

УДК 7(082)

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ДЕТСКИХ ПРАЗДНИКОВ: ОСОБЕННОСТИ ПРОДЮСИРОВАНИЯ

Топорков Д-С. Е., студент гр. П-23, I курс

Научный руководитель: Саблин К.С. к.э.н., доцент

Российский государственный институт сценических искусств
г. Кемерово

Организация событий связанных с проведением детских праздников имеет большое количество отличий от организации событий для взрослых. Это связано с психологическими различиями в поведении детей. В интернет-пространстве данные особенности приведены лишь для событий в рамках домашнего празднования, без участия профессионалов и организаций, которые на этом специализируются. Данная работа создана для ликвидации данной ситуации. В ней выявлены и проанализированы те особенности, которые необходимо учитывать различным лицам, занимающимся организацией праздников на профессиональном уровне.

Перед началом анализа, необходимо определить ключевые термины, которыми мы будем апеллировать в дальнейшем. Вся работа акцентирует внимание на «детях», под которыми будут подразумеваться люди в возрасте от четырёх до одиннадцати лет включительно. Это важно обозначить по той причине, что юридически все люди до восемнадцати лет считаются детьми. В данной работе мы не можем пользоваться данным возрастным промежутком, так как праздники для потребителей шести, тринадцати и семнадцати лет имеют кардинальные отличия в силу различий в психологии поведения и потребностях. Безусловно, выбранная нами группа тоже имеет ряд различий в зависимости от возраста, но можно с уверенностью заявить, что разница не столь принципиальна, и подход к организации праздников для детей от четырёх до одиннадцати лет, в целом, будет практически идентичен. Основная разница будет в поведении аниматора, а не в организации самого события. Помимо этого, основополагающим термином является «праздник». В.П. Матенева в своей статье «Празднично-игровое общение как высшая форма досуга» даёт следующие определения данному термину: «Праздник – коммуникация по поводу свободы праздности и протеста повседневности, таковыми люди становятся в силу ощущения добровольной солидарности» и «Праздник – это чрезвычайное событие, свободное время, выбивающееся из потока повседневных актов» [2, с. 1-6].

Обозначив терминологию, можно приступить к анализу особенностей организации детских праздников. Самым значительным и основополагающим отличием от событий, целевой аудиторией которых являются взрослые, можно выделить то, что заказчик и конечный потребитель являются разными лицами. Заказчиками выступает родитель, а потребителем – ребёнок. Это важно по той причине, что в большинстве случаев, связанных с праздником

для взрослых, заказчик и является потребителем или же входит в их число, если речь идёт о группе. Но в детских праздниках родитель выступает в роли посредника. Из чего вытекает уже практическое различие: необходим разный персонал для работы с заказчиком (родителем) и потребителем (ребёнком). Повторюсь, что при организации праздников для взрослых, привычен непосредственный контакт заказчика и исполнителя [1, с. 474]. В детских праздниках это тоже встречается, но очень часто является исключением, нежели правилом. Это обуславливается следующими факторами.

Во-первых, общение с детьми и взрослыми имеет отличия, которые связаны с разной психологией. Зачастую, конечные исполнители, то есть аниматоры, могут не обладать навыками делового общения, которые необходимо при работе с заказчиком. В свою очередь супервайзер и менеджер могут не знать, как вызывать доверие у детей, а также быть некомпетентными в сфере анимации, несмотря на то что деловое общение у них на высшем уровне. Опять же, необходимо упомянуть, что исключения имеют место быть, но являются редкостью. Как правило сложно встретить настолько универсального работника.

Во-вторых, есть крайне важные отличия между аниматором и ведущим праздником. Это проявляется во взаимодействии с детьми. Аниматор действует в каком-либо образе, который не соответствует его личности. По этой причине большинство организаций, связанных с детскими праздниками, принципиально не допускают контакта аниматора вне образа и клиентов. Если ребёнок догадается, что за маской персонажа скрывается тот же человек, что встретил его на входе, то всё происходящее станет ненастоящим, герой потеряет свою привлекательность и авторитет в глазах детей, что влечёт за собой испорченное впечатление от праздника. Взрослые на празднике отлично понимают, что некий Дед Мороз, пришедший поздравить их с Новым годом, является обычным человеком, которого они видели по прибытии, в то время как ребёнок искренне верит в подлинность всего происходящего, это именно настоящий Дед Мороз приехал из Великого Устюга только ради поздравления. Сохраняется волшебность и значимость появления какого-либо героя.

