Питання культурології
2024 • 43 • 156-169
ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

DOI: 10.31866/2410-1311.43.2024.303043
УДК 793:364-3-787.26]:355.01(477)"2022/2023"

ВІЙНА В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ІВЕНТ-АГЕНЦІЙ (2022–2023 рр.)

Тарас Кузьменко[1a], Володимир Самагала[2a]

[1]Кандидат культурології, доцент,
ORCID ID: 0000-0001-7987-5659
e-mail: ktg76@ukr.net
[2]магістрант,
ORCID ID: 0009-0006-4883-5703
e-mail: samagala@ukr.net
[a]Київський університет культури,
Київ, Україна

Для цитування:
Кузьменко, Т., & Самагала, В. (2024). Війна в Україні в контексті діяльності українських івент-агенцій (2022–2023 рр.). *Питання культурології*, *43*, 156–169. https://doi.org/10.31866/2410-1311.43.2024.303043

Мета статті — схарактеризувати діяльність івент-агенцій під час збройної російської агресії, розкрити їхню переорієнтацію з культурно-мистецьких заходів на соціально-культурні та громадські проєкти. Проаналізувати вплив подієвих заходів на підтримку інформаційного та культурного простору України та її популяризацію у світі. *Результати дослідження*. У статті досліджено діяльність та призначення івент-агенцій під час збройної російської агресії та в умовах воєнного стану, класифікувавши їх за такими напрямами, як: докорінне перепрофілювання роботи івент-агенцій або їх припинення, переорієнтація діяльності завдяки новим форматам роботи у зв'язку з війною, перетворення на івент-агенції закладів культури. Розкрито основні напрями діяльності івент-агенцій та їхній вплив на популяризацію української культури і мистецтва. Проаналізовано соціальні і культурні проєкти в контексті волонтерської допомоги. *Наукова новизна* роботи полягає в комплексному аналізі діяльності івент-індустрії в сучасних умовах війни. Виокремлено та систематизовано переорієнтацію івент-агенцій на соціальні та волонтерські проєкти, окреслено специфічні умови, які впливають на їхню діяльність. *Висновки*. З огляду на повномасштабне вторгнення та воєнний стан з'ясовано роль івент-агенцій у переорієнтації на соціально-політичні громадські проєкти, зокрема в питаннях підтримки війська, патріотичного виховання, громадського єднання та соціальної активності. Підкреслено активізацію на освітні, соціальні та благодійні івенти, що впливає на розвиток національної культури. Розкрито активну участь івент-агенцій у волонтерських і доброчинних акціях. Це дає змогу

© Кузьменко Т., 2024
© Самагала В., 2024
Стаття надійшла до редакції: 19.01.2024

ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

стверджувати, що івенти є важливими регуляторами соціального та політичного життя під час війни.

Ключові слова: івент-агенція; івент-індустрія; соціальні івенти; культурні практики; культурно-мистецькі події; війна; збройна російська агресія; інформаційна війна; волонтерство

Вступ

Насамперед слід зазначити, що наразі зросла соціальна та громадська діяльність івент-агенцій, яка реалізується через активну підтримку українського війська, патріотичного виховання, громадського єднання та соціальної активності. Участь івент-агенцій у волонтерських і доброчинних акціях дає змогу стверджувати, що івенти є важливими регуляторами соціального та політичного життя під час війни, а також впливають на популяризацію української культури і мистецтва. Прикметно, що інноваційні формати івентів під час збройної російської агресії привертають увагу практиків і дослідників не лише України, але й усього цивілізованого світу. Адже до завершення війни розважальні, рекреаційні, фестивальні івенти припинено або скасовано. Натомість переважають мотиваційні, соціальні, благодійні й освітні івенти, корпоративні та сімейні заходи. Важливо зрозуміти основні стратегії розвитку та функціонування івент-агенцій в Україні під час російської агресії, а також схарактеризувати головні тенденції розвитку івент-агенцій у повоєнній Україні, де головним мотивом постає популяризація української культури у світі.

Аналіз попередніх досліджень

Проводячи огляд публікацій, які стосуються окресленої теми, спираємося на праці вітчизняних науковців і дослідників. Зокрема, в колективній монографії «Українське суспільство в умовах війни» (Головаха & Макеєв, 2022) представлено результати наукових спостережень за змінами в українському суспільстві та його підсистемах унаслідок збройної агресії, розглянуто глобальні та локальні аспекти війни та їхній вплив на соціокультурні процеси в Україні. У монографії В. Судакової (2022) «Культурні практики в повсякденних та публічних комунікаціях: тенденції соціального відтворення та модернізації» проаналізовано актуальні проблеми модернізації системи культурних практик у соціокультурному середовищі українського суспільства модерну та постмодерну. Статтю К. Бех (2022) «Весілля в умовах війни як складова сучасної етнокультури» присвячено особливостям одруження українців в умовах російсько-української війни та тенденціям популяризації етнокультури українців, зокрема її весільної складової, в інформаційному культурному просторі. Головним мотивом дослідження В. Куракіної (2022) «Чи варто проводити корпоративні івенти під час війни? Приводи, формати та результат — кейс українського бізнесу» є орієнтація українських івентів на громадські та соціальні проєкти, діяльність яких спрямована, зокрема, на збір коштів для Збройних Сил України. У дослідженнях І. Петрової (2023) «Культурні практики під час війни» та Т. Шевченко (2022) «Проблеми культурно-дозвіллєвої практики в умовах війни» здійснено аналіз

Питання культурології
2024 • 43 • 156-169
ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

культурно-дозвіллєвого середовища в Україні під час повномасштабного вторгнення.

