МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему **«Проблематика івентів під час війни в соціальній сфері»**

Виконала студентка 4 курсу
групи 6.0611-рз
спеціальності 061 Журналістика
ОП «Реклама і зв'язки з громадськістю»
Трайно К.О.
Керівник — д. н.із соц.ком, професор
Березенко В.В.
Рецензент — доцент, канд. Філол. наук
Плеханова Т. М.

Запоріжжя — 2025

ЗМІСТ

Завдання…...2
Реферат…...5
Вступ…….7
Розділ 1. Теоретичні основи івент-менеджменту в соціальній сфері……...10
1.1. Сутність івентів та їх класифікація……10
1.2. Особливості соціальних івентів: цілі, аудиторія, вплив ……..12
1.3. Івент-менеджмент як інструмент соціального впливу в умовах суспільних трансформацій……23
Розділ 2. Вплив воєнного стану на організацію соціальних івентів…….23
2.1. Аналіз змін у потребах суспільства в період війни……...30
2.2. Виклики для івент-менеджерів під час війни: безпека, логістика, ресурсне забезпечення……...35
2.3. Роль соціальних івентів у підтримці психологічного стану населення та згуртуванні спільнот…….42
Розділ 3. Практичні аспекти організації соціальних івентів у воєнний час…….49
3.1. Формати та приклади успішних соціальних івентів під час війни…..49
3.2. Співпраця з громадськими організаціями, волонтерами та місцевою владою…….53
3.3. Рекомендації для ефективного проведення соціальних заходів в умовах війни……68
Висновки……73
Список використаних джерел……...77
Summary……..84
Декларація академічної доброчесності……...86

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності

Рівень вищої освіти бакалаврський

Спеціальність С 7 Журналістика

ОПП «Реклама і зв'язки з громадськістю»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Березенко В.В.

_____
«__»_____2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Трайно Ксенії Олександрівні

1. Тема роботи (проєкту) «Проблематика івентів під час війни в соціальній сфері»

керівник роботи (проєкту) Березенко В.В., професор, д-р. наук із соц.ком. затверджені наказом ЗНУ «07» листопада 2024 року № 1781-с..

2. Строк подання студентом роботи 21 травня 2025 року.

3. Вихідні дані до роботи праці вітчизняних та зарубіжних медіадослідників Хамідової О.Р., Повалій Т.Л., Чирви Ю.М., Павлюченко М.В., та інших.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1) розкрити теоретичні основи івент-менеджменту в соціальній сфері; 2) проаналізувати вплив воєнного стану на організацію соціальних івентів та потреби суспільства; 3) вивчити практичні аспекти організації соціальних івентів у воєнний час та розробити відповідні рекомендації.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) — 2 таблиці.

6. Консультанти розділів роботи (проєкту):

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Перший розділ	Березенко В.В., професор	20.01.2025	20.01.2025

Другий розділ	Березенко В.В., професор	07.03.2025	07.03.2025
Третій розділ	Березенко В.В., професор	27.03.2025	27.03.2025
Вступ, висновки	Березенко В.В., професор	03.04.2025	03.04.2025

7. Дата видачі завдання 02.10.24 р.

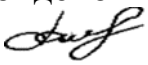
КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Строк виконання	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз; укладання бібліографії	Жовтень 2021 р.	Виконано
2.	Збір матеріалів для аналізу	Листопад-грудень 2021 р.	Виконано
3.	Підготовка Розділу 1	Січень 2022 р.	Виконано
4.	Написання Розділу 2	Березень 2022 р.	Виконано
5.	Формулювання вступу, висновків, оформлення роботи	Квітень 2022 р.	Виконано
6.	Одержання відгуку та рецензії, проходження нормоконтролю	Травень 2022 р.	Виконано
7.	Захист роботи	Червень 2022 р.	Виконано

Студент _____ _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер  К.М. Пирогова
(підпис) (ініціали та прізвище)

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВПО — Внутрішньо переміщена особа

ГО — Громадська організація

ДСНС — Державна служба України з надзвичайних ситуацій

ЗСУ — Збройні сили України

Івент — (від англ. event) спеціально організований захід, подія

ПТСР — Посттравматичний стресовий розлад

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра «Проблематика івентів під час війни в соціальній сфері». Основний текст – 69 сторінок. Список використаних джерел — 40 найменувань.

Об’єкт дослідження є соціальний івент-менеджмент в Україні.

Предмет дослідження: проблематика та специфіка організації соціальних івентів в умовах воєнного стану в Україні.

Мета дослідження: комплексне дослідження проблематики івентів під час війни в соціальній сфері та розробка практичних рекомендацій для їх ефективної організації.

Завдання дослідження:

1. розкрити теоретичні основи івент-менеджменту в соціальній сфері;
2. проаналізувати вплив воєнного стану на організацію соціальних івентів та потреби суспільства;
3. вивчити практичні аспекти організації соціальних івентів у воєнний час та розробити відповідні рекомендації.

Методологічна й теоретична основа дослідження: праці українських та зарубіжних дослідників у галузі івент-менеджменту (зокрема, Хамідової О.Р. [32], Повалій Т.Л. [22], Чирви Ю.М. [33]), соціальних комунікацій, теорії PR, соціології та психології масових комунікацій (наприклад, дослідження Karatzias T. та ін. [37] стосовно ментального здоров’я в умовах війни), кризового менеджменту (як висвітлено у матеріалах Kyivstar Business Hub [12]). Важливе місце посідають концепції соціальної відповідальності (проаналізовані у публікаціях Speka.media [29] та Eventscase [36]) та дослідження трансформації суспільних потреб в умовах війни (представлені в аналітичних доповідях «Політикус» [23] та матеріалах «Укрінформ» [10]).

Методи дослідження: теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, класифікація) та практичні (аналіз документів, публікацій, звітів), метод порівняльного аналізу.

Наукова новизна: У дипломній роботі комплексно досліджено проблематику організації соціальних івентів в умовах воєнного стану в Україні. Уточнено специфіку цілей, завдань та функцій соціальних івентів під час війни; систематизовано виклики, що постають перед організаторами; узагальнено успішний практичний досвід та розроблено рекомендації для підвищення ефективності таких заходів.

Сфера застосування (практичне значення): Сформульовані висновки та рекомендації можуть бути використані фахівцями з реклами та зв’язків з громадськістю, івент-менеджерами, представниками громадських організацій, волонтерських рухів та органів місцевого самоврядування при плануванні та проведенні соціальних івентів в умовах війни та повоєнного відновлення. Матеріали дослідження також можуть бути корисними у навчальному процесі.

ПРОБЛЕМАТИКА ІВЕНТІВ, СОЦІАЛЬНА СФЕРА, ВОЄННИЙ СТАН, ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ, СОЦІАЛЬНІ ІВЕНТИ, ПОТРЕБИ СУСПІЛЬСТВА, ПСИХОЛОГІЧНА ПІДТРИМКА, ЗГУРТУВАННЯ СПІЛЬНОТ, ФОРМАТИ ІВЕНТІВ, РЕКОМЕНДАЦІЇ.

ВСТУП

Повномасштабне військове вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року спричинило значні зміни в усіх сферах суспільного життя, зокрема й у соціальній галузі та індустрії організації заходів [23, с. 3]. Івент-менеджмент, який до цього активно розвивався як інструмент маркетингових комунікацій, корпоративної культури та суспільної взаємодії, зіткнувся з небаченими раніше викликами [21]. Водночас, саме в умовах війни значно зросла роль соціальних івентів, спрямованих на підтримку населення, згуртування громад, психологічну допомогу та вирішення нагальних соціальних проблем [30, с. 112]. Питання організації та проведення таких заходів у воєнний час вимагають глибокого наукового осмислення та розробки практичних рекомендацій, що й визначає **актуальність** обраної теми дипломної роботи.

Війна докорінно змінила потреби українського суспільства, висунувши на перший план питання безпеки, гуманітарної допомоги, психологічної стійкості та соціальної адаптації [10]. За цих обставин соціальні івенти набули нових функцій, перетворившись на важливий механізм реагування на кризові ситуації та підтримки життєдіяльності громад [40]. Проведення таких заходів ставить перед фахівцями з реклами та зв’язків з громадськістю вимогу не лише професійних знань у сфері івент-менеджменту, але й глибокого розуміння соціально-психологічного контексту, специфіки роботи в умовах підвищених ризиків та обмежених ресурсів [22, с. 74]. Фактично, це перетворює організатора на кризового менеджера та соціального психолога, здатного працювати в екстремальних умовах.

Незважаючи на практичну значущість та суспільний запит, питання івентів під час війни в соціальній галузі ще не отримали достатнього висвітлення в науковій літературі. Більшість існуючих досліджень стосуються або загальних аспектів івент-менеджменту [27], або соціальної роботи в кризових умовах без специфічного фокусу на івентах як інструменті [14]. Це створює простір для наукового пошуку та обґрунтування ефективних підходів до планування, організації та оцінки соціальних заходів у воєнний час.

Метою дипломної роботи є комплексне дослідження особливостей івентів під час війни в соціальній галузі та розробка практичних рекомендацій для їх ефективної організації.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

4. розкрити теоретичні основи івент-менеджменту в соціальній сфері;
5. проаналізувати вплив воєнного стану на організацію соціальних івентів та потреби суспільства;
6. вивчити практичні аспекти організації соціальних івентів у воєнний час та розробити відповідні рекомендації.

Об'єктом є соціальний івент-менеджмент в Україні

Предметом дослідження є особливості та специфіка організації соціальних івентів в умовах воєнного стану в Україні.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у роботі використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження:

— теоретичні методи: аналіз наукової літератури, синтез, узагальнення, систематизація та класифікація (для визначення понятійного апарату, теоретичних засад івент-менеджменту та соціального впливу);
— практичні методи: аналіз документів, публікацій у ЗМІ, звітів громадських організацій та волонтерських ініціатив (для вивчення практичного досвіду організації соціальних івентів під час війни та виявлення успішних кейсів);
— методи порівняльного аналізу (для зіставлення особливостей організації івентів у мирний та воєнний час).

Джерельною основою дослідження стали наукові публікації українських та зарубіжних авторів з питань івент-менеджменту, соціальної роботи, психології, комунікацій; аналітичні матеріали громадських організацій, волонтерських рухів; публікації у засобах масової інформації, що висвітлюють досвід проведення соціальних заходів в умовах війни; нормативно-правові акти, що регулюють діяльність у соціальній галузі та в умовах воєнного стану.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в комплексному дослідженні актуальних питань організації соціальних івентів в умовах воєнного

стану в Україні. Уточнено специфіку цілей, завдань та функцій соціальних івентів під час війни; систематизовано труднощі, що постають перед організаторами; узагальнено успішний практичний досвід та розроблено рекомендації для підвищення ефективності таких заходів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що сформульовані в роботі висновки та рекомендації можуть бути використані фахівцями з реклами та зв'язків з громадськістю, івент-менеджерами, представниками громадських організацій, волонтерських рухів та органів місцевого самоврядування при плануванні, організації та проведенні соціальних івентів в умовах війни та повоєнного відновлення. Матеріали дослідження також можуть бути корисними у навчальному процесі при підготовці фахівців відповідного профілю.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи — 87 сторінок, з них основного тексту — 69 сторінок. Список використаних джерел налічує 40 найменувань, викладених на 7 сторінках.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТУ В СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ

1.1 Сутність івентів та їх класифікація

Івент-менеджмент, або управління подіями, є відносно новою, але динамічно зростаючою галуззю професійної діяльності та наукових досліджень [27, с. 15]. Хоча сам термін «івент» (від англ. *event* — подія, захід) міцно увійшов у наш лексикон, його сутність значно глибша, ніж просто організація заходу. По суті, івент-менеджмент є мистецтвом створення контрольованої реальності: на певний час, у певному місці для конкретної групи людей створюється особлива атмосфера та досвід, яких не існує у повсякденному житті [32]. Саме ця унікальність та емоційна насиченість роблять подію інструментом, здатним впливати на свідомість, поведінку та цінності учасників.

Спроби визначити це поняття в науковій літературі часто фокусуються на його практичному застосуванні. Наприклад, Хамідова О.Р. розглядає івент як «комплекс заходів, спрямованих на просування товарів, послуг, ідей чи особистостей» [32], підкреслюючи його комунікаційну, майже рекламну функцію. Інший погляд визначає івент як «унікальний момент часу, відзначений церемонією та ритуалом для задоволення конкретних потреб» [35], що робить акцент на його символічному та психологічному значенні. Ключова відмінність організованої події від спонтанної полягає саме у її цілеспрямованості та керованості [24, с. 44]: організатор не просто фіксує подію, а свідомо конструює її для досягнення конкретної мети.

У свою чергу, івент-маркетинг ще більше звужує це поняття до просування товарів чи брендів через створення яскравих подій, що запам'ятовуються [6, с. 139]. Це важлива, але лише одна з багатьох граней івент-менеджменту. Якщо розглядати ширше, то головним завданням управління подіями є комплексне

керівництво всім процесом: від народження ідеї та розробки концепції до детального планування бюджету, логістики, роботи з персоналом, аналізу ризиків та, зрештою, оцінки того, наскільки успішно було досягнуто початкову мету [22, с. 73]. Це перетворює організатора на режисера, який працює не зі сценою, а з реальним життям та емоціями людей.

Класифікація івентів є важливим аспектом їх теоретичного осмислення та практичного застосування. Існує безліч підходів до класифікації заходів залежно від обраних критеріїв.

Для наочного узагальнення основних підходів до класифікації івентів наведемо таблицю (Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Узагальнена класифікація івентів

Критерій класифікації	Види івентів	Джерело
За метою проведення	Комерційні (презентації, виставки, промо-акції); Корпоративні (тренінги, конференції, свята); Соціальні/некомерційні (фестивалі, благодійні концерти, акції); Приватні (весілля, ювілеї)	[13, с. 140]
За масштабом заходу	Мега-івенти (Олімпійські ігри); Знакові (карнавал у Ріо); Великі (музичні фестивалі); Місцеві/спільнотні (міські свята, ярмарки)	[14]
За формою проведення	Ділові (конференції, семінари, форуми); Культурно-розважальні (концерти, фестивалі, шоу); Спортивні (змагання, турніри); Спеціальні (церемонії, благодійні акції)	[19, с. 88-89]
За місцем проведення	Онлайн-івенти (віртуальні); Офлайн-івенти (фізична присутність); Гібридні івенти (поєднання онлайн та офлайн)	[15]; [16]; [2]
За частотою проведення	Разові; Періодичні; Щорічні	[13, с. 141]

Продовження таблиці 1.1

Критерій класифікації	Види івентів	Джерело
За складом учасників	Відкриті (для всіх бажаючих); Закриті (для обмеженого кола осіб)	[13, с. 141]
За джерелом фінансування	Бюджетні; Комерційні; Спонсорські; Благодійні	[13, с. 141]

Як показує таблиця, світ подій можна розділити за різними ознаками, що, звісно, показує різноманітність та гнучкість організації івентів як способу впливу. Проте, було б неправильно сприймати ці поділи як чіткі, незмінні правила. Важливо розуміти, що вони не заперечують одне одного, а скоріше переплітаються. Наприклад, один і той самий захід може одночасно бути соціальним за своєю головною метою, місцевим за охопленням території та змішаним за способом проведення. Така гнучкість є не слабкістю, а силою в організації подій.

Для нашого дослідження, яке розглядає події в особливих умовах, найважливішими стають поділи за метою та місцем проведення. Саме ці два напрямки — «навіщо ми це робимо?» і «де ми це робимо?» — стають головними в умовах, коли виживання суспільства під загрозою. Ознака мети дозволяє чітко виділити соціальні, тобто некомерційні, івенти, які є головним, що ми розглядаємо. Їхня головна різниця від комерційних та корпоративних подій у тому, що вони спрямовані не на заробіток грошей, а на користь для суспільства. Водночас поділ за місцем проведення, що включає онлайн, офлайн та змішані формати, набуває дуже великого значення, стає питанням виживання в умовах воєнного стану. Ризики для безпеки, проблеми з перевезеннями та пересуванням прямо і сильно впливають на вибір доступного формату заходу, перетворюючи його з питання зручності на питання життя та безпеки. Саме така різноманітність підходів, з особливою увагою до мети та формату, допомагає краще зрозуміти

особливості соціальних івентів та їхню унікальну роль в умовах великих змін у суспільстві.

Якщо розглянути ці поділи глибше, важливо сказати, що вони найкраще описують ринок подій у стабільних, мирних умовах. Вони чудово працюють тоді, коли правила гри зрозумілі, а межі між різними сферами життя (робота, розваги, громадська активність) є чіткими. Однак в умовах таких важких для суспільства подій, як повномасштабна війна, ці звичні межі не просто зникають — вони руйнуються. У цьому хаосі народжується особливе явище, яке можна назвати змішуванням функцій подій. Суть цього явища в тому, що заходи, які за документами належать до одного типу, наприклад, комерційного чи корпоративного, починають не просто мати елементи іншого типу, а й активно виконувати його завдання, найчастіше — соціальні. Це не просто невелика зміна або рекламний трюк, а докорінна зміна самої суті та мети події. Це явище, по суті, є способом захисту як для самої індустрії, що шукає шляхи, як вижити та виправдати свою діяльність, так і для суспільства, яке намагається знайти нові способи для єднання та пошуку сенсу.

Для прикладу, розглянемо звичайну комерційну подію, таку як концерт відомого музиканта чи великий щорічний фестиваль. У мирний час головною метою таких заходів був продаж квитків, пошук спонсорів та заробіток. Сьогодні ж, в умовах війни, такий захід майже завжди набуває сильного соціального відтінку, і цей процес можна побачити на кількох рівнях. По-перше, він перетворюється на дієвий спосіб збору коштів на потреби Збройних Сил України, медиків чи постраждалих людей. Частина заробітку від квитків, спеціальні аукціони під час події, збір грошей — усе це стає важливою частиною програми. По-друге, такий захід стає сильним місцем для патріотичного об'єднання. Спільне виконання гімну, розгортання прапорів, хвилини мовчання — ці дії стають емоційним центром події. По-третє, він слугує способом спільної психологічної підтримки, даючи людям можливість випустити емоції, відчути єдність та на мить повернутися до відчуття звичайного життя. У такій ситуації комерційна подія перетворюється на складний захід, що поєднує бізнес і

допомогу, де соціальне завдання стає не менш, а іноді й більш важливим за фінансову частину. Соціальна частина стає свого роду дозволом на діяльність для будь-якого публічного заходу, адже без нього захід ризикує бути сприйнятий людьми як недоречний та образливий бенкет під час чуми.

