

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Российская академия народного хозяйства и
государственной службы при Президенте Российской Федерации»
Уральский институт управления

На правах рукописи

ШЕЛГИНСКАЯ Виктория Алексеевна

**УПРАВЛЕНИЕ EVENT-ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ В МОЛОДЕЖНОМ
СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ГОРОДА**

Специальность 5.4.7. Социология управления

**Аннотация диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

Научный руководитель:
Кох Иван Адамович,
доктор социологических наук, профессор

Екатеринбург – 2025

Актуальность темы исследования. Массовые мероприятия культурно-досугового характера сопровождали жизнь общества с незапамятных времен. Сегодня они являются неотъемлемой частью социокультурного пространства любого города. При этом зачастую фокус исследовательского внимания направлен на их развлекательный, рекреационный или туристический потенциал. Однако, в последние годы возрастает значимость массовых социокультурных мероприятий как агентов ценностно-смысловой коммуникации, инструментов направления процессов общественного развития. В частности, в 2022-2024 гг. утвержден ряд значимых для данной области документов, обозначающих перспективы и проблемы развития деятельности в сфере культуры: Стратегия государственной культурной политики, Указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года», Основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей.

Указанные документы признают приоритетным направлением рассмотрение культуры как залога гармоничного общественного развития, воспитания граждан и просвещения молодежи, формирования гармонично развитой личности, разделяющей традиционные российские духовно-нравственные ценности¹. А также – «создание условий для воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности, увеличение доли творческих индустрий»². Реализация этих целей возложена на ряд сфер деятельности, в т. ч. на все виды культурной деятельности, к которым относятся и массовые социокультурные мероприятия, и, соответственно, event-мероприятия.

1 Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года: утв. Распоряжением Правительства РФ от 11 сент. 2024 г. N 2501-р. URL: <http://static.government.ru/media/files/jIx0zkwFvU0sCnXIQTwpZO0RqTMMVL7v.pdf> (дата обращения 07.05.2025)

2 О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года: указ Президента РФ от 07.05.2024 N 309. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_475991/ (дата обращения 08.05.2025)

Однако, практическое обеспечение развития по данным направлениям осложняется рядом проблем, в целях преодоления которых на общегосударственном уровне устанавливаются такие задачи как: «стимулирование и поощрение культурной деятельности, направленной на сохранение традиционных российских духовно-нравственных ценностей, общероссийской гражданской идентичности... осуществление просветительской, патриотической и военно-патриотической работы среди молодежи»³, а также, что немаловажно в данном контексте, — «создание условий для вовлечения массовой культуры в процесс реализации государственной культурной политики»⁴ и «формирование новых моделей и систем управления культурными процессами»⁵.

Вышесказанное приобретает наибольшую актуальность, без сомнения, по отношению к молодежи как наиболее активной социально-демографической группе, чьи жизненные императивы, образы мышления и поведения находятся в процессе формирования под влиянием различных источников: от традиционных институтов до повседневных социальных и информационных практик.

В этих условиях event-мероприятия крайне важно рассматривать не только как средство достижения краткосрочного коммерческого успеха, но и как способ взаимодействия, коммуникации и влияния на целевые группы. Однако, важно подчеркнуть, что, будучи реализованными без критического осмысления, разработки и контроля задействованных социально-коммуникативных механизмов, в публичное пространство могут быть внедрены идеи, ценности, поведенческие шаблоны, отличные от запланированных. В особенности высок этот риск в случае, когда такие функции ложатся на популярные формы мероприятий. В частности, обостряется следующая проблема: при разработке мероприятия,

3 Там же.

4 Там же.

5 Там же.

ориентированного исключительно на посетительские предпочтения, за пределами управленческого внимания остаются ценные с коммуникативной точки зрения средства и процессы. И наоборот – разрабатывая непосредственно коммуникативный аспект, высок риск столкнуться с посетительским неодобрением, предубеждением и низким интересом к посещению.