- **Мета статті**

Мета статті — проаналізувати діяльність івент-агенцій в умовах війни; розкрити переорієнтацію івент-агенцій на соціально-культурні проєкти, спрямовані на допомогу українському війську та громадським організаціям, поширення в українському суспільстві національних ідей і культурних цінностей.

- **Результати дослідження**

Вторгнення російської федерації в Україну 24 лютого 2022 р. кардинально змінило соціальний, культурний і політичний формат не лише нашої країни, але й усієї світової спільноти. Необхідність України позиціювати себе на міжнародній арені засобами культури стала основним завданням культурного фронту. Це актуалізує питання нового виміру культурної діяльності та культурних практик, пошуку нових форматів подієвої культури, що сприятиме формуванню системи ціннісних орієнтирів, які спрямовані на відродження української історії, культури, національної самосвідомості.

З початком повномасштабного вторгнення суттєвих змін зазнала івент-індустрія. Навіть у великих містах України припинила свою діяльність велика кількість івент-агенцій, клубних і концертних закладів, розважальних центрів (лише у Києві припинили свою діяльність «Monterey», «Bingo», «Crest», у Харкові — виставковий комплекс «Метеор» та ін.). На межі закриття опинилися харківський «Живот», київський «Closer», дніпровський «Модуль», а їхні засновники збирали кошти на оплату оренди, комунальних послуг тощо у соціальних мережах. За оцінками деяких фахівців галузі, за період війни українська івент-індустрія втратила майже 80 % своїх можливостей (кадрових, інституційних, фінансових) (Kyiv Music Days, 2022; Міроненко, 2022с).

Повномасштабний наступ росіян докорінно змінив соціальне призначення івент-агенцій в Україні. Навіть «традиційні» івенти було переглянуто та скасовано або адаптовано під реальні умови сьогодення. «Міжнародний фестиваль “Книжковий Арсенал” мав відбутися в столиці 25–29 травня, але його скасували. Наразі робота команди зосереджена на інформуванні світової книжкової спільноти про російсько-українську війну, просування бойкоту російського культурного продукту й бізнесу, а також пошук можливостей допомоги постраждалим у війні, зокрема дітям-переселенцям, видавцям, перекладачам», — наголошує К. Толокольнікова (2022). Так виникли проєкти «Антитвір», «Література на експорт» та ін. Міжнародний івент «Фронтера», що мав відбутися у Луцьку, організаційний комітет також поставив «на паузу». Директор фестивалю Е. Яцута зазначає: «“Фронтера” — на паузі, поки ми всі волонтеримо і щодня допомагаємо ЗСУ. Ми сподіваємося, що в момент, коли з’явиться сильний запит нашої аудиторії та митців на літературне/мистецьке дійство, “Фронтера” стане одним з таких» (Толокольнікова, 2022).

Культурно-мистецькі події під час війни в Україні набули особливої значущості, а їхнє функціональне призначення трансформувалося відповідно до

Issues in Cultural Studies
2024 • 43 • 156-169
ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

вимог часу. Президент «ГалЕкспо» А. Стегура наголошує, що діяльність івент-індустрії поставлена на паузу. Натомість відкрито гуманітарний штаб, облаштовано простори для переселенців, налагоджено волонтерську діяльність (Lviv Convention Bureau, 2022a).

Поступово відбувається перепрофілювання івентів на волонтерську та соціальну допомогу. Як-от український проєкт «ТриЗуб», що з початку війни трансформувався в соціально-культурний івент: одним із перших проєктів на Сході України було запущено радіостанцію «Тризуб-FM», розпочав роботу духовний центр, у якому, з одного боку, проводяться церковні заходи (богослужіння, вінчання, міжконфесійні зустрічі), з іншого — організовуються виставки, лекції, відкрито бібліотеку. За неповний рік в осередку побувало понад 40 тис. осіб. У довоєнні роки на Донеччині було запроваджено Нью-Йоркський літературний фестиваль, який було трансформовано з початком війни в акцію «Їб*ште їх поетично», метою якої став збір коштів для ЗСУ. В івенті взяли участь українські письменники та поети Г. Крук, С. Жадан, Л. Якимчук, О. Каданов, О. Сливинський, М. Савка (Толокольнікова, 2022).

На питання про доцільність проведення подібних івентів під час війни М. Угрин, ініціатор проєкту «ТриЗуб», зазначає: «Хай це буде в менших масштабах, хай це буде в сховищах, хай це буде онлайн… По-перше, це — обмін інформацією, по-друге, це — спосіб зібрати кошти для ЗСУ. Я за те, щоб і надалі ініціювати проведення різноманітних івентів. Просто формат їх має бути відповідний» (Lviv Convention Bureau, 2022c).

У зв'язку з війною одним із головних напрямів діяльності івент-агенцій завдяки новим форматам роботи стала переорієнтація на соціально-культурні та громадські призначення подій. Наприклад, відома івент-агенція «Lionkom» під час війни до своїх традиційних форматів роботи додала проєкт «Starkit» (спрямований на перероблення Старлінків та їхнє використання під час руху) та «Power of People» (для військових медиків та волонтерів); створила благодійний фонд, що організовує процеси відновлення (емоційні, фізичні, психологічні) нашим військовим; є співучасником проєктної ініціативи «Спільнота практиків: посилення волонтерських ініціатив та ОГС», що об'єднав волонтерів і волонтерські організації; спільно із «Repower» та «Concert.ua» стала співучасником благодійного концерту.

Засновниця івент-агенції «ARENA CS» Я. Матвійчук за підтримки своєї команди створила благодійний фонд «Women's Aid International» (https://www.womensaid.net/), що дозволило в межах Стипендіальної програми для лідерів громадянського суспільства країн Східного партнерства запровадити декілька івент-проєктів на підтримку ЗСУ.