Схожі, не менш глибокі зміни відбуваються і у сфері корпоративних заходів. Звичайний тімбілдінг, який раніше мав на меті зміцнити командний дух через розважальні ігри, спортивні змагання чи спільні вечірки, сильно змінює свою спрямованість. Він може перетворитися на спільну волонтерську акцію, яка має конкретний результат, який можна побачити. Це може бути організована поїздка для плетіння маскувальних сіток, спільна допомога у відбудові пошкодженого житла у звільнених селах, сортування гуманітарної допомоги на складах або навіть корпоративний захід, де IT-фахівці розробляють корисні програми для військових чи волонтерів. У такому випадку мета компанії, тобто об'єднання команди, досягається через виконання важливого для суспільства завдання. Захід стає заходом для роботи і суспільства, і його успішність вимірюється не лише поліпшенням спілкування в команді, але й справжнім внеском у спільну справу. Більше того, такий підхід може бути набагато ефективнішим для зміцнення команди, ніж вигадані ігрові завдання, оскільки він ґрунтується на спільних цінностях, справжній меті та дає співробітникам відчуття, що вони є частиною чогось більшого і приносять користь, що є сильною мотивацією.

Це поширене явище змішування функцій викликане великою і остаточною зміною запитів суспільства та глибоких очікувань людей. У кризовий час, коли країна бореться за своє виживання, люди чекають від будь-якої публічної діяльності, в тому числі від бізнесу, відомих людей та сфери розваг, того, щоб вони показували свою відповідальність перед суспільством та робили справжній внесок у спільну справу. Відбувається зміна цінностей, де щирість, конкретні дії та взаємопідтримка стають набагато важливішими за блиск, купівлю речей та розваги просто так. Відповідно, організатори, відповідаючи на цей сильний запит суспільства, змушені не просто додавати, а природно поєднувати соціальні

елементи зі своїми заходами, щоб залишатися потрібними, доречними і, що найголовніше, щоб їх приймали люди. Це вже не питання вибору, а умова, щоб вижити в нових суспільних реаліях.

Отже, розуміння суті та поділу івентів є важливою основою, початком для будь-якого дослідження. Однак, щоб глибоко розібратися в ситуації в Україні під час війни, потрібно вийти за межі цих звичних рамок і враховувати явище змішування функцій. Цей процес говорить про глибоку, докорінну зміну всієї сфери організації подій та небачене досі зростання ролі соціальної частини у всіх без винятку типах заходів. Саме тому подальше дослідження буде присвячене переважно соціальним заходам, які в наш час стали не лише окремим типом подій, але й важливою частиною з точки зору завдань і цінностей майже будь-якої діяльності з організації заходів в країні. По суті, вся сфера організації подій, усвідомлено чи ні, почала працювати на виконання соціальних завдань, і це є головним, на що потрібно зважати.

1.2 Особливості соціальних івентів: цілі, аудиторія, вплив

Соціальні івенти є особливим видом заходів, що займають унікальне місце в структурі суспільних відносин. Їхньою фундаментальною відмінністю від комерційних чи корпоративних аналогів є основна мета: вона полягає не в отриманні прямої фінансової вигоди чи просуванні бренду, а в досягненні позитивних суспільних змін [29, с. 5]. Такі події виступають як інструменти соціального проектування, спрямовані на вирішення або привернення уваги до нагальних соціальних питань, розвиток культури, освіти, охорони здоров'я, а також на підтримку вразливих груп населення та зміцнення зв'язків усередині громади. Ініціаторами подібних заходів можуть виступати різноманітні суб'єкти: державні установи, громадські організації, волонтерські рухи, благодійні фонди, а також соціально відповідальний бізнес, що прагне зробити свій внесок у суспільний добробут [36]. По суті, соціальний івент — це цілеспрямовано

сконструйований простір комунікації та дії, де відбувається не просто споживання розважального чи інформаційного продукту, а активне залучення учасників до процесу творення соціальної реальності.

Цілі соціальних івентів є надзвичайно багатогранними та гнучкими, вони залежать від конкретної проблеми, на вирішення якої спрямована подія, а також від контексту, в якому вона проводиться. Однією з ключових є інформаційно-просвітницька мета. Вона полягає у підвищенні рівня обізнаності населення щодо певної соціальної проблеми, такої як поширення ВІЛ/СНІД, наслідки домашнього насильства, екологічні загрози чи правила поведінки в умовах мінної небезпеки. Такі заходи можуть популяризувати здоровий спосіб життя, надавати правову освіту чи поширювати навички першої психологічної допомоги [33, с. 87]. Важливо, що ефективна просвітницька подія не просто передає сухі факти, а використовує емоційні та інтерактивні формати, щоб інформація була не лише почутою, але й осмисленою та прийнятою аудиторією. Це може бути реалізовано через публічні лекції, інтерактивні виставки, освітні фестивалі чи онлайн-вебінари, які роблять складну інформацію доступною та зрозумілою для широкого загалу.

Іншою важливою метою є фандрайзинг, тобто збір коштів на благодійні цілі. Це може бути фінансова підтримка конкретних соціальних проектів, адресна допомога нужденним, закупівля обладнання для лікарень чи спорядження для військових. Форми таких заходів дуже різноманітні: від благодійних концертів зірок, спортивних марафонів та аукціонів унікальних речей до невеликих ярмарків домашньої випічки у дворі [25]. Успіх фандрайзингового івенту залежить не лише від масштабу, а й від здатності створити атмосферу довіри та причетності. Люди охочіше жертвують кошти, коли чітко розуміють, на що підуть їхні гроші, і відчувають емоційний зв'язок із метою збору. Тому прозорість звітності та розповідь особистих історій, пов'язаних із проектом, відіграють тут ключову роль.

Мобілізаційна, або адвокаційна, ціль спрямована на залучення громадян до активної участі у вирішенні соціальних проблем. Такі івенти мають на меті не

просто проінформувати, а спонукати людей до конкретних дій: вийти на мітинг на захист парку, підписати петицію про прийняття важливого закону, долучитися до громадських слухань щодо бюджету міста. Це інструмент прямої демократії та громадського контролю, який дозволяє суспільству висловлювати свою позицію та впливати на рішення влади [23]. Такі заходи стають практичним втіленням громадянської активності та демонструють зрілість суспільства.

Надзвичайно значущою є соціально-інтеграційна функція, яка набуває особливої ваги в умовах суспільних криз та вимушених переміщень населення. Такі івенти сприяють інтеграції в суспільство вразливих груп населення, таких як люди з інвалідністю, внутрішньо переміщені особи, біженці, ветерани чи представники національних меншин [30, с. 115]. Головне завдання тут — подолання стереотипів, упереджень та дискримінації через створення спільного простору для взаємодії. Це можуть бути інклюзивні фестивалі, спільні спортивні змагання, кулінарні майстер-класи, де представники різних соціальних груп разом займаються творчістю чи іншою діяльністю. Такі події допомагають руйнувати бар'єри, будувати містки порозуміння та показувати, що відмінності не є перешкодою для дружби та співпраці. Саме в такому спільному досвіді закладаються основи для більш згуртованого та інклюзивного суспільства.

Психологічна підтримка та реабілітація є ще однією життєво важливою метою соціальних заходів, особливо в умовах війни чи інших травматичних подій. Такі івенти створюють безпечний простір для надання емоційної допомоги людям, які пережили втрату, стрес чи насильство [37]. Це можуть бути групи підтримки, де люди діляться своїми переживаннями, арт-терапевтичні заходи, де біль можна виразити через малюнок чи музику, або спортивні події, що допомагають впоратися з тривогою через фізичну активність [1]. Важливо, що такі заходи не лише надають фахову допомогу, а й створюють відчуття спільності та розуміння, показуючи людині, що вона не самотня у своїх переживаннях.

Також соціальні івенти виконують функцію формування суспільних цінностей та патріотичного виховання. Вони спрямовані на популяризацію ідеалів гуманізму, толерантності, взаємодопомоги, любові до Батьківщини, а

також поваги до національної культури та історії. Це можуть бути патріотичні фестивалі, історичні реконструкції, освітні проекти, присвячені видатним постатям чи подіям, вечори пам'яті [31]. Таким чином, культурний фронт стає не менш важливим, ніж військовий, адже він бореться за збереження душі нації.

Нарешті, не можна недооцінювати роль івентів у розвитку місцевих громад та волонтерства. Вони спрямовані на згуртування мешканців одного району, міста чи села для спільної діяльності, яка покращує їхнє життя. Це можуть бути суботники з прибирання парку, толоки з відновлення дитячого майданчика, створення громадського городу чи організація місцевого свята [23]. Вони перетворюють пасивних мешканців на активних творців свого життєвого простору, що є фундаментом сильних громад.

Цільова аудиторія соціальних івентів може бути надзвичайно різноманітною, і її правильне визначення є одним із ключових факторів успіху будь-якої ініціативи. Вибір аудиторії безпосередньо залежить від цілей заходу та специфіки соціальної проблеми, яка перебуває у фокусі. У деяких випадках організатори звертаються до широких верств населення. Це доцільно, коли мета полягає у підвищенні загальної обізнаності про певну проблему, наприклад, про необхідність сортування сміття, або коли потрібно мобілізувати все суспільство для вирішення глобального завдання, як-от збір коштів на національному рівні.

Однак значно частіше соціальні івенти спрямовані на конкретні, чітко визначені соціальні групи. Це може бути молодь, до якої звертаються з проектами з профорієнтації чи профілактики ризикованої поведінки. Це можуть бути пенсіонери, для яких організовують освітні курси з цифрової грамотності або заходи для активного довголіття. Це можуть бути батьки, яким пропонують семінари з питань виховання дітей, або представники певних професій, наприклад, вчителі чи медики, для яких проводять фахові конференції із соціальною складовою.

Окрему і найважливішу категорію цільової аудиторії становлять вразливі верстви населення. Це внутрішньо переміщені особи, які потребують допомоги в адаптації до нового місця проживання та інтеграції в громаду. Це особи з

інвалідністю, для яких важливо створювати безбар'єрне середовище та можливості для самореалізації. Це діти-сироти, які потребують уваги та підтримки, жертви домашнього насильства, яким потрібен безпечний простір і допомога, та ветерани війни, які стикаються з проблемами реабілітації та повернення до мирного життя. Робота з такими аудиторіями вимагає від організаторів особливої чутливості, емпатії та професіоналізму [14]. Без глибокого розуміння психологічних та соціальних потреб цих людей будь-яка ініціатива ризикує бути не лише неефективною, але й шкідливою.

Якщо ж мета заходу полягає в адвокації, тобто просуванні певних змін, або в залученні ресурсів, цільова аудиторія стає іншою. В такому випадку комунікація спрямовується на представників влади, від яких залежить прийняття рішень, на представників бізнесу, які можуть виступити спонсорами чи партнерами, на журналістів та медіа, які можуть забезпечити інформаційну підтримку, а також на лідерів громадського сектору для створення коаліцій та спільних дій.

Важливо також пам'ятати, що волонтери та активісти є особливою цільовою аудиторією. Вони можуть бути не лише виконавцями, а й безпосередніми учасниками, для яких важлива мотивація, визнання їхнього внеску та створення сприятливих умов для діяльності [11]. Ефективна робота з цією групою перетворює їх з простих помічників на справжніх амбасадорів проєкту.

Ефективна комунікація з цільовою аудиторією є запорукою успіху будь-якого соціального івенту. Недостатньо просто організувати хороший захід — потрібно зробити так, щоб про нього дізналися саме ті люди, для яких він призначений. Важливо не лише донести інформацію про час і місце проведення, але й переконати аудиторію в значущості події, пояснити, яку користь вона може принести особисто їм або суспільству в цілому, і мотивувати їх до участі. Для цього використовуються різноманітні канали комунікації: соціальні мережі, які дозволяють точно націлюватися на певну аудиторію, співпраця зі засобами масової інформації, залучення лідерів думок, блогерів та відомих особистостей,

які користуються довірою, а також прямі комунікації з цільовими групами через розсилки, особисті запрошення чи роботу з громадськими організаціями, які опікуються цими групами [4]. Це дозволяє не просто зібрати людей, а залучити саме ту аудиторію, яка найбільше потребує допомоги або може зробити найвагоміший внесок.

Вплив соціальних івентів на суспільство може бути як короткостроковим, так і довгостроковим, і розуміння цих двох перспектив є важливим для оцінки їхньої справжньої ефективності. У короткостроковій перспективі результати заходу, як правило, є досить очевидними та вимірюваними. Це може бути підвищення рівня обізнаності про певну проблему, що можна перевірити за допомогою опитувань до і після заходу. Це може бути певна сума коштів, зібрана під час благодійної акції, або кількість людей, які отримали негайну гуманітарну чи психологічну допомогу. Це також може бути кількість підписів, зібраних під петицією, або кількість волонтерів, які долучилися до ініціативи. Ці результати є важливими, оскільки вони вирішують нагальні проблеми тут і зараз.

Однак справжня цінність соціальних івентів розкривається у довгостроковій перспективі. Їхній вплив може сприяти глибоким і стійким змінам у суспільній свідомості та поведінці. Систематичне проведення заходів на певну тему може поступово формувати нові соціальні норми та цінності [29, с. 8]. Вони діють повільно, але невпинно, змінюючи звички та погляди цілого покоління. Наприклад, регулярні екологічні акції можуть перетворити сортування сміття зі складної процедури на звичну практику для тисяч людей. Події, присвячені інклюзії, з часом можуть подолати стереотипи та зробити суспільство більш відкритим і толерантним до людей з інвалідністю. Таким чином, івенти стають каталізаторами культурних зрушень.

Крім того, соціальні івенти зміцнюють соціальний капітал — невидиму мережу довіри, взаємодії та співпраці між людьми, яка є основою здорового та стійкого суспільства. Коли люди разом беруть участь у волонтерських акціях, організовують свято для своєї громади чи просто знайомляться на місцевому фестивалі, вони починають більше довіряти одне одному, вчаться працювати в

команді та вирішувати спільні проблеми [16]. Можна сказати, що локальні івенти стають тренувальними майданчиками для громадянського суспільства.

Соціальні івенти також можуть суттєво впливати на соціальну політику. Привертаючи увагу влади та широкої громадськості до існуючих проблем, вони можуть стимулювати розробку та прийняття ефективних рішень на державному чи місцевому рівні. Гучний фестиваль, присвячений проблемам безпритульних тварин, може призвести до відкриття нового притулку, а кампанія на захист історичної будівлі може змусити владу надати їй статус пам'ятки. Як наслідок, у довгостроковій перспективі такі заходи можуть призводити до покращення якості життя як окремих соціальних груп, так і суспільства в цілому.

Аналізуючи ці три ключові елементи — цілі, цільову аудиторію та вплив, — варто зазначити, що їхній зв'язок не є простою лінійною послідовністю, а скоріше являє собою складну, динамічну систему, де всі компоненти постійно взаємодіють і впливають один на одного. Це не статичний план, а живий організм. Наприклад, початкова мета, як-от збір коштів на конкретний проект, визначає вибір цільової аудиторії, до якої організатори звертаються з комунікацією. Але вже під час самого заходу, завдяки зворотному зв'язку та спостереженню за настроями учасників, може з'ясуватися, що для людей набагато важливішим є не сам факт фінансового внеску, а можливість поспілкуватися, відчути підтримку та єдність. В такому випадку досвідчений та гнучкий організатор може оперативно змістити акценти, приділивши більше уваги створенню простору для неформального спілкування та зміцнення спільноти. Тобто, початкова мета може трансформуватися або доповнитися новою, більш актуальною для присутніх. Це показує, що соціальний івент — це не просто виконання заздалегідь прописаного сценарію, а живий процес діалогу з аудиторією, де цілі можуть адаптуватися до реальних потреб людей. А кінцевий результат, якого вдалося досягти, — як швидкий (кількість учасників, зібрана сума), так і тривалий (нові знайомства, зміцнення громадських зв'язків, підвищення рівня довіри) — стає безцінною інформацією для планування наступних заходів, роблячи їх ще більш ефективними та резонансними. Такий

погляд на взаємозв'язок цілей, аудиторії та впливу як на певний безперервний цикл є особливо важливим у мінливих та непередбачуваних умовах війни, де гнучкість, швидкість реакції та вміння адаптуватися мають вирішальне значення для успіху будь-якої соціальної ініціативи.

Соціальна відповідальність є невід'ємною, фундаментальною частиною організації будь-яких соціальних івентів. Це поняття виходить далеко за межі просто чесного виконання заявлених цілей. Воно передбачає, насамперед, абсолютну прозорість у використанні зібраних коштів та звітуванні перед громадськістю [36]. Така відкритість є основою довіри, без якої неможлива довготривала підтримка з боку суспільства. Кожен учасник чи донор має право знати, як саме було використано його внесок. Але відповідальність на цьому не закінчується. Вона включає в себе глибоко етичне ставлення до всіх учасників процесу: до цільової аудиторії, яку не можна використовувати чи принижувати, до партнерів, з якими будуються чесні стосунки, та до волонтерів, чия праця має цінуватися та поважатися. Крім того, в сучасному світі соціальна відповідальність обов'язково включає екологічний аспект — мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище, наприклад, через відмову від одноразового пластику чи організацію сортування сміття на заході [34]. Це демонструє, що турбота про суспільство невіддільна від турботи про планету, навіть у найскладніші часи. Принципи інклюзивності, доступності та поваги до різноманіття мають бути закладені в саму основу планування та проведення будь-якого соціального заходу. Це означає створення фізично доступного середовища для людей з інвалідністю, використання зрозумілої мови, повагу до різних поглядів та культур. Успішний соціальний івент — це не просто яскрава подія чи ефективний інструмент, це втілення цінностей гуманізму та поваги у практичній дії, що робить його потужним чинником позитивних суспільних перетворень [33, с. 90]. Зрештою, кожен успішний соціальний захід — це маленький крок до побудови більш справедливого, свідомого та гуманного світу.

1.3 Івент-менеджмент як інструмент соціального впливу в умовах суспільних трансформацій

В умовах глибоких суспільних змін, таких як економічні кризи, політичні перевороти, пандемії чи, особливо, повномасштабні воєнні конфлікти, роль івент-менеджменту як інструменту соціального впливу значно зростає та трансформується [21, с. 1]. Періоди таких потрясінь неминуче супроводжуються підвищенням рівня тривожності в суспільстві, зростанням соціальної напруги, руйнуванням звичних соціальних зв'язків та гострою потребою у згуртуванні й взаємній підтримці [10]. Саме в такі моменти, коли звичний світ руйнується, а майбутнє здається невизначеним, цілеспрямовано організовані соціальні заходи можуть стати надзвичайно потужним засобом для об'єднання суспільства. Вони перетворюються на надійні канали для комунікації важливих повідомлень, стають платформами для реалізації життєво необхідних соціальних ініціатив та, що найважливіше, створюють острівці стабільності та надії посеред хаосу [38]. По суті, організована подія стає маленькою моделлю впорядкованого світу, нагадуючи людям, що спільні дії та взаємодопомога здатні протистояти будь-яким викликам.

