

боте в библиотеку являются: сотрудничество с организациями, курирующими волонтерское движение, беседы и лекции о работе библиотеки и о пользе волонтерства, сотрудничество со СМИ, интернет, выпуск рекламной продукции, создание клубов, работа с читателями, индивидуальные поощрения. В результате исследования результатов опроса руководителей общедоступных библиотек Краснодарского края выявлены важная роль и содействие волонтерства улучшению устройства и работы библиотеки, установлено, что наиболее тесно контактирует с библиотекой учащаяся молодежь, библиотеки края привлекают волонтеров главным образом во время крупных мероприятий.

Литература

1. *Кривкова Е.И.* Именем Пушкина наречена...: к 100-летию Краснодарской краевой универсальной научной библиотеки имени А.С. Пушкина. Краснодар, 2000. 240 с.
2. Молодежь и волонтерское движение: сборник информационно-библиографических материалов. Краснодар, 2012. 36 с.
3. *Путилина Я.Г.* Волонтеры книжной культуры – перспективное направление в деятельности библиотек // Библиотеки Юга России: культурное и языковое многообразие и взаимодействие: международная научно-практическая конференция. Краснодар, 2013. С. 141–145.

References

1. *Krivkova E.I.* Imenem Pushkina is named...: to the 100 anniversary of the Krasnodar regional universal scientific library of name Ampere-second. Pushkin. Krasnodar: Book publishing house, 2000.
2. Young people and volunteerism: a collection of bibliographic materials. Krasnodar, 2012. 36 p.
3. *Putilina Y.G.* Volunteers of book culture – the perspective direction in activity of libraries / Y.G. Putilina//Libraries of the South of Russia: cultural and language diversity and interaction: international scientific-practical conference. Krasnodar, 2013.

УДК 659.4

И.Б. ШУВАНОВ, М.С. КРУГЛОВА

PR-МЕНЕДЖМЕНТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПУЛЬСИРУЮЩЕГО ТИПА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Шуванов Игорь Борисович, кандидат психологических наук, заведующий кафедрой общей психологии и социальных коммуникаций Сочинского государственного университета (Сочи, ул. Советская, 26а), schuvanov@rambler.ru

Круглова Марина Сергеевна, аспирант Сочинского государственного университета (Сочи, ул. Советская, 26а), marin.kruglova@gmail.com

Аннотация. В статье раскрывается содержание концепции пульсирующих организаций на примере волонтерских центров и деятельности организаторов спортивных событий. Объясняется, как структуры с «пульсирующим эффектом», в свете их особых характеристик, адаптируют доступные технологии к своей деятельности. Уникальные информационные и коммуникационные требования вызывают необходимость поиска оптимальных стратегий управления отношениями с общественностью. **Ключевые слова:** менеджмент организации, волонтерство, события, организационная структура, коммуникации.

UDC 659.4

I.B. SHUVANOV, M.S. KRUGLOVA

**PR-MANAGEMENT IN ORGANIZATIONS OF PULSATING TYPE:
PROBLEMS AND PROSPECTS**

Shuvanov Igor Borisovich, PhD (psychological sciences), head of the department of the general psychology and social communications of Sochi state university (Sochi, Sovetskaya str., 26a), schuvanov@rambler.ru

Kruglova Marina Sergeevna, graduate of Sochi state university (Sochi, Sovetskaya str., 26a), marin.kruglova@gmail.com

Abstract. The article reveals the content of the concept of pulsating organizations using the example of volunteer centers and organizers of sporting events. The authors explain how pulsating structures, in light of their special characteristics, adapt the available technologies to their activities. Unique information and communication requirements make it necessary to search for optimal strategies for managing public relations.

Keywords: organization management, volunteering, events, organizational structure, communication.

Развитие теории и практики Public Relations предполагает научную рефлексия над возможностями PR в различных экономических и социальных ситуациях. В связи с подготовкой к проведению чемпионата мира по футболу FIFA 2018 и Кубка Конфедераций FIFA 2017 закономерно повышается интерес научной мысли к участникам и организаторам мегасобытий. Федеральная волонтерская программа включает набор, отбор и обучение добровольцев в городах-организаторах и последующую организацию их работы на турнире. Программу реализуют учебные центры для волонтеров, сформированные при вузах [1]. Если рассматривать волонтерские центры во внутреннем функционировании, можно наблюдать изменение их структуры в процессе участия в событийных проектах.

