

https://doi.org/10.31516/2410-5325.070.19

УДК 792.78.027:005.8](045)

**Р. Г. Набоков**, кандидат мистецтвознавства, старший викладач,  
Харківська державна академія культури, м. Харків

nabokoff@gmail.com

https://orcid.org/0000-0001-7276-3478

## **СПЕЦИФІКА РЕЖИСУРИ ТА АРТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ СТВОРЕННЯ ІВЕНТ-ПРОДУКТУ<sup>1</sup>**

Розглянуто, що івент-індустрія нині є порівняно новою сферою, а це зумовлює брак досвіду і професіоналів, недосконалість законодавства в цій галузі. Виявлено, що формування процесу організації здійснюється переважно емпіричним шляхом. Проаналізовано специфічні особливості івентів різних форм та висвітлено підходи до організації спеціальних подій з професійної точки зору. Визначено, що класифікація івентів відбувається за форматами, місцем проведення, цільовою аудиторією, завданнями, періодичністю та типом. Доведено, що з появою нових технологій, які набувають широкого поширення серед організаторів спеціальних подій, не вистачає режисерських потужностей для повноцінної реалізації проектів, отже, основним пріоритетом є розуміння виняткової ролі режисера в івент-процесі як творця івент-продукту. З'ясовано: івент — це професійна, спланована й організована подія в культурно-дозвілєвій і маркетинговій сферах, призначена для певного кола людей і є для них значуща та унікальна. Її реалізація обмежена в часі й просторі й спрямована на вирішення конкретних цілей та завдань, що забезпечується використанням різних ресурсів.

**Ключові слова:** *івент-індустрія, арт-технології, івент-агенції, режисура івент-продукту.*

**R. G. Nabokov**, Candidate of Art Criticism, senior lecturer of the Department of Directing, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv

## **SPECIFIC FEATURES OF DIRECTING AND ART TECHNOLOGIES IN CREATING AN EVENT PRODUCT**

**The aim of this paper.** The event industry today is a relatively young field, which causes a lack of experience and professionals, the imperfection of legislation in this area. The formation of the organizational process is mainly carried out empirically. This paper analyzes the event marketing and systematizes the approaches to organizing special events from a professional point of view.

**Research methodology.** Structural and functional approach and classification method are applied. Using a certain method in the work helps to classify such conceptual systems as event, event agency on various grounds and aspects. Event classification is based on formats, venue, target audience, tasks, frequency, type. The classification of event agencies is accordingly characterized by the division by mission and tasks performed. The activity approach in the research is manifested through the form of activity of the participants of the event process, the ability of organizers and artists to change

<sup>1</sup> This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

human existence. After all, an event is, first of all, a holiday. This is one of the functions of the event. The activities of event managers, producers, directors of the event process have been studied in the world for several decades, today there are special educational programs for obtaining a profession in the event industry. One of the leaders in this field is Joe Goldblatt, who first introduced the concept of event in the global terminology system.

**Results.** It is proved that with the advent of new technologies, which are firmly established among the organizers of special events, there is a lack of directing capacity for the full implementation of projects, so the main priority is to understand the exclusive role of the director in the event process. It is found that the event is a professional planned and organized event in the cultural, leisure and marketing fields, which is designed for a certain group of people and is meaningful and unique for them, the implementation of which is limited in time and space and aimed at solving specific goals and objectives. provided by the use of various resources.

**Novelty.** An attempt is made to analyze the algorithm of planning and organization of event agencies of Ukraine standard formats of special events. Communication processes between customers, contractors and contractors of event projects have been improved due to the rapid development of the industry. Further identification of the director's exclusive role in event projects and the use of art technologies in the preparation of special events has been further developed.

**The practical significance.** The evidence from this study suggests a variety of prospects for further research in studying and forecasting the trends in the development of event industry, laying the foundations for further theoretical studies in the field of mass forms of dramatic art and modern art practices.

