

2. Букацелі А. Зовнішні джерела фінансування творчих стартапів // Економіка і суспільство. Київ. 2018. Випуск 16. С. 643-646. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journals/16\\_ukr/97.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/97.pdf)
3. Кулик Н. Впровадження та розвиток стартапів в українській економіці // Ефективна економіка. 2020. 7 с. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2020/96.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2020/96.pdf)
4. Баб'ячок Р. Основні тенденції розвитку стартапів в Україні - проблеми, перешкоди і можливості. 2018. 28 с. URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Osnovni-tendentsiyi-rozvytku-startapiv-v-Ukrayini-1-1.pdf>

**Науковий керівник:** кандидат філологічних наук, доцент Тимошенко Ю.В.

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ВИДІВ СЦЕНАРІЇВ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ЗАХОДІВ**

**Кісанова К.В.**

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького*  
*e-mail: kisanova.karyna@vu.cdu.edu.ua*

Успішність перебігу будь-якої події значно залежить від сценариста та правильності написання ним сценарію заходу з дотриманням всіх вимог, відповідно до яких виконується розвиток усіх дій у сценарії, головних етапів та композиційних елементів. Нині в практиці проведення масових соціокультурних заходів використовують велику кількість різноманітних типів сценаріїв згрупованих за певними критеріями.

За різновидами сценарії театралізованих масових заходів поділяються на декілька груп:

### **1. Оригінальні та збірні сценарії.**

- оригінальний сценарій – є найцікавішим з різновидів сценаріїв і не так часто зустрічається на практиці. Це сценарії, які створені автором або групою авторів. До них зараховують твори, у яких усі складові частини, від початку до кінця, прозові та віршовані тексти з художньо-образною структурою;
- збірний, або компілятивний, сценарій – це твір, складений із фрагментів інших творів чи створений за запозиченою структурою, іноді навіть із фрагментів уже готових чужих сценаріїв. Робота сценариста, який працює над компілятивним сценарієм, подібна на дитячу гру «Конструктор», потрібно лише знати, в якому порядку і як поєднувати окремі частини та деталі. Під час створення збірних сценаріїв слід спиратися на досвід колег та чужі сценарії схожої тематики.

### **2. Тематичні та сюжетні сценарії.**

- тематичний сценарій – це сценарний твір, який не має пересічних сюжетів але його зміст підпорядкований одній темі;
- сюжетний сценарій – це сценарний твір, який має пересічний сюжет та уособлений конфлікт. Такі сценарії на практиці трапляються досить рідко. До

найпоширеніших варіантів сюжетних сценаріїв належать розповсюджені сценарії дитячих новорічних свят, корпоративних розважальних заходів.

### 3. Художні та документальні сценарії

- художній сценарій – це сценарій, що містять в собі переважно будь-який літературний твір та його фрагменти, а також твори образотворчого мистецтва, кінематографії, різноманітні концертні номери у різних жанрах. До цієї групи входить більшість сюжетних сценаріїв, а найпоширенішими жанрами цих сценаріїв є літературно-музичні композиції, концертні програми та свята;
  - документальний сценарій – це сценарій, основою якого є документальний матеріал. У таких сценаріях йдеться про дійсні події, у яких брали участь безпосередні учасники цих подій. Такі сценарії трапляються дещо частіше, ніж художні [1].

Так як сценарій призначений для великої кількості служб і фахівців, які задіяні в процесах організації та проведенні заходу, необхідно створити одразу декілька сценаріїв (їх кількість залежить від обсягу підготовчих робіт і кількості учасників проєкту). Враховуючи це, сценарії діляться на кілька видів: розгорнутий, короткий, технічний, сценарій для ведучого, сценарний план [2]. Детальніше розглянемо кожен з них.

Розгорнутий сценарій, становить собою сценарій, у якому вказується найбільш докладна інформація про всі пов'язані з заходом дії. Такий сценарій створюється і ведеться керівником або менеджером проєкту.

Сценарний план або таймінг – це скорочений вигляд сценарію, без слів ведучих, який включає в себе перелік номерів і складається з найменування основних блоків заходу, їх послідовності, хронометражу та короткого опису. Такий варіант плану заходу допоможе звукооператору або артистам, які не відволікатимуться на зайвий текст але будуть бачити, що за чим йде.

Короткий сценарій, або розширений таймінг, створюється для відповідальних осіб, щоб позначити їх зону діяльності. Також короткий сценарій може надаватися менеджеру майданчика і підрядникам для синхронізації і координації дій.

Технічний сценарій – це план заходу у якому прописана послідовність всього сценічного шоу і призначається насамперед технічним службам сцени (звук, світло, мультимедіа).

Сценарій для ведучого містить окрім основної частини – слів, виголошених зі сцени, також короткий опис дій, послідовність номерів, візуальні ефекти, а також тривалість кожної дії.

Кожен з сценаріїв – це по-своєму скомпонована частина інформації з розгорнутого сценарію.

Як зазначає О. Райлян у статті «Організація масових і театралізованих свят», у ході написання сценарію заходу, автор повинен звернути увагу на шість важливих композиційних елементів, а саме: пролог (експозиція, вступ); зав'язка або розвиток дії; основна частина; кульмінація; фінал; післядія [3, с. 3].