Фронтмен «Pianoбой» Д. Шуров, згадуючи перші дні війни, зазначає: «Займався волонтерством за запитом декількох батальйонів та бригад. Потім отримав пропозицію поїхати на концерти для військових і зрозумів: це необхідно і мені самому, аби повернутись до музики, якщо до військового приїздять артисти, там не така висока небезпека. І цю ніч його мати може спати трохи спокійніше. Самі ж бійці після таких концертів розуміють: про них пам'ятають. Їм дуже важливо відчувати себе потрібними» (Мироненко, 2022b).

Питання культурології
2024 • 43 • 156-169
ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

У цьому контексті варто зауважити, що різні івент-агенції, які до війни конкурували між собою, об'єднали свої зусилля заради єдиної мети — Перемоги України, унаслідок чого було проведено івенти, про які у довоєнний період можна було лише мріяти. Наприклад, восени 2022 р. спільно з івент-менеджерами, їхніми підрядниками, постійними клієнтами, концертними організаціями було проведено захід «Концерт. До і після Перемоги», на якому обговорювалися різноманітні питання: від «білих» списків для організації гастрольної діяльності за кордоном під час воєнних дій до нових форматів івентів. Як зазначила ініціаторка заходу, засновниця «Kyiv Music Days» (2022) Є. Стрижевська, «нашою метою є єднання та орієнтація на конструктив».

Так, засновник івент-агенції «S*Event» підсумовує: «коли почалася друга фаза чи, як її називають, повномасштабне вторгнення, ми для себе прийняли рішення, що будемо займатися тим, чим ми вміємо займатися найкраще. А значить — робити концертні івенти, і ми поїхали до хлопців в різні військові частини» (Kyiv Music Days, 2022). Сьогодні івент-агенція «S*Event» працює від Закарпаття до лінії фронту на Сході. Наприкінці 2022 р. було організовано понад 200 концертів, що проводилися у бліндажах, укриттях, на лісових галявинах. Про функції івентів, що проводяться для військових на фронті, С. Неклєва зазначає: «Коли ти бачиш, як військові приходять на концерт з одним настроєм, а виходять з іншим, мені здається — це те, що найкраще робить наша індустрія та шоу-бізнес. І це справді працює» (Kyiv Music Days, 2022).

Доволі ефективно ці функції реалізуються через івенти в метрополітені (пресконференції Президента України та урядовців, паблік-ток засновника «Virgin Galactic» Р. Бренсона з українськими підприємцями, концерти відомих українських співаків (Kazka, Go_A, «Без Обмежень», Злата Огнєвіч, «Бумбокс», Джамала) та розважальні шоу). Метрополітен (Київ, Дніпро, Харків) як концертна локація під час війни виконує дві надважливі функції — укриття (щодня у київському метрополітені переховується до 20000 осіб) та підняття морального духу слухачів.

Благодійний концерт групи «Океан Ельзи» у квітні 2022 р. зібрав понад 8 млн гривень для дітей-переселенців; у травні відбувся концерт групи U2 разом з музичним гуртом «Антитіла» та Ніно Катамадзе (Мірошенко, 2022с). Під час перебування людей у метрополітені як бомбосховищі у перші місяці війни «аніматори займались з дітьми, щоб послабити стрес, виступав оркестр Нацгвардії, проводили тренінги психологи. Це давало пасажирам оптимізм та сили» (Мірошенко, 2022с).

Концерт Д. Монатіка, організований у червні 2022 р. (київська станція «Майдан Незалежності»), привернув увагу тисяч слухачів. Серед них — військові, волонтери, медики, викладачі; «усі ті, кому була необхідна музична терапія» (Shevelova, 2022). Основу аудиторії формують координатори ЗСУ, МВС та ТрО, також організатори співпрацюють із волонтерськими командами, госпіталями та «Укрзалізницею» (Мірошенко, 2022а). Концерти в метро проводили Стінг, «Imagine Dragons», «Coldplay» та інші артисти. На думку Т. Мірошенко (2022с), «концерти в метро організаційно відрізняються від інших, адже транслюються у національному телемарафоні. Для цих виступів команда будує повноцінну

Issues in Cultural Studies
2024 • 43 • 156-169
ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

сцену, налагоджує світло та звук. З'являється відчуття, що нині метрополітен — найбільш затребуваний концертний майданчик країни»

За декілька місяців від початку війни на івент-ринку спостерігається певне пожвавлення, яке супроводжується хай і незначним, але зростанням, попитом на освітні, соціальні, благодійні заходи. Серед останніх першість тримають івенти, присвячені Збройним Силам України, Державній службі з надзвичайних ситуацій, лікарям, енергетикам; міжнародні благодійні проєкти та концерти, що підтримують «український» інформаційний простір, а також сімейні івенти. Івент-агенції також почали займатися не характерною для них діяльністю, а саме вони почали опікуватися евакуацією людей із небезпечних територій, придбанням ліків, військового обладнання, одягу для Збройних Сил України, територіальної оборони, займатися перевезенням гуманітарної допомоги та ін. Наприклад, клуб «Otel`» перетворився на склад для забезпечення діяльності волонтерів та ТрО; «More Music Club» використовується як укриття та прихисток для біженців; креативний хаб «ЄрміловЦентр» перетворюється на бомбосховище (Міроненко, 2022a).

