомагає забезпечити, щоб заходи були релевантними і ефективними. Інтегрований маркетинг забезпечує широке просування подій через різні комунікаційні канали, такі як соціальні медіа і традиційні медіа. Розробка цільових маркетингових кампаній дозволяє досягти конкретних груп молоді і залучити їх до участі. Логістична та технічна підтримка включає забезпечення необхідного технічного обладнання та організацію логістики, що створює комфортні умови для проведення заходів і забезпечує їх успішність. Залучення молоді через інтерактивні формати і можливості участі в активностях допомагає створити динамічну та інтересну атмосферу, що стимулює активну участь та взаємодію. Моніторинг та оцінка результатів заходів включає збір даних і аналіз зворотного зв'язку, що дозволяє оцінити ефективність подій і виявити можливості для покращення. Останнім елементом є постійний зв'язок і розвиток спільноти, що включає публікацію результатів подій та підтримку комунікації з учасниками. Це сприяє підтриманню інтересу і залученню молоді до нових ініціатив і заходів.

Нами було проаналізовано особливості ролі Івент-індустрії в створенні та популяризації молодіжних ініціатив та заходів. Ми встановили, що Івент-індустрія грає вирішальну роль у створенні та популяризації молодіжних ініціатив і заходів, забезпечуючи підтримку і видимість для таких проєктів через різноманітні організаційні, маркетингові та фінансові механізми. Прикладом є фестиваль «ТОЛОКА», який завдяки професійній організації і медійній підтримці забезпечує молоді платформу для обміну ідеями та залучення до важливих соціальних тем. Аналогічно, Молодіжний Конгрес «Україна

Молодіжна» створює можливості для представлення ініціатив, отримання зворотного зв'язку та формування мережі контактів, що сприяє реалізації проектів і розвитку молодіжної культури. На міжнародному рівні, такі заходи як South by Southwest (SXSW) і Sziget Festival демонструють, як івент-індустрія може підтримувати молодіжні стартапи та культурні ініціативи, надаючи їм глобальну видимість та можливості для залучення інвесторів і партнерів. Всесвітній фестиваль молоді та студентів (ВФМС) підкреслює важливість культурного обміну та просування соціальних питань через глобальну платформу.

Таким чином, івент-індустрія є ключовим фактором у розвитку і популяризації молодіжних ініціатив, забезпечуючи організаційну підтримку, медійне покриття, фінансування та платформи для обміну ідеями і культурної взаємодії. Це сприяє не тільки реалізації молодіжних проектів, але й їхньому впливу на суспільство і культурний розвиток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Академічний тлумачний словник. URL: <https://sum.in.ua/>.
2. Антоненко І.Я. Особливості розвитку та застосування івент менеджменту в Україні., І.Я. Антоненко. Сучасний менеджмент і економічний розвиток: реферативний збірник матеріалів постійно діючої міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 1 вересня 2011 р. – 29 лютого 2012 р. відп. за вип. О. М. Теліженко. Суми : СумДУ, 2012. № 1. С. 5.
3. Беззуб І. Оновлення державної молодіжної політики в Україні. Громадська думка про правотворення., І. Беззуб, 2021. № 9 (214). с. 15–24. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/dumka/2021/9.pdf>.
4. Бородін Є.І. Державна молодіжна політика в Україні: механізми формування та реалізації в кон-тексті розвитку: навчальний посібник: 2-ге видання, доповнене., Є.І. Бородін. Дніпро: Грані, 2019. 176 с.
5. Буяк Б. Молодь як особлива соціально-демографічна група в умовах становлення соціально-правової держави та громадянського суспільства: Наукові записки Б. Буяк, 2007. № 36. С. 198-206.
6. Власенко О.Б. Eventтивний менеджмент як окремий напрям дослідження в сучасній науці О.Б. Власенко. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 9(3). С. 142-145.
7. Всесвітній фестиваль молоді та студентів (ВФМС). URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/VI_%D0%92%D1%81%D0%B5%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D0%B9_%D1%84%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C_%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B4%D1%96_%D1%96_%D1%81%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%96%D0%B2. – Заголовок з екрану.
8. Гевко О.Б. , Шведа Н.М. Стратегічне управління : навч. посіб. для студентів усіх форм навчання напряму 6.030601 «Менеджмент». О.Б.Гевко , Н.М. Шведа. Тернопіль : ТНТУ імені Івана Пулюя, 2016. 152 с.