Івент-менеджмент у соціальній галузі передбачає використання технологій та методів організації подій не просто для розваги чи отримання комерційної вигоди, а для досягнення конкретних, вимірюваних соціальних цілей [9, с. 53]. Інструментарій, який є в розпорядженні організаторів, дає змогу створювати особливі, емоційно насичені ситуації, які сприяють кращому сприйняттю важливої інформації, формуванню співпереживання та, що найголовніше, мотивації до конкретних дій [32, с. 29]. Коли людина емоційно залучена до процесу, вона не просто слухає, а проживає досвід, що робить його набагато ціннішим та дієвішим. Як зазначають дослідники, івент-технології можуть ефективно використовуватися не лише для вирішення локальних проблем, а й для формування позитивного іміджу держави на міжнародній арені, просування фундаментальних соціальних цінностей та значного впливу на громадську думку

всередині країни [2]. Таким чином, кожен окремий соціальний захід, навіть невеликий, може стати частиною великої стратегії, спрямованої на зміцнення суспільства.

В умовах суспільних трансформацій соціальні івенти починають виконувати низку життєво-важливих функцій. Однією з головних є інформаційно-комунікаційна функція, яка виходить далеко за межі простого інформування. Вона полягає у поширенні достовірної, перевіреної та актуальної інформації про кризову ситуацію, доступні ресурси допомоги, правила безпечної поведінки та шляхи адаптації до нових умов. Івенти, такі як онлайн-брифінги, інформаційні кампанії в громадських місцях, зустрічі з експертами (психологами, юристами, лікарями), можуть стати надзвичайно важливим каналом комунікації між владою, громадськими організаціями та населенням, особливо коли офіційні канали перевантажені або втрачають довіру [25]. У часи війни, коли інформаційний простір наповнений фейками та ворожою пропагандою, такі заходи стають острівцями правди, допомагаючи людям приймати зважені рішення та протистояти паніці.

Не менш важливою є мобілізаційна функція. Соціальні івенти мають унікальну здатність перетворювати пасивне співчуття на активну дію. Вони спрямовані на залучення звичайних громадян до волонтерської діяльності, збору гуманітарної допомоги, участі в громадських ініціативах для подолання наслідків кризи. Прикладами таких заходів є благодійні концерти, спортивні марафони, ярмарки, а також волонтерські акції з прибирання територій чи відновлення пошкоджених будівель [23]. Коли людина бачить, що сотні інших людей об'єдналися заради спільної мети, це надихає її долучитися і зробити свій внесок, створюючи потужний ефект соціальної єдності та синергії.

Соціально-психологічна функція в умовах кризи виходить на перший план. Вона спрямована на надання психологічної підтримки населенню, зниження загального рівня стресу та тривожності, а також на створення атмосфери єднання та взаємодопомоги. Це досягається через проведення арт-терапевтичних заходів, створення груп психологічної підтримки, організацію культурно-мистецьких

подій, які дають людям можливість відволіктися, отримати позитивні емоції та відчути себе частиною спільноти [21]. Такі івенти стають своєрідними терапевтичними просторами, де люди можуть безпечно проживати свої емоції та відновлювати психологічні ресурси, що є критично важливим для збереження ментального здоров'я нації.

Соціально-інтеграційна функція допомагає в адаптації та інтеграції тих, хто найбільше постраждав від суспільних змін — внутрішньо переміщених осіб, біженців, ветеранів війни та інших вразливих груп. Через організацію спільних заходів, освітніх програм, мовних клубів та культурних обмінів створюються умови для знайомства та взаємодії між старими та новими мешканцями громади [3, с. 116]. Це допомагає долати стереотипи, руйнувати бар'єри та будувати нові соціальні зв'язки, що є основою для мирного співіснування та згуртування суспільства.

Крім того, соціальні заходи сприяють формуванню та зміцненню цінностей. Вони підтримують та популяризують такі суспільно значущі ідеали, як патріотизм, солідарність, взаємоповага, відповідальність та гуманізм. Це відбувається через організацію пам'ятних заходів, вшанування героїв, проведення освітніх проектів та відкритих дискусійних платформ, де обговорюються важливі для суспільства теми [22]. Можна заявити, що івенти стають інструментом не лише для вирішення поточних проблем, але й для формування ціннісного фундаменту майбутнього країни.

Нарешті, функція збереження та розвитку культурної спадщини набуває особливого значення в умовах, коли культурна ідентичність нації може опинитися під загрозою. Це може відбуватися через проведення фестивалів народної творчості, виставок традиційних ремесел, літературних читань, концертів етнічної музики та інших івентів, спрямованих на популяризацію національної культури, традицій та мови [16]. Такі заходи стають актом культурного спротиву та доводять, що ідентичність народу є живою, стійкою та незнищенною.

Управління соціальними івентами в періоди суспільних трансформацій вимагає від організаторів не лише стандартних навичок, але й особливих якостей. Це, насамперед, гнучкість, креативність, здатність швидко реагувати на непередбачувані зміни та глибоко розуміти специфічні потреби аудиторії, яка перебуває у стані стресу [6, с. 75]. У таких умовах надзвичайно суттєвими стають навички кризового менеджменту, вміння оцінювати ризики, а також здатність налагоджувати ефективну співпрацю з найрізноманітнішими зацікавленими сторонами: державними органами, місцевим самоврядуванням, громадськими об'єднаннями, бізнесом, міжнародними організаціями та, звичайно, волонтерами [36]. Роль організатора трансформується з менеджера події на кризового соціального координатора, який вміє об'єднувати зусилля різних людей заради спільної мети.

Прикладом успішного застосування івент-менеджменту для потужного соціального впливу в умовах змін є численні волонтерські ініціативи, що виникли в Україні після початку повномасштабної війни [4]. Організація пунктів допомоги для переселенців, масштабні благодійні збори, освітні та культурні заходи для дітей, які були змушені покинути свої домівки, створення груп психологічної підтримки для тих, хто пережив травму, — все це яскраві приклади того, як івенти можуть мобілізувати суспільство та надавати реальну, відчутну допомогу мільйонам людей [25]. Важливо відзначити, що й соціально відповідальний бізнес також активно долучається до цього руху, переформатовуючи свої звичні маркетингові та корпоративні івенти на користь благодійних та соціальних проектів, спрямованих на підтримку країни [13, с. 7]. Це свідчить про глибоке усвідомлення того, що в кризові часи добробут суспільства стає спільною справою для всіх.

Аналізуючи представлені функції, можна стверджувати, що їхній спільний результат є набагато більшим, ніж проста сума окремих дій. В умовах війни, яка є не просто суспільною зміною, а реальною загрозою для існування, соціальні івенти починають виконувати унікальну, об'єднуючу роль. Цю роль можна описати як стабілізуючу функцію для суспільства. Таке визначення пояснює

здатність організованих заходів впорядковувати соціальний хаос, що панує навколо, та перенаправляти спільну психологічну енергію з руйнівного русла (де панують страх, паніка, розпач) у конструктивне, творче русло (спільна дія, взаємодопомога, солідарність).

Принцип дії такого соціального стабілізатора є комплексним та багатогранним. Війна створює ситуацію тотальної невизначеності та інформаційного перевантаження, в якій людина втрачає відчуття контролю над власним життям. Соціальний захід у таких умовах діє як своєрідна точка збірки, пропонуючи чітку, досяжну мету і зрозумілі правила гри в обмеженому часі та просторі. Це дозволяє створити острівець нормальності та передбачуваності посеред океану хаосу. Беручи участь у заході, людина повертає собі відчуття того, що вона може на щось впливати — вона знову може щось планувати, робити, бачити результат своїх дій, нехай і локальний, але цілком реальний. Це надзвичайно важливо для відновлення відчуття власної гідності та спроможності.

Також, івенти стають дієвим інструментом для перетворення негативної емоційної енергії на позитивну дію. Наприклад, благодійний ярмарок — це не просто механічний збір коштів. Це складний соціально-психологічний процес, де тривога за майбутнє трансформується у конкретну, корисну діяльність: плетіння сіток, виготовлення окопних свічок, приготування смаколиків для продажу. Кожен учасник, віддаючи свій час, працю чи гроші, отримує натомість дещо набагато важливіше — відчуття власної причетності до спільної боротьби та своєї корисності, що є потужною протиотрутою від почуття безпорадності та відчаю. Так само арт-терапевтичний майстер-клас стає безпечним простором, де невимовний біль знаходить вихід через колір та форму, а спільна творчість допомагає відновити розірвані війною соціальні зв'язки та знайти нових друзів.

Ключовим у цьому процесі є спілкування, але не в класичному його розумінні як простої передачі інформації, а як глибока соціальна взаємодія. Це спілкування на рівні спільних дій, символів та емоцій. Спільне плетіння маскувальної сітки є актом мовчазної довіри та злагодженої взаємодії. Передача

коштів волонтеру, якому довіряєш, — це символ надії та віри у спільну перемогу. Спільний спів на концерті — це вираження такої єдності, яка може бути сильнішою за будь-які політичні гасла чи промови. Івенти створюють безпечні умови для таких неформальних комунікацій, відновлюючи довіру між людьми, яка є фундаментом будь-якого здорового та стійкого суспільства.

Можна зробити висновок, що івент-менеджмент є потужним та незамінним інструментом соціального впливу, особливо затребуваним в умовах глибоких суспільних змін. Він дає змогу не лише ефективно реагувати на виклики та труднощі, але й формувати позитивний порядок денний, сприяти згуртуванню суспільства та спрямовувати його величезну енергію на досягнення спільних, конструктивних цілей. Ефективне використання цього інструменту вимагає від організаторів глибокого розуміння соціального контексту, потреб аудиторії та стратегічного, відповідального підходу до планування та реалізації заходів. Отже, в першому розділі було розглянуто теоретичні основи івент-менеджменту в соціальній галузі. Було визначено, що івент є цілеспрямовано організованим заходом, який створює унікальний досвід для аудиторії та спрямований на досягнення конкретних цілей. Проаналізовано різноманітні підходи до класифікації івентів, зокрема за метою, масштабом, формою та місцем проведення, що дозволяє структурувати розуміння їх багатоманітності.

Особливу увагу приділено специфіці соціальних івентів, ключовими цілями яких є не комерційна вигода, а вирішення суспільних проблем, інформування, фандрайзинг, мобілізація громадськості, психологічна підтримка та соціальна інтеграція. Підкреслено, що цільова аудиторія та вплив таких заходів є багатогранними і вимагають глибокого розуміння соціального контексту та принципів соціальної відповідальності.

Отож, що івент-менеджмент виступає дієвим інструментом соціального впливу, особливо в умовах суспільних змін, таких як війна. Він дозволяє мобілізувати ресурси, поширювати важливі меседжі, надавати психологічну підтримку, сприяти інтеграції та формувати суспільно значущі цінності.

Теоретичний аналіз підтвердив, що ефективне використання івент-технологій у соціальній галузі вимагає стратегічного підходу та адаптації до мінливих умов.

РОЗДІЛ 2
ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ НА ОРГАНІЗАЦІЮ СОЦІАЛЬНИХ ІВЕНТІВ

2.1 Аналіз змін у потребах суспільства в період війни

Повномасштабне військове вторгнення спричинило не просто зміни, а величезну перебудову в житті та потребах українців. Це був раптовий і жорстокий процес, який повністю змінив звичну картину світу для мільйонів людей. Пряма загроза життю та фізичній безпеці, масове переміщення населення всередині країни та за її межі, цілеспрямоване руйнування міст і сіл, глибока економічна криза та дуже сильний психологічний тиск стали новою реальністю [4]. Розгляд цих перетворень є надзвичайно важливим для розуміння того особливого середовища, в якому сьогодні доводиться планувати та організовувати громадські заходи. Без глибокого аналізу цих нових запитів будь-яка суспільна ініціатива ризикує бути відірваною від реальності, а отже, неефективною. Пристосування змісту, форматів та навіть тональності заходів для суспільства до цих актуальних потреб є не просто бажаною, а життєво необхідною умовою їхньої успішності та доречності.

Перш за все, на передній план вийшли базові потреби, пов'язані з фізичним виживанням та безпекою. Якщо у мирний час ці потреби для більшості населення були задоволені і не вимагали особливої уваги, то війна миттєво зробила їх найголовнішими. Мільйони українців зіткнулися з необхідністю вирішення щоденних завдань, які раніше здавалися немислимими: пошук безпечного укриття від ракетних обстрілів та авіаударів, забезпечення себе та своїх родин елементарними речами – їжею, питною водою, ліками та тимчасовим, часто імпровізованим, житлом [30, с. 15]. Поняття «дім» втратило свою сталість, перетворившись для багатьох на тимчасовий прихисток у метро, підвалі чи у спортзалі школи. Втрата дому — це не лише втрата даху над головою, а й втрата особистого простору, центру безпеки та родинної історії. Саме тому заходи, спрямовані на надання гуманітарної допомоги, облаштування центрів для

переселенців, організацію гарячого харчування, роздачу одягу та засобів гігієни, а також навчання правилам поведінки в надзвичайних ситуаціях, набули першочергового та беззаперечного значення. Такі ініціативи стали буквально рятівним колом для величезної кількості людей.

Однак потреба в безпеці не обмежується лише фізичним захистом. Не менш важливою стала інформаційна безпека, тобто потреба в доступі до достовірної, перевіреної інформації та захисті від потужних потоків дезінформації, фейків та ворожої пропаганди. В умовах інформаційного хаосу вміння відрізнити правду від брехні стало навичкою виживання. Тому освітні заходи з медіаграмотності, створення локальних інформаційних центрів, яким довіряють люди, та поширення чітких інструкцій щодо дій у кризових ситуаціях стали надзвичайно затребуваними. Люди потребували не лише їжі та даху над головою, а й відчуття певності та розуміння того, що відбувається, що могли дати саме такі інформаційні ініціативи. Це допомагало зменшити паніку та давало змогу приймати більш виважені рішення у складних обставинах.

Війна завдала нищівного удару по суспільній складовій, що призвело до значного зростання потреби в колективній підтримці, згуртованості та єдності. Звичні зв'язки між людьми, що будувалися роками, були розірвані в одну мить. Сім'ї були розлучені, друзі опинилися в різних країнах, цілі громади були змушені покинути свої домівки. Внутрішньо переміщені особи опинилися в новому, часто абсолютно незнайомому середовищі, де вони не мали ані друзів, ані знайомих, і гостро потребували допомоги в адаптації та інтеграції [30, с. 113]. У суспільстві виник величезний запит на заходи, що сприяють формуванню почуття спільноти, взаємодопомоги та солідарності. Це проявилося у створенні численних ком'юніті-центрів, організації спільних подій для місцевих мешканців та ВПО, мовних клубів та творчих майстерень, де люди могли не лише отримати допомогу, але й просто поспілкуватися та знайти нових друзів [16]. Саме в цей період спостерігається неймовірний розвиток волонтерського руху, який став одним із проявів згуртування суспільства навколо ідеї захисту країни та взаємопідтримки [40]. Спільна діяльність, спрямована на допомогу іншим, стала

найефективнішим способом відновлення зруйнованих зв'язків у суспільстві та побудови нових.

Надзвичайно зросла і стала однією з найголовніших необхідність у психологічній допомозі та підтримці ментального здоров'я. Війна є потужним і довготривалим травмуючим фактором, що спричиняє цілий спектр психологічних проблем: від гострого стресу, постійної тривоги та панічних атак до депресії та посттравматичного стресового розладу (ПТСР), які торкнулися значної частини населення — як цивільних, так і військових [37]. Люди почали потребувати не лише професійної психологічної допомоги від фахівців, а й доступних інструментів для самодопомоги, технік для заспокоєння та способів підтримки власної емоційної стабільності. Саме тому громадські заходи, такі як групи підтримки, арт-терапевтичні сесії, освітні зустрічі з питань ментального здоров'я, а також культурні події, що дають змогу відволіктися та отримати позитивні емоції, стали вкрай затребуваними [1]. Вони перетворилися на своєрідні аптечки першої психологічної допомоги, доступні для широкого загалу.

Помітно змінилися й потреби в інформації та освіті. Якщо раніше освітні запити стосувалися переважно професійного розвитку чи хобі, то в умовах війни зріс попит на знання та навички, необхідні для виживання та адаптації. Це інформація про безпеку, юридичні права внутрішньо переміщених осіб, доступні державні та міжнародні програми допомоги, а також можливості для працевлаштування чи швидкої перекваліфікації. Актуальними стали освітні програми, спрямовані на здобуття нових, затребуваних на ринку праці навичок. Водночас посилилася роль патріотичного виховання та ініціатив, спрямованих на збереження національної ідентичності, вивчення історії та культури України [31]. Онлайн-формати навчання та інформування набули ще більшої ваги, оскільки дозволяли отримувати знання безпечно, незалежно від місця перебування та обмежень мобільності [28]. Це зробило освіту доступною навіть для тих, хто перебував у найскладніших умовах.

Економічні труднощі, спричинені війною, зробили нагальною потребу в матеріальній допомозі та пошуку джерел економічної стабільності. Втрата

роботи, бізнесу, житла та майна, різке зростання цін та загальна економічна невизначеність змусили величезну кількість людей шукати додаткові джерела доходу та підтримки. Тому громадські заходи, спрямовані на допомогу в працевлаштуванні, організацію ярмарків вакансій, проведення тренінгів з розвитку підприємництва та надання прямої матеріальної допомоги найбільш вразливим категоріям населення, стали надзвичайно важливими [4]. Вони допомагали людям не лише вижити, а й відновити економічну самостійність та почуття власної гідності.

Спостерігається також глибока зміна культурних та духовних потреб. На перший погляд, може здатися, що в кризових ситуаціях люди тимчасово відкладають задоволення цих потреб, фокусуючись на виживанні. Проте насправді відбувається протилежний процес. Саме культура, мистецтво, духовність стають для багатьох людей джерелом розради, натхнення, пошуку сенсів та зміцнення національної ідентифікації [25]. Відбувається масштабне переосмислення культурних цінностей, зростає інтерес до української історії, мови, літератури, музики та традицій. Це відображається у величезному попиті на відповідні культурно-мистецькі заходи, які стають формою культурного спротиву та самоствердження [40]. Водночас виникає гострий запит на створення нових ритуалів та практик — для вшанування пам'яті загиблих, для підтримки ветеранів та їхніх родин, для відзначення важливих дат у нових реаліях [7]. Культурні івенти перестали бути просто розвагою, перетворившись на важливий інструмент збереження нації.

Проаналізовані зміни у суспільних запитах можна розглянути через призму класичних теорій потреб, наприклад, відомої піраміди Маслоу. В умовах війни відбувається не просто зміна, а глибока перебудова цієї ієрархії. Якщо в мирний час значна частина активного населення зосереджена на потребах вищих рівнів — поваги, визнання та самореалізації, то війна примусово опускає свідомість людей на базові рівні. Пріоритетом стає задоволення фізіологічних потреб та потреби в безпеці, що було детально описано вище. Це не означає, що вищі потреби зникають, але вони сильно змінюються і починають задовольнятися

через нові, нетипові для мирного часу, форми діяльності. Цей процес можна назвати явищем заміщення потреб.

