**ЛЕКЦИЯ 2. Сущность анимации в социально-культурном сервисе и туризме**

 **Основные понятия туристской анимации.**

Социально-культурная анимация является одной из относительно молодых отраслей прикладной социальной психологии и педагогики, которую все чаще обозначают как педагогику социально-культурной деятельности. Будучи особым и вполне самодостаточным элементом социально-культурной деятельности**,** анимация входит в досуговую инфраструктуру населения различных стран мира. Социологи отмечают рост бюджета свободного времени и изменение в связи с этим интересов и потребностей людей в сфере рекреации, туризма, любительского творчества, общественной самодеятельности.

Досуговая сфера превращается в пространство реализации Гражданских инициатив, привлечения населения к участию в значительных культурновоспитательных и социально-педагогических проектах.

Термин *«анимация»*(от лат. *animation –* оживлять, воодушевлять**,** одухотворять) впервые появился в начале XX века во Франции в связи с введением закона о создании различных ассоциаций и трактовался как деятельность, направленная на то, чтобы провоцировать и усиливать живой интерес к культуре, художественному творчеству.

Хотя и прослеживается история связи развлечений и гостеприимства через века от самых древних времен до наших дней, все же предпосылками возникновения туристской анимации в ее современном понимании являются негативные последствия индустриализации и урбанизации (рис. 7).

Реалии

современной жизни

повседневности

(

Индустриализация

Урбанизация

Последствия

повседневности

Повсеместное техническое

окружения;

Экологическое загрязнен

ие;

Монотонность труда;

Увеличение жизненных

нагрузок;

Физическая и психическая

утомляемость;

Нехватка времени и сил на

творчество и любимое дело;

Повышенная плотность

населения;

Разрыв с природой;

Усталость от городской

суеты;

Множественность

случайных св

язей и

знакомств.

Реакция людей на

повседневность как

источник рождения

туристского спроса на

анимационные услуги

Желание:

-

 уехать из города на

природу;

-

 разнообразить

впечатления,

прикоснуться к

духовным

ценностям;

-

 познать и увидеть

новых людей;

-

 д

вигаться и

развиваться;

-

 общения,

соревнования и т. д.

Рис. 7. Предпосылки возникновения туристской анимации

Следствием быстрого технического развития (индустриализации) являются такие факторы, как повсеместное техническое окружение и экологическое загрязнение, монотонность труда, физическая и психическая утомляемость, нехватка времени и сил на творчество и любимое дело (хобби).

Урбанизация создала различные негативные последствия: повышенную плотность городского населения, увеличенные жизненные нагрузки, усталость от множественности случайных, поверхностных (анонимных) человеческих контактов в городской среде.

Реакцией на эти негативные последствие является желание выехать из города на чистую природу, прикоснуться к духовным ценностям (истории, культуре, искусству), разнообразить жизненные впечатления, устранить физическую и психическую усталость, познать новое, новых людей, познакомиться и пообщаться с ними. И, как следствие этого, – повышенный спрос на такие туристские услуги, как различные виды спортивносамодеятельного туризма, хобби-туры, экологические природоориентированные туры, экскурсионно-развлекательные маршруты, спортивноувеселительные и лечебно-восстановительные услуги.

Организация такого отдыха связана с формированием и реализацией таких программ развлечений (анимационных программ), которые бы отвлекали отдыхающего от повседневных жизненных проблем, проводили его эмоциональную разрядку, являясь не только средством избавления от усталости, но и средством нейтрализации негативных сторон повседневной жизни.

