



Социологические науки

УДК 392.51

Т.С. Корниенко

Ю.Н. Захарова

Корниенко Татьяна Сергеевна, студентка 3 курса факультета социально-культурной деятельности и туризма Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: 89184313202@mail.ru

Захарова Юлия Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и информационных технологий Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: 89184313202@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ СВАДЕБНОГО ТОРЖЕСТВА

В статье рассматриваются требования и проблемы, связанные с организацией и проведением свадебного мероприятия, включающие новый подход к пониманию свадебного торжества и разъяснительной работы с клиентом о данном подходе.

Ключевые слова: организатор, event-агентство, свадьба, свадебное мероприятие, клиенты, интерактив, профессионал.

T.S. Kornienko

Y.N. Zakharova

Kornienko Tatyana Sergeevna, student of 3rd course of faculty of social and cultural activities and tourism of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: 89184313202@mail.ru

Zakharova Yuliya Nikolaevna, candidate of economic sciences, associate professor of economics and information technology of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: 89184313202@mail.ru

MODERN METHODS OF THE ORGANIZATION OF THE WEDDING CELEBRATION

The article discusses the requirements and problems associated with the organization and conduct of the wedding event, including a new approach to understanding the wedding celebration and explanatory work with the client on this approach.

Key words: organizer, event agency, wedding, wedding event, clients, interactive, professional.

Свадьба – самое ожидаемое, самое масштабное мероприятие в жизни большинства людей. Обращаясь в event-агентство, пара доверяет один из важнейших дней своей предстоящей совместной жизни в браке специалистам, в надежде на то, что они сделают их торжество уникальным, незабываемым и продуманным до мелочей. Удовлетворить все желания клиента – задача не из простых, с которой могут справиться только компетентные организаторы.

Одним из самых главных требований к event-агентству является владение обширной информацией, т.е. базой данных. Организаторы должны знать и, естественно, контактировать с профессионалами различной деятельности,

ведь без этих организаций и людей сложно представить современное свадебное мероприятие.

Рестораны и банкетные залы, ведущие, декораторы, фотографы, видеографы, режиссеры-постановщики, магазины одежды и флористики, творческие коллективы, музыкальные группы, балеты, звукорежиссеры и т.д. – это тот обязательный список контактов, который event-агентство должно иметь у себя. И самое главное, что должен сделать организатор с этим списком – помочь подобрать заказчику таких специалистов, которые подходили бы именно к его торжеству.

Клиенты бывают с абсолютно разными запросами, с неодинаковым уровнем дохода и с различными знаниями о современных тенденциях в свадебной индустрии.

Последнее является, пожалуй, одной из самых распространенных и сложных проблем, с которой сталкиваются организаторы.

Зачастую заказчик не может сказать точно, чего он хочет, но в этом его вины нет. На современном этапе в России event-индустрия находится только на начальных стадиях своего развития. Перенимая опыт предыдущих поколений и сохраняя его, при этом стремясь вперед, глядя на Запад, в нашем обществе происходит смешение стилей, идеалов, понятий и пр. Поэтому заказчики хотят, чтобы на их свадьбе сохранялись народные традиции, чтобы церемонии проводились по стандартам западноевропейских стран, и сама свадьба имела определенный стиль, а также включала в себя много разных интересных элементов, которые они подсмотрели в интернете. Но далеко не все клиенты понимают, что такая интеграция не даст нужного эмоционального и зрительного эффекта, и свадьба будет выглядеть не как единое мероприятие, а как «лоскутное одеяло, сшитое из разных материй».

Из этой проблемы вытекает следующая задача, возникающая перед организаторами – проведение разъяснительной работы с заказчиком. Он должен грамотно и доходчиво донести, в первую очередь молодоженам, что их свадьба – это не просто собрание родственников и друзей в ресторане с це-

лью подарить подарки молодоженам и славно повеселиться. Это продуманное с точки зрения режиссуры торжество, предусматривающее определенное эмоциональное воздействие на гостей и новобрачных, пропитанное единой проводной линией и идеей.

Необходимо донести мысль, что данное событие уникально, ответственно и не что иное как дар, данный свыше, и именно поэтому, необходимо со всей серьезностью отнестись ко всем организационным моментам, особенно, к логической последовательности и содержательности событий, происходящих на свадьбе.

