

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ КУЛЬТУРНО- ПРОСВІТНИЦЬКИХ ЗАХОДІВ СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ

Солдатенко Олександр Ігорович

к.п.н., доцент

Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка

Максименко Катерина Вікторівна

**магістрант, викладач предметної циклової комісії «Менеджмент і
культурно-мистецькі івент-технології», освітньо-професійного напрямку
«Видовищно-театралізовані заходи»**

**Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка;
КЗ Ніжинський фаховий коледж культури і мистецтв імені Марії
Заньковецької**

Засіб вираження творчості, формування індивідуальної самобутності та зміцнення відчуття себе в суспільстві – це культура. Під час культурних заходів люди об'єднуються незалежно від їхніх статків та національності. Культурний досвід це можливість для дозвілля, розваг, навчання й обміну досвідом з іншими. Музеї, театри, виставки, концерти, кіно – все це згуртовує та мотивує людей на ще більше самовдосконалення та поширення наших звичаїв, традицій, ідентичності у всьому світі. Вони вчать бути толерантними і розуміти один одного через мистецтво, навіть тоді, коли ми говоримо різними мовами. На прикладі культури можна побачити якість та рівень життя цілої країни та ідентифікувати людину. Об'єднуючи людей, культурно-мистецькі заходи, такі як фестивалі, благодійні концерти чи виставки, створюють соціальну солідарність в об'єднаних територіальних громадах, зміцнюють гордість за свою країну, надають велику силу для боротьби. Саме тому сьогодні культура є важливою частиною життя кожної людини та суспільства в цілому.

Популяризація культурно-мистецьких заходів серед населення на часі та посідає важливе місце у житті кожного, оскільки, декілька останніх років формат культурно-мистецьких заходів зазнав багато змін через:

1. поширення світом Covid-19, карантинні обмеження, заборона проведення масових заходів, навіть малих форм та перехід на новий online-формат (відео-виставки, віртуальні музеї, вебінари, культурно-мистецькі конференції);
2. війну, що спричинила всепоглинаючий стрес, вимушене покидання домівок, втрату близьких, рідних, переоцінку людських цінностей, життєвих пріоритетів та стала рушійною силою для створення різнопланових культурно-мистецьких благодійних заходів на підтримку Української армії, ВПО, незахищених верств населення (концерти, акції, виставки, лотереї, вуличні перформанси, вистави).

Популяризувати, донести до кожного важливість та силу культурно-просвітницьких заходів можна за допомогою інформаційних технологій, адже

вони швидкими темпами перетворилися на життєво важливий стимул розвитку усіх сфер людської діяльності, в тому числі соціокультурної. На сьогодні практично неможливо розрекламувати мистецький захід без використання інформаційних технологій, так, як сучасне суспільство переповнене потоками надлишкової інформації, які безсумнівно потребують обробки задля досягання поставленої мети у будь-якій сфері.

Як відомо, громадська думка часто формується під впливом глобальної мережі Інтернет, а особливо соціальних мереж. Це пояснюється наявністю там великому об'єму інформації, що впливає на підсвідомість користувача через аудіовізуальні канали комунікації. Майже кожен громадянин зараз має власні профілі у «Facebook», «Instagram» та ін.. Вільний доступ населення до Інтернету призвів до активного використання у повсякденному житті потенціалу інноваційних технологій.

Будь який публічний захід (збори, мітинги, демонстрації, ходи, пікетування) організовується з ініціативи громадян чи громадських об'єднань, закладів культури. Метою заходу є вираження і формування гуманістичних цінностей, думок, а також висунення вимог щодо різних питань політичного, економічного, соціального та культурного життя країни, зовнішньої політики. Для популяризації культурно-просвітницьких заходів використовується певний алгоритм дій із застосуванням інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ), що включають в себе всі технології для передачі інформації.

