



Междисциплинарные науки

УДК 005.3

Н.Ю. Мунтян

Мунтян Надежда Юрьевна, студентка 2 курса Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: nadya.muntyan00@mail.ru

Научный руководитель: **Павлова Ольга Александровна**, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ МУЛЬТИМЕДИА В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ EVENT-МЕНЕДЖЕРА

В данной статье рассматривается внедрение современных технологий мультимедиа в работу event-менеджера. Автор освещает путь становления мультимедийных технологий и их необходимость при создании и проведении мероприятий социокультурной сферы.

Ключевые слова: мультимедиа, event-менеджер, мероприятия, социально-культурная деятельность.

N.Yu. Muntyan

Muntyan Nadezhda Yuryevna, student of 1-st course of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: nadya.muntyan00@mail.ru

Research supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, doctor of philology, 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: lexfati72@mail.ru

ROLE OF MULTIMEDIA TECHNOLOGIES IN THE PROFESSIONAL ACTIVITIES OF AN EVENT MANAGER

This article discusses the implementation of modern multimedia technologies in the work of an event manager. The article highlights the development of multimedia technologies and their need for the creation and conduct of events.

Key words: multimedia, event manager, events, social and cultural activities.

Область применения мультимедиа в современном мире возрастает, поэтому данная статья направлена не только на то, чтобы рассказать об этих технологиях, но и на обозначение алгоритма внедрения данных технологий в работе event-менеджера на качественно высоком уровне. Ведь от специалиста и его команды требуется профессиональная техническая грамотность, а также хороший художественный вкус и богатый культурный багаж.

Event-мероприятия набирают все больше популярности и становятся неотъемлемой частью жизни общества. Грамотный event-менеджер способен создать неповторимое мероприятие, которое будет высоко оценено клиентами и целевой аудиторией. Мероприятием можно назвать «вид человеческой деятельности, предполагающий встречу и взаимодействие разных людей, ограниченный по времени и связанный с реализацией каких-либо общих целей» [1, с. 7]. Более точно можно сказать, что event-событие – это яркое, запоминающееся действие, которое проводится от имени event-агентства с целью его продвижения, создает уникальный образ организации в

сознании зрителей. Event-событие может произвести впечатление на зрителей, но еще более эффективным его делает широкое применение мультимедийных технологий.

Работники event-индустрии знают о существовании технологии мультимедиа, однако не все знают, как ее грамотно использовать. Одним из важнейших составляющих профессиональной подготовки менеджеров event-индустрии является информационно-технологическая подготовка. Качественное освоение мультимедийных технологий, используемых в социально-культурной сфере, обеспечивает высокий уровень конкурентоспособности специалиста и event-агентства.

Важной составляющей event-технологий является то, как организована и оборудована площадка мероприятия. В течение мероприятия желательно использовать современные аудиовизуальные технические средства для сопровождения текста, голоса, действия на площадке, например, компьютеры, проекторы, световые инсталляции, звуковое оборудование, дымовые машины и другие. Мультимедиа позволяют полностью «погрузить» посетителя в атмосферу происходящего.

Подчеркнем, что «мультимедиа – современный, высокотехнологичный инструмент взаимодействия человека с информационным пространством, способный решать многие насущные бытовые, образовательные и бизнес-задачи». Более того, «технологии мультимедиа уже глобально внедрились во многие виды жизнедеятельности человека: образование, культуру, медицину, телевидение и бизнес» [3, с. 3].

Впервые термин мультимедиа был использован в 1965 году для описания мультимедиашоу *Exploding Plastic Inevitable* («Взрывная пластиковая неизбежность»). Это было красочное театрализованное представление по сюжету песни группы *The Velvet Underground* «*Venus in Furs*». В процессе исполнения на музыкантов был направлен (проецировался) фильм Энди Уорхола. Специально для лучшего изображения артисты были одеты полностью в темную одежду. Так, «в конце 1970-х годов этот термин

обозначал презентации, состоящие из изображений визуального ряда, получаемых от одновременно работающих нескольких проекторов, синхронизированных со звуковой дорожкой» [3, с. 10].