Такий погляд дає змогу побачити, як вищі суспільні та духовні потреби задовольняються через діяльність, формально спрямовану на базові рівні. Наприклад, потреба у повазі та визнанні перестає бути питанням кар'єрного росту чи матеріального статусу. Натомість вона реалізується через волонтерську діяльність [5]. Людина отримує суспільне визнання не за посаду, а за кількість привезених бронежилетів, за години, проведені за плетінням маскувальних сіток, або за суму, зібрану на благодійному ярмарку [20]. Громадський захід у цьому випадку стає тим майданчиком, де відбувається цей символічний обмін: людина віддає свій ресурс (час, гроші, працю), а натомість отримує підтвердження своєї значущості для суспільства та корисності, що є потужним психологічним фактором, який допомагає впоратися з кризою.

Потреба в приналежності та любові також змінюється. Якщо раніше вона задовольнялася переважно в колі сім'ї, друзів чи колег, то під час війни вона поширюється на всю націю. Виникає гостре відчуття приналежності до великої спільноти — українського народу. Громадські зібрання, особливо ті, що мають патріотичне забарвлення, стають сучасними ритуалами, що підсилюють це почуття «ми» [22]. Спільне виконання гімну, розгортання прапора, вшанування пам'яті героїв — усе це потужні комунікативні акти, що задовольняють глибоку людську потребу бути частиною чогось більшого та відчувати єдність з іншими [7]. Це допомагає людям відчувати себе менш самотніми у спільній біді.

Навіть найвища потреба – самореалізація – знаходить свій вияв у нових формах. Для багатьох українців самореалізація в умовах війни — це не творчість заради мистецтва чи розвиток кар'єри, а максимальне докладання своїх професійних та особистих зусиль для наближення перемоги. Митець, який дає благодійний концерт, вчитель, який проводить безкоштовні онлайн-уроки для дітей-переселенців, або інженер, який розробляє нові технології для армії – усі вони реалізують свій потенціал, але спрямовують його на вирішення спільних суспільних завдань [16]. Громадські події стають тією платформою, яка дозволяє

цим людям продемонструвати свої таланти, отримати схвалення від інших та задовольнити таким чином потребу в самореалізації через служіння громаді.

Отже, розуміння змін у потребах людей виходить далеко за межі простого переліку нових запитів. Йдеться про глибоку психологічну та суспільну перебудову, де громадські заходи починають виконувати функцію задоволення вищих людських потреб через діяльність, спрямовану на базові рівні виживання та безпеки. Війна суттєво змінила ієрархію та зміст суспільних потреб в Україні. Пріоритетними стали безпека, фізичне виживання, психологічна підтримка, доступ до достовірної інформації та допомога в адаптації до нових реалій. Розуміння цих глибоких змін є ключовим для організаторів громадських ініціатив, адже дозволяє створювати заходи, які будуть дійсно актуальними, корисними та затребуваними суспільством у цей складний період. Лише такі, глибоко продумані івенти можуть стати дієвим інструментом підтримки та зміцнення нації.

2.2 Виклики для івент-менеджерів під час війни: безпека, логістика, ресурсне забезпечення

Проведення громадських заходів за обставин воєнного стану ставить перед організаторами низку небачених раніше труднощів. Ці виклики стосуються забезпечення безпеки учасників, вирішення складних логістичних завдань та мобілізації необхідних ресурсів у вкрай обмежених умовах. Пристосування до цих умов вимагає від івент-менеджерів не лише високого професіоналізму, а й надзвичайної гнучкості, винахідливості та стресостійкості [21, с. 2]. Роль організатора кардинально змінюється: він перестає бути просто менеджером, який створює свято, і перетворюється на кризового координатора, відповідального за життя та добробут людей. Кожне рішення, від вибору дати до розробки програми, доводиться приймати крізь призму потенційних загроз.

Безпека учасників є абсолютним і беззаперечним пріоритетом під час планування та проведення будь-якого заходу в умовах війни. Це не просто один

із пунктів у списку завдань, а фундамент, на якому будується вся подальша робота. Основні труднощі у цій галузі пов'язані з постійною загрозою ракетних обстрілів та авіаударів, що може перетворити будь-яке зібрання людей на потенційну мішень. Це зумовлює першочергову необхідність наявності облаштованих укриттів поблизу місця проведення заходу. При цьому йдеться не просто про підвальне приміщення, а про справжній захисний простір, який має відповідати певним вимогам: мати міцні перекриття, два виходи, вентиляцію, запаси води, аптечки та місця для сидіння [12]. Для багатьох офлайн-заходів обов'язковою умовою стало проведення їх у приміщеннях, що мають власні, сертифіковані укриття, або на територіях з дуже легким та швидким доступом до них, куди можна дістатися за лічені хвилини [15]. Крім того, організатори мають розробити чіткі та зрозумілі для всіх плани евакуації на випадок повітряної тривоги. Це включає маркування шляхів до укриття, призначення відповідальних осіб, які скеровуватимуть людей, та проведення детального інструктажу для всього персоналу та учасників перед початком події.

Не менш серйозним викликом є ризик терористичних актів та диверсій, який значно зростає під час війни. Це вимагає від організаторів посилених заходів безпеки, які раніше були притаманні лише подіям найвищого державного рівня. Часто виникає необхідність залучення правоохоронних органів або приватних охоронних служб, які можуть забезпечити порядок, оглянути територію на наявність небезпечних предметів та контролювати доступ на захід. Також може запроваджуватися перевірка особистих речей учасників та обмеження доступу сторонніх осіб, щоб мінімізувати будь-які ризики. Важливою є й мінна небезпека, яка є особливо актуальною для деокупованих територій або регіонів, що зазнали інтенсивних обстрілів. Проведення будь-яких заходів на відкритому повітрі в таких місцях можливе лише після ретельної перевірки території відповідними службами, зокрема Державною службою з надзвичайних ситуацій, та отримання офіційного дозволу. Організатор несе повну відповідальність за те, щоб обрана локація була стовідсотково безпечною для перебування людей.

Важливою складовою загальної безпеки є інформаційна безпека. В умовах війни персональні дані учасників, такі як номери телефонів чи адреси, можуть стати ціллю для ворожих спецслужб. Тому організатори мають вживати додаткових заходів для захисту цієї інформації та не допускати її витоку. Крім того, необхідно бути готовими до протидії дезінформації та провокаціям, які можуть бути спрямовані на зрив заходу, створення паніки серед учасників або дискредитацію самої ініціативи [5]. Це вимагає постійного моніторингу інформаційного простору та наявності плану швидкого реагування на подібні загрози.

Нарешті, величезного значення набуває психологічна безпека. Створення атмосфери довіри та підтримки є таким же важливим завданням, як і забезпечення фізичного захисту. Організатори повинні уникати тем, візуальних образів, гучних звуків чи будь-яких інших елементів, які можуть ретравматизувати учасників, тобто нагадати їм про пережиті жахи війни. Це особливо важливо при роботі з людьми, які мають досвід бойових дій, пережили окупацію, втратили близьких або свій дім. Дуже бажаною, а іноді й обов'язковою, є присутність на заходах професійних психологів або спеціально підготовлених волонтерів, які можуть надати першу психологічну допомогу, поговорити з людиною у стані стресу чи просто вислухати її [37]. Забезпечення психологічного комфорту та поваги до почуттів кожного учасника є ознакою високого професіоналізму та людяності організаторів.

Логістичні труднощі також суттєво ускладнюють організацію івентів у воєнний час, перетворюючи звичні завдання на складні багаторівневі проблеми. Транспортні обмеження є одним із найпомітніших викликів. Порушення залізничного та автобусного сполучення, пошкоджені дороги та мости, наявність блокпостів, які уповільнюють рух, та загальна небезпека на дорогах ускладнюють пересування як для організаторів та їхніх команд, так і для учасників заходу. Доставка необхідного обладнання, декорацій чи гуманітарної допомоги може перетворитися на справжній квест, що вимагає ретельного планування та пошуку надійних перевізників. Крім того, дія комендантської

години в багатьох регіонах накладає жорсткі часові рамки на проведення вечірніх заходів, змушуючи завершувати їх задовго до її початку, щоб усі учасники та персонал могли безпечно дістатися додому [18]. Усі ці фактори перетворюють логістику з технічної задачі на стратегічний виклик.

Обмежений вибір локацій є ще однією серйозною проблемою. Багато традиційних майданчиків для проведення івентів, таких як конференц-зали, концертні холи чи виставкові центри, можуть бути пошкоджені внаслідок обстрілів, повністю зруйновані або знаходитися у небезпечних районах. Частина придатних приміщень може бути перепрофільована для інших, більш нагальних потреб, наприклад, для розміщення внутрішньо переміщених осіб, гуманітарних штабів чи навіть тимчасових шпиталів. Все це значно звужує вибір та робить пошук безпечних, доступних та відповідних за розміром локацій надзвичайно складним завданням [21]. Організаторам доводиться проявляти креативність та розглядати нетрадиційні місця, такі як укриття, підземні паркінги чи навіть станції метро, адаптуючи їх для проведення своїх подій.

Часті перебої з електропостачанням, зв'язком та Інтернетом стали новою нормою життя, що вимагає від організаторів забезпечення повної автономності своїх заходів. Для будь-якої події, що залежить від електрики, необхідно мати резервні джерела живлення, такі як генератори, та достатній запас пального для них. Для онлайн- та гібридних заходів критично важливим є наявність стабільного інтернет-зв'язку, що часто вимагає використання кількох провайдерів одночасно або супутникового інтернету [12]. Також необхідно забезпечити надійний мобільний зв'язок для координації роботи команди на місці. Всі ці технічні аспекти значно збільшують бюджет та складність підготовки івенту.

Існують також значні проблеми з постачанням. Війна порушила звичні логістичні ланцюги та роботу багатьох підприємств. Це ускладнює закупівлю найрізноманітніших товарів та послуг, необхідних для заходу: від поліграфічної продукції та сувенірів до оренди меблів та кейтерингового обслуговування. Деякі товари стають дефіцитними, інші значно зростають у ціні. Організаторам

доводиться шукати нових постачальників, замовляти все заздалегідь та бути готовими до можливих затримок чи зривів поставок.

Загальна непередбачуваність ситуації є, мабуть, найбільшим логістичним викликом. Організатори повинні бути готовими до раптових змін у планах, скасування або перенесення заходу через різке загострення безпекової ситуації в регіоні. Це вимагає максимальної гнучкості у плануванні, наявності кількох запасних варіантів («плану Б» і навіть «плану В»), а також укладання гнучких договорів з підрядниками, що передбачають можливість зміни дати або повернення коштів [22, с. 76]. Чітка та своєчасна комунікація з зареєстрованими учасниками про будь-які зміни також є критично важливою для збереження їхньої довіри та лояльності.

Ресурсне забезпечення є ще одним критичним аспектом, який визначає, чи буде івент взагалі проведено. Фінансові обмеження є однією з найгостріших проблем. В умовах війни багато компаній, які раніше виступали спонсорами громадських ініціатив, самі зазнають збитків і змушені скорочувати свої бюджети на маркетинг та громадську відповідальність. Державні бюджети також переорієнтовані на оборонні потреби. Це призводить до того, що традиційні джерела фінансування стають недоступними. У таких умовах значно зростає роль фандрайзингу, тобто цілеспрямованого збору коштів серед населення, подання заявок на грантові програми від міжнародних фондів та залучення волонтерських внесків [25]. Організаторам доводиться ставати фахівцями з написання проектних заявок та проведення краудфандингових кампаній.

Серйозною проблемою є кадровий дефіцит. Частина досвідчених фахівців івент-індустрії могла виїхати за кордон, рятуючись від війни. Багато чоловіків були мобілізовані до лав Збройних Сил України. Дехто був змушений змінити сферу діяльності через відсутність роботи. Все це призводить до відчутного браку кваліфікованих івент-менеджерів, технічних спеціалістів, дизайнерів та інших професіоналів. Часто на плечі невеликої команди лягає величезний обсяг роботи, що призводить до перевтоми та професійного вигорання. У таких умовах надзвичайно зростає роль волонтерів, але їхня робота також потребує якісної

координації та навчання [10]. Отже, вміння працювати з волонтерськими командами стає однією з ключових компетенцій сучасного організатора.

Обмеженість матеріально-технічних ресурсів проявляється у дефіциті або високій вартості необхідного обладнання. Звукова апаратура, світлове обладнання, проектори, екрани, меблі — все це може бути важко знайти в належній якості та за прийнятною ціною. Частина обладнання могла бути знищена або залишитися на окупованих територіях. Це змушує організаторів шукати креативні рішення, використовувати простіші технічні засоби, позичати обладнання одне в одного або об'єднувати ресурси кількох громадських організацій для проведення спільних заходів.

Додаткові виклики створюють бюрократичні перешкоди. В умовах воєнного стану процедури отримання дозволів на проведення масових заходів можуть ускладнюватися. Виникає необхідність узгоджувати свої дії з військовими адміністраціями, місцевими радами, поліцією та іншими державними органами. Це може займати багато часу та вимагати підготовки великої кількості документів, що створює додаткове навантаження на організаторів.

Однак, окрім цих очевидних, матеріальних викликів, війна породжує низку глибинних, нематеріальних проблем, які лягають на плечі організаторів і вимагають від них абсолютно нових навичок та компетенцій. Ці проблеми не можна виміряти грошима чи порахувати в кількості завдань, але саме вони часто є найбільш виснажливими та складними.

Перш за все, це виклик, який можна назвати етичною навігацією. Організатор події у воєнний час постійно перебуває у стані пошуку крихкого балансу між двома, на перший погляд, протилежними потребами суспільства. З одного боку, існує величезна потреба у створенні острівців нормальності — моментів радості, спілкування, творчості, які допомагають людям психологічно перезавантажитись, відновити сили та не збожеволіти від постійного стресу та потоку трагічних новин. З іншого боку, існує величезний ризик перетнути межу та влаштувати недоречні танці на кістках, які можуть глибоко образити почуття

тих, хто в цей самий момент перебуває на фронті, хто втратив близьких, чиє місто зруйноване. Це вимагає від організатора не просто знання своєї аудиторії, а й здатності тонко відчувати колективний емоційний фон, який може змінюватися щодня. Він має стати своєрідним соціальним психологом, який інтуїтивно розуміє, коли спільний сміх на комедійному вечорі буде терапевтичним і життєствердним, а коли він може бути сприйнятий як блюзнірство та неповага до загального болю. Прийняття рішення про проведення чи скасування заходу перетворюється з логістичного на глибоко моральне, що несе величезну відповідальність. Кожен елемент програми, кожен допис в соціальних мережах, кожен жарт ведучого проходить через внутрішній фільтр: «Чи не зашкодить це комусь?», «Чи не викличе це хвилю обурення?», «Чи є це доречним саме сьогодні, коли країна прощається з героями?». Це постійний пошук балансу між підтримкою життя і повагою до трагедії, і цей пошук не має готових відповідей.

Другий нематеріальний виклик — це емоційна праця, або емоційне навантаження. Організатор громадського заходу в умовах війни перестає бути просто менеджером, який координує процеси. Він стає для своєї команди, волонтерів та учасників емоційною опорою, людиною, яка має зберігати зовнішній спокій під час повітряної тривоги, коли всі спускаються в укриття. Він змушений вислуховувати десятки історій про втрати, біль та страждання, знаходити слова підтримки, втішати та генерувати оптимізм, навіть коли власних психологічних ресурсів на це катастрофічно не вистачає. Ця постійна емоційна робота — управління не лише своїми почуттями, але й тривожністю, горем та розпачем інших — є надзвичайно виснажливою. Це той невидимий ресурс, який організатор вкладає в кожну подію, і який дуже важко поновити. На відміну від мирного часу, де головним завданням було створити позитивні емоції, зараз потрібно вміти працювати з усім спектром людських почуттів — від глибокого болю до світлої надії, створюючи безпечний простір для їхнього проживання. Це вимагає величезної емпатії, терпіння та внутрішньої сили.

Третій серйозний виклик – це управління мотивацією в умовах тотального дефіциту. Коли фінансові ресурси обмежені, а платити великі гонорари команді

чи підрядникам неможливо, головною валютою стає нематеріальна мотивація. Роль організатора тут трансформується з менеджера на ідейного лідера, заснованого на цінностях. Він має вміти так сформулювати мету проєкту, щоб вона надихала волонтерів, партнерів та навіть учасників долучатися за ідею, вкладаючи свій час, знання та ресурси. Як було проаналізовано раніше, люди в кризові часи шукають можливості бути корисними та відчувати свою причетність до чогось великого. Успішний організатор вміє упакувати цю можливість у формат конкретного заходу, даючи людям змогу задовольнити свою потребу у самореалізації та повазі через служіння суспільству. Це вже не менеджмент, а лідерство. Потрібно не просто сказати: «Допоможіть нам провести цей захід», а вміти пояснити: «Роблячи це разом, ми не просто організовуємо концерт. Ми збираємо гроші на дрон, який врятує життя, ми даруємо годину спокою дітям-переселенцям, ми доводимо ворогу і собі, що нас не зламати». Таке формулювання перетворює звичайну допомогу на участь у чомусь значно більшому, на частину спільної боротьби, і це є найпотужнішим мотиватором.

Вирішення цих надскладних завдань вимагає від івент-менеджерів не лише професійних знань, а й стратегічного мислення, вміння ефективно працювати в команді, будувати міцні партнерства та максимально ефективно управляти вкрай обмеженими ресурсами [36]. Ключовими стають навички антикризового управління, швидкої та точної оцінки ризиків та вміння приймати відповідальні рішення в умовах постійного стресу. Незважаючи на всі ці труднощі, українські організатори громадських заходів демонструють надзвичайну стійкість, мужність та креативність, знаходячи нові формати та підходи для того, щоб підтримувати суспільство, дарувати людям надію та наближати перемогу у цей складний для країни час [2]. Кожен проведений захід стає свідченням незламності духу та прагнення до нормального життя.

2.3 Роль соціальних івентів у підтримці психологічного стану населення та згуртуванні спільнот

В умовах війни, що супроводжується постійним стресом, відчуттям втрати, тотальною невизначеністю та руйнуванням звичного способу життя, психологічний стан населення зазнає величезного тиску. Кожен день приносить нові виклики, які виснажують внутрішні ресурси людей, призводячи до тривожності, апатії та почуття безпорадності [21]. У цьому складному контексті громадські заходи починають відігравати надзвичайно важливу, а часом і рятівну роль у підтримці ментального здоров'я людей та зміцненні громад. Вони перестають бути просто розвагою чи способом провести вільний час, перетворюючись на потужні інструменти психологічної стабілізації та соціального відновлення, на своєрідні острівці стабільності, надії та взаємопідтримки посеред бурхливого океану кризи [30, с. 112]. Цілеспрямовано організовані події стають тими точками опори, які допомагають людям і спільнотам вистояти та зберегти людяність.

