

Плетнева А.Ю.

студент

НИУ «БелГУ»

Россия, Белгород

Чернова А.А.

студент

НИУ «БелГУ»

Россия, Белгород

Фисунова Д.И.

студент

НИУ «БелГУ»

Россия, Белгород

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ ПЯТИ ЧУВСТВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ МЕРОПРИЯТИЙ

Аннотация: В данной статье рассмотрено применение методики пяти чувств при проведении event-мероприятий. Изучена важность каждого из чувств, среди которых такие, как: зрение, слух, осязание, обоняние и вкус.

Ключевые слова: методика пяти чувств, зрение, слух, осязание, обоняние, вкус, event-мероприятия, проведение мероприятий, участники мероприятий.

Pletneva A.Y.

student

Belgorod State University

Russia, Belgorod

Chernova A.A.

student

Belgorod State University

Russia, Belgorod

Fisunova D.I.

student

USING THE FIVE SENCES TECHIQUE IN CONDUCTING EVENTS

Annotaiton: This article discusses the application of the five senses methodology for event-events. The importance of each of the senses has been studied, including such as: sight, hearing, touch, smell and taste.

Key words: method of five senses, sight, hearing, touch, smell, taste, event-events, holding events, participants in events.

Организация мероприятий является одной из ключевых и, при этом, непростых задач в сфере сервиса. Это комплексный и многоступенчатый процесс, в котором, большую роль играет человеческий фактор. Именно от людей и их реакции зависит успешное проведение мероприятия, поэтому важно произвести на них положительное впечатление, подарить им приятные эмоции от организованного события [1].

Как правило, при организации 80% мероприятий организаторы отдают предпочтение только визуальному и звуковому оформлению, что не является правильным, поскольку правильным ответом на вопрос: «Сколько органов чувств задействуется человеком на мероприятии?» будет – «все пять», и, следовательно, все чувства являются одинаково важными. Важно рассмотреть каждое из таких чувств, как зрение, слух, осязание, обоняние и вкус по-отдельности для того, чтобы иметь четкое понимание того, как их использовать в совокупности при организации мероприятия.

В первую очередь, важнейшим компонентом восприятия является зрение. Следует продумать такие детали, как: интенсивность освещения в помещении, которую можно и нужно менять по ходу мероприятия, визуальную поддержку шоу (например, фаер-шоу в перерыве, показ фильма или короткого расслабляющего ролика), наличие указателей, цветовое оформление залов, а также оформление с помощью декоративных цветов, воздушных шаров и прочего, логотип, участников (их дресс-код), бейдж. Если мероприятие имеет официально-деловой статус, то зал должен быть

хорошо освещен, но при этом сильно ярко быть не должно, так как с психологической точки зрения немного приглушенная атмосфера воспринимается людьми намного лучше. Яркий свет, в свою очередь, подойдет для торжественных мероприятий, модных показов, выставок и презентаций. Наличие указателей, а также раздача приглашенным гостям схемы зала поможет организаторам существенно сэкономить на персонале, а значит, и в целом сократить бюджет мероприятия. Что касается логотипа, то здесь важно учесть то, что логотип должен использоваться везде и по максимуму, чтобы участники мероприятия видели его везде: на большом экране, на раздаточном материале, памятных призах и т.д. Если мероприятие носит праздничный характер, например 20-летний юбилей компании, то в данном случае можно заказать капкейки с логотипом компании и раздать их всем присутствующим, или организовать фотозону на входе в зал, где будет четко просматриваться логотип. Немаловажным элементом мероприятия является и бейдж, представляющий собой личную карточку участника конференции, выставки, работника сферы обслуживания и т. п. в виде пластинки с именем и фамилией, прикрепляемой к одежде [2]. Здесь следует позаботиться о том, чтобы наиболее важный элемент бейджа был напечатан максимально крупно, чтобы его было легко прочитать. Это может быть фамилия и имя участника, либо название его компании, либо статус (участник, пресса, VIP), цвет, тема мероприятия. Опытным путем необходимо проверить удобство подготовленного бейджа – следует постараться прочитать содержание с расстояния 1,5–2 метра [3].