Яскравим прикладом активної громадської позиції є компанія «SoftServe Underground», а її діяльність являє собою синтез «технічного контенту та досвіду волонтерства й благодійності»: благодійна краудсорсингова платформа «Open Tech» для соціальних проєктів, сайт для БФ «Повернись живим», платформа для пошуку допомоги «Palyanytsya.info», застосунок для розвитку дошкільнят «НУМО», «Drive for Life» (Матвійчук, 2022). Наскільки цей напрям є важливим, підтверджують результати проробленої роботи: за два місяці проведено вісім івентів у різних містах України, що охопили 500 осіб в офлайн-режимі та майже 100 000 у соціальних мережах (Матвійчук, 2022). Завданням цих івентів було єднання представників IT-спільноти, підтримка «brand awareness» компанії «SoftServe»; популяризація технологічних інновацій, якими варто користуватися під час війни (результат — 30 машин швидкої допомоги для фронту, майже 400 тонн гуманітарної допомоги, створення благодійних краудфандингових платформ та ін. (Матвійчук, 2022).

Подібна волонтерська діяльність має на меті не лише досягнення конкретних цілей (єднання однодумців, допомога ЗСУ, інформаційний імідж держави), але й емоційно-енергетичну атрактивність, постійну комунікацію, що продукує наратив емоційної та соціальної єдності. Зі сказаного вище ми маємо зазначити, що відбувається перепрофілювання значної частки діяльності івент-агенцій на волонтерські та соціально-благодійні проєкти. Івентори зрозуміли, що їхні менеджерські й творчі здібності, здатність до неперервної активності, вміння працювати у стресових та ресурсно складних умовах необхідні на іншій ділянці соціокультурного фронту. Х. Бойко, директорка Фундації ЗМІН, зауважує: «практики, дієвці культурної сфери були першими, хто терміново зреагував на виклики, з нашого досвіду, і тими, до кого ми насамперед зверталися про взаємодію для підсилення. … Саме це дало ґрунт пізніше приймати сталіші та системніші рішення» (Shevelova, 2022).

У харківському івент-агентстві «Showtime», київських агентствах «S*EVENT» та «MOZHEM EVENT», дніпровському івент-агентстві «Starevents Group» також з перших днів російського вторгнення акцентували на волонтерській та благо-

ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

дійницькій діяльності: «возили продукти та медицину спершу Харковом, потім їздили на деокуповані території, а нещодавно були в Херсоні» (Нестеренко, 2022), повністю відмовившись від розважальних заходів. «Стримані» івенти проводяться виключно для дітей. Проте івентори переконані, що після завершення війни повернуться до організації святкових заходів (Нестеренко, 2022).

Окремо необхідно відзначити івенти, спрямовані на підтримку інформаційного простору на користь Україні у світі (Петрова, 2022). Так, Всеукраїнська Асоціація Музичних Подій (UAME) у кооперації з «Night Ambassadors» реалізувала «Music Ambassadors Tour», у межах якого в грудні 2022 р. в Україні відбулася низка заходів для івенторів нічних подій (з країн Європи, Канади, Грузії). «Нічні мери» акцентують на тому, що з кожним днем світ все більше втомлюється від новин про війну в Україні, донатів стає менше.

Варто звернути увагу на роботу івент-агенцій в інформаційному комунікативному просторі, завдяки якому підтримується та розвивається національна єдність, бажання «всіляко очистити загальне інформаційне поле від будь-яких ворожих втручань» (Головаха & Макеєв, 2022, с. 310). Івент-агенції враховують залученість користувачів до засобів масової комунікації, серед яких превалюють соціальні мережі (ключова аудиторія складається переважно з молоді — 87 %) («Демократія, права і свободи», 2022, с. 1).

На «утримання» інформаційного простору на міжнародному рівні працює Львівське конференц-бюро, яке разом із представниками івент-індустрії Львова організувало низку численних інформаційних подій, присвячених івент-індустрії, культурі, економіці, медицині, бізнесу в умовах війни. Попри війну, у Львові за 2022 р. було організовано майже 600 конференцій (з них 133 — міжнародні, 282 — всеукраїнського рівня), 104 корпоративні події, близько сотні освітніх і навчальних івентів, декілька форумів (Lviv Convention Bureau, 2022b).

Неабияка увага приділяється культурно-просвітницьким проєктам, які дозволяють набути нових навичок. Адже в умовах війни багато івенторів та клієнтів змушені перепрофільовувати свою діяльність й адаптуватися до непередбачуваних умов. У результаті здійсненого платформою «Навзаєм», фондом «Ізоляція» та громадською організацією «Культурна Агенція» дослідження між представниками івент-індустрії, культурного та креативного секторів було виявлено провідні проблеми, з якими стикаються команди івент-агенцій під час війни. Івент-менеджерам не вистачає диджитал-навичок, знань із фандрейзингу; неперервної співпраці з міжнародними стейкхолдерами; вмінь створення кроссекторальних проєктів; переосмислення власної професійної діяльності. Тому затребуваними стали освітні івент-платформи та ініціативи, яким вдалося доволі швидко зреагували на зміни. Особливо актуальними виявилися освітні івенти, спрямовані на вміння створювати та розвивати цифрові формати. Адже багато івент-інституцій втратили свої приміщення й фізичні простори (наприклад, креативний хаб «Халабуда», івент-агенція «Платформа ТЮ», які до війни працювали в Маріуполі; «Plan B» та «Dvir» із Харкова, креативний центр «Вільний простір Друзі», що працював у Костянтинівці та багато інших).

«Традиційні» заклади культури, такі як музеї, театри, клуби, перетворюються на потужні івент-хаби. Так, основною функцією музейних установ є і залиша-

ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

ється збереження та дослідження музейних колекцій. Але під час війни музейні колекції було заховано, перенесено у безпечні місця, а музейні простори перетворилися на «простори порожніх стін». Якщо до війни робота більшості музейних установ ґрунтувалася на презентації експозицій та реалізації постійних музейних програм, то під час війни цей фокус діяльності було докорінно змінено і основу роботи музею становили саме івент-проєкти.