Вышеизложенные обстоятельства требуют критического анализа существующих управленческих подходов на соответствие обозначенным стратегическими целям, а также актуализирует поиск таких управленческих решений, которые бы позволили гармонично учитывать оба аспекта.

Ситуация осложняется рядом факторов, а именно: запаздывающей адаптацией уже разработанных подходов к изменившимся социальным условиям, характером двустороннего взаимодействия и взаимовлияния акторов, особенностями временной протяженности социально-коммуникативного процесса. Анализ и поиск релевантных управленческих моделей дополнительно проблематизируется недостатками в концептуальной разработке предметной области. К текущему моменту, при наличии разнообразных направлений рассмотрения ивент-мероприятий и управленческих подходов, все еще отсутствуют систематизирующие концептуальные разработки, обобщающие и конкретизирующие особенности этих подходов, нюансы их реализации, критерии применимости в различных ситуациях и целях, по отношению к разным целевым группам. Кроме того, нельзя не упомянуть существование рисков непредопределенности результата ценностно-смысловой коммуникации, которая усугубляется в условиях необходимости соответствия ряду шаблонов массовой культуры, накладывающих отпечаток на состав и содержание элементов event-деятельности – которые могут привлекать аудиторию, но никак не способствовать социально-коммуникативной функции или даже наоборот, искажать ее.

Не меньшую роль играет при этом и возрастной фактор. Так, согласно исследованиям ВЦИОМ⁶ и некоторым другим⁷, существующие форматы общественных празднований мало интересны молодым людям 18-35 лет, хотя общий интерес к таковым присутствует. Таким образом, от особенностей молодежных предпочтений и посетительских намерений зависит как форма реализации event-мероприятия, так и структура управления event-деятельностью, что не может не формировать определенные особенности управления event-деятельностью в отношении молодежной аудитории.

Вышесказанная проблематика обуславливает актуальность комплексного анализа существующих подходов к управлению event-деятельностью и разработку такой модели, которая бы сочетала ориентацию на социокультурное целеполагание при соответствии формы мероприятия посетительским предпочтениям, а также учитывала реализацию социально-коммуникативного и вовлекающего механизмов при сохранении досугово-развлекательного формата.

Объект исследования – event-деятельность в социокультурном пространстве города.

Предмет исследования – управление социально-коммуникативными процессами в event-деятельности молодежных мероприятий.

Цель диссертационной работы – на основе комплексного анализа социально-коммуникативных процессов и особенностей восприятия молодежью event-деятельности определить специфику управления event-деятельностью в социокультурном пространстве города.

⁶ Точки притяжения, или Событийный туризм-2024 // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-jbzor/tochki-pritjazhenija-ili-sobytiinyi-turizm-2024>(дата обращения 16.08.2024).

⁷ Балыбердина П.А., Коретко С.А. Восприятие студентами культурно-массовых мероприятий на примере акции «Ночь в университете» // Человек в мире. Мир в человеке: актуальные проблемы философии, социологии, политологии и психологии. 2012. С. 135-138.

Задачи:

1. Определить содержание процесса управления event-деятельностью в соответствии с особенностями социокультурного пространства города.
2. Проанализировать качественные характеристики, позволяющие идентифицировать массовое мероприятие как event-мероприятие, а совокупность сопутствующих процессов – как event-деятельность.
3. Раскрыть содержание системы управления event-деятельностью в части акторной (состав управляющей и управляемой подсистем) и процессуальной (состав организационно-управленческих и социально-коммуникативных процессов) структуры.
4. Выявить особенности восприятия элементов event-мероприятий и event-деятельности горожанами и в особенности – городской молодежью.
5. Проанализировать особенности восприятия элементов event-мероприятий и event-деятельности городской молодежью с точки зрения особенностей их учета при управлении.
6. Разработать модель управления event-деятельностью при работе с молодежью на основе результатов эмпирических исследований, теоретического анализа и сопоставления с существующей управленческой практикой.