9. Головатий М.Ф. Молодіжна політика в Україні: проблеми оновлення. М.Ф. Головатий. Київ: Наукова думка, 1993. 325 с.
10. Гринчишин С.С. Молодіжна політика в Україні в сучасних умовах суспільного розвитку: Менеджер С.С. Гринчишин. Вісник Донецького державного університету управління. Серія: «Державне управління», 2019. Т.82. №1. С. 143-149.
11. Гуцалова М. Молодь як об'єкт державної молодіжної політики. М. Гуцалова URL: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/26850/23Gutsalova.pdf?sequence=1>. – Заголовок з екрану.
12. Давимука С.А., Федулова Л.І. Креативний сектор економіки: досвід та напрями розбудови: [моногр] С.А. Давимука, Л.І. Федулова. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України», 2017. 528 с.
13. Драпушко Р.Г., Горінов П.В., Захаренко К.В., Міненко Є.С. Державна молодіжна політика України в умовах європейської інтеграції: виклики та можливості. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/4_2022/2.pdf.
14. Дьяченко Ю.В. Event-менеджмент як складник інформаційно-комунікаційних технологій у публічному управлінні. Ю.В. Дьяченко, І.А. Седікова, В.А. Бондар. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського, 2020. № 6. С. 39-44.
15. Єрмоленко І. В. Роль молоді у формуванні молодіжної політики в Україні: виклики та можливості. URL: <https://visnyk-ppsp.kpi.ua/article/view/280796>. – Назва з екрана.
16. Закон України «Про основні засади молодіжної політики» Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#Text>. – Заголовок з екрану.

17. Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» Верховна рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12#Text>. – Назва з екрана.
18. Зеленська Л. Міжнародні асоціації в галузі івент-менеджменту як осередки консолідації професійної спільноти та міжкультурного співробітництва. Л. Зеленська. Культура і мистецтво : сучасний науковий вимір : матеріали II Міжнародної наукової конференції молодих вчених, аспірантів та магістрів 07-08 грудня 2018 р. , м. Київ редкол. : С.Х. Литвин (голова) та ін. Київ : НАКККіМ, 2018. С. 130-132.
19. Зеленська Л., Романова А. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів. Л. Зеленська, А. Романова. Київ: НАКККіМ, 2015. 84 с.
20. Зеленська Л.М. Івент-менеджмент: навч. посіб. Л.М. Зеленська. Київ : НАКККіМ, 2018. 148 с.
21. Карпюк О.А., Сингаєвська А.О. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції. О.А. Карпюк, А.О. Сингаєвська. ред. І. В. Саух. Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С. 39-42.
22. Клочковська В.О., Клочковський О.В. Стан та перспективи розвитку родієвого туризму у Вінницькій області. Економіка і організація управління. В.О. Клочковська, О.В. Клочковський, 2019. № 1(33). С. 110-115. 10.
23. Коваль Г. Сутність державної молодіжної політики: Наукові праці: Науково-методичний журнал. Державне управління. Г. Коваль, 2011 Том 159. Випуск 147, 62 с.
24. Коваль Н.М. Івентивний менеджмент – інновація в інструментарії сучасного управління: Маркетинг і менеджмент. Н.М. Коваль, А.О. Смірнова, Л.М. Смірнова, 2014. URL:

- http://www.rusnauka.com/32_NII_2014/Economics/6_178709.doc.ht. – Заголовок з екрану.
25. Конференц-сервіс в Україні. URL: <https://conferenceservice.com.ua>. – Назва з екрана.
26. Копилова Н. Що таке event management? Н. Копилова. *Лабораторія реклами та PR*, 2007. № 3 (52). С. 77–82.
27. Крахмальова Н.А., Гончаренко І.М. Адаптація зарубіжного досвіду застосування івент-маркетингу в практиці вітчизняних підприємств: *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну* Серія: Економічні науки. Н.А. Крахмальова, І.М. Гончаренко. Київ : КНУТД, 2017. № 6. С. 51-58.
28. Кузів О.Я. Поняття та особливості івент-маркетингу. URL: <http://intkonf.org/kuziv-o-ya-ponyattya-ta-osoblivosti-ivent-marketengu/>. – Заголовок з екрану.
29. Літературно-мистецький фестиваль «ТОЛОКА». URL: <https://www.facebook.com/toloka.art/>. – Заголовок з екрану.
30. Мацюк Т.І. Молодіжна політика в Україні: сучасний стан та шляхи розвитку. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2392>. – Назва з екрана.
31. Мисик В.М. Концептуальна модель побудови і використання івент-менеджменту в управлінні підприємством. В.М. Мисик. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*, 2020. Вип. 2(1). С. 29-36. URL: <https://doi.org/10.23939/smeu2020.01.029>. – Заголовок з екрану.
32. Молодіжна політика України через призму демографічних: стан та тенденції. [Р. Драпушко, П. Горінов, М. Попатенко, Н. Філик]; *Державна сімейна та молодіжна політика: законодавство, методи та практики*. Київ : ДІСМП, 2022. № 1. С. 31–38.