Поняття ІКТ є досить широким і розуміється науковцями у різних варіаціях, проте найбільш поширеною сентенцією є, зокрема, те, що комунікативні технології є раціонально організованим комплексом дій в інформаційному просторі з цілеспрямованого виробництва і поширення інформації задля впливу на визначену аудиторію. Комунікативні технології – «запланований вплив на цільові групи».

Достатньо стрімкий розвиток інформаційно-комунікативних технологій призвів до «революції соціальних медіа», що призвело до зростання ролі Інтернет ресурсів в соціальних комунікаціях, збільшення популярності і авторитетності соціальних мереж та швидкого зростання віртуального online-спілкування. Дану тему висвітлювали у своїх роботах Г. Швачич [9], Л. Кочубей [7], І. Демченко [4], О. Гудзь [2], але сучасний стан застосування інформаційних технологій у галузі культура і мистецтво потребує розширення та деталізації, наприклад у соціокультурній діяльності, що сприяє самовираженню, самоствердженню нації та єднанню людей [6].

У ХХІ столітті неможливо уявити щоденну діяльність без засобів зв'язку, особливо без доступу в Інтернет за допомогою смартфона, планшета, ноутбука та інших пристроїв. Потреба людей в даній послугі зростає з кожним роком, тому бездротові мережі широко розвинені і представлені такими технологіями як Wi-Fi, комплексом рішень 3G, 4G та 5G, що слугує майже сто відсотковій інформатизації населення у соціокультурній сфері.

Процес діджиталізації суспільства в Україні характеризується стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, їх застосовуванням в усіх сферах життєдіяльності людини, «...відбувається інтенсивна інформатизація

більшості сфер людського життя та діяльності, а це є запорукою того, що новітні інформаційні технології невдовзі стануть визначальними чинниками соціально-економічного й інтелектуально-духовного розвитку українського соціуму» [5, с. 5].

В процесі інформатизації широко застосовуються ІКТ у культурній сфері життя суспільства з метою підвищення ефективності менеджменту соціокультурної діяльності, збагачення духовного життя та подальшої демократизації суспільства. Інформаційні технології відкривають нову сторінку в розвитку науки і життя суспільства в цілому. «В політичній площині перехід суспільства до інформаційної стадії розвитку дає можливість використовувати демократичні інститути як інструмент соціального панування» [8, с. 53].

Застосування інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє розробляти матеріали культурного і мистецького призначення, їх поширювати просторами Інтернет та забезпечує можливість громадянам брати активну участь у житті суспільства на національному, регіональному і місцевому рівнях з метою:

- безперешкодного доступу до інформації про місцеві, регіональні адміністративні та юридичні служби і прями зв'язки з ними;
- доступу до офіційних текстів місцевих, регіональних, національних законів і нормативних актів, міжнародних договорів, рішень національних та міжнародних судових органів;
- широкого доступу до ІКТ, шляхом створення розгалуженої мережі пунктів обслуговування у громадських місцях;
- сприяння ефективній міжнародній співпраці [3].

Загалом, інформаційно-комунікаційні технології можна ідентифікувати як сукупність різноманітних технологічних ресурсів та інструментів, які використовують для забезпечення процесу створення та розповсюдження, збереження та управління інформацією. Під цими технологіями розуміють комп'ютери, мережу Інтернет (здебільше саме соціальні мережі), радіо та телепередачі, а також телефонний зв'язок [1].

Сучасні інформаційні технології і комп'ютерна техніка є надійними помічникам у розповсюдженості інформації про будь які заходи, вони:

- інформують та рекламують (Instagram, Facebook, Viber, Twitter, візитки, сітілати, біл-борди та ін.);
- дають змогу самостійно купувати квитки online на будь який захід;
- створити адаптивний та інтуїтивно зрозумілий сайт закладу культури на якому розміщується повна інформація;
- пропонують оперативний надійний зв'язок (наприклад, за допомогою контактних номерів, що обов'язково вказуються у рекламі, задля безпеки можна використати Getcontact).