**Keywords:** *event industry, art technologies, event agencies, event product directing.*

**Постановка проблеми.** Сучасна івент-індустрія в незалежній Україні — порівняно молоде явище. Важливу роль у її розвитку відіграють історичні, соціальні та економічні фактори в суспільстві, які зумовлюють темп і напрями розвитку. Івент-індустрія потребує ґрунтовного дослідження. Виникають нові івент-агенції — професійні творчі об'єднання, що надають послуги організації спеціальних подій. В івент-галузі широко поширюються нові поняття — замовник, продюсер, виконавець, підрядчик, але формування процесу організації здійснюється переважно емпіричним шляхом. З появою нових технологій, які починають використовувати організатори спеціальних подій, бракує режисерських потужностей для повноцінної реалізації проєктів, отже, основним пріоритетом є розуміння виняткової ролі режисера в івент-процесі як творця подієвої дійсності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичними засадами дослідження є спектр робіт, присвячених аналізу івент-індустрії та івент-технології. Автором, який розпочав вивчення феномену івент-індустрії, є провідний зарубіжний науковець Дж. Голдблатт.

Немало теоретично-практичних питань з планування, організації та проведення івентів, класифікації й структуризації, історії походження, реалізації, комунікації замовників, виконавців і артистів надають В. Данилова (2016), А. Назимко (2007), М. Пашкевич (2017), В. Палкіна (2018), В. Сахновський (2016), М. Шилова (2017). Ця стаття є своєрідним продовженням попередніх публікацій автора, присвячених структурі циклу масових форм сценічного мистецтва та її дослідженню.

**Мета статті** — здійснити висвітлення специфіки режисури та арт-технологій у процесі створення івент-продукту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Організація свят і заходів існує протягом багатьох тисячоліть. Під поняттям івент ми розумітимемо виняткову спеціальну подію, яка має ознаки святковості, свої характеристики, цілі, мету. Зважаючи на етимологію самого слова «івент», можна висувати, що колись до цього поняття належали давні громадські та релігійні ритуали: посвячення, народження дитини, одруження, вибори вождя, святкування вдалого полювання, жертвопринесення, свята, присвячені збору врожаю, і багато інших ритуалів. На думку М. Шиловой, першими організаторами івентів були шамани, тобто ті, хто знав та створював ритуали. З часом змінювалися і заходи: вони ставали дедалі вишуканішими й складнішими. Виникли загальноміські та державні свята, проводились коронації, релігійні дійства, що охоплюють цілі континенти (Шилова, 2017). В імперіях, які існували століття тому, також проводились великі івенти: у Давньому Єгипті — обряд погребіння фараона, у Давньому Римі — гладіаторські поєдинки, у Давній Греції проходили перші спортивні змагання — Олімпійські ігри. « <...> Людство протягом усієї його історії супроводжували різні церемонії і ритуали, присвячені важливим подіям — народженню, досягненню зрілого віку, одруженню, смерті. З формальної точки зору індустрія зародилася в 1800-х рр., коли почався продаж квитків на професійні спортивні заходи, і пізніше поступово трансформувалася. Уважається, що професія сформувалася в 1950-х рр., а почалося все з відкриття в 1955 р. Діснейленду» (Goldblatt, 2005). В Україні менеджмент подій протягом 90-х рр. XX ст., на думку М. Пашкевича, набув поширення у формі організації весільних церемоній та ювілеїв у середовищі працівників творчих професій. Саме в той час багато фірм, які здійснювали організацію свят, почали змінювати свої назви на агенції маркетингу події, івент-компанії, івент-агенції. Виникали фірми так званого повного циклу, а також фірми, які спеціалізувалися на влаштуванні корпоративних свят, BTL-акцій, виставок. У жовтні 2007 р. створено Асоціацію івенторів України, яка спрямовує свої зусилля на розробку, організацію і проведення видовищних заходів, на захист прав та задоволення соціальних,

економічних, творчих інтересів членів асоціації, обмін досвідом, зокрема і з зарубіжними колегами (Пашкевич, 2017). Нині ринок івент-послуг характеризується зростаючим трендом як на регіональному рівні, так і на світовому. Ці послуги є професійною допомогою в організації будь-яких заходів, починаючи від святкування дня народження й завершуючи широкомасштабними заходами на багатотисячну аудиторію. Саме тому такий ринок користується попитом майже у всіх вікових категорій протягом більше 15 років (Паклина, 2018).

Тому розглянемо гравців ринку, що надають професійні послуги з організації різних спеціальних подій. Серед агенцій, які надають креативні послуги (BTL, Promo, реклама тощо), виокремлюємо тих, що безпосередньо створюють івенти.