Методология исследования определяется комплексным и междисциплинарным характером предмета исследования и включает системный, деятельностный и социокультурный подходы в качестве основных. Системный подход позволил установить состав управляющей и управляемой подсистем, раскрыть состав и взаимосвязь процессов в системе управления event-деятельностью, проанализированы атрибуты event-мероприятий. С позиции деятельностного подхода раскрыта специфика управления event-деятельностью для молодежи с точки зрения мотивации поведенческого намерения и роль социальных технологий в этом процессе. Социокультурный подход позволил раскрыть совокупность и взаимосвязь процессов и технологий в управлении event-деятельностью в соответствии с

уровнями социокультурного пространства города, проанализировать их соответствие и разработать релевантную модель.

Эмпирическую базу диссертационного исследования составили:

1. Анкетный опрос горожан, заинтересованных в посещении городских мероприятий (2023 г., стратифицированная выборка, репрезентативная по полу и возрасту, N=540, по Свердловской обл.).

2. Анкетный опрос молодежи г. Екатеринбурга в возрастных группах 18-24 и 25-34 лет (N=440), целевая выборка, репрезентативная по полу и возрасту.

3. Полуформализованное (структурированное) экспертное интервью (N=22, 2023 г.), экспертами выступили организаторы открытых городских event-мероприятий.

4. Включенные наблюдения на открытых городских мероприятиях в малых и крупных городах Свердловской области, а также в мегаполисе в период празднования 300-летия г. Екатеринбурга (10 мероприятий, 2023 г.).

5. Цифровые данные официальных веб-ресурсов (социальных сетей) городских event-мероприятий, с использованием методики расчета показателей активности и вовлеченности аудитории Engagement Rate (34 официальные веб-страницы городских мероприятий в социальных медиа 2022 г. и 30 – в 2023 г.).

Научная новизна диссертационного исследования:

1. Обоснована социологическая интерпретация понятия «event» как качественной характеристики социокультурного мероприятия, которая выражается в совокупности признаков (идентификаторов): целерациональность основных элементов; доминирование в информационном поле целевой группы; специфический интерес к посещению. На уровне управляемой подсистемы совокупность указанных признаков служит операциональными индикаторами event-мероприятия как социокультурного явления, а на уровне управляющей подсистемы — условиями функционирования социально-коммуникативных процессов в

event-деятельности. На основе представленных идентификаторов разработана авторская классификация event-мероприятий. Указанная позиция снимает ряд концептуальных противоречий в существующих подходах, рассматривающих «event» как отдельный, особенный, уникальный вид мероприятия.

Определена совокупность процессов, составляющих event-деятельность в контексте субъект-субъектных взаимодействий с управляемой подсистемой: процессы мультиканальной артефактно-символической коммуникации с аудиторией и посетителями, процессы субъект-субъектного информационного взаимодействия с аудиторией, процессы субъект-субъектного социального взаимодействия между представителями организующей стороны и посетителями, посетителями между собой, а также посетителями и вторичной аудиторией. Данная совокупность репрезентирует структуру социокультурного пространства города, включает в систему социальную компоненту и структурирует процессы event-деятельности в зависимости от преобладающего источника воздействия, что и является ее отличительной чертой.

2. Раскрыто содержание управления event-деятельностью в социокультурном пространстве города как процесса упорядочивания двусторонней коммуникативной взаимосвязи и взаимодействия управляющей и управляемой подсистем, реализуемого в процессе event-деятельности и в пространстве event-мероприятия на трех коммуникативных уровнях (информационном, артефактно-символическом и межличностном), репрезентирующих трехуровневую структуру социокультурного пространства.

Управление event-деятельностью раскрывается как целерациональное планирование, направление, контроль и координация процессов event-деятельности и элементов инфраструктуры event-мероприятия таким образом, чтобы посредством реализации их совокупности были созданы условия для трансляции необходимых смыслов. Указанная позиция

отличается от существующих акцентированием управленческого внимания на социально-коммуникативной целерациональности процессов и средств управления.