Недоліком використання сучасних ІКТ, Інтернет-сервісів та Інтернет-застосунків являється недостатній рівень компетентності широких верств населення для створення рекламного продукту.

Для організації та проведення будь-якого культурно-мистецького заходу існує певний алгоритм дій. Досвід провідних працівників закладів культури

свідчить, що навіть пропуск одного пункту може спричинити загрозу провалу усього заходу. Наприклад, етапи підготовки благодійного концерту такі:

- визначення форми проведення (online, offline);
- визначення теми та ідеї;
- визначення у декоративно-художньому оформленні;
- підготовка сценічного майданчику;
- розробка макету оголошення у будь якому зручному застосунку (Canva, Flyer Marker, Poster Marker та ін.);
- поширення реклами на офіційному сайті закладу культури, соціальних мережах, файлообмінник (Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, WhatsApp, Viber, YouTube та ін.), на телебаченні та радіо, на біл-бордах, через розповсюдження друкованих оголошень тощо;
- збір інформації про учасників заходу (за допомогою Google Workspace є можливість створити форму-опитування, що дасть змогу взяти участь усім бажаючим; готову форму поширити у соціальній мережі та на сайті закладу культури, що організовує даний захід, вказавши у оголошенні на контактний телефон відповідальної особи);
- репетиції (якщо форма проведення заходу дистанційна, то учасники мають змогу заздалегідь надіслати організатором аудіо-відеозапис свого виступу з дотриманням усіх поставлених вимог, а під час проведення концерту вмикати номери додаючи слова ведучого);
- проведення заходу (online захід можна провести на платформі Zoom, Google Meet та ін.).

Таким чином, можна зробити висновок, що культурно-мистецькі заходи мають великий вплив на суспільство і допомагають не втратити віру у мирне майбутнє, надихають та духовно зцілюють громадян, тому питання їх популяризації з використанням інформаційно-комунікативних технологій актуальне і важливе, так як воно дає змогу:

- пришвидшити реалізацію поставлених організаторами заходу цілей через скорочення часу на передавання та отримання інформації;
- зменшення паперової роботи завдяки електронним носіям інформації;
- залучення більшої аудиторії відвідувачів до проведення заходів та участі у них;
- вести активну просвітницьку діяльність серед широкого загалу населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Academia – платформа для обміну академічними дослідженнями. Інформаційні технології в соціокультурній сфері. URL: <http://surl.li/dsmip> (дата звернення: 12.11.2022).
2. Гудзь О. Є. Інноваційні моделі управління підприємств на основі інформаційно-комунікаційних технологій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. Київ, 2018. № 1. С. 4-11.
3. Гуревич Р. С. Інформаційні технології навчання: інноваційний підхід: навчальний посібник. Вінниця: ТОВ фірма «Планер», 2012. 348 с.

4. Демченко І. І. Сучасні інформаційно-комунікативні технології як провідний чинник глобальних світоглядних трансформацій. *XVIII Міжнародна науково-практична інтернет-конференція*. 2013. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2098> (дата звернення: 12.11.2022).
5. Дубов Д. В., Ожеван М. А., Гнатюк С. Л. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості. Київ, 2010. 64 с.
6. Климаська Л. Д. Комунікативні технології моделювання політичного простору в демократичному суспільстві. *III міжнародна конференція «Розвиток демократії та демократична освіта в Україні»*, 2005 URL: www.democracy.kiev.ua/publications/collections (дата звернення: 12.11.2022).
7. Кочубей Л. О. Інформаційно-комунікативні технології взаємодії влади та опозиції в сучасній Україні. *Суспільно-політичні процеси*. 2016. Вип.4. С. 181-199.
8. Мей К. Інформаційне суспільство: Скептичний погляд. / пер. М. Войцицька. Київ, 2004. 220 с.
9. Швачич Г. Г., Толстой В. В., Петречук Л. М., Іващенко Ю. С., Гуляєва О. А., Соболенко О. В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. Дніпро: НМетАУ, 2017. 230 с.