О. В. Шумович надає наступне визначення івент-агенції – компанія, що спеціалізується на організації івентів та управлінні ними. Залежно від послуг, які надаються, івент-агенції можна розподілити за наступною типологією:

1) *івент-агенції повного циклу*. Такі компанії надають повний спектр послуг з планування, організації та проведення івентів будь-яких форматів, починаючи з невеликого за кількістю гостей дитячого дня народження і завершуючи масштабними проектами з великими бюджетами та кількістю гостей у декілька тисяч осіб. Зазвичай у таких агенціях існує структуризація департаментів за спрямованістю форматів. Івент-агенції повного циклу мають велику базу підрядників, артистів, ведучих;

2) *весільні агенції*. Такі компанії спеціалізуються на наданні організаційних послуг у форматі весілля. Вони досконало володіють технологією планування, організації й проведення саме весільних заходів, що мають свої специфіку та особливості;

3) *агенції корпоративних івентів*. Ці компанії спеціалізуються на веденні корпоративних клієнтів та наданні послуг організації й проведення форматів, пов'язаних з корпоративною роботою. Зазвичай це організація днів народження компаній, новорічних свят, тимблдінгів тощо. Також агенції корпоративних івентів надають супровід бізнес-процесів з точки зору креативної подачі;

4) *святкові агенції*. Такий тип агенцій надає послуги з організації переважно малочисельних приватних івентів: дні народження, ювілеї, сімейні свята (Шумович, 2007).

Івент-агенція, як такий собі живий організм, аналізуючи тренди ринку, специфіку розвитку, може змінювати свій тип з одного на інший. Окремим типом організаторів івентів можна вважати вільних івент-менеджерів та тамади, але зазначимо, що в багатьох випадках якість таких послуг може бути сумнівною. Замовники завжди мають вибір: організувати івент власними силами чи надати таке право професійній агенції.

Розглянемо творчий продукт івент-агенції, команду підготовки та його реалізації. Метою роботи івент-агенції є створення кінцевого подієвого продукту для замовника, тобто безпосередньо івенту. Процес створення івенту полягає в ретельній його підготовці від першого контакту із замовником до підписання кінцевих угод після реалізації та отримання зворотного зв'язку для подальшого аналізу. У цьому процесі надважливим є чітке розуміння спільної роботи кожної ланки команди на всіх етапах, а також чітке виконання графіку та таймінгу підготовки й реалізації. Залежно від видів та форм кінцевого подієвого продукту, графік та таймінг підготовки можуть бути різними. Основною творчою ланкою у створенні івенту є креативний відділ агенції на чолі з головним режисером проєкту.

Режисура — це організація і управління творчим процесом. Режисер організовує весь процес створення івенту та керує цією роботою. В основі творчої роботи режисера — його задум, результат обмірковування змісту й сценічного тлумачення постановки (Сахновский, 2016). Усі складові програми івенту підпорядковані класичним законам композиції в режисурі: експозиція (початок свята, welcome-zone, фотографування, фуршет, анімаційна програма тощо), зав'язка (початок дійства на сцені, пролог, інтро-номер, створення інтриги), розвиток дії (виступ офіційних осіб, привітання, конкурсно-розважальна програма, розіграші подарунків, виступи артистів), кульмінація (торт, феєрверк, виступ зіркового гостя, підхід до вирішення надзавдання), розв'язка (дискотека, лаунж-зона, караоке, вручення фінальних подарунків). Режисерові під час підготовки івенту слід виявити та розробити драматургію — це насамперед чітке розуміння ідеї свята, усвідомлення того, що це свято повинно утверджувати, яку основну тему має порушити і для чого, які його завдання.

Водночас слід зауважити, що режисура івент-проєкту має деякі особливості, а саме: головний «двигун» режисури — це гра. Гра створює ситуацію, у якій виникає необхідність дії, залучення цільової аудиторії, що робить івент реалістичним та інтерактивним. Правила цієї гри задає концепція, а мотивацією до участі є результат (виграш, отримання задоволення тощо). У цьому випадку отримання емоцій — це отримання мотивації, провокація на дію — мотивація до дії, а долучення до гри — закріплення успіху.