3. Обоснована акторная структура системы управления event-деятельностью в социокультурном пространстве города. Управляющую подсистему составляют: государственный заказчик как субъект целеполагания, организаторы и event-менеджеры как субъект непосредственного управления процессами event-деятельности. Управляемую подсистему составляют аудитория и фактические посетители, самоорганизационные свойства которых учитываются в части вклада в достижение цели. Указанная структура учитывает самоорганизационный фактор аудитории и посетителей, что позволяет рассматривать систему управления более широко относительно существующих подходов, чье внимание сосредоточено на различных аспектах иерархического взаимодействия акторов управляющей подсистемы.

Обоснована процессная структура системы управления event-деятельностью, в которой выделено две группы процессов, обладающих взаимосвязью и преемственностью во времени. Первую группу составляют организационно-управленческие процессы: управление артефактно-символической инфраструктурой мероприятия, информационно-коммуникационное управление, управление социальными процессами. Вторую группу составляют социально-коммуникативные процессы: формирование впечатлений, формирование опыта, демонстрация примера для подражания. В предложенной системе концептуально взаимосвязаны организационный и коммуникативный аспект управления event-деятельностью, которые ранее рассматривались по отдельности.

4. На основании эмпирического исследования дана комплексная характеристика представлений горожан-посетителей и городской молодежи об event-мероприятиях и event-деятельности, включающая: представления об элементах, способствующих формированию качественной характеристики

«event», качественные особенности восприятия этих элементов, оценку вероятности детерминации различий в представлениях ключевыми социально-демографическими факторами по трем организационно-управленческим процессам event-деятельности.

Показано, что формирование социальных представлений об event-мероприятии и event-деятельности во многом определяется социокультурным пространством города (крупного, малого, мегаполиса), что вносит вклад в особенности формирования качественной характеристики «event» и проявляется: в ранжировании схожей совокупности элементов от основных к специфическим, в различиях характера информационного доминирования от медийно-обусловленного до социально-обусловленного, в различиях целеориентации основных элементов на привлечение или социально-коммуникативное воздействие в зависимости от этапа event-деятельности.

5. Выделены особенности управления event-деятельностью, обусловленные качественными различиями представлений молодежи об event-мероприятиях и event-деятельности, а также необходимостью трехстороннего согласования интересов. К общеорганизационным особенностям отнесены: учет специфических представлений молодежи как субъекта event-деятельности в целях привлечения к посещению и разработка совокупности соответствующих социально-коммуникативных и вовлекающих средств в социокультурных целях. К инфраструктурным особенностям отнесена реализация социально-коммуникативного воздействия, основанного на соотношении двух видов элементов: основных, явно выраженных в социальных представлениях молодежи и являющихся ведущими средствами артефактно-символической коммуникации, и специфических, выраженных косвенно в социальных представлениях и являющихся средствами вовлечения, координации и фокусирования на целевых зонах. К информационно-коммуникационным особенностям отнесено обеспечение интегративной преемственности и

непротиворечивости коммуникативного процесса на всех этапах event-деятельности, в материальном и информационном пространстве, при единстве артефактно-символического и информационного взаимодействия. К социально-технологическим особенностям отнесено внедрение вовлекающих и координирующих социальных технологий, основанных на значимом референтном примере и ориентирующих социальных практиках. Полученные результаты характеризуют качественные особенности управления event-деятельностью, ориентированной на молодежную аудиторию.

