

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ГРУППА ИВЕНТ-МЕНЕДЖЕРОВ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Старцева Н.Н.

аспирант кафедры теории и социологии управления Уральского института-филиала, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Россия), 620990, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 марта, д. 66, к. 506, arkara3@mail.ru

УДК 316.334.22

ББК 60.561.23

Статья посвящена изучению культурного капитала агентов профессиональной группы ивент-менеджеров: «профессионалов» и «непрофессионалов». В тексте содержатся результаты социологических исследований по данной проблеме.

Ключевые слова: ивент-менеджеры, культурный капитал, профессиональная группа.

Startseva N.N.

PROFESSIONAL GROUP EVENT MANAGERS: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

The article is devoted to the study of cultural capital agents professional group event managers «professionals» and «amateurs». The text contains the results of sociological research on this issue.

Key words: event management, cultural capital, a professional group.

Ивент-менеджеры особая профессиональная группа; совокупность специалистов, осуществляющих ивент-деятельность и идентифицирующих себя с группой ивенторов. Они владеют технологиями планирования, организации, управления и контроля событий различных типов (частные, корпоративные, массовые события; маркетинговые, праздничные, деловые события и др.).

Сегодня эксперты ивент-индустрии придерживаются мнения о наличии в отрасли двух различных по своим профессиональным характеристикам подгрупп ивент-менеджеров: «профессионалов» и «непрофессионалов».

На основе существующих в ивент-сообществе стереотипов, представлений ивент-менеджеров, руководителей ивент-агентств [1 – 3], заказчиков [4, 5] – всех агентов, включённых в ивент-поле, **попытаемся** сконструировать образ ивентора «профессионала» и «непрофессионала».

Несмотря на образность некоторых высказываний, суть характеристик, дающих описание «профессионалов» и «непрофессионалов», ясна. Если первым приписывают транспрофессионализм, активность, стремление к новизне, то вторым относят любительство, пассивность и действие по шаблону.

Полагаем, что в основе деления ивент-менеджеров на «профессионалов» и «непрофессионалов» ле-

жит такой признак, как владение особым культурным капиталом (профессиональные знания и умения, ориентация на профессиональное развитие и использование новых технологий в процессе профессиональной деятельности). Попробуем это доказать осуществив анализ культурного капитала ивенторов.

Понимая под профессиональными знаниями совокупность научных сведений, необходимых специалисту для качественного исполнения должностных обязанностей, ответим на вопрос о том, какими знаниями должен обладать ивентор-«профессионал» и «непрофессионал»?

Так, чаще всего «профессионалу» приписывают: обширные знания в области культуры и искусства: «...«профессионал» должен быть образован в разных областях, он должен быть начитан, он должен понимать разные направления и жанры искусства...» (Исслед. 2013, Э. 7); знание технологии организации события: «профессионал – это человек, знающий законы, технологии, методики организации события» (Исслед. 2013, Э. 34); знание всех ресурсов ивент-рынка: «профессионал» «...обладает всей информацией о рынке ивент, начиная от репертуара коллективов, до: «Сколько квадратных метров ковролина потребуется в шатер 100 кв.м.?»... имеет круг проверенных подрядчиков во всех сферах» (Исслед. 2013, Э. 13); «Хорошо представляет площадки, ориенти-

Таблица 1

Образ ивент-менеджера «профессионала» и «непрофессионала» в оценках участников исследования

«Профессионал»	«Непрофессионал»
– «абмидекстр – человек, у которого сочетание творческого начала личности и административного, математического начала» (Исслед. 2011, Э. 9); – «молодая, отвыкшая улыбаться девушка, замороченная сметами» (Исслед. 2011, Э. 6); – «это Существо, которое всегда в форме, никогда не ест, не пьёт, не сидит и не раздражается» (Исслед. 2011, Э. 9); – «рабочая лошадка, которая 8 проектов в день может вести» (Исслед. 2013, Э. 8); – «это «айфоны» – люди, продвинутые в праздниках, но клиенты думают, что их «старые телефончики» куда круче...» (Исслед. 2013, Э. 12); – «серый кардинал» (Исслед. 2013, Э. 1); – «ивент-продюсер» (Исслед. 2013, Э. 26).	– «тамада с музыкальным центром» (Исслед. 2013, Э. 7); – «посредники, тут откат, там откат, ничего самому делать не надо» (Исслед. 2013, Э. 15); – «тамада с «коком» на голове, ей 50 лет, она 30 лет ведёт свадьбы» (Исслед. 2013, Э. 17); – «организатор-тамада-оформитель-певица в одном человеке – «восьминог», который делает всё сам и на уровне самостоятельности» (Исслед. 2013, Э. 6); – «среди недели они менеджеры, например, в строительной компании, а в выходные праздники делают» (Исслед. 2013, Э. 6); – «...они ведут мероприятия, у них есть знакомый диджей и 2 киловатта звука, стоящие на балконе...» (Исслед. 2013, Э. 17).