Як зауважила директорка Музею Ханенків Ю. Ваганова: «я ніколи не думала про це, але зрозуміла, що в кризовій ситуації — це спасіння для інституцій. Хоч це й дивно говорити, якщо йдеться про місії інституцій, про наративи й концепти, які може створювати музей як інституція. Думаючи, що ми будемо тепер робити в порожньому музеї, колеги почали говорити про те, що в музей потрібно впустити людей» (Mystetskyi Arsenal, 2023). «Досвід порожніх стін» обумовив проведення інноваційних івент-проєктів («Відкритий дворик», «Тим часом у домі Ханенків», опера Genesis від формації «Opera Aperta», інтерактивна виставка О. Калашніка «Солдатики: вторгнення», благодійні концерти та терапевтичні майстер-класи для дітей), які раніше існували в музейному просторі лише у мріях. Здатність культурних закладів «перебудуватися на інший спосіб мислення» формулює нову місію перед музейними установами під час війни: «музей не має насичувати, задовольняти нашу потребу — він має пробуджувати голод. Голод до мистецької мови, до свободи висловлення, властивої великим художникам. До різних історій, ідей, візій, про які говорить мистецтво» (Mystetskyi Arsenal, 2023).

Мотиваторами для запровадження нововведень стали музеї Маріуполя та Харкова, наслідком — реалізація проєкту О. Калашніка «Солдатики» (відкрився за два дні до початку російського вторгнення у «ЄрміловЦентр» під назвою «Enfant terrible»). Війна трансформувала Мистецький майданчик в укриття, а артоб'єкти харківського художника перетворила на обереги. Проєкт набув додаткових значень: виставка стала водночас проєктом-передчуттям і візуалізацією страшного сьогодення (Інститут стратегії культури, б.д.).

Самодослідження та переосмислення діяльності музею продовжилося у презентації оперного доробку. Восени 2022 р. у музеї представляла свої інноваційні напрацювання лабораторія сучасної опери «Opera Aperta» (Р. Григорів та І. Разумейко), яка «захопила» більше ніж десять спорожнілих залів музею. Дослідження «себе» в музейному спорожнілому просторі з використанням звуку та голосу, відсутності сцени та чіткого рольового поділу на музикантів, режисера та слухачів спонукало до змін правил гри, побудови відвідувачами власної драматургії.

Ю. Ваганова зауважує, що «це ж була не просто опера — вона повністю перевернула позиції музиканта і глядача: глядач міг ходити залами й вільно пересуватися, а музиканти знаходилися в певних місцях. Завдяки цьому глядач міг сам створювати своє лібрето» (Mystetskyi Arsenal, 2023).

Заклади культури Маріуполя, що були релоковані в інші міста нашої держави, акцентували на театралізованих документальних проєктах про війну, культурно-мистецьких програмах, що активно гастролюють, намагаючись підтримати одне одного. Як зазначає керівниця Департаменту культури та громадського

Питання культурології
2024 • 43 • 156-169
ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

розвитку Маріупольської міської ради Д. Трима, «ми дуже добре розуміємо, що ми не повернемося вже в ті будинки, які є, бо вони фізично знищені, ми не повернемося тим складом людей, який був, бо це буде майже повністю оновлений кадровий склад. Але для нас зараз головне — зберегти ту філософію, з якою ми виїхали» (Lviv Convention Bureau, 2022b). Львівські та херсонські діячі культури організували у Львові проєкти «Херсонщина — це Україна», «Книжкова толока», запровадили новорічні читання «Книжковий Миколай», продовжили проведення Південного фестивалю книги (він був заснований ще у 2016 р., проте через окупацію опинився в умовах зриву).

В період повномасштабної війни саме Львів перетворився на культурно-гуманітарний хаб, основним форматом якого стали проєкти-резиденції. Зокрема, у «Jam Factory Art Center» запроваджено у 2022 р. програми «Митці у війні», «Magic Carpets» «Навігація», спрямовані на підтримку та інтеграцію релокованих інституцій та представників галузі культури. Підбиваючи підсумки, команда Львівського конференц-бюро зауважує: «Кожен з наших проєктів — це насамперед про солідарність, підтримку митців і мистецтва в цілому, це насамперед про підсилення один одного. Для нас важливо продовжувати розвивати культуру, але одночасно й активно підтримувати складні та критично важливі потреби у суспільстві» (Lviv Convention Bureau, 2022b).

Зосередили увагу на івентах і дослідницькі інституції, хоча ця функція роботи була до війни для них непритаманною. Так, Інститут стратегії культури, звітуючи за діяльність 2022 р., наголошує, що його працівники здійснили серію інтерв'ю та зустрічей «Культура в часі війни» про івент-агенції й культурні інституції; «Друга спроба» — про нереалізовані та майбутні плани івент-індустрії; резиденції «Можливості для тих, хто за кордоном» та «Можливості для тих, хто залишається»; провели лекції і концерти; організували триєнале сучасного українського мистецтва «Український Зріз» та відкрили культурний простір «Закапелок Маркіяна Іващишина» (Львів). На культурному дипломатичному фронті — міжнародні артрезиденції «Modernism for the Future 360/365», «Відбудова», «ШтабКультура». Лише у межах останньої у другій половині 2022 р. було проведено круглий стіл «Місто і театр», дискусія «Мистецтво у війні», едиції «Місто і музика», «Місто і музика. Частина II», «Релокація культури: виклики та потреби»; започатковано освітню платформу «Майстерня практиків культури», освітні проєкти «Розмовляємо із задоволенням», «Історія людства — це історія культури» (Lviv Convention Bureau, 2022b).