Створюючи спеціальну подію, режисер формує особливий простір, потрапивши в який людина через емоції та переживання пізнає цінності й знання, закладені ініціатором події (замовником). Але людина відчуває емоції лише в тому разі, коли запропонована подія присвячена проблемі, що турбує її особисто. Саме тому основою сюжету спеціальної

події завжди є конфлікт — ще один елемент режисерського задуму. Конфлікт — спосіб розкриття протиріч, боротьба точок зору, світоглядів, уподобань. Підґрунтя конфлікту — реальна, актуальна ситуація (Данилова, 2016).

Як інструменти для досягнення мети проведення будь-якого івенту за режисерським задумом використовуються виражальні засоби: тематичне оформлення, кейтеринг, анімаційна програма, музика, світло, відео, спеціальні ефекти, медіаінсталяції, виступи артистів, конкурсна програма тощо.

У процесі створення режисерського задуму та цілісної картини майбутнього івенту креативний відділ івент-агенції на чолі з головним режисером та сценаристом (копірайтером) використовують різноманітні креативні прийоми й методи. Креативність — це готовність до створення нових ідей і бачень, які відхиляються від традиційних схем мислення. Мозковий штурм — це груповий метод творчої діяльності за відсутності критеріїв оцінки та напрямів пошуку ідей. Мозковий штурм відбувається в середньому 1–1,5 год. та поділяється на 2 етапи: перший — спонтанна генерація будь-яких ідей (на цій стадії важливо не обмежувати себе в думках, намагатися за невеликий проміжок часу згенерувати максимальну кількість ідей; керівник штурму спрямовує обговорення, а стенограф фіксує всі без винятку ідеї); другий етап — експертиза ідей (на цій стадії починається обговорення кожної ідеї, відсікання та відбір найвдалих; після визначення вдалих ідей вони доопрацьовуються). На жаль, значним недоліком методу мозкового штурму є його невелика продуктивність та великі витрати часу. Успішним вважається мозковий штурм із затвердженням 2–3 вдалих ідей. Але слід зазначити, що існує багато інших методик креативності зі своїми перевагами. Креативний відділ івент-агенції має володіти багатьма методиками, зокрема використовувати для генерації ідей метод Дельфі. У процесі створення креативу необхідно пропонувати замовникові лише ті ідеї, що стосуються його запиту.

На нашу думку, для успішної підготовки і реалізації івент-проєкту необхідна чітка робота в трьох напрямках: координація, режисура та логістика. *Координатор* — менеджер проєкту, який несе відповідальність за його реалізацію. У безпосередній взаємодії з режисером проєкту він супроводжує організацію івенту від першого спілкування із замовником до отримання зворотного зв'язку після проведення. Цей тандем забезпечує втілення режисерського задуму заходу. Координатор виконує аналіз, підбирає команду творчого відділу, підрядників, артистів, веде документацію та спілкується із замовником. Серед організаційних завдань координатора виокремлюємо основні: аналіз спеціальних подій

за багатьма критеріями для подальшого створення плану підготовки проекту; формування таймінгу підготовки із зазначенням завдань, відповідальних осіб та дедлайнів їх виконання; ведення документації, необхідної для забезпечення реалізації спеціальних подій; ведення фінансової складової проекту, а саме кошторису з повною звітністю; спілкування із замовником на вищому рівні в тандемі з режисером; пошук підрядників і постановка їм технічних та творчих завдань відповідно до режисерського задуму; кастинг, вибір артистів для проекту відповідно до затвердженої концепції; взаємодія з представниками локації проведення івенту; аналіз ризиків, позаштатних ситуацій і пошуку шляхів їх недопущення й запобігання; забезпечення режисеру підготовленої локації, персоналу та артистів для проведення репетицій і реалізації проекту; отримання зворотного зв'язку й аналіз проекту після його реалізації. *Асистенти координатора* опікуються логістичними питаннями (виконання райдерів артистів, зірок, VIP-гостей, спікерів), а також займаються питаннями їх трансферу, розселення, харчування, пересування містом. *Режисер* в івент-агенції як креативна одиниця виконує творчу функцію та працює над реалізацією режисерського задуму відповідно до поставлених завдань. Він створює концепцію івенту на основі аналізу брифу від замовника, визначає тему, ідею, конфлікт, формує надзавдання, створює драматургію майбутнього свята за законами композиції, веде творчу документацію проекту (сценарний план, текст ведучих, додаткові тексти), виконує комунікацію із замовником, координаційним відділом, підрядниками. Під час роботи з підрядниками та технічними службами формує технічні й творчі завдання, контролює їх виконання. На фінальному етапі підготовки івенту до реалізації режисер співпрацює зі сценаристом, який пише текст ведучих, ремарки та додаткові творчі матеріали. *PR-відділ* в івент-агенції займається поширенням і рекламою проекту. На основі затверджених даних (запрошення, брендинг, інформація про івент) PR-спеціалісти ведуть активну роботу в Інтернеті (соціальні мережі, сайти, форуми) та рекламну кампанію на інших ресурсах (білборди, медіа, метро тощо).