Насамперед, громадські івенти створюють такий необхідний безпечний простір для емоційного розвантаження та надання психологічної підтримки. У суспільстві, де багато хто не звик говорити про свої почуття, а звернення до психолога все ще може бути стигматизованим, неформальні заходи стають доступним першим кроком до зцілення. Події, що включають у себе різноманітні арт-терапевтичні практики, такі як малювання, ліплення, музикування чи театральні імпровізації, дозволяють людям виразити свій біль, страх та інші складні емоції невербально, через творчість [1]. Це особливо важливо для дітей та дорослих, яким важко підібрати слова для опису своїх травматичних переживань. Створення чогось своїми руками, чи то малюнок, чи то глиняна фігурка, дає відчуття контролю та завершеності, якого так бракує у хаотичному світі війни.

Окреме місце займають спеціалізовані групи підтримки та зустрічі з психологами, які часто організовуються в рамках громадських центрів. Такі заходи дозволяють людям проговорити свої переживання у колі тих, хто їх розуміє, зменшити відчуття ізоляції та самотності, а також отримати професійну допомогу або пораду в доступній формі. Навіть звичайні культурно-мистецькі

події, такі як концерти, кінопокази чи поетичні вечори, в адаптованих форматах виконують важливу терапевтичну функцію. Вони дають можливість відволіктися від тривожних думок, отримати позитивні емоції та відчути зв'язок з іншими людьми через спільні переживання та враження [25]. Особливе значення це має для тих, хто пережив травматичні події, адже позитивні емоції є ключовим ресурсом для відновлення психіки.

Водночас такі заходи виконують і надзвичайно важливу освітню функцію. Вони підвищують обізнаність населення про природу стресу, травми, посттравматичного стресового розладу (ПТСР) та прості, але дієві методи самодопомоги. Лекції, семінари та воркшопи на теми ментального здоров'я допомагають людям краще розуміти свій стан, розпізнавати тривожні симптоми у себе та своїх близьких, а також оволодівати техніками релаксації та стабілізації. Це сприяє формуванню в суспільстві нової культури – культури піклування про власне психічне здоров'я, що є довгостроковою інвестицією у стійкість нації [19]. Знання про те, як працює психіка в екстремальних умовах, дає людям інструменти для самозбереження.

Крім індивідуальної психологічної підтримки, громадські івенти відіграють ключову, фундаментальну роль у відновленні та зміцненні соціальних зв'язків, які були нещадно зруйновані війною. Спільна участь у волонтерських акціях, таких як плетіння маскувальних сіток чи приготування їжі для військових, у благодійних ярмарках, в облаштуванні громадських просторів чи у творчих майстер-класах допомагає людям знайомитися, об'єднуватися навколо спільних цілей та відчувати себе частиною чогось більшого, ніж просто власне життя [16]. У процесі такої спільної, осмисленої діяльності народжується довіра, виникають нові дружні стосунки, відновлюється відчуття команди та плеча поруч.

Це особливо актуально для внутрішньо переміщених осіб, яким надзвичайно важливо інтегруватися в нові громади та знайти там підтримку. Спеціальні заходи для ВПО, а ще краще –спільні події для них та місцевих мешканців, допомагають долати відчуження та будувати нові зв'язки. Це можуть

бути спільні кулінарні вечори, екскурсії містом, спортивні змагання чи просто вечори настільних ігор. Такі прості, на перший погляд, речі дозволяють людям відчути себе прийнятими та потрібними на новому місці, що значно полегшує процес адаптації [30, с. 115]. Це перетворює громаду з простої сукупності незнайомців на справжню спільноту.

Надаючи відчуття нормальності та надії на майбутнє, такі заходи виконують ще одну важливу психологічну функцію. Коли все навколо руйнується, а плани на майбутнє неможливі, навіть невелика подія, внесена до календаря, створює ілюзію контролю над власним життям. Вона нагадує про мирні часи, про звичні ритуали та радощі, і тим самим підтримує віру в те, що колись це все повернеться. Це важливо для вшанування пам'яті та підтримки ветеранів та їхніх родин. Створення нових традицій та пам'ятних днів допомагає суспільству гідно проживати горе та висловлювати свою повагу і вдячність тим, хто заплатив найвищу ціну [7]. Такі події стають символом безперервності життя та незламності духу.

Крім того, громадські івенти є дієвим інструментом для мобілізації ресурсів на психологічну підтримку. Благодійні заходи можуть збирати кошти на фінансування психологічних служб для військових та цивільних, на навчання фахівців з травмотерапії, на створення сучасних реабілітаційних центрів. Волонтерські ініціативи, в свою чергу, залучають тисячі людей до надання першої психологічної допомоги та підтримки вразливих груп населення після відповідного навчання та підготовки [3]. Отож, івенти не лише лікують душі безпосередніх учасників, але й створюють інфраструктуру для довготривалої та системної психологічної допомоги в масштабах всієї країни.

Аналізуючи роль громадських заходів у кризовому суспільстві, можна виділити їхню унікальну подвійну функцію, яка діє одночасно на двох рівнях: індивідуальному та колективному. З одного боку, на особистісному рівні, вони діють як психологічний якір для кожної окремої людини, що допомагає їй не загубитися у вирі негативних емоцій та подій. З іншого боку, на рівні спільноти,

вони працюють як соціальний клей, що скріплює та відновлює розпорошені війною громади, не даючи їм розпастися на ізольованих індивідів.

На індивідуальному рівні івент дає людині те, чого найбільше бракує в умовах війни: структуру, мету та відчуття власної спроможності. Життя під час війни є хаотичним, непередбачуваним і позбавленим звичних орієнтирів. Участь у будь-якому організованому заході, навіть дуже простому, як-от майстер-клас з малювання чи суботня толока, створює короткостроковий, але чіткий план дій: прийти в певне місце о певній годині, виконати зрозумілі завдання, побачити конкретний, відчутний результат своєї праці. Цей, здавалося б, простий досвід повертає відчуття контролю над хоча б маленькою частинкою свого життя, що є потужною протиотрутою від почуття безпорадності, яке породжує травма та невизначеність [21]. Це доводить людині, що вона не просто жертва обставин, а активний суб'єкт, здатний змінювати реальність навколо себе.

Більше того, івент пропонує тимчасовий, але такий необхідний вихід із постійного потоку негативних новин, тривожних думок та розмов про війну. Це не втеча від реальності у світ ілюзій, а скоріше усвідомлена та необхідна пауза для відновлення психологічних ресурсів, що дозволяє людині функціонувати далі. Це схоже на те, як спортсмену потрібен відпочинок між тренуваннями, щоб відновити м'язи. Так само і психіці потрібен відпочинок від постійного напруження, і громадські заходи надають таку можливість у безпечному та соціально прийнятному форматі.

На рівні спільноти громадські заходи виконують роль сучасних ритуалів, які допомагають створювати, підтримувати та зміцнювати колективну ідентичність. Спільне плетіння маскувальних сіток або приготування їжі для військових стає не просто механічною роботою, а глибоко символічним актом єднання та турботи. У цей момент люди, незалежно від їхнього віку, професії чи статусу, стають однією командою, об'єднаною спільною метою. Надзвичайно важливим є створення спільних позитивних спогадів. У той час, коли колективна пам'ять переповнена травматичними подіями, руйнуваннями та втратами, спільний сміх на вуличному концерті, відчуття гордості на благодійному

ярмарку, де вдалося зібрати велику суму, чи радість від спільно відремонтованого будинку для сусідів створюють нові, світлі та життєствердні моменти. Ці позитивні спогади стають тим ресурсом, який допомагає громаді лікуватися та рухатися далі.

Такі заходи також стають надзвичайно ефективними практичними майданчиками для побудови нових соціальних мереж. Це особливо важливо для переселенців, які втратили своє звичне коло спілкування та опинилися в ізоляції. Нові знайомства, що зав'язуються під час спільної діяльності, формують прямі горизонтальні зв'язки між людьми. Ці зв'язки, засновані на довірі та взаємодопомозі, роблять громаду більш стійкою, гнучкою та здатною до самоорганізації у вирішенні будь-яких проблем [26]. З часом ці нові знайомства переростають у дружбу та створюють нову, міцнішу соціальну тканину.

Важливо розуміти, що ці два рівні – індивідуальний та колективний – тісно та нерозривно взаємопов'язані. Психологічна стабільність окремої людини є необхідною умовою для її здатності та бажання брати участь у житті громади. Людина в стані глибокої депресії чи апатії просто не має сил на громадську активність. І навпаки, відчуття приналежності до згуртованої спільноти, яка тебе розуміє і підтримує, є одним із найпотужніших ресурсів для зміцнення психологічної стійкості кожної окремої особистості. Коли людина знає, що вона не одна, їй набагато легше долати труднощі. Таким чином, громадські івенти запускають позитивний цикл: вони допомагають людині відновити внутрішню рівновагу та знайти ресурси, що дозволяє їй долучатися до колективних дій, а участь у цих діях, у свою чергу, ще більше зміцнює її особисту стійкість та стійкість усієї спільноти.

Отож, у другому розділі було проаналізовано комплексний вплив воєнного стану на організацію громадських заходів в Україні. Дослідження виявило кардинальні зміни у потребах українського суспільства, де на перший план вийшли запити на безпеку, фізичне виживання, психологічну підтримку та згуртованість. Аналіз показав, що в умовах війни відбувається явище заміщення потреб, коли вищі потреби (у повазі, самореалізації) починають задовольнятися

через діяльність, спрямовану на базові рівні виживання, зокрема через волонтерство та участь у суспільних ініціативах.

Було систематизовано ключові виклики, що постали перед івент-менеджерами. Безпекові аспекти, зокрема загроза обстрілів та необхідність забезпечення укриттів, стали абсолютним пріоритетом. Логістичні труднощі, пов'язані з порушенням транспортних зв'язків та пошкодженням інфраструктури, значно ускладнюють організаційний процес. Ресурсне забезпечення також є серйозним викликом через скорочення бюджетів, відтік кадрів та обмежений доступ до необхідних товарів і послуг.

Незважаючи на ці труднощі, дослідження підтвердило надзвичайно важливу роль громадських івентів у підтримці психологічного стану населення та згуртуванні спільнот. Було визначено, що такі заходи виконують подвійну функцію: на індивідуальному рівні вони діють як психологічний якір, повертаючи відчуття контролю та нормальності, а на рівні громади — як соціальний клей, що відновлює зруйновані зв'язки та створює нові позитивні спогади. Громадські заходи стали важливим інструментом адаптації, психологічного відновлення та зміцнення суспільної стійкості.

РОЗДІЛ 3
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ІВЕНТІВ У ВОЄННИЙ ЧАС

3.1 Формати та приклади успішних соціальних івентів під час війни (онлайн/офлайн)

Війна спонукала організаторів громадських заходів докорінно переглянути звичні формати та підходи, пристосовуючи їх до нової, жорстокої реальності, в якій головними факторами стали безпека, обмежені ресурси та кардинально змінені потреби суспільства [21, с. 3]. У цих умовах креативність, гнучкість та орієнтація на конкретний, відчутний результат стали ключовими факторами успіху будь-якої ініціативи. У відповідь на нові виклики, в Україні почалося широке застосування як онлайн, так і офлайн форматів заходів. Кожен з них має свої унікальні переваги та значні труднощі в умовах воєнного стану, і вибір між ними або їхнє поєднання стало головним стратегічним рішенням для організаторів.

Онлайн-формати набули особливої, безпрецедентної значущості. Їхня популярність зумовлена насамперед міркуваннями безпеки, адже вони дозволяють уникнути фізичних ризиків, пов'язаних із масовими скупченнями людей. Крім того, онлайн-заходи зняли географічні обмеження, що виявилося критично важливим в умовах, коли мільйони людей були змушені покинути свої домівки, переїхати в інші регіони України або за кордон. Серед найпоширеніших онлайн-форматів варто виділити вебінари, онлайн-лекції та тренінги. Ці інструменти активно використовуються для надання психологічної підтримки, наприклад, через вебінари від платформи «Розкажи мені» або проекту «Поруч». Також вони є незамінними для поширення життєво важливих знань: навчання навичкам першої домедичної допомоги, інформування про юридичні права внутрішньо переміщених осіб, роз'яснення правил мінної безпеки, а також надання можливостей для працевлаштування та перекваліфікації [38].

Платформа «Дія.Освіта», наприклад, пропонує цілу низку безкоштовних курсів для здобуття нових професій, що є надзвичайно актуальним для людей, які втратили роботу [16]. Це допомагає людям швидше адаптуватися до нових економічних реалій та знайти джерела доходу.

Надзвичайно популярними стали онлайн-концерти та благодійні марафони. Багато українських артистів, як відомих, так і початківців, проводять регулярні онлайн-виступи на платформах YouTube, Instagram та Facebook, щоб зібрати кошти на потреби Збройних Сил України або на гуманітарну допомогу. Прикладом глобального успіху є телемарафон «Save Ukraine - #StopWar», що об'єднав митців, політиків та активістів з усього світу, зібравши мільйони доларів та привернувши увагу до війни в Україні [20]. Такі заходи виконують не лише фандрайзингову, а й потужну інформаційну та об'єднавчу функцію. Також варто відзначити численні ініціативи, що пропонують віртуальні групи підтримки та індивідуальні психологічні консультації, забезпечуючи доступність та анонімність допомоги незалежно від місця перебування людини [21]. Платформи на кшталт «УкрЄдність» стали для багатьох людей першим кроком до отримання фахової допомоги [39]. Важливу роль відіграють і культурні інституції: музеї та галереї створюють віртуальні онлайн-виставки та 3D-екскурсії, щоб зберегти культурну спадщину від знищення та надати доступ до мистецтва тим, хто не може відвідати їх фізично. Крім того, не можна недооцінювати вплив флешмобів та челенджів у соціальних мережах, які спрямовані на підтримку бойового духу, поширення важливої інформації, наприклад, про правила поведінки під час обстрілів, та швидкий збір коштів на нагальні потреби.

Незважаючи на всі ризики, офлайн-формати також продовжують існувати та відігравати свою унікальну роль, хоча й з обов'язковим урахуванням найсуворіших заходів безпеки. До найпоширеніших офлайн-заходів належать благодійні ярмарки, концерти та аукціони. Вони організовуються для збору коштів на потреби армії, медиків та людей, що постраждали від війни. Часто такі події проводяться на відкритому повітрі або у приміщеннях з надійними

укриттями. Прикладом є фестиваль «Дух незламних» у Львові або культурно-мистецький проєкт «Ноти підтримки» в Рівненській області, які поєднують культурну програму з потужною благодійною складовою [22]. Це доводить, що навіть у складних умовах українці знаходять способи поєднувати творчість із практичною допомогою.

Дуже важливими є арт-терапевтичні майстер-класи та заходи, де через малювання, ліплення, музикотерапію чи рукоділля дорослі та діти отримують можливість впоратися зі стресом та виразити свої почуття. Фундація «Добродар», наприклад, активно використовує арт-терапію для роботи з ветеранами та цивільними, що мають ознаки посттравматичного стресового розладу [31]. Важливу роль у відновленні країни та громад відіграють волонтерські табори та толоки. Такі ініціативи, як «Repair Together» або «Будуємо Україну Разом» (БУР), збирають молодь з усієї країни для відновлення пошкодженого житла, розбору завалів та облаштування громадських просторів у деокупованих містах та селах [23]. Ці заходи мають не лише практичний, але й величезний символічний сенс.

В умовах, коли мільйони дітей були позбавлені нормального навчання та дозвілля, великого значення набули освітні та розвиваючі заходи для дітей та внутрішньо переміщених осіб. Це створення дитячих просторів у гуманітарних штабах, проведення безкоштовних гуртків, майстер-класів та літніх таборів. Не втрачають своєї актуальності і спортивні заходи з благодійною складовою, такі як пробіги чи турніри, де реєстраційні внески спрямовуються на допомогу армії. Особливе місце займають заходи з вшанування пам'яті загиблих та підтримки ветеранів, наприклад, виставки особистих речей чи вишитих сорочок загиблих героїв, які є надзвичайно емоційними та важливими для колективного проживання горя [32]. Навіть деякі великі фестивалі та культурні події продовжують свою діяльність, але в адаптованому, більш камерному форматі, з обов'язковою наявністю укриттів та благодійною метою, як-от «Спаський фест. Моя Полтава» [17]. Це демонструє прагнення до збереження культурного життя навіть у найскладніших умовах.

Для кращого розуміння специфіки онлайн та офлайн форматів громадських івентів під час війни, наведемо їх порівняльну характеристику (Таблиця 3.1).

Таблиця 3.1.

Порівняльна характеристика форматів соціальних івентів під час війни (онлайн/офлайн)

Критерій порівняння	Онлайн-формати	Офлайн-формати
Безпека	Висока: відсутність фізичних ризиків.	Низька: пряма залежність від безпекової ситуації, необхідність укриттів.
Доступність та Охоплення	Високі: не залежать від місця проживання, залучають аудиторію з усього світу.	Обмежені: залежать від конкретної локації, транспорту та кількості місць.
Емоційний зв'язок	Опосередкований: важче досягти «ефекту присутності».	Прямий та сильний: створюється через живе спілкування та спільні переживання.
Згуртування спільноти	Ускладнене: взаємодія переважно у чатах, неформальне спілкування обмежене.	Високе: сприяє зміцненню реальних соціальних зв'язків.
Основні виклики	Залежність від інтернету та електроенергії; цифровий розрив; складність утримання уваги.	Безпекові загрози; складна логістика; вища вартість; обмежена кількість учасників.

Продовження таблиці 3.1

Критерій порівняння	Онлайн-формати	Офлайн-формати
Приклади в Україні	Благодійні онлайн-марафони [20], освітні вебінари для ВПО [16, 38], групи психологічної підтримки [21, 39].	Волонтерські толоки [23], благодійні ярмарки та фестивалі [22, 40], арт-терапевтичні майстер-класи [31].

Наведена таблиця наочно демонструє ключову дилему, що постає перед організаторами громадських заходів під час війни: це складний вибір між безпекою та широким охопленням онлайн-форматів і глибшим емоційним впливом та унікальною здатністю до згуртування офлайн-заходів. Онлайн дозволяє залучити людей незалежно від їхнього місцезнаходження, убезпечити їх від фізичних загроз, що є абсолютним пріоритетом, і стерти кордони, об'єднуючи українців по всьому світу. Водночас саме офлайн-заходи створюють неповторну атмосферу спільності, живої взаємодії та енергетичного обміну, яка є надзвичайно цінною для психологічної підтримки, відновлення зруйнованих війною зв'язків та відчуття єдності.