руется в базе артистов не только по номиналу, но и по соответствию задаче» (Исслед. 2013, Э. 6). Профессионал знает: правила и стандарты оформления основных финансовых документов: «...финансовые моменты очень важны, потому что, каким образом отчитываться, каким образом деньги проходят через кассу, нужно знать...» (Исслед. 2013, Э. 15); юридические особенности оформления отношений с клиентом: он должен знать «... юридические аспекты. Как оформить договор? Как выстроить свои отношения таким образом, чтобы критерии оценки события были прописаны в договоре?» (Исслед. 2013, Э. 19); основные инструменты, технологии планирования и контроля проекта: «Профессионал обеспечивает чёткое планирование мероприятия и правильное планирование бюджета» (Исслед. 2013, Э. 36); «Профессионал» всегда задаёт вопрос: «что Вы хотите получить от мероприятия в результате? Повышение продаж, привлечение клиентов, лояльность?... это и есть задача ивента... В результате, получив, например, увеличение прибыли на 60% или привлечение клиентов там большего количества. Вот это молодец, вот это аплодисменты!» (Исслед. 2013, Э. 19).

Полученные данные закономерны и отражают специфику данной сферы услуг в целом и особенностей профессионального мышления ивенторов, в частности, они в значительной степени практико-ориентированы. Именно поэтому большее значение для раскрытия особенностей культурного капитала «профессионалов» и «непрофессионалов» будет иметь анализ оценок респондентов профессиональных умений ивент-менеджеров.

Профессиональные умения – совокупность приемов, операций и действий, образующих конкретные техники и технологии, обуславливающие определенный уровень реализации профессиональной деятельности.

Так, одним из важных умений ивент-менеджера «профессионала» является прогнозирование проблем, которые могут возникнуть при реализации проекта. Участник несинхронного онлайн-интервью указывает: «...умение предвосхищать события... заранее знать, какие могут возникнуть проблемы на проекте» (Исслед. 2011, Э. 5), несомненно, является одним из необходимых умений профессионала. Один из клиентов также отмечает, что «профессионал» является консультантом, предвидит и предупреждает обо всех возможных последствиях реализации той или иной идеи заказчика. Он констатирует: «Ваша [ивент-менеджера] ключевая компетенция – предупреждать о всех последствиях идей, которые придумал вам заказчик. Не надо этих визгов: «Да, мы сделаем!» – а оказывается нельзя без ледокола на Москве реке на кораблике плавать и встречать новый год. А кто виноват? Агентство! Потому что это они забыли предупредить, что зимой лёд и нужен ледокол, а я не должна об этом думать! Вот это знание всех засад – это ваш консалтинг» [5].

Не менее важным для ивента-профессионала является умение планировать событие. Однако не все участники исследований согласны с тем, что планирование всегда эффективно. Один из экспертов говорит, что ивент-менеджер «профессионал» «...должен быть ответственным, со знанием *time management*» (Исслед. 2011, Э. 1), другой, напротив, отмечает: «...вот хоть планируй – хоть не планируй, а, если руководитель компании взялся говорить тост и при этом хочет лично каждому из 150 сотрудников пожать руку, то весь тайминг летит» (Исслед. 2011, Э. 4). Результаты исследования 2013 года также подтверждают обе позиции. Эксперты отмечают, что главное умение «профессионала» «сделать все точно и в срок» (Исслед. 2013, Э. 14) и не важно действовал

он чётко по плану или в какой-то момент от него отказался. В свою очередь «непрофессионал» необязателен и пассивен, не способен планировать и перестроиться в ситуации, когда это необходимо.

Многие эксперты к умениям ивента «профессионала» относят умение работать в стрессовых ситуациях: «...ивентор должен выдерживать несколько мероприятий подряд, работать в условиях внезапно возникших чрезвычайных обстоятельств...» (Исслед. 2011, Э. 2). Один из участников глубинного интервью также ответил, что «профессионал» – это «...симпатик или хотя бы метасимпатик – в стрессовой ситуации активизируется, способен быстро, хладнокровно принимать решения», – тогда как «непрофессионал» это «...парасимпатик – в стрессовой становится вялым, нерешительным, впадает в панику и разводит руками» (Исслед. 2013, Э. 1).