- 33.Москальчук А., Лукач А. Ефективність використання event-послуг в міжнародному маркетингу. URL: http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2012/Economics/6_104221.doc. – Заголовок з екрану.
- 34.Музичний фестиваль «Atlas Weekend». Офіційна сторінка URL: <https://atlasfestival.com/>. – Заголовок з екрану.
- 35.Національний молодіжний форум. Офіційна сторінка URL: <https://nycukraine.org/2024/01/16/natsionalnyj-molodizhnyj-forum-my-ob-iednuemosia-zadlia-majbutnoho-ukrainy/>. – Заголовок з екрану.
- 36.Ніколюк О.В. Особливості розвитку івент-менеджменту в Україні. Інвестиції: практика та досвід. О.В. Ніколюк, Ю.В. Дьяченко, Т.В. Савченко, 2021. № 6. С. 98-103. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.6.98.
- 37.Олексюк Г.В. Івентіндустрія: розвиток та проблеми в Україні: Регіональна економіка. Г.В. Олексюк, І.В. Ангелко, Н.С. Самотій, 2020. № 3. С. 120-130.
- 38.Панасюк В. Державна молодіжна політика як складова процесу побудови соціальної держави: юридичний вісник. В. Панасюк, 2015. № 3. С. 229-234.
- 39.Панасюк В.М. Молодь – головний суб’єкт молодіжної політики: Актуальні проблеми держави і права: зб. наук. пр. В.М. Панасюк. Одеса: Юрид. л-ра, 2004. Вип. 22. с. 257-260.
- 40.Перепелиця М.П. Державна молодіжна політика в Україні (регіональний аспект). М.П. Перепелиця К. : Український інститут соціальних досліджень, Український центр політичного менеджменту, 2001. 242 с.
- 41.Поплавський М.М. Event-менеджмент у індустрії дозвілля. Питання культурології. М.М. Поплавський? 2017. Вип. 33. С. 186-197.
- 42.Поправко О.В. Івент-менеджмент: сутність і перспективи розвитку в Україні: Сучасний менеджмент: проблеми та перспективи розвитку. О.В. Поправко. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної інтернетконференції (21 травня 2018 р.). Херсон, 2018. С. 95-97.

43. Радченко І.А. Навчальний словник термінів реклами та паблік рілейшнз. І.А. Радченко наук. ред. Є.Є. Топільська. – ВФ МГЕІ, 2007.
44. Радченко О., Крюков О. Державна молодіжна політика: основні поняття та принципи як архетипи формування та реалізації в публічному просторі. Публічне управління: теорія та практика. О. Радченко, О. Крюков, 2014. Вип. 2. С.18-25.
45. Сєвонькаєва О.О. Івент-маркетинг в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. ДВНЗ "Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана", 2013. URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/4003>. – Заголовок з екрану.
46. Словник соціологічних і політологічних термінів. Нар. укр. акад.; за заг. ред.: В.І. Астахової [та ін.]; уклад. В. І. Астахова [та ін.]. Київ: Вища шк., 1993. 140, [1] с.
47. Софій О. Роль молоді в молодіжній політиці в Україні: Аналітична записка. О. Софій офій. ГО: Європейський діалог, 2020. 36 с.
48. Ступак О.Ю. Молодь як соціально-демографічна група. URL: [file:///C:/Users/jerde/Downloads/26%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/jerde/Downloads/26%20(1).pdf). – Назва з екрана.
49. Ткаченко Т., Дупляк Т., Забалдіна Ю. Івент-індустрія та туризм у світовій економіці: Вісник КНТЕУ. Т. Ткаченко, Т. Дупляк, Ю. Забалдіна, 2020. № 4. С. 55-63.
50. Фестиваль електронної музики Tomorrowland. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Tomorrowland>. – Заголовок з екрану.
51. Хитрова О.А., Харитоновна Ю.Ю. Стан і тенденції розвитку івент-менеджменту в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. О.А. Хитрова, Ю.Ю. Харитоновна. Серія: Економіка і менеджмент. зб. наук. пр., 2018. Вип. 30. С. 27-31.
52. Цавкаєва Ю.В. Актуальні проблеми становлення event-менеджмента в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2010/Philologia/75885.doc.htm. – Заголовок з екрану.