6. Разработана авторская интегративная модель управления event-деятельностью, в которой реализовано трехэтапное и трехкомпонентное управление event-деятельностью. В модели представлена взаимосвязь этапов до, во время и после мероприятия, а также единство трех составляющих организационно-управленческих процессов и трех составляющих социально-коммуникативных процессов. Модель направлена на создание специфических условий и формирование сети социально-коммуникативных элементов, сопровождающих посетителя через все этапы event-деятельности и последовательно формирующих на каждом из них целевые смыслы. Модель основана на принципах долгосрочности, комплексности, интегративного единства, учитывает влияние управляемой подсистемы на процесс и результат, а также включает социальные технологии наряду с коммуникативными, что отличает ее от других существующих разработок.

Теоретическая значимость. Предложен способ преодоления содержательной неопределенности категории «event» («ивент») путем интерпретации ее в качестве качественной характеристики. Раскрыто содержание event-деятельности в контексте управления процессами оказания целевого воздействия. Хронологически систематизирована эволюция подходов к управлению event-деятельностью, выделена их специфика в части взаимодействия управляющей и управляемой подсистем. Предложен и обоснован состав, содержание и взаимосвязь элементов организационно-управленческой и социально-коммуникативной группы процессов,

механизма реализации целевого воздействия, включая их взаимосвязь составляющих на разных этапах. Реализован комплексный многоаспектный подход к исследованию event-деятельности, структурированный по ее составляющим. Разработана модель управления, основанная на принципе интегративности составляющих и включающая в управленческий процесс элементы социальных технологий.

Практическая значимость. Полученные результаты характеризуют особенности восприятия, поведенческие предпочтения, ожидания и опасения горожан-посетителей городских мероприятий и городской молодежи различного типа по трем ключевым составляющим event-деятельности. Эмпирические и концептуальные результаты исследования представляют интерес для специалистов различных сфер, связанных с реализацией социокультурных мероприятий, молодежной политикой, социокультурной работой с населением. Предложенная модель управления может быть реализована на практике при управлении event-деятельностью учреждениями культуры и другими организациями, связанными с реализацией государственных стратегических целей развития в сфере культуры.

Прикладная значимость полученных результатов для управленческой сферы, выраженная в концептуализации системы управления event-деятельностью в молодежном социокультурном пространстве и разработке релевантной модели управления, дополняется значимостью для научного сообщества, связанной с систематизацией управленческих подходов в event-деятельности, а также с раскрытием посетительских предпочтений и поведенческих особенностей молодежи на массовых социокультурных мероприятиях. Это дополняет социологическое знание в области досуга горожан и молодежи, а также открывает широкие возможности для использования материала в различных отраслях знания, включая как гуманитарные профили (социология молодежи, социология культуры, социология управления, культурология, коммуникативистика), так и

экономические (менеджмент и маркетинг, региональная и отраслевая экономика).

Соответствие паспорту научной специальности. Содержание материала соответствует следующим направлениям исследований согласно паспорта научной специальности 5.4.7. «Социология управления»: п.3. «Проблема взаимодействия субъектов и объектов управления»; п.4 «Принципы и методы управления в современных условиях»; п.5. «Социальное управление. Социальный менеджмент. Социальная политика»; п.6. «Механизмы социального регулирования: институциональные, социально-стратификационные, социокультурные, социально-организационные»; п.12 «Социальные технологии в системе управления»; п.20. «Социологические методы информационно-аналитического обеспечения управленческого процесса».

Апробация результатов. Основные положения и результаты диссертационного исследования представлены в докладах на научных конференциях различного уровня (из них на международных конференциях – 11, всероссийских конференциях – 6), представлены на Международных конкурсах научно-исследовательских работ – 2 (Дипломы I и II степени). Основные положения представлены в 28 публикациях, в том числе:

- в 16 статьях (19,2 печ.л.) в рецензируемых научных журналах, включенных в перечень Высшей аттестационной комиссии при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации;
- в 4 статьях в научных журналах, входящих в РИНЦ (4,4 печ. л.);
- в 8 публикациях в сборниках конференций, входящих в РИНЦ (3,3 печ.л.).

Структура диссертации состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы (234 источника) и приложений (5 приложений).