Успіх того чи іншого формату залежить від багатьох факторів: конкретної мети заходу, специфіки цільової аудиторії, наявних фінансових та людських ресурсів, а також, безумовно, від безпекової ситуації в конкретному регіоні. Найбільш ефективними та резонансними часто стають ті ініціативи, які не протиставляють ці два формати, а знаходять між ними баланс, використовуючи гібридні моделі, або обирають той формат, що найкраще відповідає поставленій меті. Українські івент-менеджери та громадські активісти демонструють надзвичайну винахідливість та здатність до адаптації, знаходячи способи проводити значущі та корисні заходи навіть у найскладніших, непередбачуваних умовах. У цій новій реальності ключовим фактором успіху стає не масштабність

чи видовищність події, а її змістовне наповнення, щирість намірів та реальна, відчутна користь для людей.

Аналізуючи практичні кейси та порівняльну характеристику, можна зробити висновок, що найуспішніші івент-стратегії в умовах війни полягають не у протиставленні онлайн та офлайн форматів, а в їхньому глибокому, продуманому взаємодоповненні та синергії. Розглядаючи їх не як альтернативи, а як дві пов'язані частини однієї великої комунікаційної кампанії, організатори можуть мінімізувати недоліки кожного формату та, навпаки, посилити їхні переваги, досягаючи максимального суспільного ефекту. Цей підхід можна умовно назвати моделлю цифрового підсилення офлайн-подій, яка дозволяє поєднати глибину живого спілкування з широтою цифрового охоплення.

Суть цієї моделі полягає в тому, що офлайн-захід стає ядром, емоційним центром події. Саме тут, у живому спілкуванні, генерується унікальний контент: щирі емоції, особисті історії учасників, враження волонтерів, неповторна атмосфера єднання. Це те, що неможливо відтворити онлайн. Однак цей локальний досвід, обмежений кількістю учасників та географією, можна і потрібно масштабувати. І тут на допомогу приходять онлайн-інструменти, які виступають у ролі потужного підсилювача. Наприклад, благодійний ярмарок чи фестиваль у Львові може зібрати фізично кілька сотень чи тисяч людей, але якісні прямі трансляції найцікавіших моментів, професійні фото- та відеозвіти, короткі інтерв'ю з учасниками та волонтерами, опубліковані в соціальних мережах, дозволяють десяткам тисяч інших людей з усієї України та світу долучитися до події емоційно та, що важливо, фінансово. Онлайн-аукціон може стати логічним продовженням офлайн-ярмарку, даючи можливість продати вироби, що залишилися, та залучити покупців з інших міст чи навіть країн. Тобто, онлайн не замінює, а розширює фізичні межі офлайн-події, перетворюючи її з локальної на всеукраїнську чи навіть глобальну.

Ця модель ефективно працює і у зворотному напрямку. Онлайн-активності можуть слугувати надзвичайно дієвим інструментом для мобілізації та залучення аудиторії до майбутніх офлайн-заходів. Інформаційні кампанії в соціальних

мережах, освітні вебінари, онлайн-дискусії з експертами можуть заздалегідь підготувати аудиторію, детально пояснити важливість проблеми, відповісти на запитання та мотивувати людей долучитися до практичних дій. Наприклад, серія онлайн-лекцій про важливість збереження історичної спадщини може надихнути людей прийти на волонтерську толоку для прибирання старовинної садиби. Онлайн-реєстрація на офлайн-подію дозволяє організаторам краще спланувати логістику, розрахувати кількість необхідних матеріалів та, що найважливіше, забезпечити належний рівень безпеки, контролюючи кількість учасників. У такому випадку онлайн стає важливим підготовчим етапом, що значно підвищує якість, безпеку та ефективність живого заходу.

Крім того, такий гібридний підхід дозволяє набагато делікатніше вирішувати складні етичні та психологічні питання. Наприклад, на заході для ветеранів чи родин загиблих героїв не завжди доречна присутність великої кількості сторонніх людей, адже це може порушити камерну та довірливу атмосферу, необхідну для проживання болю та взаємної підтримки. Однак, використовуючи гібридний формат, можна зберегти приватність основної події, але при цьому розповісти історії цих людей широкому загалу. Це можна зробити через створення якісного документального матеріалу про подію, організацію онлайн-трансляції лише певної, офіційної частини заходу, або через публікацію знеособлених історій учасників (за їхньою згодою). Це дає змогу досягти важливої суспільної мети — вшанування пам'яті та привернення уваги до проблем ветеранів, не порушуючи при цьому особистих кордонів та права людей на приватність у важкі моменти.

Для ще глибшого розуміння, як ці теоретичні моделі та виклики втілюються у реальній діяльності, варто провести детальний аналіз конкретних випадків. Розгляд кількох різних за своїми цілями, масштабом та форматом івентів дозволяє побачити повний спектр завдань, що стоять перед організаторами, та унікальних рішень, які вони знаходять. Тому далі ми проаналізуємо три знакові події, що відбулися в Україні після повномасштабного вторгнення: міжнародний благодійний телемарафон «Save Ukraine — #StopWar»,

волонтерську ініціативу з відбудови зруйнованих осель «Repair Together» та виставку знищеної російської техніки на Хрещатику.

Кейс 1. Глобальна мобілізація та підтримка: телемарафон «Save Ukraine — #StopWar»

Опис івенту. «Save Ukraine – #StopWar» – це серія міжнародних благодійних телемарафонів, перший з яких відбувся вже наприкінці березня 2022 року. Захід транслювався з Варшави та одночасно показувався в багатьох країнах світу, об'єднуючи в ефірі виступи українських та світових зірок, промови політичних лідерів, звернення громадських діячів та зворушливі історії звичайних українців. Головними цілями марафону були збір коштів на гуманітарну допомогу Україні через платформу United24 та потужна інформаційна кампанія, спрямована на підтримку України у світі.

Специфіка та проблематика. Цей випадок є яскравим прикладом змішаного та дуже великого заходу, який поєднав у собі елементи телевізійного шоу, онлайн-трансляції та політичного форуму. Його аналіз дозволяє виявити низку особливих проблем.

1. Складність організації та узгодження дій. Організація такого масштабного заходу вимагала небаченого раніше рівня узгодження дій. Потрібно було зладити роботу знімальних груп, артистів, технічного персоналу та політиків у десятках різних країн та часових поясів. Окремим викликом було перевезення українських артистів та ведучих, багато з яких на той момент перебували в Україні в умовах активних бойових дій. Це вимагало створення складних та безпечних маршрутів.
2. Технічне забезпечення. Для проведення марафону необхідно було забезпечити стабільну та якісну трансляцію на весь світ. Це включало не лише організацію телевізійного сигналу, але й підтримку онлайн-трансляції на платформах YouTube та в соціальних мережах, яка мала витримати величезне навантаження від мільйонів одночасних глядачів. Будь-який технічний збій міг призвести не лише до втрати аудиторії, але й до шкоди для репутації.

3. Безпека. Хоча основне місце проведення було за межами України (у Варшаві), захід все одно вимагав надзвичайних заходів безпеки. Присутність важливих політичних діячів та всесвітньо відомих зірок робила подію можливою ціллю для провокацій чи навіть нападів. Це вимагало тісної співпраці з місцевими правоохоронними органами та приватними охоронними структурами.
4. Стратегія спілкування з аудиторією. Проблема спілкування полягала у необхідності знайти правильний тон та повідомлення для різних людей. З одного боку, потрібно було показати весь жах війни та страждання українців, щоб викликати співчуття та спонукати до пожертв. З іншого боку, важливо було уникнути занадто важкого контенту, який міг би відштовхнути міжнародного глядача, та боротися з втомою від війни, яка вже починала з'являтися в інформаційному просторі. Організатори мали знайти баланс між розповіддю про трагедію та демонстрацією надії, між проханням про допомогу та показом стійкості українського народу.
5. Фінансова прозорість. Коли мова йде про збір мільйонних пожертв, питання довіри та відкритості виходить на перший план. Організатори мали забезпечити надійну та зрозумілу систему збору коштів через глобальну платформу United24, а також гарантувати, що кожен долар буде спрямований на заявлені цілі. Це вимагало створення чіткої системи звітності та постійного спілкування з громадськістю про те, куди саме були витрачені зібрані кошти.

Отже, телемарафон «Save Ukraine» показав, як технології організації подій можуть бути використані для збору ресурсів по всьому світу та для політичного впливу. Водночас він висвітлив усю складність організації міжнародних змішаних заходів в умовах війни, де проблеми з перевезенням, технікою та безпекою поєднуються з необхідністю розробки надзвичайно чутливої стратегії спілкування.

Кейс 2. Відбудова та згуртування громад: волонтерська ініціатива «Repair Together»

Опис івенту. «Repair Together» – це волонтерський рух, що виник як відповідь на масові руйнування у звільнених від окупації областях України, зокрема на Чернігівщині. Суть ініціативи полягає в організації так званих «рейв-толок» — волонтерських таборів, куди приїжджає молодь з усієї України та з-за кордону, щоб допомагати місцевим мешканцям розбирати завали та ремонтувати пошкоджене житло. Особливістю цих заходів є поєднання важкої фізичної праці вдень із культурною програмою ввечері, зокрема з вечірками електронної музики (рейвами), лекціями та кінопоказами.

Специфіка та проблематика. Цей випадок є прикладом місцевого заходу наживо, спрямованого на практичну допомогу та об'єднання спільноти. Його аналіз розкриває зовсім інший шар проблем, ніж у попередньому прикладі.

1. Фізична безпека. Це найголовніший та найскладніший виклик для «Repair Together». Роботи проводяться на територіях, які нещодавно були звільнені. Це означає високий ризик наявності мін, розтяжок та інших нерозірваних боєприпасів. Перед початком будь-якої толоки організатори мають забезпечити ретельну перевірку території фахівцями ДСНС. Крім того, існує ризик обвалу пошкоджених конструкцій будівель. Це вимагає проведення детального інструктажу для волонтерів щодо правил техніки безпеки та наявності на місці людей, які можуть надати першу домедичну допомогу.
2. Забезпечення ресурсами та перевезення. Ініціатива повністю залежить від пожертв та зусиль волонтерів. Організаторам потрібно постійно вирішувати складні завдання: знаходити кошти на закупівлю будівельних матеріалів та інструментів, організовувати перевезення десятків волонтерів до віддалених сіл, забезпечувати їх проживанням (часто у наметових містечках) та триразовим харчуванням. Це вимагає неймовірних організаційних зусиль та побудови складної системи логістики.
3. Психологічне навантаження та етика спілкування. Волонтери та організатори працюють безпосередньо з людьми, які пережили окупацію,

бачили смерть, втратили своїх близьких та майно. Це створює величезне психологічне навантаження на всіх учасників. Важливою проблемою є емоційне вигорання волонтерів, які пропускають через себе чужий біль. Організаторам необхідно дбати про психологічну підтримку своєї команди. Крім того, постає гостре моральне питання: як правильно спілкуватися з постраждалими, щоб не завдати їм додаткової травми? Важливо уникнути позиції рятівника і не перетворити допомогу на туризм по руїнах. Спілкування має будуватися на принципах поваги, партнерства та співпереживання.

4. Поєднання непоєднуваного: «рейв-толока». Сама ідея поєднання розбору завалів із вечірками електронної музики на перший погляд може здатися недоречною. Це є яскравим прикладом пошуку морального балансу, про який йшлося раніше. Проте на практиці такий формат виявився надзвичайно вдалим. Він дозволяє залучити до важкої праці молодіжну аудиторію, для якої музика та культура є важливою частиною життя. Вечірній рейв стає способом психологічного розвантаження після напруженого дня, дозволяє виплеснути емоції та створює унікальну атмосферу спільності. Цей випадок доводить, що навіть у найтрагічніших обставинах культура та радість можуть стати інструментом зцілення та мотивації.

Тобто, ініціатива «Repair Together» показує, як низовий громадський рух може вирішувати надскладні практичні завдання та водночас виконувати потужну психологічну та об'єднавчу функцію. Проблематика цього кейсу лежить у площині фізичної безпеки, залежності від ресурсів та величезного психологічного навантаження, яке компенсується відчуттям реальної користі та неймовірної згуртованості.

Кейс 3. Свідчення та психологічний вплив: виставка знищеної російської техніки на Хрещатику

Опис івенту. Влітку 2022 року, напередодні Дня Незалежності, на центральній вулиці Києва, Хрещатику, було організовано масштабну виставку

знищеної військової техніки російської армії. Іржаві танки, спалені бронемашини та залишки ракет були виставлені вздовж вулиці, перетворивши її на своєрідний музей просто неба. Івент мав величезний відгук у суспільстві і став одним із найяскравіших символів українського спротиву.

Специфіка та проблематика. Цей випадок є унікальним прикладом державного пам'ятного та інформаційного заходу, який використовує об'єкти смерті для утвердження життя та перемоги. Його аналіз дозволяє виявити особливі проблеми, пов'язані з психологічним впливом та символічним значенням.

1. Безпека у центрі столиці. Організація такої виставки у самому серці столиці, яка регулярно зазнає ракетних атак, була величезним викликом для безпеки. Скупчення великої кількості людей, які приходили подивитися на техніку, перетворювало Хрещатик на потенційну ціль. Це вимагало посиленої роботи правоохоронних органів, постійного патрулювання та розробки планів евакуації на випадок повітряної тривоги.
2. Складність перевезення. Доставка десятків одиниць важкої, понівеченої військової техніки з полів боїв, що знаходилися за сотні кілометрів, до центру Києва є надзвичайно складним логістичним завданням. Це вимагало залучення спеціалізованого транспорту, військових інженерів та чіткої координації між військовим та цивільним керівництвом.
3. Психологічний та моральний аспекти. Це ключова і найскладніша проблематика цього випадку. Організатори мали справу з об'єктами, які несли смерть і руйнування. Існував ризик, що виставка може знову травмувати людей, особливо тих, хто бачив цю техніку в дії, або викликати у них неконтрольовані напади гніву чи відчаю. Головним завданням було перетворити ці символи жаху на символи перемоги. Цього досягли, позбавляючи ворожу техніку її грізного статусу: люди могли підійти до неї, доторкнутися, сфотографуватися, діти малювали на іржавій броні. Так об'єкт страху перетворювався на трофей, на доказ слабкості ворога та сили

української армії. Цей івент став актом спільного психологічного зцілення, де через висміювання та знецінення ворожої сили долалася травма.

4. Інформаційне повідомлення. Виставка мала кілька цільових аудиторій та кілька ключових повідомлень. Для українців це було потужне послання: «Ми перемагаємо, ворог не є непереможним, його техніка горить». Для міжнародної спільноти це був наочний показ масштабів російської агресії та ефективності наданої західної зброї. Івент став потужним інструментом впливу на думку за кордоном, адже фотографії знищених російських танків на Хрещатику облетіли перші шпальти світових ЗМІ, справляючи набагато сильніше враження, ніж будь-які промови чи статистичні звіти. Водночас важливо було уникнути звинувачень у нелюдському ставленні, тому у повідомленнях наголошувалося на тому, що це є доказом злочинів агресора та символом справедливої оборонної війни.

Аналіз цих трьох абсолютно різних за своїм характером кейсів підтверджує ключові тези, висунуті раніше. Глобальний телемарафон є яскравим прикладом моделі цифрового підсилення, де онлайн-технології дозволили донести український меседж та зібрати ресурси по всьому світу. Водночас він висвітлив проблеми координації та комунікації на міжнародному рівні. Волонтерська толока «Repair Together» ілюструє незамінну силу офлайн-івентів для згуртування громади, надання прямої допомоги та психологічного зцілення через спільну працю, але водночас підкреслює найгостріші виклики фізичної безпеки та емоційного вигорання. Виставка на Хрещатику, у свою чергу, демонструє унікальну роль символічних івентів, які працюють з колективною травмою та формують національну ідентичність, проте вимагають надзвичайно тонкої етичної навігації між демонстрацією трагедії та утвердженням перемоги.

Отже, можна зробити висновок, що не існує єдиного правильного чи універсального формату для проведення громадських заходів під час війни. Вибір формату (онлайн, офлайн, гібридний) та конкретних стратегій завжди залежить від цілей заходу, його цільової аудиторії, наявних ресурсів та безпекового контексту. Успішні івенти народжуються на перетині гнучкості,

креативності, глибокого розуміння потреб суспільства та величезної відповідальності організаторів.

3.2 Співпраця з громадськими організаціями, волонтерами та місцевою владою

Ефективне проведення громадських заходів під час війни є неможливим без налагодження тісної та плідної взаємодії між різними учасниками суспільного життя. До таких учасників належать громадські об'єднання, потужні волонтерські рухи та органи місцевої влади. Саме об'єднання їхніх зусиль, ресурсів та компетенцій дозволяє досягти справді значущих результатів: мобілізувати необхідні фінансові та людські ресурси, охопити набагато ширшу аудиторію, забезпечити правомірність та, що найважливіше, безпеку заходів. Крім того, така співпраця допомагає уникнути дублювання функцій, коли кілька організацій роблять те саме, та дозволяє набагато ефективніше реагувати на складні та постійно мінливі потреби громад у кризових умовах [36]. По суті, успішний громадський захід у воєнний час – це завжди результат якісної командної роботи, де кожен з партнерів відіграє свою унікальну та незамінну роль.

Партнерство з неурядовими, або громадськими, організаціями (ГО) є надзвичайно важливим елементом цієї системи. Такі структури часто мають глибоке, багаторічне розуміння проблем конкретних уразливих груп населення, таких як внутрішньо переміщені особи, ветерани, люди з інвалідністю, діти, що залишилися без батьківського піклування, чи жертви насильства. Вони знають не лише про загальні потреби, а й про специфічні, приховані проблеми, які не завжди є очевидними для сторонніх спостерігачів. ГО вже мають налагоджені контакти та, що найголовніше, довіру з боку своєї цільової аудиторії, а також величезний досвід реалізації різноманітних проектів у своїй сфері [26]. Взаємодія з ними може відбуватися у різних формах. Це може бути спільне планування та реалізація івентів, де громадські об'єднання виступають як повноцінні партнери у розробці концепції заходу, допомагають у залученні

учасників та надають свою експертну підтримку, наприклад, у питаннях психології чи юриспруденції.