Пропонуємо розглянути деякі специфічні особливості підготовки івентів різних форматів у контексті відносин між агенцією та замовником, а також особливості роботи режисера і координатора на різних форматах івентів.

*Корпоративні івенти.* До корпоративних івентів належать новорічний івент, день народження компанії, тимбілдінг тощо. Для новорічного івенту важливо створити новорічну атмосферу свята, сформувані тематичні образи ведучих, аніматорів, артистів. У день народження компанії особлива увага приділяється історії, становленню та розвитку компанії,

що виражається у відеоматеріалах та у хронологічному монтажі. Під час тімбілдіingu увага приділяється локації проведення, адже таке свято відбувається на відкритому просторі, для тімбілдіingu характерні активні ігри, спортивні змагання, квести. У загальній ситуації представниками замовника є івент та HR-менеджери, котрі мають досвід організації, планування та проведення івентів. Слід розрізняти компанії за професійною спрямованістю: IT, фінансові, торговельні, агропромислові, промислові тощо. В IT-компаніях вектор спрямовано на використання сучасних технологій івенту, діджиталізації. Фінансовим та торговельним компаніям краще запропонувати класичний, офіційний формат. Агропромислові і промислові корпорації отримують задоволення від такого формату із залученням аудиторії в конкурсну програму.

*Дитячі івенти.* Для дитячих свят надважлива драматургія, театралізація та ігрова форма проведення. Ведучі й аніматори мають бути в образах героїв мультфільмів, коміксів. Програма свята базується на пошуку головного об'єкта, в кінці добро перемагає зло, що несе повчальний і мотиваційний намір. Ведучі та аніматори повинні володіти дитячим лексиконом у спілкуванні з дітьми.

*Приватні івенти.* До приватних форматів івентів належать весілля, дні народження, ювілеї. Специфікою таких форматів є те, що замовник, як правило, не має професійного досвіду в організації івентів і повністю довіряє своє свято професійній івент-агенції. Такі формати приватні, кількість гостей переважно не перебільшує 100 осіб, часто розважальна програма складається з конкурсної програми ведучого за відсутності інших артистів.

*Випускний вечір.* Шкільні та університетські випускні вечори передусім характеризуються ретельною підготовкою оргкомітету школи чи ЗВО (батьківський комітет, учительський комітет). Більшість випускних вечорів відбувається в один день по всій країні, тому важливо заздалегідь бронювати місце проведення, ведучих, режисерів, артистів. У роботі режисера та координатора відзначаємо необхідність ведення переговорів не з одним представником замовника, а з цілим комітетом. Робота над проектом може починатися задовго до його проведення.

*Бізнес-івенти.* До бізнес-івентів належать конференції, акції, презентації. Основною метою є презентація нового продукту чи послуги, налагодження партнерських відносин. Специфіка організації таких івентів полягає в ретельній логістичній підготовці проекту (реєстрація, трансфери, харчування, розселення гостей та спікерів).

Івент-агенції національного і міжнародного масштабів працюють не лише в місці свого розташування, але і в різних містах країни. Це зумовлює специфічні особливості організації івентів, а саме координатор



і режисер формують команду підготовки проекту, у якій можуть бути технічні підрядники та артисти з різних міст. Приділяється увага трансферу, харчуванню, пересуванню, розселенню всіх учасників івент-процесу. З незнайомими підрядниками слід вести перемови на відстані. Планується попередній виїзд координаційно-режисерської групи на місце проведення майбутнього івенту, аналіз локації та її інфраструктури, знайомство з менеджментом й адміністрацією локації. Якщо немає змоги попереднього виїзду в місце проведення, режисер та координатор ретельно вивчають локацію за фотографіями. Логістична служба організатора забезпечує вчасний трансфер команди до місця проведення та назад, побутовий райдер команди. Під час планування необхідно враховувати додатковий час у зв'язку з погодними умовами, щоб не відставати від графіку монтажу та підготовки на місці.