Также, ивентор «профессионал» должен уметь не только быстро принимать решения, но и «...нести ответственность и за себя и за того парня» (Исслед. 2011, Э. 4). С этим согласны участники глубинного интервью: «профессионал» «...крайне обязателен и ответствен за свою работу и работу всей команды целиком... «Непрофессионал» – несёт ответственность только за узкий участок работы, не несёт ответственность за работу других людей, принимает и объясняет недочеты как данность, случайность, форс-мажор, обвиняет других в ошибках» (Исслед. 2013, Э. 1).

По мнению участников исследования, профессиональный «ивентор должен уметь считать» (Исслед. 2011, Э. 9); «Профессиональный ивентор на «ты» с цифрами и бухгалтерией... «Непрофессионал» не умеет считать, относится к цифрам и деньгам как к излишней суете...» (Исслед. 2013, Э. 1).

Самым важным из профессиональных умений ивент-менеджера, по мнению большинства участников исследования, является умение «общаться с людьми самых разных темпераментов и социальных установок» (Исслед. 2011, Э. 9). Эксперты уверены, что именно в процессе общения с ивент-менеджером можно понять «профессионал» он или «непрофессионал». Так, существование «барьеров» в построении коммуникации с различными агентами поля ивент-деятельности (с клиентами, с подрядчиками, с коллегами) является явным признаком непрофессионализма ивентора.

К коммуникативным умениям ивент-менеджера «профессионала» относят: умение слушать и слышать клиента. Один из клиентов следующим образом описал своё взаимодействие с менеджером «непрофессионалом»: «...специалист перебивал, предлагал много идей; увлекался рассказами, но упорно не слушал заказчика, то есть меня» [4]. По мнению участников

несинхронного онлайн-интервью: «Профессиональный ивентор вначале «услышит» клиента, давая ему выговориться и задавая много вопросов, а потом начнет говорить сам и предлагать решения задач клиента... «продажник» начнет рассказывать, что у них есть в арсенале, «слишком режиссер» сразу будет выдавать много деталей, показывая клиенту, как он быстренько всё хорошо придумал» (Исслед. 2011, Э. 10). Участники глубинных интервью также заключают, что если «в процессе общения «профессионал» задает множество дельных вопросов заказчику, пытается узнать истинную цель мероприятия... предлагает решение задачи» (Исслед. 2013, Э. 6), то «непрофессионал» «...не умеет разговаривать с клиентом, не умеет его раскрыть... Нам до праздника дойти ещё надо, надо ещё понять: «А что вы хотите?» – а мы слышим: «Вот у меня сценарий!...» (Исслед. 2013, Э. 19).

Умение следовать элементарным этическим нормам в общении (вежливость, тактичность, корректность) также значимое коммуникативное умение «профессионала». Один из участников «Event-Expert» описывает своё взаимодействие с ивентором «непрофессионалом»: «Когда мы зашли в офис, менеджер поздоровался, но не представился... Почти в конце разговора мы сами спросили: «А зовут-то вас как?» [4]. Так, отличительной чертой «непрофессионала» заказчика ивент-услуг называют бестактное отношение к клиентам. «Нередко я вижу на страничках в Фейсбук руководителей ивент-агентств какие-то едкие замечания в адрес клиентов... Почему моя бизнес этика позволяет мне этим не делиться, а вы [ивенторы] себе позволяете выкладывать «шуточки» про клиентов? Это очень плохо, это недопустимо» [5]. Также, по мнению клиентов, «непрофессионалы» бестактны и по отношению к своим конкурентам: «В ходе беседы специалист отпускал замечания в сторону других компаний, советовал не работать с ними» [4]. Один из участников несинхронного онлайн-интервью подтверждает мнение клиентов. «Непрофессионалы» «...не брезгают «подленькими» приёмчиками... Одна из болезней в нашем «ивент-мире» – часто один ивентор пытается подняться за счет принижения достоинств второго», вместе с этим, «профессионалы» пытаются «...не опорочить и не подточить репутацию конкурента. Наверное, это и есть один из пунктов тактичного поведения» (Исслед. 2011, Э. 11).