Известно огромное количество мультимедийных технологий, благодаря техническому прогрессу появляются новые, и мэппинг-шоу выступает одним из них. Благодаря применению мультимедиа технологий воздействия текстовой и графической, звуковой и видеоинформации эти средства обладают большим эмоциональным зарядом и активно включаются как в индустрию досуга и развлечений, так и в практику event-менеджеров.

Технология создания объемной видеопроекции пришла в индустрию развлечений из компьютерного дизайна. Однако если компьютерный мэппинг стремится сделать виртуальное похожим на настоящее, то видеомэппинг, наоборот, реальное превращает в нечто многомерное, подвижное, виртуальное. Суть технологии заключается в создании контурной или объемной видеопроекции с одной или нескольких точек на поверхности сложных форм или на трехмерные объекты. В соответствии с объектами приложения мэппинг разделяют на собственно объектный, интерьерный, ландшафтный и архитектурный. Объектный мэппинг позволяет «оживлять» различные предметы посредством выделения их контуров или отдельных деталей. Создание новых ярких запоминающихся художественных образов наиболее востребовано на event-событиях. Интерьерный мэппинг превращает пространство помещения в пространство интерактивное, что соответствует задачам дизайн-оформления. Ландшафтный мэппинг связан с преобразованием реальных природных объектов и явлений. А вот для городских зрелищ наиболее востребован самый масштабный вид мэппинга – архитектурный, который осуществляется под открытым небом, предназначен для массовых мероприятий и позволяет преобразить конкретное архитектурное сооружение или любое другое в нечто иное и, соответственно, привлечь внимание большого количества людей.

Процесс производства видеопроекции начинается с разработки концепции шоу, его сценария. Данные технологии требуют значительных капиталовложений, они используются в качестве сопровождения какого-либо event-события.

Также современные видеопрезентации являются одним из наиболее эффективных инструментов продвижения деятельности менеджеров event-индустрии. Видеопроекция на event-событиях позволяет удобно и зрелищно донести до зрителей концепцию шоу. Ее зрелищность способна значительно увеличить потенциальных клиентов.

Следует отметить наглядность данных мультимедийных технологий. «Воздействуя на чувства целевой аудитории, они позволяют демонстрировать абстрактные объекты. Как известно из психологических исследований, наглядность – это свойство человеческих психических образов реальных объектов, предметов или явлений, но не свойство или качество, присущее этим реальным объектам» [2, с. 30].

Таким образом, учитывая необходимость освоения и внедрения современных информационных технологий, существует насущная потребность сегодняшнего дня – создание event-менеджерами мероприятий более высокого уровня. Очевидные преимущества мэппинг-технологии позволяют считать ее одним из перспективных направлений в сфере продвижения мероприятий. Из минусов можно назвать лишь ее относительную дороговизну, хотя следует учесть, что использование подобной технологии в event-проектах, несомненно, придает статусность мероприятию и самому менеджеру, способствуя тем самым привлечению новых клиентов и их доверия специалисту.

Организация и проведение мероприятия с использованием мультимедиа делает его эффективным, зрелищным и уникальным. Это позволяет заинтересовать зрителей и добиться их искренних эмоций.

Список используемой литературы:

1. *Афанасьев Г.С.* Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных брендов и услуг. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 108 с.
2. *Комаров А.Е.* Мультимедиа технология: практическое пособие / А.Е. Комаров. – М.: Лаборатория книги, 2012. – 77 с.
3. *Костюченко О.А.* Творческое проектирование в мультимедиа / О.А. Костюченко. – М.: Директ-Медиа, 2015. – 208 с.
4. *Нужнов Е.В.* Мультимедиа технологии: учеб. пособие / Е.В. Нужнов. – Ростов-н/Д: ЮФУ, 2017. – 196 с.