### Функции туристской анимации

 Анимационная деятельность играет важную роль в структуре туристского продукта и выполняет ряд очень важных функций. Из трех главных рекреационных функций (лечебной, оздоровительной и познавательной) туристская анимация призвана выполнять прямым образом две функции – спортивно-оздоровительную и познавательную. Косвенным образом при соответствующих условиях выполняется и лечебная функция. В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ можно выделить следующие *функции туристской анимации*[[1]](#footnote-1) (рис. 8)**:**

* *адаптационную,* позволяющую перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
* *компенсационную,* освобождающую человека от физической и психической усталости повседневной жизни;

* *стабилизирующую,* создающую положительные эмоции и стимулирующую психическую стабильность;
* *оздоровительную,* направленную на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
* *информационную,* позволяющую получить новую информацию о стране, регионе, людях и т. д.;
* *образовательную,* позволяющую приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
* *совершенствующую,* приносящую интеллектуальное и физическое усовершенствование;
* *рекламную,* дающую возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туркомплексе, отеле, турфирме и т. д.

Базовые функции туристской анимации

Психологические

Оздоровительная

Стабилизирующая

Компенсационная

Адаптационная

Педагогические

Воспитательная

Совершенствующая

Образовательная

Рекламные

Экономическ

ая

Информационная

Рис. 8. Основные функции туристской анимации

Такое разнообразие функций туристской анимации обусловило большое количество видов анимационной деятельности, а также анимационных программ и мероприятий.

### Типология анимации

 Различие понятий *«анимация»*, *«рекреационная анимация»*, *«гостиничная анимация»*, *«туристская анимация»* связано с многообразием существующих форм и программ досуговой анимационной деятельности. Это разнообразие сказывается не только в гостиничном бизнесе, при формировании туристских маршрутов, но и вообще в организации досуга людей в современной жизни: в странах, городах, городских управах и муниципалитетах, в парках, клубах и ассоциациях, в организациях и учебных заведениях. Поэтому можно говорить об анимационных программах городских и муниципальных, клубных и парковых, производственных и учебных заведений (детских, юношеских, студенческих, для пенсионеров, семей, инвалидов, для национальных меньшинств и т. д.).

Типология туранимации[[2]](#footnote-2) представлена на рис. 9.

Рекреационная анимация

Досуговая анимация

(

с местными жителями

)

Туристская анимация

(

с туристами

)

Анимационные

туристские

маршруты

Дополнительные

анимационные услуги

в технологич

еских

перерывах

Гостиничная анимация

как комплексная

дополнительная услуга

Рис. 9. Типология туранимации

*Рекреационная анимация*– вид досуговой деятельности, направленной на восстановление духовных и физических сил человека. Программы, реализуемые с рекреационными целями, могут проводиться как туристскими предприятиями с туристами и гостями, так и досуговыми учреждениями с местными жителями. Это дает нам право утверждать, что понятие *«рекреационная анимация»* шире, чем понятия *«туристская анимация»* и *«гостиничная анимация»*.

Туристская и гостиничная анимации тесно связаны с рекреационной, так как главная роль анимационных программ как в отелях, туркомплексах и санаториях, так и в специализированных анимационных турах заключается в оздоровлении отдыхающих, отвлечении их от повседневных забот, в повышении настроения, т. е. в восстановлении жизненных сил и энергии.

*Туристская анимация*– это разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (туркомплексе, отеле) на транспортном средстве (круизном теплоходе, поезде, автобусе и т. д.) или в месте пребывания туристов (на городской площади, в театре или парке города и т. д.), которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга. Другими словами, туристская анимация – это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие.

При подготовке анимационных программ необходимо учитывать возраст туристов, национальность, место проведения анимационной программы.

Туристская анимация подразделяется на три основных типа по важности, приоритетности и объему анимационных программ в общей программе путешествия (в турпродукте):

1. *Анимационные туристские* маршруты *(анимационно-туристские маршруты*) – целевые туристские поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, перемещения от одной анимационной услуги (программы) к другой, которые предоставляются в разных географических точках.