Умение сгладить или исключить мотивационный барьер (разность мотивов вступления в контакт клиента и ивент-менеджера «профессионала» и «непрофессионала») – одно из важных профессиональных умений ивентора-«профессионала». Если клиенты и «профессиональные» ивент-менеджеры в общении ориентированы на создание качественного ивент-

продукта, то «непрофессионалы» на продажу продукта, имеющегося у них в наличии. Клиент отмечает следующее поведение ивента «непрофессионала»: «После предложения детской программы на вопрос: «На какой возраст детей рассчитана программа?» – ивент-менеджер раздраженно ответила – «Какая разница?»» [4]. Участники глубинного интервью также говорят: «Профессионал ориентирован на результат, всё делает под задачу. Непрофессионал, часто занимается «втучиванием» артистов и дополнительных услуг, чтобы раздуть бюджет» (Исслед. 2013, Э. 6).

Умение вести переговоры, выбирать стиль общения, комфортный для клиента, умение подстраиваться под клиента – значимые коммуникативные умения «профессионала». Клиент описывает негативный опыт общения с «непрофессиональным» ивент-менеджером: «Мы чётко изложили наше представление о свадьбе – в этот момент специалист, сделав круглые глаза, удивлённо воскликнула: «Обалде-е-ть!!!» – мы смутились» [4]. Эксперты, принявшие участие в несинхронном онлайн-интервью, также говорят: «профессионал» «...умеет без «перегибов», лишних слов и эмоциональных всплесков, убедить в своем профессионализме собеседника. Задача – сделать это лаконично, без частностей, без миллиона деталей и мишуры» (Исслед. 2011, Э. 11), тогда как «непрофессионал» «...даёт волю эмоциям на переговорах, готов из штанов выпрыгнуть предлагая себя... Часто у клиентов это вызывает раздражение или смех» (Исслед. 2013, Э. 16).

Умение выстроить качественную обратную связь также значимое профессиональное умение ивент-менеджера. Один из клиентов так описывает свой контакт: «После моего интернет запроса в течение часа пришёл ответ, что позже с нами свяжутся, но до выходных с нами никто не связался. Повторно позвонили в компанию, поговорив с менеджером, усвоили, что со мной свяжется директор... Однако с нами опять никто не связался. Мы ещё раз позвонили в компанию. На вопрос, почему... менеджер ответила, что директор, наверное, что-то напутала с расписанием, и вообще сейчас идёт подготовка к свадьбам и встретиться получится только на следующей неделе. Встреча так и не состоялась» [4]. Если попытаться охарактеризовать «профессионала» и «непрофессионала», то, по мнению клиента, «профессиональный» ивентор готов обеспечить «...своевременное информирование, своевременные ответы на письма, а не через неделю», тогда как «непрофессионал» «затягивает с ответом... выходит на связь, когда у него появилось время» [5]. Участники глубинного интервью также отмечают, что «профессионал» «не оставляет своего партнёра в каком-то подвешенном состоянии, он, как

минимум, напишет письмо о том, что давайте вернёмся к этому вопросу спустя три дня...», «непрофессионал» напротив «не может вовремя обеспечить связь» (Исслед. 2013, Э. 11).

Предлагаем перейти к изучению мнений руководителей ивент-компаний, ивенторов и клиентов относительно степени ориентированности «профессионалов» и «непрофессионалов» на профессиональное развитие.

Профессиональное развитие – это систематическое подкрепление, усовершенствование и расширение спектра знаний, развитие личных качеств, необходимых для выполнения трудовых обязанностей сотрудника.

Ивенторы отмечают, что «профессионал» «... постоянно должен совершенствовать свои знания в разных областях, учиться новому» (Исслед. 2013, Э. 28); «...всегда стремится к саморазвитию! Самообразование очень важно!» (Исслед. 2013, Э. 13). «Непрофессионал», в свою очередь, «...не стремится к развитию, ему комфортно на том этапе, на котором он находится... он уверен, что он всё знает и ему не интересно что-то новое, зачем, если и так есть заказы...» (Исслед. 2013, Э. 14); «... у него нет желания роста и развития» (Исслед. 2013, Э. 12).

Мнение участников исследования относительно применения «профессионалами» и «непрофессионалами» новых технологий в своей деятельности было достаточно предсказуемо. Так, один из руководителей ивент-агентства замечает, что «непрофессионалы» не только не стремятся получать новые знания, но и не стремятся осваивать новые технологии. Он говорит: «...[«непрофессионалы»] не понимают, что надо инвестировать в технологии... Мы сделали анализ, и он показал, что готовы купить технологии продаж, технологии оптового заказа, технологии управления ивент-агентством всего лишь 15% всех членов Ивент Лиги. Это очень мало!» – «профессионалы» же, напротив: «...с большим желанием что-то делать, со стремлением к новому, к внедрению новых технологий... они не боятся что-то делать. Вот они и составляют костяк нового рынка» (Исслед. 2013, Э. 17).