Для осіб з ВПО-культурою було проведено поетично-музичний вечір «Незламні», «Театр іде до тебе!», «Кіно іде до тебе!», театрально-музичні події та екскурсії, книжковий проєкт «Book'и в руки», «Ukrajinské knihy do Čech!», XXII фестиваль сучасної імпровізаційної музики «Jazz Bez». Серед планів на 2023 р. — III-й Конгрес культури, «Український Зріз» у Польщі, робота над створенням Резиденційного центру.

Українські івент-агенції переживають важкі часи, що обумовлено війною та пандемією, яка їй передувала. Під час коронавірусу значна частка івент-агенцій повністю припинила свою діяльність («Monterey», «Bingo», «Crest», «Метеор», «Модуль», інші), не здолавши фінансових викликів, податкового навантаження

ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

та ресурсних обмежень. Проте ті івент-агенції, які подолали дворічне затишшя, збагатили вітчизняну івент-індустрію новими форматами, передусім — гібридними (фіджитал) івентами. На посткарантинних зустрічах фахівців івент-індустрії обговорюються плани на майбутнє, аналізуються нові технології, вивчається потенціал «пасивного» глядача. Так, Є. Головаха та С. Макеєв (2022) зауважують, що «неможливо було не помітити, що після карантину ринок не просто відновлюється, а і стрімко росте та розвивається. У нас були великі плани на 2022 і 2023 роки». Проте усі мрії та заплановані проєкти руйнує війна.

Висновки

Внаслідок російського вторгнення кардинально змінилася аудиторія івент-агенцій. Якщо до війни івент-агенції орієнтувалися переважно на культурний сектор у його різноманітті, то внаслідок динамічної вимушеної внутрішньої й зовнішньої міграції значна кількість осіб опинилася у чужому й невідомому для себе життєвому просторі. У своїй діяльності агенції стикаються з такими численними проблемами, як недолік відповідних безпекових локацій з відповідними умовами для проведення заходів; суттєве зменшенням ділової активності в івент-індустрії, що водночас змінює структуру та види цих подій. Яскравий приклад — формат денної вечірки або церемонія «Unicef Youth Awards», що відбулася в київському метрополітені.

Однією з провідних проблем, з якою стикнулися івент-агенції від початку війни, є неможливість інституції приймати відвідувачів через бойові дії, сигнали тривоги, відсутність безпеки відвідувачів чи належної локації. До головних напрямів діяльності івент-агенцій також належать: залучення нових партнерів і налагодження співпраці з ними, підтримка неперервної комунікації із напрацьованою базою стейкхолдерів; ґрунтовні аналіз та дослідження фінансових спроможностей і моделей, які відкривають нові шляхи для грантів, спонсорської допомоги тощо; конвертація набутого за період війни досвіду в івенти та проєкти з новими змістовими акцентами та ідеологічним підґрунтям.

Список посилань

Бех, К. (2022). Весілля в умовах війни як складова сучасної етнокультури українців. *Українознавство*, *4*(85), 210–219. https://doi.org/10.30840/2413-7065.4(85).2022.270124

Головаха, Є., & Макеєв, С. (Ред.). (2022). *Українське суспільство в умовах війни. 2022*. Інститут соціології НАН України. https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf

Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни, 2022. http://surl.li/plqyi

Інститут стратегії культури. (б.д.). *Культура релокована. Спостереження*. Взято 20 січня 2024 з https://isc.lviv.ua/kultura-relokovana/

Куракіна, О. (2022, 28 листопада). *Чи варто проводити корпоративні івенти під час війни? Приводи, формати та результати – кейс українського бізнесу*. Vector. https://vctr.media/ua/chy-varto-provodyty-korporatyvni-iventy-pid-chas-vijny-pryvody-formaty-ta-rezultaty-kejs-ukrayinskogo-biznesu-161483/

ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

Матвійчук, Я. (2022, 23 листопада). *Ринок організації подій: нова стратегія виживання і плани на майбутнє*. ARENA CS. https://arenacs.ua/ua/insajty/rynok-organizatsiyi-podij-nova-strategiya-vyzhyvannya-i-plany-na-majbutnye/

Міроненко, Т. (2022a, 08 вересня). Київське метро стало головним концертним майданчиком країни. Як «підземні» виступи Боно, Бренсона і Монатіка допомагають перемагати у креативній війні. *Forbes*. https://forbes.ua/lifestyle/kiivske-metro-stalo-golovnim-kontsertnim-maydanchikom-kraini-yak-pidzemni-vistupi-bono-brensona-i-monatika-dopomagayut-peremagati-u-kreativniy-viyni-08092022-8177

Міроненко, Т. (2022b, 16 травня). Шоу-бізнес на війні. Гумористи, артисти та івент-менеджери влаштовують концерти для військових. Як жарти і музика допомагають на фронті. *Forbes*. https://forbes.ua/inside/shou-biznes-na-viyni-gumoristi-artisti-ta-ivent-menedzheri-vlashtovuyut-kontserti-dlya-viyskovikh-yak-zharti-i-muzika-dopomagayut-na-fronti-16052022-5994

Міроненко, Т. (2022c, 8 травня). U2 виступили в київському метро разом з українським гуртом «Антитіла». Як це відбулося. *Forbes*. https://forbes.ua/news/u2-vistupili-v-kiivskomu-metro-razom-z-ukrainskim-gurtom-antitila-yak-tse-vidbulos-08052022-5884

Нестеренко, Г. (2022, 23 грудня). *Корпоративи під час війни: замість свята – гроші на ЗСУ, а з подарунків – ліхтарі*. Коротко про. https://kp.ua/ua/life/a661501-korporativi-pid-chas-vijni-zamist-svjata-hroshi-na-zsu-a-z-podarunkiv-likhtari

Петрова, І. В. (2022, 13 жовтня). Культурні практики під час війни. В *Освітні виклики соціокультурної сфери. Імплементація європейських цінностей в аудіовізуальній культурі в умовах воєнного часу* [Матеріали конференції] (Ч. 2, с. 108–111). Видавничий центр КНУКіМ.

