



Социологические науки

УДК 379.8

А.Е. Ковалев

Ковалев Андрей Евгеньевич, магистрант 1 курса факультета социально-культурной деятельности и туризма Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: kovalevandreii5.12@mail.ru

Научный руководитель: **Кондратьева Людмила Николаевна**, кандидат культурологии, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: milacon@mail.ru

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ И КЛАССИФИКАЦИИ ИВЕНТОВ

В статье рассмотрен ивент как медийное событие, представлена структура ивент-бизнеса, рассмотрены понятия ивент-проекта, определены параметры значимости ивент-мероприятий, приведена общая классификация ивентов. Также рассмотрены некоторые виды ивентов, определены их цели, направленность и результативность.

Ключевые слова: ивент-бизнес, ивент-проект, классификация ивентов, виды и цели ивентов.

A.E. Kovalev

Kovalev Andrey Evgenyevich, master student of 1st course of faculty of social and cultural activities and tourism of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: kovalevandreii5.12@mail.ru

Research supervisor: **Kondratyeva Lyudmila Nikolaevna**, candidate of cultural studies, associate professor of department of social and cultural activities of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: milacon@mail.ru

ON THE QUESTION OF THE ESSENCE AND CLASSIFICATION OF EVENTS

The article considers the event as a media event, presents the structure of the event business, considers the concepts of the event project, defines the parameters of the significance of event events, and provides a general classification of events. Some types of events are also considered, their goals, orientation and effectiveness are determined.

Key words: event business, event project, event classification, types and goals of events.

Ивент-бизнес, ивент-индустрия, событийная индустрия – самостоятельная сфера деятельности, комплекс услуг для организации и проведения мероприятий делового и неделового характера. Структуру ивент-бизнеса можно представить следующим образом:

- индустрия встреч;
- выставочно-ярмарочная сфера;
- деловой туризм;
- событийный туризм;
- сфера специальных мероприятий.

Ивент – это медийное событие. Ивент-проект представляет собой событие, описанное в виде замысла, представленное в виде плана, с обоснованием и экономическими расчетами и воплощенное в форму специального мероприятия, служащего целям маркетинга.

В научной практике ивент – это событие, шоу, мероприятие, организуемое для реализации социокультурных целей и решающее задачи заказчика.

Определяя значимость ивентов, необходимо выделить ряд параметров, а именно:

- направленность на положительные эмоции;
- направленность на дорогие воспоминания;
- уникальный характер;
- направленность на вовлечение в процесс, на участие;
- направленность на создание новых возможностей и выгод;
- наполненность микрособытиями, благодаря которым создается мозаичная структура ивента;
- восприятие аудиторией как «немассовое» мероприятие;
- практически безграничная тематическая широта.

В научной литературе по ивент-менеджменту существует много разных классификаций ивентов. На основе их анализа считаем целесообразным классифицировать ивенты следующим образом:

- по целям и задачам: культурные, духовные, рекламные, спортивные, деловые, учебные, развлекательные;
- по содержанию: общественные, политические, событийные (показы, выставки);
- по длительности: однодневные, многодневные;
- по периодичности: разовые, регулярные, сезонные, повседневные, периодические;
- по месту проведения: на местности, в помещении или специальном сооружении;
- по доступности: свободные и закрытые (или ограниченного доступа);
- по уровню безопасности: высшей категории, первой категории, второй категории;

- по способу возникновения: запланированные (подготовленные), стихийные;
- по значимости: международные, государственные, региональные, местные, локальные, частные;
- по типу: семейные, общенародные, профессиональные, коллективные (корпоративные), рекламные, для СМИ, благотворительные; политические, спортивные;
- по уровню бюджета: высокий, средний, малый;
- по финансовому результату: прибыльные, неприбыльные.

Также можно классифицировать ивенты и по числу участников:

- группы до 6–10 человек. Идеальны для тесного, содержательного и эффективного взаимодействия и общения. Используются для решения проблем, коучинга, семейных ивентов;
- группы 12–15 человек. «Фактор стола» – размещение участников за одним столом. Формат небольших круглых столов, конфликтных комиссий или групп, организации диалогов по узким вопросам;
- группы от 30 человек. Приемлем для формата «вечеринка». Тесное и доверительное общение затруднено, но дополнена энергетика;
- группы 100–150 человек. Еще не массовая аудитория, возможно общение, визуальный контакт. «Число Данбара» – 150 – оптимальное число социальных связей человека.

Рассмотрим подробнее некоторые виды ивентов. Определим их цели, направленность и результативность.

Целями торжественных ивентов могут быть: соединение спортивного и культурного компонентов, ориентированных на эмоциональное восприятие; превращение спортивного мероприятия в подлинное событие, вызывающее особые переживания и способствующее длительному сохранению эффекта воздействия на аудиторию.

Торжественные ивенты выполняют следующие функции: формирование определенных духовных ценностей; формирование

стабильных социальных групп; распространение информации; воспитание; идеологические (например, объединение социума) и т.д.

Целями корпоративных ивентов являются: сплочение коллектива, формирование командного духа, обучение, повышение работоспособности коллектива, отдых, разрешение конфликтов, мотивация персонала, повышение лояльности к руководству, улучшение психологического климата и др.

Корпоративные ивенты могут быть: деловыми, развлекательными, учебными, спортивными, семейно-корпоративными, благодарственными, конкурсными, а также в форме банкетов, презентаций, выездных мероприятий, семинаров, тренингов, вручения премий, наград и пр.

Ивенты для детей ставят развлекательные, рекреационные, обучающие, воспитательные, адаптационные, коммуникационные, досуговые, патриотические, трудовые, гедонистические, духовно-нравственные и иные цели. Детские ивенты могут проводиться в различных форматах: конкурсы, встречи, беседы, тренинги, познавательные программы, творческие часы, фестивали, эстафеты, кинофорумы, игры, дегустации, мастер-классы, коворкинги, турниры, спортивные, концертные, состязательные, туристические, экскурсионные, театральные, ярмарки, выставки, оздоровительные, торжественные мероприятия, презентации, праздничные и пр.

Ивенты для прессы призваны обеспечить присутствие в информационном пространстве, привлечь дополнительное внимание прессы и широкой аудитории к организации, ее деятельности и продукту, решение задач политической и социальной направленности и пр.

Форматы такого рода мероприятий могут быть различными: пресс-конференция, пресс-ланч, завтрак, брифинг, круглый стол, пресс-кафе, пресс-тур, специальные проекты.

Цель благотворительных ивентов – организация помощи нуждающимся, социальная коммуникация, реализация социальных проектов.

В результате таких мероприятий происходит активизация социального взаимодействия, стимулирование роста социальной ответственности, привлечение внимание власти и СМИ.

В рамках благотворительных ивентов могут быть проведены концертно-музыкальные мероприятия, благотворительные обеды, специальные акции (сбор средств) и др.

Подводя итог, следует отметить, что в каждой отрасли имеют место быть и часто используются определенные типы мероприятий, наиболее соответствующие особенностям целевой аудитории и целевым установкам компании. В зависимости от отрасли, к которой относится компания-организатор, ивенты одного типа заметно отличаются друг от друга.

Список используемой литературы:

1. *Сондер М.* Ивент-менеджмент: организация развлекательных мероприятий. Техники, идеи, стратегии, методы. – М.: Эксмо, 2010. – 132 с.
2. *Назимко А.* Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей. – М.: Вершина, 2010. – 164 с.
3. *Нестеров А.К.* Ивент-менеджмент // Энциклопедия Нестеровых.
URL: <http://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html>