Суттєвим є обмін ресурсами. ГО можуть надавати свої приміщення, таке як хаби чи кризові центри, для проведення заходів, ділитися наявним обладнанням, поширювати інформаційні матеріали через свої канали. Дуже цінним є залучення фахівців – психологів, юристів, соціальних працівників, –які працюють у цих організаціях і можуть надати кваліфіковану допомогу учасникам заходу. Інформаційна підтримка через канали комунікації громадського сектору, такі як сторінки в соціальних мережах, розсилки чи групи в месенджерах, дозволяє точково та ефективно охопити специфічні цільові аудиторії, до яких важко достукатися через звичайні медіа. Крім того, досвід багатьох громадських інституцій у написанні грантових заявок та співпраці з міжнародними донорами може допомогти залучити додаткове фінансування для спільних заходів. Спільні івенти також можуть стати потужною платформою для привернення уваги широкої громадськості до проблем, якими опікуються дані організації, та для адвокації, тобто просування, необхідних змін на місцевому чи навіть національному рівні [1]. Прикладом ефективної співпраці є створення цілих альянсів та коаліцій українських громадських структур, які координують свої зусилля для надання допомоги та реалізації масштабних проектів, як зазначає у своєму звіті організація Refugees International [28]. Фундація Загорій також наголошує на тому, що саме розбудова партнерств є ключовою умовою для громадських ініціатив в умовах війни, оскільки це дозволяє зберегти ефективність та уникнути вигорання [11]. Таким чином, співпраця з ГО – це не просто допомога, а об'єднання заради досягнення спільної мети.

Не менш значущою, а за масштабами – просто феноменальною, є співпраця з волонтерами. Волонтерський рух в Україні набув безпрецедентного розмаху під час війни, ставши однією з головних рушійних сил у вирішенні гуманітарних та інших проблем у суспільстві [5]. Залучення волонтерів до організації івентів дає змогу вирішити одне з найболючіших питань – забезпечити необхідний кадровий ресурс. Волонтери можуть виконувати найрізноманітніші функції: від фізичної

допомоги, такої як розвантаження гуманітарної допомоги, облаштування локації чи роздача їжі, до кваліфікованої роботи, наприклад, проведення майстер-класів для дітей, надання першої психологічної допомоги (після відповідного навчання та підготовки), перекладу для іноземних гостей чи створення дизайну для заходу [23]. Волонтерська праця також дає змогу суттєво зекономити фінансові ресурси, оскільки не потребує оплати персоналу, що є критично важливим в умовах обмежених бюджетів.

Однак роль волонтерів набагато глибша, ніж просто безкоштовна робоча сила. Їхня участь підвищує загальну мотивацію та залученість громади, даючи людям відчуття власної причетності та реального внеску у спільну справу. Це надзвичайно важливий психологічний аспект, який допомагає людям боротися з почуттям безпорадності. До того ж, волонтери, особливо молодь, часто є носіями свіжих, креативних ідей та невичерпного ентузіазму, що може значно збагатити будь-який захід. Ефективна робота з волонтерами передбачає створення чіткої системи: ретельний розподіл завдань, проведення детального інструктажу, забезпечення їх необхідними ресурсами та засобами безпеки. Надзвичайно важливим є також вираження визнання та подяки за їхню роботу, адже саме нематеріальна мотивація є для них головною. Спеціалізовані онлайн-платформи, на кшталт Volunteer.country, допомагають координувати волонтерські зусилля по всій країні, поєднуючи тих, хто хоче допомогти, з тими, хто цієї допомоги потребує. Волонтерський рух став справжнім символом єдності та стійкості українського суспільства.

Взаємодія з місцевою владою – військовими адміністраціями, обласними, міськими та сільськими радами – є критично важливою для забезпечення правомірності, безпеки та ресурсної підтримки громадських ініціатив. Без такої співпраці проведення багатьох, особливо масових, заходів було б просто неможливим. Напрямки співпраці включають, насамперед, отримання необхідних дозволів та узгоджень, що є дуже актуальним в умовах воєнного стану, який накладає певні обмеження на проведення публічних зібрань. Місцева влада може і повинна сприяти забезпеченню безпеки учасників шляхом

залучення патрульної поліції для підтримання громадського порядку, а також чергових бригад ДСНС та медиків на випадок надзвичайних ситуацій. Також влада може надавати важливу інформацію про наявні та перевірені укриття поблизу місця проведення івенту [34]. Органи місцевого самоврядування часто мають у своєму розпорядженні комунальні приміщення – будинки культури, бібліотеки, школи, спортивні зали, – які можуть надаватися на пільгових умовах або безкоштовно для проведення заходів. Також влада може сприяти підключенню до необхідних комунікацій, таких як електрика чи вода.

Важливою є й інформаційна підтримка. Розміщення інформації про громадські івенти на офіційних сайтах, сторінках у соціальних мережах та інших інформаційних ресурсах місцевої влади значно підвищує довіру до заходу та розширює його аудиторію. Крім того, влада може і повинна виступати координатором між різними організаціями, ініціативами та фондами, що працюють на її території. Це допомагає уникнути хаосу та дублювання зусиль, а також дозволяє більш ефективно розподіляти наявні ресурси та гуманітарну допомогу. Прикладом такої координації на державному рівні є платформа єДопомога [8]. Деякі громадські ініціативи також можуть отримати пряму фінансову підтримку з місцевих бюджетів у рамках цільових програм підтримки громадського сектору. Успішний досвід співпраці українських громад з іноземними муніципалітетами, описаний на порталі «Децентралізація», показує ефективні моделі партнерства у вирішенні складних проблем, які можуть бути застосовані і на рівні організації локальних івентів [30]. Тобто, конструктивна співпраця з владою є запорукою успішної та безпечної реалізації будь-якого громадського проєкту.

Проводячи аналіз описаних форм співпраці, можна вийти за межі простого переліку учасників і запропонувати розглядати їхню взаємодію як єдину динамічну систему. Цю систему умовно можна назвати трикутником громадської стійкості. У цій моделі кожна з трьох груп – громадські організації, волонтери та місцева влада – є вершиною трикутника. Ефективність та стійкість будь-якого

громадського івенту залежить не лише від сили кожної окремої вершини, а й, що набагато важливіше, від міцності та якості зв'язків між ними.

Громадські організації (ГО) у цій моделі виступають як мозковий центр та гнучке ядро системи. Вони володіють унікальною експертизою, глибоко розуміють потреби конкретних цільових груп, з якими працюють роками, і здатні генерувати інноваційні, нестандартні ідеї та швидко реагувати на зміни ситуації. Саме громадський сектор часто є ініціатором найкреативніших, найсміливіших та найпотрібніших заходів. Проте їхньою слабкою стороною може бути хронічна обмеженість у ресурсах (як фінансових, так і людських) та відсутність формального впливу на прийняття рішень. Вони можуть мати чудову ідею, але не мати можливостей для її втілення.

Волонтери у цій системі є її мобілізаційною силою та серцем. Вони забезпечують масштабність будь-якої ініціативи, надаючи найцінніший ресурс – людський. Вони приносять свою енергію, щирий ентузіазм та готовність працювати заради ідеї, без яких реалізація більшості проектів була б просто неможливою. Волонтери є тим самим живим зв'язком із широкими верствами населення, що забезпечує довіру, поширення інформації з уст в уста та масову залученість до проєктів. Водночас їхня діяльність може бути менш структурованою, іноді хаотичною, і завжди потребує якісної координації, навчання та мотиваційної підтримки, щоб уникнути швидкого вигорання.

Місцева влада, у свою чергу, відіграє роль офіційної основи та ресурсного центру цього трикутника. Вона надає ініціативам офіційного, легітимного статусу, що є надзвичайно важливим для залучення серйозних партнерів та міжнародних донорів. Влада забезпечує доступ до ключових інфраструктурних ресурсів, таких як безпечні приміщення, комунікації, транспорт. І що найважливіше в умовах війни – вона координує безпекові аспекти, залучаючи ДСНС та поліцію, без чого проведення будь-якого масового заходу є неможливим. Слабкою стороною влади може бути певна забюрократизованість, повільність у прийнятті рішень та іноді відірваність від реальних, нагальних потреб людей на землі.

Найбільш успішні, стійкі та дієві громадські івенти виникають саме тоді, коли цей трикутник працює як єдиний, злагоджений механізм. Ідея, народжена в громадській організації, підхоплюється та посилюється енергією волонтерів і отримує зелене світло, захист та підтримку від місцевої влади. У цьому випадку виникає ефект синергії, або взаємного підсилення: гнучкість та експертиза ГО доповнюються масовістю та ентузіазмом волонтерів, а також стабільністю та ресурсними можливостями владних структур. Кожен партнер робить те, що вміє найкраще, і компенсує слабкі сторони інших.

І навпаки, слабкість однієї зі сторін або розрив зв'язків між ними значно знижує ефективність будь-якої ініціативи. Проект, ініційований владою без залучення ГО та волонтерів, може виявитися формальним, відірваним від реальних потреб людей і не знайти підтримки в суспільстві. Ініціатива громадської організації без підтримки влади може зіткнутися з непереборними безпековими та бюрократичними ризиками, а також залишитися дуже локальною через брак ресурсів. А потужний, але неорганізований волонтерський рух без координації з боку досвідчених громадських організацій та взаємодії з владою може бути хаотичним, нестійким і швидко згаснути.

Можна зробити висновок, що ефективність громадських івентів у воєнний час визначається не лише якістю самої події, а й якістю комунікації, довіри та партнерства всередині цього трикутника взаємодії. Успішний івент-менеджер сьогодні — це не просто організатор, а й умілий комунікатор, медіатор та дипломат, який вміє будувати мости між цими трьома секторами, знаходити спільну мову, об'єднувати їхні сильні сторони та спрямовувати спільні зусилля на досягнення головної мети. Розуміння цієї моделі взаємодії дозволяє не лише глибше аналізувати причини успіхів та невдач вже реалізованих проектів, але й більш стратегічно та виважено планувати майбутні ініціативи, роблячи їх максимально стійкими та корисними для суспільства.

3.3 Рекомендації для ефективного проведення соціальних заходів в умовах війни

Проведення громадських заходів за обставин війни вимагає від організаторів не лише професійних навичок, а й особливої уважності, здатності пристосовуватися та високого рівня відповідальності. На основі проведеного аналізу та вивчення практичного досвіду можна сформулювати низку загальних порад. Ці поради спрямовані на те, щоб зробити такі заходи більш ефективними та безпечними, а також щоб посилити їхній позитивний вплив на суспільство. Ці рекомендації можна умовно поділити на кілька ключових частин: безпека понад усе, швидке пристосування змісту та формату, налагодження ефективної співпраці, а також турбота про команду та правильна оцінка результатів.

Насамперед, найголовнішим завданням має бути безпека, причому це слово слід розуміти значно ширше, ніж просто фізичний захист. Це означає необхідність уважно оцінити всі можливі небезпеки перед тим, як планувати будь-який захід наживо. Організатори повинні враховувати, яка ситуація з безпекою є зараз у конкретному регіоні та навіть у конкретному районі міста, аналізуючи дані про обстріли та можливі загрози. Важливо забезпечити наявність не просто укриття, а доступного та добре підготовленого захисного простору. Це означає, що укриття має бути розраховане на відповідну кількість людей, мати запаси питної води, базові аптечки, сидячі місця, запасне освітлення та, за можливості, вентиляцію [35]. Продуманість цього простору має і психологічне значення: світле, чисте та підготовлене укриття викликає у людей відчуття турботи та спокою, на відміну від темного й занедбаного підвалу, який може лише посилити тривогу.

Крім того, потрібно розробити та донести до всіх учасників і персоналу чіткий, простий та зрозумілий план дій на випадок повітряної тривоги. Це включає створення видимих позначок, які вказують шлях до укриття, а також проведення короткого, але зрозумілого інструктажу перед початком заходу. Важливо робити це спокійним та впевненим тоном, щоб не створювати зайвої

паніки, а навпаки, дати людям відчуття контролю над ситуацією. Доцільно також обмежувати кількість учасників на заходах, що проходять наживо, уникаючи великого скупчення людей в одному місці, що може становити додаткову загрозу. Дуже важливо тісно співпрацювати з місцевою владою та Державною службою з надзвичайних ситуацій (ДСНС) для отримання свіжої інформації та, за потреби, швидкої допомоги [21]. Безпека не терпить компромісів, і краще скасувати захід, ніж наражати людей на невиправданий ризик.

Другим важливим аспектом є гнучке пристосування змісту та формату заходу до нових реалій. Як було проаналізовано раніше, потреби суспільства дуже змінилися. Тому зміст будь-якого заходу має відповідати цим теперішнім запитам, таким як психологічна підтримка, надання гуманітарної допомоги, поширення корисної інформації та створення можливостей для спілкування та об'єднання людей [4]. Організатори повинні бути готовими до швидкої зміни формату, наприклад, до миттєвого переходу в онлайн, або до перенесення заходу в разі раптового погіршення ситуації з безпекою. Тому варто розглядати змішані формати, які поєднують подію наживо з онлайн-трансляцією, що дозволяє значно розширити аудиторію та залучити тих, хто не може бути присутнім особисто [2]. Це і є втілення моделі цифрового підсилення, яка дозволяє поєднати глибину живого спілкування з широтою охоплення.

Особливу увагу слід приділяти психологічній безпеці того, що відбувається на заході. Необхідно уникати тем, зображень, музики або гучних звуків (наприклад, феєрверків чи різких звукових ефектів), що можуть знову травмувати учасників, нагадавши їм про пережиті жахи. Все, що відбувається, має бути спрямоване на підтримку, надію та позитив, а не на посилення тривоги. Важливо зробити захід зручним і доступним для всіх, враховуючи потреби людей з інвалідністю, батьків з маленькими дітьми, людей похилого віку та представників різних культурних груп [37]. Продумуючи програму, варто завжди ставити собі питання: «Чи буде це доречно та корисно для людей, які переживають найважчі часи у своєму житті?». Це і є той самий пошук

правильного рішення з точки зору моралі, який вимагає від організаторів великої чутливості та відповідальності.

Ефективне спілкування та налагодження співпраці є третім ключовим блоком порад. Важливо чітко, відкрито та завчасно повідомляти потенційних учасників про всі деталі заходу, особливо про заходи безпеки. Це підвищує довіру та дозволяє людям прийняти виважене рішення щодо участі. Для залучення аудиторії варто використовувати різні канали зв'язку: соціальні мережі, групи в месенджерах, співпрацю з місцевими засобами масової інформації та блогерами, а також прямі контакти з громадськими організаціями [25]. Необхідно активно розвивати співпрацю в рамках моделі трикутника громадської стійкості, яка об'єднує зусилля громадських об'єднань, волонтерських ініціатив та місцевої влади. Таке партнерство дозволяє об'єднувати ресурси, знання та можливості, уникати однакової роботи та реалізовувати набагато більші та дієвіші проекти. Слід також активно шукати різні джерела фінансування, не обмежуючись лише традиційними спонсорами. Це може бути подання заявок на грантові конкурси від українських та міжнародних фондів, організація публічних кампаній зі збору коштів та використання спеціальних платформ для збору грошей від широкого загалу [20]. Різні джерела фінансування роблять ініціативу більш стабільною та незалежною.

Надзвичайно важливим, хоча й часто недооціненим, є слідкування за результатами та турбота про команду. Необхідно ще на етапі планування визначити чіткі та реальні показники успішності заходу. При цьому варто оцінювати не лише кількісні показники (кількість учасників, зібрана сума), але й якісні, нематеріальні результати. Це можна робити через збір відгуків, проведення коротких анонімних опитувань, детальних розмов з учасниками та спостереження за змінами в настроях та поведінці спільноти. Після заходу важливо відкрито звітувати перед партнерами, донорами та громадськістю про досягнуті результати та використання коштів, що зміцнює довіру до організаторів.

Окремої уваги заслуговує турбота про психологічний стан команди та волонтерів. Організація заходів в умовах війни — це надзвичайно виснажлива діяльність, пов'язана з величезним емоційним навантаженням. Щоб запобігти емоційному виснаженню, важливо створювати в команді атмосферу взаємної підтримки, проводити регулярні зустрічі для обговорення не лише робочих питань, але й емоційного стану. Варто залучати психологів для проведення групових зустрічей, де команда може безпечно проговорити свої переживання. Також необхідно постійно підвищувати знання команди з питань роботи в кризових умовах, надання першої психологічної допомоги та роботи з травмою. Турбота про себе та своїх колег — це не розкіш, а необхідна умова для довготривалої та ефективної роботи на користь суспільства.

Розглядаючи ці поради глибше, можна побачити, що вони є відповіддю на ті складні проблеми, які були проаналізовані раніше. Проблема морального вибору між нормальністю та доречністю вимагає від організаторів не лише слідувати інструкціям, а й розвивати в собі високий рівень співпереживання та відчуття суспільних настроїв. Порада щодо пристосування програми заходу — це, по суті, заклик до постійного діалогу з суспільством, до вміння слухати його потреби. Це означає, що перед тим, як планувати розважальний захід, варто поставити собі питання: «Чи не буде це свято недоречним на тлі новин про втрати?». Можливо, замість гучного концерту краще провести тихий вечір акустичної музики або поетичні читання, які також дадуть людям розраду, але в більш делікатній формі. Або ж будь-який розважальний захід має обов'язково включати в себе потужну благодійну частину, що робить його виправданим та корисним для суспільства.

Проблема емоційного виснаження організаторів та волонтерів, пов'язана з постійною емоційною працею, вимагає системних рішень. Порада щодо турботи про команду — це не просто заклик більше відпочивати. Це заклик до створення цілої системи психологічної підтримки для тих, хто допомагає іншим. Громадські організації та волонтерські рухи мають зробити звичкою регулярно проводити зустрічі для обговорення емоцій після складних заходів. Важливо

створювати партнерства з професійними психологічними спільнотами, які можуть надавати безкоштовні консультації для активістів. Також необхідно вчити лідерів команд розпізнавати ознаки виснаження у своїх колег та вчасно реагувати на них. Це внесок у те, щоб громадські організації могли працювати довго та стабільно, адже виснажений волонтер не може надати якісної допомоги.

Нарешті, проблема вимірювання успіху громадського заходу в умовах війни вимагає по-новому подивитися на звичні методи оцінки. Якщо успішність комерційної події легко виміряти прибутком, то як виміряти надію, яку подарував дитячий ранок, чи рівень згуртованості, що виник під час спільного прибирання парку? Основні результати таких заходів є нематеріальними: це психологічний спокій, відновлення довіри, відчуття єдності. Порада щодо слідкування за результатами закликає організаторів шукати нові, якісні методики. Замість того, щоб зосереджуватися лише на кількості учасників, варто збирати їхні особисті історії та відгуки. Можна проводити групові обговорення після заходу, щоб зрозуміти, як він вплинув на людей. Також важливо фіксувати довготривалі зміни в громаді: чи стали люди більше спілкуватися, чи з'явилися нові спільні ініціативи після проведеного заходу. Організаторам доводиться навчатися розповідати історії свого впливу, щоб доносити до донорів та суспільства справжню цінність своєї роботи, яка не завжди виражається у цифрах.