Перераховані композиційні елементи утворюють ланцюг послідовності дій, який називається епізодами, всі епізоди пов'язані між собою і кожний епізод поділяється на дрібні частини.

Пролог (експозиція), є важливою складовою кожного заходу – це його початок, вступна частина сценарію. Він має активізувати увагу, заінтригувати, зацікавити. Пролог становить собою коротку, емоційну дію, головне завдання якої психологічно підготувати глядача до заходу.

У пролозі можуть використовуватися різноманітні прийоми:

- вербальний (театралізований або дискусійний початок, сенсація, незвичайна інформація (лист, вірш, представлення гостей);
- ритуальний (внесення або підіймання прапора, покладання квітів, церемонія вручення хліба й солі, запалювання вогню, хвилина мовчання, клятва, посвята тощо);
- музичний (звучання фанфар, пісенний або хореографічний номер, виступ оркестру);
- кінопролог (демонстрація кліпу відповідно до теми заходу);
- застосування технічних ефектів (запуск кульок, показ кольорових гірлянд, панно, емблем, панорама відео презентацій).

На думку сценаристів-практиків, експозиція, зазвичай, переростає у зав'язку. Експозиція і зав'язка повинні бути чіткими та стислими. Вони несуть велике психологічне навантаження, готують до сприйняття дії. Це зображення процесу боротьби, послідовність розв'язання та вирішення конфлікту.

Основні розділи поділяються на взаємопов'язані сюжетні цикли, через які червоною ниткою проходять ідея та тема сценарію. Складовою основної частини заходу може бути концерт, в якому можна застосувати не тільки музичні, хореографічні та вокальні номери, а і пантоміму, виступ барабанної трупи, жартівливу оперу, тощо.

Максимально позитивний ефект на відвідувачів заходу справляє його кульмінація, що становить собою найемоційніший момент у розвитку події, це втілення ідеї, її вираження, яке має привернути увагу всіх присутніх на святі.

Завершенням єдиної дії є фінал, завдання якого – визначити та закріпити в свідомості глядача організаційну мету свята. Він несе в собі сенс всього заходу, адже це ідеальний час для того, щоб усі присутні на повну проявили себе у масових танцях та піснях, покладанні вінків чи квітів та інших формах максимальної масової активності глядачів. Творчий задум і чітка композиція масових заходів є запорукою безперервності їх дій, чіткості й цілісності художніх образів.

Але не варто вбачити в сценарії лише літературу та мистецтво, чи просту організацію тієї чи іншої події в житті людини, адже мова йде про організацію реальної події за художніми законами.

Практики зазначають, що будь-яке шоу – це сценічне дійство. І відповідні закони сценічного дійства, які необхідно використовувати, пов'язані із зав'язкою,

розвитком дій, сценічним конфліктом, кульмінацією та розв'язкою. Деякі етапи цього ланцюжка можна опустити, але організаторам необхідно взяти до уваги ці закони і дотримуватися їх.

Отже, до основних видів сценаріїв івент-заходів відносять: розгорнутий сценарій, сценарний план (таймінг), короткий сценарій (розширений таймінг), технічний сценарій та сценарій для ведучого. Також сценарій заходу має складатися із шести важливих композиційних елементів, а саме: прологу (експозиція, вступ), зав'язки або розвитку дії, основної частини, кульмінації, фіналу, післядії.

#### **Список використаних джерел**

1. Різновиди сценаріїв театралізованих масових заходів: лекційний матеріал з курсу «Основи сценарної роботи». URL: <https://studfile.net/preview/5196735/page:10/>
2. Радіонова О. М. Івент-технології : навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 168 с.
3. Райлян О. Б Організація масових і театралізованих свят: методичні рекомендації. URL: <http://www.zomc.org.ua/vidannya/item/1557-metodychni-rekomendatsii-orhanizatsiia-masovykh-i-teatralizovanykh-sviat>

**Науковий керівник:** кандидат педагогічних наук, старший викладач Остапенко А.К.

## **ВИСТАВКИ ТА ПРЕЗЕНТАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

**Констанчук Л.В.**

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького  
e-mail: konstanchuk.liudmyla519@vu.cdu.edu.ua*

Виставкова діяльність нині в Україні розглядається як одна з важливих сфер культури, мистецтва, розвитку суспільства та економіки держави загалом. Художні виставки та презентації виконують, крім своєї культурної, естетичної та філософської місії, роль вагомого чинника визнання робіт та здобутків того чи іншого митця. Також виставкові заходи посідають чільне місце в комплексі ефективних інструментів маркетингу. Вони дають змогу розповсюджувати та отримувати організаційну, економічну, технічну та комерційну інформацію організаторам виставок за відносно доступну вартість. Підготовка та проведення виставок з боку організаторів та участь у них авторів художніх робіт виступає ефективним засобом розробки стратегії маркетингових комунікацій. Виставково-презентаційні заходи реалізують такі ключові елементи маркетингу, як пропаганда, реклама, персональні продажі, стимулювання збуту, тощо.