В данном случае анимационная программа является целевой, приоритетной и доминирующей в турпакете услуг не только по физическому объему, но и по содержанию, стимулирующему душевные силы. Такая анимационная программа является ценообразующим фактором в турпродукте. Обычно такие программы предназначены для индивидуалов или однородных туристских групп, объединенных общим интересом (профессиональным, хобби). К таким анимационным программам относятся: культурно-познавательные и тематические, фольклорные и литературные, музыкальные и театральные, искусствоведческие и научные, фестивальные, карнавальные и спортивные или, например, турпоездки по казино-центрам, расположенным в разных странах, организованные для любителей игры в казино. *Дополнительные анимационные услуги* в технологических перерывах – программы, предназначенные для «поддержки» основных туристских услуг, оговоренных в турпакете, действующие в обстоятельствах, обусловленных переездами, задержками в пути и в случаях непогоды (при организации спортивных и самодеятельных туров, на пляжных курортах), а также в случае отсутствия снега на горнолыжных курортах и т. д.

1. *Гостиничная анимация* – комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураниматора с туристом и совместном их участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса. Преследует цель реализации новой философии гостиничного обслуживания – повышения качества предоставления услуг и уровня удовлетворенности туриста отдыхом.

Гостиничная анимация – понятие наиболее узкое из трех рассматриваемых, поскольку предполагает только организацию досуга в местах размещения туристов: туркомплексах, отелях, гостиницах, турбазах и др. Иными словами, гостиничная анимация – это досуговая деятельность, предлагаемая гостиницами, отелями, туристскими комплексами. Это наиболее значимая часть туристской анимации. Анимационные программы различаются при разной организации отдыха (в клубах, гостиницах разной целевой направленности и разной величины).

### Виды анимации

 С точки зрения системного подхода туристская анимация – это удовлетворение специфических туристских потребностей в общении, движении, культуре, творчестве, приятном провождении времени, развлечении.

Диапазон этих потребностей очень широк, поскольку люди, отправляющиеся на отдых, вкладывают в это понятие совершенно разный смысл; для одних отдых – это путешествие, для других – чтение книг, прогулка по лесу, рыбалка и т. д. Соответственно спросу и мотивации путешествий в практике туристского обслуживания складываются следующие виды анимации, удовлетворяющие различные потребности туристов (отдыхающих):

* *анимация в движении* удовлетворяет потребность современного человека в движении, сочетающемся с удовольствием и приятными переживаниями;
* *анимация через переживание* удовлетворяет потребность в ощущении нового, неизвестного, неожиданного при общении, открытиях, а также при преодолении трудностей;
* *анимация через общение* удовлетворяет потребности в общении с новыми, интересными людьми, в открытии внутреннего мира людей и познании себя через общение;
* *анимация через успокоение* удовлетворяет потребность людей в психологической разгрузке от повседневной усталости через успокоение, уединение, контакт с природой, а также потребность в покое и «праздной лености»;
* *культурная анимация* удовлетворяет потребность людей в духовном развитии личности через приобщение к культурно-историческим памятникам и современным образцам культуры страны, региона, народа, нации;
* *творческая анимация* удовлетворяет потребность человека в творчестве, демонстрации своих созидательных способностей и установлении контактов с близкими по духу людьми через совместное творчество.

Реальные анимационные программы носят чаще всего комплексный характер, а перечисленные виды анимации являются составляющими элементами этих программ.

Анимационные программы одновременно с чисто развлекательными мероприятиями включают разнообразные спортивные игры, упражнения и соревнования. Такое сочетание делает эти программы более насыщенными, интересными и полезными для укрепления, восстановления здоровья, поэтому *во взаимосвязи туристской анимации и спорта чаще всего и достигается наибольший восстановительно-оздоровительный эффект.*

### Анимация и спорт

Основа единства анимации и спорта состоит в том, что и туристская анимация, и спорт способствуют стимуляции жизненных сил, вовлекают отдыхающих в активную деятельность, т. е. выполняют спортивнооздоровительную функцию.