Из этого вытекает второе отличие организации детских праздников от праздников, целевой аудиторией которых являются взрослые. Если речь не идёт о классическом ведущем праздника, то работа со взрослыми полна различных условностей. Продолжим разбор на примере появления Деда Мороза, который является частым гостем на новогодних событиях для всех возрастов. При его появлении, взрослые уже принимают условность его существования. Пусть они и осознают, что на самом деле это переодетый артист, но они готовы условиться, что Дед Мороз настоящий, для проведения праздника и получения удовольствия от происходящего. Подобными условностями наполнена вся программа: взрослые отлично понимают, что их действия не имеют никакой цели и последствий, кроме как хорошее времяпровождение. Ребёнок же не принимает эти условности, так как для него их не существует. В детском сознании всё происходящее реально. У каждого действия в сфере развлечений есть

мотивация, ведь без неё никакие действия не имеют смысла, и если для взрослой аудитории эти лишь необходимое предисловие перед игрой, то дети верят в необходимость данных действий. Из чего мы выводим следующую особенность: чувство правды у ребёнка нельзя нарушать! Безусловно, дети тоже готовы принять некоторые условности. Примером могут служить следующие ситуации: персонаж знает кто такой ребёнок и знает о его празднике, персонаж может говорить на его языке, персонаж оказывается именно в этом месте и так далее. Но стоит отметить, что как правило эйфория ребёнка от встречи с обожаемым героем заставляет его закрыть глаза на данные несостыковки, что работает на сохранение чувства правды. Обращая внимание на данный фактор, невозможно не упомянуть книгу Й. Хёйзинга «*Homo ludens. Человек играющий*», в которой автор пишет о том, что игра в своём значении подразумевает отличие этого процесса от обыденной жизни [3]. Это подчёркивает тот факт, что нарушение этой границы между повседневной жизнью, то есть бытовом миром, и миром вымышленным, то есть образом, который создаёт аниматор, уничтожает саму суть игры, за счёт чего и сам праздник начинает разваливаться. Именно по этой причине так важно уделить большое внимание чувству правды у ребёнка.

Говоря о детской анимации необходимо отметить два основных формата работы, которые выделяются по месту проведения праздника. Первый формат – выездной праздник. Аниматор в образе приезжает к ребёнку и всё действие происходит дома у виновника торжества. Разумеется, это упрощает организационную часть. Во-первых, локация действий определена. Ребёнок отлично понимает, что находится у себя дома, поэтому любые перемещения в различные волшебные миры происходит посредством фантазии. Это и является одним из примеров условностей, которые дети готовы принимать. Разумеется, реальная смена локации была бы предпочтительней, но в контексте выездной анимации такой возможности нет. Также прибытие персонажа на праздник может объяснить отсутствие команды или характерных персонажу элементов снаряжения. Второй формат – праздник на площадке. В данном случае уже ребёнок оказывается на территории персонажа. Из этого следует, что снаряжение персонажа уже должно быть при нём, а наличие его друзей или команды необходимо обосновать логически. Находясь на своей территории, аниматор имеет больше ресурсов, которые могут быть представлены в виде различных локаций в виде разных комнат, оформленных в стиле праздника и персонажа, или того же реквизита. Безусловно, некоторые элементы реквизита могут быть мобильными и использоваться на выездных праздниках, но если реквизит имеет большие габариты или требует предварительного монтажа, то использовать его рационально будет уже исключительно на собственной площадке. Из описания данных форматов проведения детских праздников можно сделать следующий вывод: выездная анимация имеет большее количество условностей, но требует меньшего количества затрат, в то время как анимация на площадке намного более правдоподобна, за счёт меньшего количества условностей, но требует больших затрат. Из этого можно вывести, что затраты различных ресурсов на

организацию праздника имеет обратную корреляцию с чувством правды у ребёнка. Можно наглядно показать это на следующем утрированном примере: к ребёнку домой приходит человек-паук и проводит игровую программу без реквизита и локаций. В данном случае ребёнок играет с человеком-пауком и отлично это понимает. В таком случае при организации праздника затрат сравнительно мало – необходим только костюм и список игр. В обратном же примере: ребёнок приходит в гости к человеку-пауку, они физически переходят в различные локации, используют различный реквизит и тогда уже ребёнок верит в происходящее и действительно начинает считать себя значимым участником истории, героем. Чувство правды у него сохраняется, а количество условностей и сложность их принятия минимизированы. Но смотря на это с точки зрения организации всё сложнее, нежели в первом примере. Необходимо проработать декорации этих локаций, обосновать их органичность, создать их достоверными. Создать реквизит, позволяющий расширить возможности персонажа и детей. Тот же человек-паук в данном примере уже может качаться на паутине, благодаря заблаговременно монтированному реквизиту и так далее.