Отже, під час роботи над кожним новим івентом необхідно знаходити та реалізовувати практично все заново. Арт-технології розвиваються, смаки людей змінюються, до того ж, як зазначають практики івент-індустрії, не існує жодного однакового завдання від замовника для проведення події.

**Висновки.** Таким чином, під поняттям івент розумітимемо професійно сплановану та організовану подію в культурно-дозвіллевій і маркетинговій сферах, призначену для певного кола людей, яка є для них значущою та унікальною. Її реалізація обмежена в часі і просторі, спрямована на вирішення конкретних цілей та завдань, що забезпечується використанням різних ресурсів. Організація ефективного івенту — це серйозна робота, яка передбачає синхронізацію значної системи, що складається з великої кількості елементів: гості, ведучі, артисти, музиканти, техніки, піротехніки, хостес, кейтерінг, водії, охорона, спонсори, органи міської влади тощо. Завжди потрібно пам'ятати, що кожен з елементів цієї системи насамперед є людиною. Тому режисерові потрібні сучасні управлінське мислення та система спеціальних знань з івент-технологій, вивчення теоретичних і практичних основ івент-індустрії, опанування навичками професійного планування, організації подій у службовому, суспільному та приватному житті, зокрема розробка концепції і програми, формування й контроль виконання бюджету, координація роботи субпідрядників, а також вивчення ефективності проведеного івент-заходу.

**Перспективи подальшого дослідження** полягають у вивченні та прогнозуванні тенденцій розвитку сценічного мистецтва, закладанні основ для подальших теоретичних досліджень у галузі сценічного мистецтва на прикладі сучасних івент-практик.

**Список посилань**

- Данилова, В. Є. (2016). Розробка режисерського задуму спеціальної події. *Культура України*, 52, 103–111.
- Назимко, А. Е. (2007). *Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей*. Москва: Вершина.
- Паклина, В. В. (2018). *Проблемы и тенденции развития рынка event-услуг*. Відновлено з [https://sibac.info/archive/economy/1\(61\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/1(61).pdf).
- Пашкевич, М. Ю. (2017). Івент-технології у сфері дозвілля. *Культурно-дозвіллева діяльність у сучасному світі*: колективна монографія. Київ: Ліра.
- Сахновский, В. Г. (2016). *Режиссура и методика ее преподавания*. Санкт-Петербург: Лань.
- Шилова, М. А. (2017). Івент-індустрія як соціально-економічний феномен. *Матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції*. Издательство Саратовский источник.
- Шумович, А. В. (2007). *Великолепные мероприятия: Технологии и практика event management*. Москва: Манн, Иванов и Фербер.
- Goldblatt, J. J. (2005). *Special events: event leadership for a new world*. Hoboken, N. J.: Wiley.

**References**

- Danilova, V. E. (2016). Development of a director's idea for a special event. *Culture of Ukraine*, 52, 103–111. [In Ukrainian].
- Nazimko, A. E. (2007). *Event Marketing: A Guide for Customers and Performers*. Moscow: Vershina. [In Russian].
- Shilova, M. A. (2017). Event industry as a social and economic phenomenon. *Materials of the IV international scientific and practical conference*. Saratovskij istochnik. [In Russian].
- Shumovich, A.V. (2007). *Great events: Technology and practice event management*. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber. [In Russian].
- Pashkevich, M. (2017). Event technologies in the field of leisure. *Cultural and leisure activities in the modern world: col. monograph*. Kyiv: Lira. [In Ukrainian].
- Paklina, V. V. (2018). *Problems and trends in the development of the event-services market*. Retrieved from [https://sibac.info/archive/economy/1\(61\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/1(61).pdf). [In Russian].
- Sakhnovsky, V. G. (2016). *Directing and teaching methods*. St. Petersburg: Lan'. [In Russian].
- Goldblatt, J. J. (2005). *Special events: event leadership for a new world*. Wiley. [In English].

Надійшла до редколегії 11.09.2020 р.