Судакова, В. (2022). *Культурні практики в повсякденних та публічних комунікаціях: тенденції соціального відтворення та модернізації* [Монографія]. Інститут культурології Національної академії мистецтв України.

Толокольнікова, К. (2022, 23 червня). *Війна і фестивалі. Які події відбудуться попри воєнний стан*. Суспільне Культура. https://suspilne.media/culture/251998-vijna-i-festivali-aki-podii-vidbudutsa-popri-voennij-stan/

Шевченко, Т. (2022). Проблеми культурно-дозвіллєвої практики в умовах війни. *Молодий вчений*, *7*(107), 54–57. https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-7-107-11

Kyiv Music Days. (2022, 8 вересня). *Концерти. До і після перемоги. Трансляція робочої зустрічі* [Відео]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=rhLq8qEEpbE

Lviv Convention Bureau (2022a, 24 червня). *Андрій Стегура (Industry talks during the war)* [Відео]. YouTube. http://surl.li/plras https://www.youtube.com/watch?v=RdYyEAleijQ

Lviv Convention Bureau. (2022b, 29 грудня). *2022: підсумки конференц-індустрії Львова під час війни.* https://www.lvivconvention.com.ua/2022-pidsumky-konferents-industrii-lvova-pid-chas-viyny/

Lviv Convention Bureau. (2022c, 15 липня). *Мирон Угрин (Industry talks during the war)* [Відео]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=TiGVWGPERaY

Mystetskyi Arsenal. (2023, 8 лютого). *Музей Ханенків – дім під час війни. Юлія Ваганова* [Відео]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=GHyMrZR75KY&list=PLtj25ZLjRgOs4f9OZm8NbNoKcRrpiFU1F&index=2

ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

Shevelova, N. (2022, 5 жовтня). *Майбутнє ІТ-івентів. Переходимо з онлайну в укриття?* DOU.ua. https://dou.ua/forums/topic/40289/

References

Bekh, K. (2022). Vesillia v umovakh viiny yak skladova suchasnoi etnokultury ukraintsiv [Wedding in the Conditions of War as a Component of Modern Ethnoculture of Ukrainians]. *Ukrainian Studies*, *4*(85), 210–219. https://doi.org/10.30840/2413-7065.4(85).2022.270124 [in Ukrainian].

Cultural Strategy Institute. (n.d.). *Kultura relokovana. Sposterezhennia* [Culture is relocated. Observation]. Retrieved January 20, 2024, from https://isc.lviv.ua/kultura-relokovana/ [in Ukrainian].

Demokratiia, prava i svobody hromadian ta mediaspozhyvannia v umovakh viiny [Democracy, rights and freedoms of citizens and media consumption in conditions of war], 2022. http://surl.li/plqyi [in Ukrainian].

Golovakha, Ye., & Makeiev, S. (Eds.). (2022). *Ukrainske suspilstvo v umovakh viiny. 2022* [Ukrainian society in wartime. 2022]. Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine. https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf [in Ukrainian].

Kurakina, O. (2022, November 28). *Chy varto provodyty korporatyvni iventy pid chas viiny? Pryvody, formaty ta rezultaty - keis ukrainskoho biznesu* [Is it worth holding corporate events during the war? Reasons, formats and results - the case of Ukrainian business]. Vector. https://vctr.media/ua/chy-varto-provodyty-korporatyvni-iventy-pid-chas-vijny-pryvody-formaty-ta-rezultaty-kejs-ukrayinskogo-biznesu-161483/ [in Ukrainian].

Kyiv Music Days. (2022, September 8). *Kontserty. Do i pislia peremohy. Transliatsiia robochoi zustrichi* [Concerts. Before and after the victory. Broadcast of the working meeting] [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=rhLq8qEEpbE [in Ukrainian].

Lviv Convention Bureau (2022a, June 24). *Andrii Stehura (Industry talks during the war)* [Andrij Stegura (Industry talks during the war)] [Video]. YouTube. http://surl.li/plras https://www.youtube.com/watch?v=RdYyEAleijQ [in Ukrainian].

Lviv Convention Bureau. (2022b, December 29). *2022: pidsumky konferents-industrii Lvova pid chas viiny* [2022: results of Lviv's conference industry during the war]. https://www.lvivconvention.com.ua/2022-pidsumky-konferents-industrii-lvova-pid-chas-viyny/ [in Ukrainian].

Lviv Convention Bureau. (2022c, July 15). *Myron Uhryn (Industry talks during the war)* [Myron Ugrin (Industry talks during the war)] [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=TiGVWGPERaY [in Ukrainian].

Matviichuk, Ya. (2022, November 23). *Rynok orhanizatsii podii: nova stratehiia vyzhyvannia i plany na maibutnie* [Event management market: new survival strategy and future plans]. ARENA CS. https://arenacs.ua/ua/insajty/rynok-organizatsiyi-podij-nova-strategiya-vyzhyvannya-i-plany-na-majbutnye/ [in Ukrainian].

Mironenko, T. (2022a, September 8). Kyivske metro stalo holovnym kontsertnym maidanchykom krainy. Yak "pidzemni" vystupy Bono, Brensona i Monatika dopomahaiut peremahaty u kreatyvnii viini [The Kyiv metro has become the country's main concert venue. How the "underground" performances of Bono, Branson and Monatik help win the creative war]. *Forbes*. https://forbes.ua/lifestyle/kiivske-metro-stalo-golovnim-

ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

kontsertnim-maydanchikom-kraini-yak-pidzemni-vistupi-bono-brensona-i-monatika-dopomagayut-peremagati-u-kreativniy-viyni-08092022-8177 [in Ukrainian].