Отож, поради для ефективного проведення заходів у воєнний час — це не просто технічна інструкція. Це підхід, що враховує все: безпеку, логістику, моральні питання, психологію та спілкування. Дотримання цих порад дозволяє не лише проводити якісні та безпечні заходи, а й перетворювати їх на потужний інструмент підтримки, зцілення та зміцнення українського суспільства у найважчий період його історії.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи було здійснено дослідження проблематики організації та проведення громадських заходів в Україні в умовах повномасштабної війни. Проведений аналіз дозволив не лише досягти поставленої мети, але й сформулювати низку взаємопов'язаних висновків, які розкривають фундаментальні зміни, що відбулися як у суспільстві, так і в самій івент-індустрії. Дослідження показало, що війна стала каталізатором не лише руйнівних, але й потужних трансформаційних процесів, перетворивши громадські заходи з елементу дозвілля на один із ключових інструментів суспільної стійкості, психологічної підтримки та національного єднання.

Теоретичний аналіз досліджень з даної тематики дозволив нам визначити унікальне явище, яке було визначене як функціональна гібридизація івентів. Якщо в мирний час класифікація подій на комерційні, корпоративні та громадські була досить чіткою, то війна практично стерла ці межі. Було встановлено, що класичні комерційні та корпоративні заходи, щоб зберегти свою доречність та отримати суспільне схвалення, були змушені набувати яскраво виражених громадських рис. Концерти, фестивалі, спортивні змагання почали масово інтегрувати у свою діяльність благодійні та патріотичні компоненти, перетворюючись на потужні інструменти фандрайзингу та підняття бойового духу. Корпоративні тімбілдінги трансформувалися у спільні волонтерські акції. Це свідчить не просто про зміну маркетингових стратегій, а про глибоку перебудову суспільного запиту, де соціальна відповідальність та реальний внесок у спільну справу стали головними критеріями оцінки будь-якої публічної діяльності.

Дослідження також показало, що війна фундаментально перебудувала ієрархію суспільних потреб, що можна описати через концепцію заміщення потреб. Коли базові потреби в безпеці та фізичному виживанні опинилися під загрозою, вищі потреби (у повазі, приналежності, самореалізації) не зникли, а почали задовольнятися через нові, нетипові форми діяльності. Було встановлено,

що волонтерство та участь у громадських ініціативах стали для багатьох людей основним способом отримати суспільне визнання, відчути свою причетність до великої спільноти та реалізувати свій потенціал через служіння іншим. Громадські заходи стали унікальними майданчиками, де ця трансформація потреб відбувалася найбільш яскраво, перетворюючи плетіння маскувальних сіток чи збір коштів на акти глибокого особистого та громадського значення.

Аналіз ролі івентів у підтримці населення дозволив визначити їхню подвійну функцію. На індивідуальному рівні вони слугують психологічним якорем, повертаючи людині, що перебуває в хаосі та невизначеності, відчуття контролю над своїм життям, створюючи острівці нормальності та надаючи можливість для емоційного розвантаження. На рівні спільноти вони діють як соціальний клей, що відновлює зруйновані війною зв'язки, допомагає інтегрувати внутрішньо переміщених осіб, будує довіру між людьми та створює нові, спільні позитивні спогади, які є критично важливими для колективного зцілення.

Вивчення практичних аспектів організації заходів виявило найбільш ефективні стратегії, що виникли як відповідь на нові виклики. Було визначено, що успіх часто полягає у синергії онлайн та офлайн форматів, яку можна описати як модель цифрового підсилення. Ця модель дозволяє поєднати глибину емоційного контакту живих подій із широтою охоплення та безпекою цифрових технологій. Також було встановлено, що ефективна співпраця між ключовими учасниками громадського життя будується за моделлю трикутника громадської стійкості, де гармонійна взаємодія між громадськими організаціями (експертиза та ідеї), волонтерами (енергія та масовість) та місцевою владою (ресурси та легітимність) є запорукою успіху будь-якої ініціативи.

Практичний аналіз кейсів – телемарафону «Save Ukraine – #StopWar», волонтерських толок «Repair Together» та виставки знищеної техніки на Хрещатику – наочно продемонстрував, як виявлені теоретичні концепції та виклики реалізуються на практиці. Кожен кейс показав унікальне поєднання проблематики та рішень: від глобальної координації та інформаційного впливу

телемарафону до локальної фізичної праці та згуртування громади на толоках, і до потужного психологічного та символічного ефекту від публічної демонстрації трофеїв. Цей аналіз підтвердив, що не існує універсального рецепту успішного заходу; натомість ефективність визначається здатністю організаторів гнучко реагувати на конкретні обставини та творчо поєднувати різні інструменти для досягнення поставленої мети.

Таким чином, центральне питання роботи – проблематика івентів під час війни – було розкрито через аналіз комплексу взаємопов'язаних викликів, які виходять далеко за межі суто організаційних труднощів. У роботі було доведено, що проблематика полягає у постійному зіткненні протилежних сил: потреби людей у психологічній розрядці та острівцях нормальності з одного боку, та реальної, постійної загрози життю і необхідності дотримуватися найсуворіших заходів безпеки з іншого. Було розкрито проблеми логістики та ресурсного забезпечення, які перетворилися з простих завдань на щоденну боротьбу за можливість взагалі щось провести. Проте ключова проблематика, як показало дослідження, лежить у нематеріальній площині. Це, зокрема, постійний пошук етичного балансу між радістю та скорботою, щоб не образити почуття тих, хто страждає. Це величезне навантаження від емоційної праці, яке лягає на плечі організаторів та волонтерів, що призводить до високого ризику вигорання. І це фундаментальна складність вимірювання нематеріальних результатів – таких як надія, довіра та згуртованість, які є головними продуктами громадських заходів у воєнний час. В роботі було зроблено висновок, що роль івент-менеджера в умовах війни кардинально трансформувалася: з організатора розваг він перетворився на кризового координатора, громадського лідера та фахівця, що створює не стільки подію, скільки досвід, який лікує, об'єднує та зміцнює суспільство.

Отже, проведене дослідження всебічно підтвердило, що громадські заходи в умовах війни перестали бути лише інструментом дозвілля чи комунікації. Вони перетворилися на життєво необхідний механізм підтримки психологічного здоров'я нації, зміцнення її стійкості, відновлення соціальних зв'язків та

мобілізації ресурсів для протистояння ворогу. Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані івент-менеджерами, представниками громадських організацій, волонтерських рухів та органів місцевого самоврядування для планування та реалізації більш ефективних, безпечних та доречних заходів, спрямованих на підтримку українського суспільства на його шляху до перемоги та повоєнного відновлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арт-терапія як метод подолання наслідків ПТСР через війну. *Фундація «Добродар»*. URL: https://dobrodary.org/art-terapiia-iak-metod-podolannia-naslidkiv-ptsr-cherez-viynu/ (дата звернення: 15.05.2025).

2. Бережна Я.В. Івент-технології в системі забезпечення позитивного іміджу держави та формування громадської думки. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 11. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1524 (дата звернення: 03.05.2025).

3. Будуємо разом: чотири волонтерські ініціативи, які відновлюють нашу країну. *ШоТам*. 2023. URL: https://shotam.info/buduiemo-razom-chotyry-volonterski-initsiatyvy-iaki-vidnovliuiut-nashu-krainu/ (дата звернення: 22.05.2025).

4. Використання соціальних медіа для залучення цільової аудиторії на івенти / Мулярчук А.А. Магістерська робота. Київ: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2022. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5523/%D0%9C%D0%B0%D0%B3%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0%20%D0%9C%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%80%D1%87%D1%83%D0%BA%20%D0%90.%D0%90..pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 11.05.2025).

5. Волонтерська платформа. URL: https://platforma.volunteer.country/ (дата звернення: 28.05.2025).

6. Головльова І. В. Івент-маркетинг: сутність та класифікація. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2020. № 50(1). С. 138—144. URL: http://bses.in.ua/journals/2020/50_1_2020/27.pdf (дата звернення: 05.05.2025).

7. «Живі, поки пам’ятаємо»: як в Україні трансформувалися меморіальні практики під час війни. *Kashtan.news*. 2023. URL:

https://www.kashtan.news/novini/jivi-poki-pam-yatayemo-yak-v-ukrayini-transformuvalisya-memorialni-praktiki-pid-chas-viyni (дата звернення: 18.05.2025).

8. єДопомога: державна онлайн-платформа для координації гуманітарної допомоги. *Міністерство соціальної політики України*. URL: https://social.edopomoga.gov.ua/uk/ (дата звернення: 25.05.2025).

9. Івент-технології в системі забезпечення позитивного іміджу держави та формування громадської думки. *Актуальні проблеми психології особистості та психології праці: збірник наукових праць за матеріалами VIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (28 жовтня 2019 р., м. Познань, Польща)* / Index Copernicus International. 2019. URL: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/741186.pdf (дата звернення: 02.05.2025).

10. Як війна змінила українське суспільство: консолідація, економіка дарування та культурне відокремлення від Росії. *Укрінформ*. 2023. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3770707-ak-vijna-zminila-ukrainske-suspilstvo-konsolidacia-ekonomika-daruvanna-ta-kulturne-vidokremlenna-vid-rosii.html (дата звернення: 08.05.2025).

11. Як громадським організаціям залишатись ефективними під час війни. *Zagoriy Foundation*. 2022. URL: https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/yak-gromadskym-organizacziyam-zalyshatys-efektyvnymy-pid-chas-vijny/ (дата звернення: 20.05.2025).

12. Як організувати безпечний захід під час війни: досвід українських івенторів. *Kyivstar Business Hub*. 2023. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-organizuvaty-bezpechnyj-zaxid-pid-chas-vijny-dosvid-ukrayinskyx-iventoriv (дата звернення: 10.05.2025).

13. Як трансформувати івенти для співробітників у період війни та інтегрувати в них благодійність: досвід компанії Plarium. *Vector Media*. 2023.

URL: https://vctr.media/ua/yak-transformuvati-iventi-dlya-spivrobitnikiv-u-period-vijni-ta-integruvati-v-nih-blagodijnist-dosvid-kompaniyi-plarium-240374/ (дата звернення: 14.05.2025).

14. Ковальчук Г. П. Соціальна робота: теорія і практика: навчальний посібник. Київ: Слово, 2019. 450 с.

15. Конференц-зал в укритті: на що звернути увагу та чи реально знайти? *Renty.ua*. 2023. URL: https://renty.ua/articles/2023/07/02/konferents-zal-v-ukrytti-na-shcho-zvernuty-uvahu-ta-chy-realno-znaity/ (дата звернення: 29.05.2025).

16. Координація волонтерського руху як чинник зміцнення громадянської солідарності в Україні під час війни / О. С. Ярош, А. В. Бабенко. *ResearchGate*. 2024. URL: https://www.researchgate.net/publication/385285115_KOORDINACIA_VOLONTERSKOGO_RUHU_AK_CINNIK_ZMICNENNA_GROMADANSKOI_SOLIDARNOSTI_V_UKRAINI_PID_CAS_VIJNI (дата звернення: 07.05.2025).

17. Культурно-мистецький проєкт «Ноти підтримки» діє на Рівненщині. *Рубрика*. 2023. URL: https://rubryka.com/article/kulturno-mystetskyj-proyekt-noty-pidtrymky/ (дата звернення: 23.05.2025).

18. Логістика в період війни: виклики та рішення. *Kyivstar Business Hub*. 2022. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/logistyka-v-period-vijny-vyklyky-ta-rishennya (дата звернення: 12.05.2025).

19. Матеріали для використання в роботі під час воєнних дій: Психологічний супровід та соціально-педагогічна робота. *Інститут модернізації змісту освіти (ІМЗО)*. URL: https://imzo.gov.ua/psyholohichnyj-suprovid-ta-sotsialno-pedahohichna-robota/materialy-dlia-vykorystannia-v-roboti-pid-chas-voiennykh-diy/ (дата звернення: 19.05.2025).

20. Організація охорони праці на підприємствах та в установах в період воєнного стану / Є.М. Качан та ін. *Інститут модернізації змісту освіти*. 2023. URL:

https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/740590/1/%D0%95%D0%9D%D0%9A%20%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%20%D0%9E%D0%9F%20%D1%83%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%BE%D0%B4%20%D0%92%D0%A1.pdf (дата звернення: 26.05.2025).

21. Павлюченко М. В. Організація діяльності закладів культури в умовах воєнного стану в Україні: дипломна робота бакалавра / Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. Київ, 2024. 78 с. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5786/%D0%9F%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9C.%20%D0%92%20%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B0.pdf?sequence=1&isAllowed=y (дата звернення: 06.05.2025).

22. Повалій Т.Л. Івент-менеджмент як інструмент PR-діяльності: навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет, 2020. 120 с. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/82458/1/Povalii_management.pdf (дата звернення: 13.05.2025).

23. Суспільно-політичні наслідки російсько-української війни: аналітична доповідь. *Політикус*. 2024. № 4. С. 3—25. URL: http://politicus.od.ua/4_2024/6.pdf (дата звернення: 01.05.2025).

24. Примак Т.О. Маркетингові комунікації: підручник. Київ: Ельга, Ніка-Центр, 2013. 776 с.

25. 9 волонтерських івентів на підтримку ЗСУ, які легко повторити. *Prostir.ua*. 2022. URL: https://www.prostir.ua/?library=9-volonterskyh-iventiv-na-pidtrymku-zsu-yaki-lehko-povtoryty (дата звернення: 17.05.2025).

26. Психологічна допомога українцям під час війни. *Платформа «УкрЄдність»*. URL: https://ukr-ednist.com.ua/ (дата звернення: 24.05.2025).

27. Ромат Є.В., Сендеров Д.В. *Реклама*: підручник. Київ: Знання, 2016. 566 с.

28. Соловйова Л. О. Трансформація івент-менеджменту в умовах пандемії та війни. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2023. Том 34 (73), № 2. С. 42—47. URL: https://epub.chnpu.edu.ua/pdfviewer/web/viewer.html?file=https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/Soloviova.pdf (дата звернення: 16.05.2025).

29. Соціальні івенти: як та для чого використовувати у бізнес-стратегії. *Speka.media*. 2023. URL: https://speka.media/socialni-iventi-yak-ta-dlya-cogo-vikoristovuvati-u-biznes-strategiyi-py7eek (дата звернення: 21.05.2025).

30. Україна не одна. Як європейські муніципалітети допомагають українським громадам. *Портал «Децентралізація»*. 2023. URL: https://decentralization.ua/uploads/attachment/document/1220/MMP_MR_VB_R07.pdf (дата звернення: 03.05.2025).

31. Фестивалі під час війни: як працює культура в тилу. *Рубрика*. 2023. URL: https://rubryka.com/article/festyvali-pid-chas-vijny/ (дата звернення: 27.05.2025).

32. Хамідова О. Р. Сутність івент-менеджменту та його класифікація. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: http://repository.rshu.edu.ua/id/eprint/11433/1/%D0%A5%D0%B0%D0%BC%D1%96%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9E.%D0%A0..pdf (дата звернення: 10.05.2025).

33. Чирва Ю. М. Івент-технології: навчальний посібник. Харків: Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. 150 с. URL:

https://eprints.kname.edu.ua/61205/1/2020%20%D0%BF%D0%B5%D1%87%2023%D0%9D%20%D0%86%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97.pdf (дата звернення: 14.05.2025).

34. Berridge G. Events Design and Experience. *Corporate Social Responsibility in Events: A Systematic Literature Review / T. Jung, E. TomDieck, N. Lee, H. Kim*. UMass ScholarWorks Fischetti Library. 2021. URL: https://scholarworks.umass.edu/items/e0e6968d-4d8f-4fcc-98f1-28605743b79a (дата звернення: 05.05.2025).

35. Getz D. *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Routledge, 2012. 464 p.

36. How ethics and corporate social responsibility are shaping the meetings and events industry. *Eventscase blog*. 2023. URL: https://eventscase.com/blog/how-ethics-and-corporate-social-responsibility-are-shaping-the-meetings-and-events-industry (дата звернення: 26.05.2025).

37. Karatzias T., Shevlin M., Lytvyn V., et al. The mental health impact of the ongoing Russian-Ukrainian war 6 months after the Russian invasion of Ukraine. *Frontiers in Psychiatry*. 2023. Vol. 14. URL: https://www.frontiersin.org/journals/psychiatry/articles/10.3389/fpsyt.2023.1134780/full (дата звернення: 12.05.2025).

38. Looking Forward: The Alliance of Ukrainian CSOs. *Refugees International*. 2023. URL: https://www.refugeesinternational.org/reports-briefs/looking-forward-the-alliance-of-ukrainian-csos/ (дата звернення: 20.05.2025).

39. Silvers J. R. Professional Event Coordination. *Event Management (HM-402), Block 1: Introduction to Events, Unit 1: Understanding Events*. Uttarakhand Open University SLM. 2012. URL: https://uou.ac.in/sites/default/files/slm/HM-402.pdf (дата звернення: 08.05.2025).

40. Zhuk M. Civil Society in Wartime Ukraine. *Eurac Research*. 2023. URL: https://www.eurac.edu/en/blogs/eureka/civil-society-in-wartime-ukraine (дата звернення: 15.05.2025).

SUMMARY

Traino K.O. The Problematic of Social Events During Wartime in Ukraine. Zaporizhzhia, 2025. 87pp.

Relevance of the study. The war in Ukraine has highlighted the important role of social events in meeting urgent public needs and helping communities stay strong despite new and difficult challenges.

The main goal of this study was to analyze the problems of organizing social events in wartime Ukraine and to develop practical recommendations for making them more effective. The aims were to define the theory of event management, analyze how martial law affects public needs and event planning, and to study practical examples to create these recommendations.

Methodology. For this study, a theoretical analysis of academic literature on event management and social communication was conducted. Practical research included the analysis of documents, media publications, and case studies from non-governmental organizations and volunteer groups. A comparative analysis was used to compare event organization in peacetime and wartime, which helped to identify key challenges and successful methods.

Results/Findings. The results show that social events in Ukraine during the war have significantly changed their focus. They are now aimed at providing psychological support, helping to build communities, and delivering humanitarian aid, which is crucial for society's ability to cope. The main challenges for organizers include keeping participants safe, dealing with difficult logistics, and finding enough resources. Successful strategies include adapting event formats (both online and offline with strict safety rules) and building strong cooperation between NGOs, volunteers, and local authorities.

Conclusions. The study concludes that well-planned and carefully organized social events greatly contribute to the psychological well-being of the population and strengthen community unity during the conflict. The significance of these findings is that they provide a clear understanding of event management during wartime and offer

practical recommendations for organizers. This, in turn, helps to make social support efforts more effective and strengthens the ability of communities to handle crises.

Keywords: wartime events, social sphere, event management, Ukraine, societal needs, psychological support, community cohesion, crisis event management.

Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Трайно Ксенія Олександрівна, студентка 4 курсу, денної форми навчання, факультету «Журналістика», спеціальність «061 Журналістика», адреса електронної пошти kseniia.traino@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Проблематика івентів під час війни в соціальній сфері»

відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____Підпис_____ПІБ (студент)_____

Дата_____Підпис_____ПІБ(науковий керівник)_____