Можно заключить: руководители ивент-компаний, ивент-менеджеры и клиенты, практически одинаково описывают образ ивента «профессионала» и «непрофессионала», используя при этом схожие слова и выражения.

Основными характеристиками ивент-менеджеров «профессионалов» являются: владение определёнными профессиональными знаниями (знание технологии планирования, организации, управления и контроля события, знание всех ресурсов ивент-рынка, знания в области финансового менеджмента, зна-

ние некоторых юридических вопросов и обширные знания в области культуры и искусства) и умениями (умение планировать событие, предугадывать все проблемы, которые могут возникнуть при реализации проекта, организовывать работу всех служб, задействованных в проекте, осуществлять контроль качества и выполнения задач события, выстраивать эффективную коммуникацию с разными людьми, работать в стрессовых ситуациях, быстро принимать решения и нести за них ответственность); ориентация на профессиональное развитие и *стремление к использованию новых технологий* в своей деятельности. Образ «непрофессионала» характеризуют следующие черты: наличие некоторых представлений об организации и управлении мероприятием, владение некоторыми коммуникативными умениями, которые позволяют установить контакт и расположить к себе определённый тип клиентов. «Непрофессионал» не стремится к профессиональному совершенствованию, не желает перемен.

Образ «профессионала» воспринимается в качестве модели для подражания, как идеал, к достижению которого необходимо стремиться, тогда как образ «непрофессионала» участниками исследования воспринимается как модель «неправильного», искажённого типа специалиста ивент-сферы.

Конструирование образа ивент-менеджера «профессионала» и «непрофессионала» – деятельность агентов ивент-поля по «наполнению» смыслом презентаций о профессионализме ивенторов. Образы ивент-менеджера «профессионала» и «непрофессионала», с одной стороны, устойчивы, поскольку основаны на системе диспозиций, предрасположенностей к определённому восприятию событий и образу действий, агентов ивент-поля. Образы закодированы в символах и распространены как «неизменные» типы. С другой стороны, они изменчивы, поскольку поле ивент-деятельности формируется, меняются мыслительные и поведенческие установки агентов ивент-поля (это возможно благодаря развитию культурного, социального, властного, экономического капитала ивенторов), это даёт нам возможность полагать, что с течением времени образы ивентора «профессионала» и «непрофессионала» будут реконструироваться.

Литература:

1. Материалы несинхронного онлайн-интервью по теме «Что должен знать и уметь профессиональ-

ный ивент-специалист?» 2011 год [электронный ресурс]. URL: <http://professional.ru/Topic/31657651> (дата обращения 12.10.2013).

2. Материалы несинхронного онлайн-интервью по теме «Три кита» в профессиональном поведении ивент-специалиста» 2011 год [электронный ресурс]. URL: <http://professional.ru/Topic/31689608?mid=31707650#reply> (дата обращения 12.10.2013).

3. Исследование «Процесс формирования ивент-менеджеров в современной России» (2013 г.). Методом глубинного интервью было опрошено 18 ивент-менеджеров и 19 руководителей ивент-компаний России. Отбор респондентов осуществлялся стихийно, методом «снежного кома».

4. Технология «Event²Expert» – технология замеров, основанная на реальном посещении клиентами ивент-компаний. Применяемый метод исследования – «тайный покупатель». Исследование проводилось с июля по август 2010 года под руководством Т.В. Старовойтовой.

5. Львова Марина, директор по работе с персоналом в ООО «Хедхантер», г. Москва / Выступление на Конгрессе специалистов event-индустрии. Екатеринбург. 8 – 9 февраля 2013 года.

References:

1. Materials asynchronous online interview on the topic «What should know and be able professionalny event specialist?» 2011 [e-resource]. URL: <http://professional.ru/Topic/31657651> (access date 12.10.2013).

2. Materials asynchronous online interview on «Three Pillars» in the professional behavior specialist event» 2011 [e-resource]. URL: <http://professional.ru/Topic/31689608?mid=31707650#reply> (access date 12.10.2013).

3. The study «The formation of event managers in modern Russia» (2013). Method of in-depth interviews were interviewed 18 event managers and event managers 19 Russian companies. The respondents were selected spontaneously by a «snowball».

4. Technology «Event²Expert» – measuring technology, based on a real event clients visiting companies. Applied research method – «mystery shopper». The study was conducted from July to August 2010 under the leadership of T. Starovojtovo.

5. Lviv Marina, Director of Human Resources LLC «hh», Moscow / Speech to Congress event industry professionals. Yekaterinburg . 8 – 9 February 2013.