Mironenko, T. (2022b, May 16). Shou-biznes na viini. Humorysty, artysty ta ivent-menedzhery vlashtovuiut kontserty dlia viiskovykh. Yak zharty i muzyka dopomahaiut na fronti [Show business at war. Comedians, artists and event managers organize concerts for the military. How jokes and music help at the front]. *Forbes*. https://forbes.ua/inside/shou-biznes-na-viyni-gumoristi-artisti-ta-ivent-menedzheri-vlashtovuyut-kontserti-dlya-viyskovikh-yak-zharti-i-muzika-dopomagayut-na-fronti-16052022-5994 [in Ukrainian].

Mironenko, T. (2022c, May 8). U2 vystupyly v kyivskomu metro razom z ukrainskym hurtom "Antytila". Yak tse vidbulosia [U2 performed in the Kyiv metro together with the Ukrainian band Antitila. How it happened]. *Forbes*. https://forbes.ua/news/u2-vistupili-v-kiivskomu-metro-razom-z-ukrainskim-gurtom-antitila-yak-tse-vidbulos-08052022-5884 [in Ukrainian].

Mystetskyi Arsenal. (2023, February 8). *Muzei Khanenkiv - dim pid chas viiny. Yuliia Vahanova* [The Khanenki Museum is a home during the war. Yulia Vaganova] [Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=GHyMrZR75KY&list=PLtj25ZLjRgOs4f9OZm8NbNoKcRrpiFU1F&index=2 [in Ukrainian].

Nesterenko, H. (2022, December 23). *Korporatyvy pid chas viiny: zamist sviata - hroshi na ZSU, a z podarunkiv - likhtari* [Corporates during the war: instead of a holiday - money for the Armed Forces, and gifts - lanterns]. Korotko pro. https://kp.ua/ua/life/a661501-korporativi-pid-chas-vijni-zamist-svjata-hroshi-na-zsu-a-z-podarunkiv-likhtari [in Ukrainian].

Petrova, I. V. (2022, October 13). Kulturni praktyky pid chas viiny [Cultural practices during the war]. In *Osvitni vyklyky sotsiokulturnoi sfery. Implementatsiia yevropeiskykh tsinnostei v audiovizualnii kulturi v umovakh voiennoho chasu* [Educational challenges of the socio-cultural sphere. Implementation of European values in audiovisual culture in wartime conditions] [Conference proceedings] (Pt. 2, pp. 108–111). KNUCA Publishing Centre [in Ukrainian].

Shevchenko, T. (2022). Problemy kulturno-dozvillievoi praktyky v umovakh viiny [Problems of cultural and leisure practice in the conditions of war]. *Young Scientist*, *7*(107), 54–57. https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-7-107-11 [in Ukrainian].

Shevelova, N. (2022, October 5). *The future of IT events. Moving from online to shelter?* DOU.ua. https://dou.ua/forums/topic/40289/ [in Ukrainian].

Sudakova, V. (2022). *Kulturni praktyky v povsiakdennykh ta publichnykh komunikatsiiakh: tendentsii sotsialnoho vidtvorennia ta modernizatsii* [Cultural practices in everyday and public communications: trends of social reproduction and modernization] [Monograph]. National Academy of Arts of Ukraine [in Ukrainian].

Tolokolnikova, K. (2022, June 23). *Viina i festyvali. Yaki podii vidbudutsia popry voiennyi stan* [War and festivals. What events will take place despite the martial law]. Suspilne Kultura. https://suspilne.media/culture/251998-vijna-i-festivali-aki-podii-vidbudutsa-popri-voennij-stan/ [in Ukrainian].

ARTS AND CULTURAL, EDUCATIONAL PRACTICES
Issues in Cultural Studies
2024 • 43 • 156-169
ISSN 2410-1311 (Print)
ISSN 2616-4264 (Online)

WAR IN UKRAINE IN THE CONTEXT OF UKRAINIAN EVENT AGENCIES ACTIVITIES (2022-2023)

Taras Kusmenko[1a], Volodymyr Samagala[2a]

[1]PhD in Cultural Studies, Associate Professor,
ORCID: 0000-0001-7987-5659
e-mail: ktg76@ukr.net
[2]Master's degree student,
ORCID ID: 0009-0006-4883-5703
e-mail: samagala@ukr.net
[a]Kyiv University of Culture,
Kyiv, Ukraine

The aim of the article is to describe the event agencies' activities during the armed Russian aggression and to reveal their reorientation from cultural and artistic events to socio-cultural and public projects. To analyse the impact of events on the support of Ukraine's information and cultural space and its promotion in the world. *Research results*. The article examines the activities and purpose of event agencies during the armed Russian aggression and under martial law, classifying them in the following areas: radical re-profiling of event agencies or their termination, reorientation of activities due to new formats of work in connection with the war, and transformation of cultural institutions into event agencies. The main areas of event agencies' activity and their impact on Ukrainian culture and art promotion are revealed. Social and cultural projects are analysed in the context of volunteer assistance. *The scientific novelty* of the work lies in a comprehensive analysis of the event industry in the current conditions of war. The reorientation of event agencies to social and volunteer projects is identified and systematised, and the specific conditions that affect their activities are outlined. *Conclusions*. In view of the full-scale invasion and martial law, the role of event agencies in reorienting to socio-political public projects, in particular in supporting the army, patriotic education, social unity and social activity, is clarified. The article emphasises the increased focus on educational, social and charitable events, which influences the development of national culture. The active participation of event agencies in volunteer and charity events is revealed. This suggests that events are important regulators of social and political life during the war.

Keywords: event agency; event industry; social events; cultural practices; cultural and artistic events; war; armed Russian aggression; information warfare; volunteering

This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.