Для описания эпизодических преобразований целесообразно использовать понятие «пульсирующей организации» [2]. Масштаб деятельности циклично расширяется и сужается с точки зрения количества сотрудников и размаха внешних взаимодействий. Подобный ритм соответствует жизнедеятельности типовой волонтерской организации, в которой число волонтеров при подготовке к событию существенно возрастает и достигает пика во время обслуживания спортивных мероприятий [3]. В данном ракурсе организации, вовлекаемые в краткосрочные проекты, имеют значимые различия в сравнении с предприятиями со стабильной рабочей силой и работой, протекающей постоянно. Вследствие этого могут быть выявлены особенности управления, в том числе в коммуникационном аспекте.

Когда в ходе рекрутинга волонтеров команда начинает расти в размерах, требуется гибкость, позволяющая продолжать позитивную коммуникацию и координацию усилий в условиях значительных структурных изменений [4]. Например, постоянная команда волонтерского центра при вузе может состоять из 8-10 человек – руководителя, операторов, тим-лидеров. В подготовке к событию участвуют также рекрутеры, интервьюеры, тренеры. На зрелищных мероприятиях, матчах количество привлеченных волонтеров может достигать несколько их тысяч. Пульсирующая природа организаций приводит к уникальным требованиям к информации и связи.

Руководству следует сопровождать процессы управления принятием комплексных стратегий управления информацией и персоналом. Опираясь на исследования ведущих теоретиков мегасобытий – коллектива авторов Т. Баума, М. Дири, К. Хэнлон, Л. Локстоун, К. Смит, обратим внимание на информационную стратегию пульсирования, или импульсную стратегию [5]. Согласно подходу, активное продвижение организации происходит не на постоянной основе, не в привычных годовых или ежеквартальных отчетных периодах. Распространение информации активизируется в определенные моменты при наличии событийных информационных поводов. В промежутках между ними включается спящий режим, который сохраняет непрерывный, но низкий уровень рекламы в целях экономии ресурсов. Например, высшие учебные заведения могут проводить свою PR-политику

импульсно – при выпуске потока студентов, в рамках приемной кампании, в случае выдающихся достижений учащихся или преподавателей.

Иллюстрация дана на примере волонтерской организации (рис.).

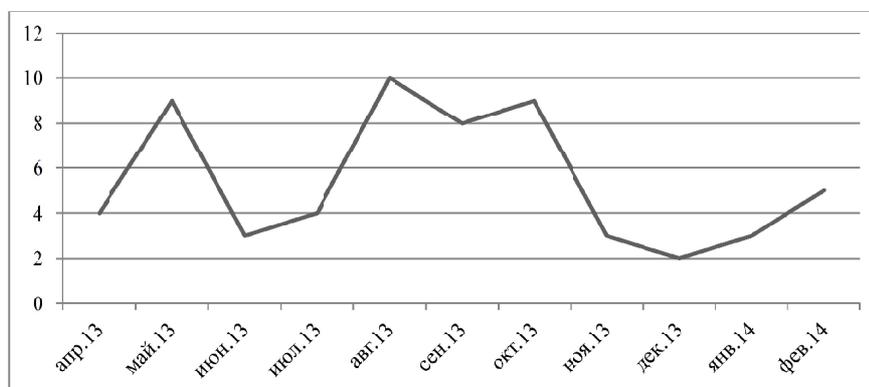


Рисунок. Динамика упоминаний волонтерского центра в СМИ.

График отображает динамику упоминаний Центра подготовки волонтеров Сочинского государственного университета, по результатам контент-анализа СМИ. Спад медиаактивности перемежается высокой частотой сообщений. Пиковые значения упоминаемости закономерно приходятся на событийные информационные поводы: участие волонтеров в эстафете огня универсиады, Всемирных студенческих играх в Казани, мероприятиях подготовки к играм и тестовых соревнованиях в Сочи.

При использовании стратегии импульсов должен соблюдаться минимальный, но регулярный поток сообщений для поддержания контакта с вовлеченной аудиторией. Устойчивое и предсказуемое представление информации поддерживает информационный поток между организацией и ее внешней средой. С этой целью волонтерские центры вузов обновляют свои онлайн-сообщества в соцсетях.

Параллельно с событийным участием страницы-визитки переходят в режим блога с размещением историй. Яркие инфоповоды, на которых фиксируются пики медиаактивности, дают серии публикаций от имени организации. Посты сюжетно увязаны и тиражируются благодаря вовлеченным участникам. В освещении событий учитывается принцип драматургии медиаподачи: актуализация, анонсирование, кульминационные моменты, развязка, подведение итогов и взгляд в будущее.