Всё описанное выше очень важно учитывать при организации детского праздника, но важно понимать, что детский праздник зачастую является значимым событием и для взрослых. В настоящее время организации, которые предоставляют услуги по проведению детских праздников совсем не учитывают данный фактор. Как правило, во время детских программ для сопровождающих взрослых предусмотрены только зона отдыха с горячими напитками или банкетную зону, в которой нет никакого организованного досуга, чаще всего, в это время взрослые готовят банкетную к прибытию детей. По наблюдениям, полученным во время непосредственной работы организаций, предоставляющих услуги для детских праздников, можно сделать вывод о том, что взрослые тоже хотят отдохнуть и получить удовольствие в этот день. Если данные организации будут проводить развлекательные программы для взрослых, это способствует привлечению большей аудитории, а также получению большего количества положительных отзывов и укрепление своего авторитета в данной сфере. Также описанное предложение перекликается с первой особенностью в организации детских праздников, которая выделена в статье. Так как конечный потребитель и заказчик являются разными лицами, мнение об организации также формируется на прямых полученных эмоций заказчиком, а не только на эмоциях детей, которые накладываются на мнение взрослых. Добавление взрослых развлекательных программ исправляет это. Заказчик уже может сам полноценно формировать мнение об организации, отталкиваясь от тех впечатлений, которые непосредственно он получил во время развлекательной программы. Важно понимать, что некорректно отождествлять предложенную схему работы с понятием семейных праздников, так как «семейное» развлечение подразумевает целостность группы, в которую входят и взрослые, и дети, что вызывает конфликт интересов, так как запросы от программы у детей и взрослых очень сильно отличаются. В контексте организации детских праздников в городе Кемерово данный подход является инновационным, так как в

настоящий момент не используется ни одной организацией, специализирующейся на детских праздниках, и предлагает способ организации деятельности, направленный на увлечение экономической выгоды. Помимо этого, данный досуг можно включить в пакетные предложения, которым мы ещё не успели уделить внимание.

Говоря о продюсировании детских праздников, будет ошибкой не упомянуть формат пакетных предложений. Данный формат представляет собой некий «пакет» из различных услуг, которые по отдельности стоят намного больше. Сам по себе формат используется во многих сферах, но в случае с детскими праздниками он особенно удачно используется по той причине, что программы анимации в большинстве своём имеют продолжительность от двадцати минут до часа, это связано с тем, что данные программы проходят с большим количеством активности, в силу энергичности детей. Для большинства детей и их родителей данная программа воспринимается лишь как часть праздника, не удовлетворяющая их полноценно. В следствии чего, чтобы удержать клиентов, различные организации, специализирующиеся на детских праздниках, предлагают и другие услуги, такие как: шоу мороженого, химическое шоу, предоставление доступа к детским комнатам, шоу с использованием катушки Тесла, бумажная дискотека. Также в пакетные предложения входит аренда помещения, которая позволяет детям в перерыве между программами или после них вести общение в свободном формате. Пакетные предложения позволяют удовлетворить запрос в полноценном детском празднике. Данный формат детских праздников крайне распространён в городе Кемерово. Отметив данный факт, можно сказать, что включение в данные пакетные предложения досуга для взрослых не будет вызывать отторжения и создавать видимость экономии в силу того, что в пакете содержатся два праздника по цене одного.

Таким образом, на основе всего материала приведённого выше, можно выделить следующие особенности продюсирования в сфере организации детских праздников: заказчик и конечный потребитель выступают разными лицами, что несвойственно для праздника, ориентированного на взрослую аудиторию; сведение к минимуму принимаемых условностей игры, что имеет обратную корреляцию с необходимыми для организации праздника ресурсами; при организации детских праздников стоит сосредотачиваться не исключительно на детский аудитории, но и на присутствующих на празднике взрослых, которым можно предложить отдельную форму проведения досуга.

Список литературы

1. Байрнс, У. Дж. Менеджмент и культура [Текст] / У. Дж. Байрнс. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. – 624 с.
2. Матенева, В.П. Празднично-игровое общение как высшая форма досуга [Текст] / В.П. Матенева // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. - № 56. – С. 1-6.

3. Хёйзинга, Й. *Homo ludens. Человек играющий* [Текст] / Й. Хёйзинга. –
СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2022.- 400 с.