В данном контексте речь идет не о том, что необходимо отказываться от принятых обычаев и менять характер торжества. Скорее наоборот, следует сохранять народные традиции, грамотно модернизируя их под современные условия так, чтобы они вписывались в стиль свадьбы; но и искоренять те общественные привычки, которые придают свадьбе негативный окрас.

То, чего следует опасаться при проведении свадьбы, так это пошлости. Она может проявляться не только в самом банальном своем понимании, что, к слову, нередко можно увидеть на множестве свадеб (зачастую в конкурсах), но и на любом этапе свадебного мероприятия, начиная с выкупа невесты, заканчивая финалом.

Рассматривая устоявшиеся традиции, многие из них приносят большой дискомфорт ее участникам. К примеру, распространенная свадебная традиция мытья ног тещи алкогольными напитками со многих сторон выглядит абсурдно. Не говоря о том, что данное исполнение физически неудобно и в целом ничего эстетичного в себе не несет, но самое неприятное, что это унижительно по отношению к жениху.

Возможно, данная традиция и передавалась от поколения к поколению и ценна как память, но суть ее заключается не в том, чтобы показать превосходство матери невесты или преклонение жениха, а в том, чтобы задобрить тещу, чтобы в будущем она была добра к избраннику ее дочери. Сама идея этой традиции прекрасна, но обыграть ее можно более культурным и акту-

альным способом. И таких обрядов множество, и именно от креативности организатора / ведущего / режиссера зависит то, как будет подана суть, и насколько ее воплощение будет уместно.

При организации свадьбы стоит думать не только о молодоженах, но и о гостях. По сути, многое, что происходит на торжестве, в большей степени направленно на эмоции и впечатления гостей. От того, как они чувствовали себя, впоследствии создастся некий образ состоявшегося мероприятия. Сейчас следует как раз вспомнить о такой «привычке» по отношению к гостям, как сбор денег со всего, что можно.

Оплата на свадьбе преследует везде: выкупы невесты, различные аукционы и многие другие покупки, ставят приглашенных на торжество в безвыходное положение и, не оставляя права выбора, заставляют полностью опустошить его кошелек. Такой подход, возможно, оправдывает затраты молодых на организацию свадьбы, но имеет окрас бестактности, что и есть одной из вариаций пошлости.

Организатору, обсуждая детали проведения свадьбы с парой, желательно переубедить их в том, что не стоит привязывать свое событие к прямому извлечению прибыли. Взамен можно предложить более гуманные методы, к примеру, ввести собственную эксклюзивную валюту или осуществлять оплату исключительно железными монетами. Данный модернизированный подход может снизить напряжение гостей, что будет способствовать более активной вовлеченности их в программу.

В последние годы популярные организаторы и ведущие свадеб активно борются с наличием в программе конкурсов, считая их моветоном. Для многих, как для гостей, так и для молодоженов, конкурсы являются одним из самых ужасных событий, в которые их может вовлечь ведущий. Люди боятся выглядеть смешно и глупо на глазах большой публики, а представления о конкурсах вызывают в основном такие ассоциации.

Поэтому опытные организаторы и ведущие заменяют конкурсы на более современные интерактивы, которые не вызывают отрицательных эмоций

окружающих. Существует множество интерактивов, видоизменяющихся в зависимости от стиля, количества людей, ресурсов и других факторов. С их помощью можно в интересной форме «растопить лед» при общении в начале торжества, рассказать о вкусах, увлечениях и истории знакомства пары. Также можно познакомить гостей в игровой форме, объединить разные группы гостей, создать веселую, легкую и непринужденную атмосферу. Главное, уметь их грамотно использовать [1, с. 136].

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что организация свадебного мероприятия – интересная и в то же время сложная деятельность, которая требует постоянной новизны и креатива. Организатор свадьбы должен быть в курсе всех трендов и современных тенденций в свадебной индустрии, постоянно творчески и профессионально расти. Помимо оригинального подхода к делу, он должен уметь правильно общаться с клиентами и не бояться учить их современно, культурно смотреть на свадебное торжество, направляя ход мыслей так, чтобы они сошлись со взглядами режиссера-постановщика. Успех в проведении свадьбы будет тогда, когда заказчик и организатор будут действовать как одна команда.

Список используемой литературы:

1. *Маринелли К.* Свадьба мечты / К. Маринелли. М.: Центрполиграф, 2015. 160 с.