53. Чорновалов Є. Кинута галузь. Двохмільярдна івент-індустрія виявилася нікому не потрібною Є. Чорновалов URL: <https://thepage.ua/ua/exclusive/dvohmilyardnij-ivent-rinok-viyavivsvya-nikomu-nepotribnij>. – Заголовок з екрану.
54. Event marketing 2018: benchmarks and trends. **Mode of access: WWW.URL:** <https://blog.bizzabo.com/event-marketing-2018benchmarks-and-trends>. – **Title from the screen.**
55. Getz D. Event tourism: Definition, evolution, and research. Tourism Management. D. Getz 29 (3)., 2008. p. 403-428.
56. Goldblatt J. Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration, 7th Edition . J. Goldblatt., 2013. 423 p.
57. Goldblatt J. Special Events: Twenty-first century global event management. J. Goldblatt. New York : CSEP, 2002. 484 p.
58. Halzbaur, U., Yettinger, E. Event-menedzhment: Eksmo U. Halzbaur, , E. Yettinger., 2007. 384 p.
59. Mordor Intelligence. Event management software market – growth, trends, forecasts: 2020-2025. **Mode of access: WWW.URL:** <https://www.mordorintelligence.com/industryreports/event-management-software-market>. – **Title from the screen.**
60. Ritchie B. and Crouch G. A model of destination competitiveness sustainability: Brazilian perspectives. **Mode of access: WWW.URL:** <https://www.scielo.br/pdf/rap/v44n5/v44n5a03.pdf>. – **Last access: 2010. – Title from the screen.**
61. South by Southwest (SXSW). **Mode of access: WWW.URL:** <https://www.sxsw.com/>. – **Title from the screen.**
62. Sziget Festival. **Mode of access: WWW.URL:** <https://szigetfestival.com/en/>. – **Title from the screen.**
63. Top 100 Events. **Mode of access: WWW.URL:** <https://10times.com>. – **Title from the screen.**

64. Ukrainian Fashion Week (UFW). Офіційна сторінка. URL:
<http://fashionweek.ua/uk/>.– Заголовок з екрану.

ДОДАТКИ

Додаток А.

Опитувальник для соціологічного дослідження на тему «Переваги та обмеження використання Івент-індустрії в молодіжній політиці в умовах війни в Україні»

Інструкція

Будь ласка, відповідайте на запитання максимально щиро. Ваша думка дуже важлива для нашого дослідження. Усі відповіді залишаться анонімними та будуть використовуватися лише у зведеному вигляді.

Загальні питання

1. Ваш вік:

- 16-20 років
- 21-25 років
- 26-30 років
- Інше (вказіть): _____

2. Ваше місце проживання:

- Велике місто (понад 500 тисяч мешканців)
- Середнє місто (100-500 тисяч мешканців)
- Мале місто (до 100 тисяч мешканців)
- Село

3. Ваш рід занять:

- Учень/студент
- Працівник
- Безробітний
- Інше (вказіть): _____

**Питання про переваги використання івент-індустрії в молодіжній політиці
в умовах війни**

4. Як часто ви берете участь у заходах (івентах) під час війни?
- o Часто (щомісяця)
 - o Періодично (щоквартально)
 - o Рідко (раз на півроку)
 - o Дуже рідко (раз на рік або рідше)
 - o Ніколи
5. Які види заходів вам найбільше цікаві в умовах війни? (можна обрати декілька варіантів)
- o Освітні (семінари, тренінги, майстер-класи)
 - o Культурні (фестивалі, концерти, вистави)
 - o Спортивні (змагання, турніри)
 - o Волонтерські проекти
 - o Форуми та конференції
 - o Нетворкінг-івенти
 - o Інноваційні та стартап-заходи
 - o Інше (вказіть): _____
6. Чи допомагають вам заходи знижувати рівень стресу та тривоги?
- o Так
 - o Частково
 - o Ні
7. Чи сприяють заходи підтриманню соціальних зв'язків з друзями та знайомими?
- o Так

- o Частково
 - o Ні
8. Чи допомагають заходи підвищити обізнаність про важливі теми (безпека, гуманітарна допомога, права людини)?
- o Так
 - o Частково
 - o Ні
9. Чи допомагають заходи залучати вас до волонтерської діяльності?
- o Так
 - o Частково
 - o Ні
10. Чи мотивують вас заходи до активної участі у суспільному житті та підтримці національних інтересів?
- o Так
 - o Частково
 - o Ні

Питання про обмеження використання івент-індустрії в молодіжній політиці в умовах війни

11. Чи є для вас безпекові ризики значною перешкодою для участі у заходах?
- o Так
 - o Частково
 - o Ні
12. Чи є відсутність фінансових ресурсів значним обмеженням для організації та участі у заходах?
- o Так

- Частково
- Ні

13. Чи відчуваєте ви труднощі з логістикою та мобільністю через руйнування інфраструктури?

- Так
- Частково
- Ні

14. Чи вважаєте ви, що інформації про заходи недостатньо поширено?

- Так
- Частково
- Ні

15. Чи відчуваєте ви емоційне вигорання, що ускладнює участь у заходах?

- Так
- Частково
- Ні

Додаткові питання

16. Що, на вашу думку, можна покращити у сфері організації заходів для молоді в умовах війни?

17. Чи є у вас які-небудь інші зауваження або побажання щодо використання івент-індустрії у молодіжній політиці в умовах війни?

Дякуємо за ваші відповіді!