Все вербальные контакты с аудиторией будут восприниматься с помощью слуха. В данном аспекте необходимо обратить внимание на звук и акустику, музыкальное сопровождение мероприятия, задний фон и специальные сигналы (например, звонок в колокольчик для обозначения обеденного перерыва). Важно заранее знать, какова акустика в помещении, где звук будет доноситься отчетливее, а где более приглушенно. В случае, если при проверке обнаружится проблема со звуком, то следует устранить ее

немедленно, чтобы на самом мероприятии эта проблема не имела места быть. Звуковое сопровождение должно зависеть от целей мероприятия. Например, если это детский день рождения, то музыка будет детской, веселой и зажигательной. А на фоне, как правило, будет слышно многоголосье детских и взрослых голосов. При подборе музыкальных композиций важно помнить тот факт, что большинство людей равнодушно к классической музыке и что, в самом деле, классическая музыка способна придать некий «шарм» мероприятию и стать прекрасным фоном в зале, где проходит мероприятие.

Большое внимание следует уделить и осязанию, которое, в свою очередь, связано с текстурами, соответствием имиджу мероприятия и овеществлением услуг. Текстуры должны быть продуманы во всех деталях: начиная от конвертов для приглашений на мероприятие и заканчивая приятной скатертью в праздничном зале. Не следует экономить на текстурах, так как люди любят все трогать, рассматривать и если, к примеру, на мероприятии VIP-уровня столы будут накрыты скатертями из дешевых материалов, то это мероприятие скорее всего с самого начала будет обречено на провал. Тактильность играет важнейшую роль как в обычной повседневной жизни, так и при проведении ивентов, и именно за счет приятных прикосновений к элементам декора, украшениям мероприятие может остаться в памяти участников ни на один год. Овеществление услуг связано с тем фактом, что организацию мероприятия нельзя «потрогать», а человек по своей природе устроен так, что если нельзя ощутить что-то в руках, погладить, получить эмоции от события, то его ценность события резко падает и человеку кажется, что он потратил деньги «впустую». Для того, чтобы опровергнуть эту гипотезу, необходимо овеществить участие этого человека в вашем мероприятии. Например, можно распечатать памятный сертификат об участии, привлечь спонсоров для того, чтобы у участников остались памятные подарки от мероприятия, создать сувениры с применением фирменного стиля мероприятия.

Ничто из перечисленных ранее чувств так не взаимодействует с памятью, как обоняние. Обоняние связано с ассоциациями и инспекцией. Например, праздник Пасхи у множества Россиян ассоциируется с запахом пасхальных куличей, Новый Год – с запахом конфет и мандаринов. Необходимо придумать запах и для вашего мероприятия. Отличной идеей будет распылить по залу запахи цитрусовых, мяты или кофе. При использовании натуральных запахов следует учесть, что некоторые запахи могут вызывать аллергию, что, в свою очередь, поспособствует формированию негативных эмоций от мероприятия. Также при проведении любого ивента следует разграничивать зоны на основную зону, где проводится мероприятие, зону туалета, зону кухонного персонала и т.д. для того, чтобы неприятные запахи не доносились до приглашенных гостей и не портили атмосферу.

Заключительным чувством, на которое следует обратить внимание является вкус. Цели мероприятия должны соответствовать меню. Например, если в городе открывается ресторан паназиатской кухни, то на его официальной презентации для приглашенных гостей города будут представлены исключительно паназиатские блюда из меню, на фуршете по случаю его открытия гостям может быть предложено шампанское, конфеты, канапе, фрукты. Все любят вкусно покушать, поэтому важно продумать все до мелочей: украшение блюд, количество еды, стиль ее подачи. Плохой ланч – первое, что может испортить общее впечатление о мероприятии для многих людей.

Таким образом, для того, чтобы мероприятие стало успешным, необходимо при его организации уметь сочетать все пять чувств между собой. Если одно чувство «проседает», то впечатление от всего мероприятия сложится не лучшим образом.

Использованные источники:

1. <https://www.eventnn.ru/articles/item/115/6616/>
2. <https://languages.oup.com/google-dictionary-ru/>

3. <http://www.manageexpert.ru/study-35-2.html>