Деятельность целиком может быть охвачена информационными каналами с помощью тактических решений, направленных на сбор организационных «историй». Специалисты по связям с общественностью готовят подкасты, интервью с участниками события, видеоролики, текстовые трансляции, фоторепортажи и другие форматы PR-материалов. В этом смысле добровольческий персонал мероприятий является центральным источником организационных знаний для совершенствования коммуникации и творческого сотрудничества.

При сборе индивидуального и коллективного опыта важно делать акцент на ценности культуры, памяти, взаимоотношений. Команде необходимо работать в гармонии с лидером и друг с другом для реализации текущего проекта и повторного участия в будущих соревнованиях. Существует целый ряд традиционных технологий выполнения этой задачи – от экспресс-опросов и дневников волонтеров до видеointerview и конкурса мультимедийных презентаций. Из инновационных предложений выделим установку стенда для записи впечатлений в коротких видео, чтобы сохранить рассказы волонтеров и сделать их роль в событиях видимой, заметной для общественности.

Вместе с тем обмен информацией внутри пульсирующего предприятия отличается высокой степенью формализации. Это связано с количеством и разнообразием персонала, прибывающего и уходящего в разное время. Формализация коммуникаций подразумевает использование должностных инструкций, подробных стратегий и формализованных процедур, кодексов, правил, автоматизированных систем управления, электронных рассылок.

Неформальное сплочение в проектной деятельности возможно путем объединения также средствами коммуникации – через создание чатов в мессенджерах, внедрение хэштега «для своих» в соцсетях.

Таким образом, пульсирующие организационные структуры отличаются гибкостью и адаптивностью, что особенно актуально для управления персоналом на этапах подготовки крупного спортивного события. Для «пульсаторов» характерны такие черты, как ориентация на конкретную задачу, частое преобразование внутренней структуры, приток и отток сотрудников, переход от централизации к децентрализации и обратно. Специфика создает потребность в поддержке долгосрочных отношений с участниками для их неоднократного возвращения. Воспринимая ситуацию как данность, менеджеры могут встраивать современные практики коммуникационного менеджмента и PR в цикл событийной работы.

Литература

1. Волонтерская программа Оргкомитета «Россия-2018». URL: <http://welcome2018.com/volunteers/>
2. Тoffлер Э. Метаморфозы власти. М., 2003.
3. Cuskelly G. Pulsating Major Sport Event Organizations: A Framework for Inducting Managerial Personnel / G. Cuskelly, C. Hanlon. Event Management. 2002. № 7(4): pp. 231-243.
4. Ancona D. Managing for the Future: Organizational Behaviour and Processes / D. Ancona, T. Kochan, M. Scully, J. Van Maanen, D.E. Westney. Cincinnati, OH, South-Western College. 1996.
5. Baum T. People and work in events and conventions: a research perspective / T. Baum, M. Deery, C. Hanlon, L. Lockstone, K. Smith. CABI. 2009.

References

1. Volonterskaja programma Orgkomiteta «Rossija-2018» [Volunteer program of the Organizing Committee «Russia-2018»]. URL: <http://welcome2018.com/volunteers/>
2. Toffler A. Metamorfozy vlasti [Powershift]. Moscow, 2003.
3. Cuskelly G., Hanlon C. Pulsating Major Sport Event Organizations: A Framework for Inducting Managerial Personnel. Event Management. 2002. №7(4): pp. 231-243.
4. Ancona D. Managing for the Future: Organizational Behaviour and Processes. / D. Ancona, T. Kochan, M. Scully, J. Van Maanen, D.E. Westney. Cincinnati, OH, South-Western College. 1996.
5. Baum T. People and work in events and conventions: a research perspective / T. Baum, M. Deery, C. Hanlon, L. Lockstone, K. Smith. CABI. 2009.

УДК 008

К.В. ХАРАИШВИЛИ, Е.А. ЯГОДКИНА

ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ДЕТЕРМИНИЗМ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИИ: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА

Хараишвили Кристина Владимировна, аспирант кафедры истории, культурологии и музееведения Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. 40 лет Победы, 33), kristina.kharaishvili@yandex.ru

Ягодкина Екатерина Андреевна, магистрант кафедры истории, культурологии и музееведения Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. 40 лет Победы, 33), ekaterinayagodkina@gmail.com

Аннотация. В статье проанализировано влияние географических, природно-климатических условий на социокультурное развитие территории. Выявлено изменение степени зависимости территориального развития от географических факторов в исторической ретроспективе.

Ключевые слова: территория, социокультурное развитие, природно-климатические условия.