В настоящее время практически ни один отель, турбаза, туркомплекс не обходятся без спортивных площадок, тренажерных и спортивных залов. Конечно, большую часть отдыхающих настоящими спортсменами не назовешь, но приобщение их к активной деятельности, спортивным играм, регулярным занятиям спортом является уже само по себе шагом к оздоровлению и способствует стимулированию жизненных сил.

Для проведения спортивных мероприятий на высоком уровне необходимы квалифицированный персонал для каждого из предлагаемых видов спорта и хороший инвентарь. Спортивные игры, соревнования, занятия аэробикой, плаванием в туркомплексах и отелях организуют тураниматоры под руководством опытных спортивных менеджеровинструкторов. Организацией специализированных туров на спортивные игры, соревнования, олимпиады занимаются туристские фирмы.

Крупные курортные и туристские комплексы имеют отдельные специализированные спортивные клубы, при создании которых обязательно учитываются географические, рекреационные особенности местности и традиции страны.

Если туркомплекс находится на берегу моря или какого-то крупного водоема, туристам предлагаются занятия парусным спортом, серфингом, водными лыжами, гребля на каноэ и др. Туркомплексы, расположенные в горах, предоставляют возможность катания на горных лыжах и пр. В том или ином туркомплексе при наличии соответствующей материальной базы и тренеров в качестве основных могут быть предложены и другие виды спорта и развлечений: верховая езда, теннис, стрельба из лука, полеты на аэростате, футбол, боулинг, бильярд, гольф и др.

Специализированные спортивные клубы при туркомплексах разрабатывают и предлагают свои мероприятия и программы, работая в тесном сотрудничестве с анимационной службой комплекса. Чем теснее будет содружество спорта и туристской анимации, тем больший оздоровительный и экономический эффект оно принесет.

Наряду с отдельными видами спорта в туркомплексе могут предлагаться и спортивные занятия общеукрепляющего характера (пробежка по утрам, лодочные прогулки, джип-сафари, рафтинг, велосипедная, пешеходная прогулка, ритмичные занятия под музыку, танцы, водная аэробика). Анимация и спорт тесно взаимосвязаны и имеют большое значение в туризме, поскольку являются привлекательными факторами для туристов.

### Особенности и значение гостиничной анимации

 Для отдыхающего потребность в развлечении стоит на третьем месте после вкусной и разнообразной пищи, комфортабельной и уютной комнаты.

Поэтому анимация туристской и гостиничной деятельности занимает одно из главных мест в структуре отеля и представляет собой отдельную службу, тесно связанную с другими и имеющую определяющее значение в обеспечении успешного функционирования его на туристском рынке.

Задача анимационной службы – постоянный контакт с отдыхающими, результат которого в значительной степени влияет на общий отзыв об отдыхе. И именно благодаря этому контакту отель может иметь определенный процент постоянных клиентов. Отели, которые стремятся увеличить этот процент (в основном это семейные отели), стараются не менять состав анимационной команды, совершенствуя ее работу.

Помимо непосредственной работы с отдыхающими, анимационная команда может участвовать в рекламной деятельности туристского комплекса: сниматься в роликах, оформлять буклеты. Иногда службе анимации поручают проведение экскурсий по отелю для информационных групп – представителей туристских фирм.

Наличие анимационной службы говорит о статусе отеля. Ведь для нормальной и плодотворной работы анимационной команды необходимо иметь на его территории вместительный и комфортабельный амфитеатр, детскую площадку со всеми ее атрибутами, бассейны и другие спортивные сооружения. Также требуется постоянное обновление материальной базы – костюмов, декораций, спортивного и игрового инвентаря. Такие затраты по карману не каждому отелю, поэтому анимационная служба присутствует в основном только в структуре отелей четырех- и пятизвездочных.

В последние годы все большее количество туристских комплексов старается поднять свой уровень обслуживания именно за счет наличия в своей структуре анимационной службы. Если гость провел свой отдых весело и интересно, он может закрыть глаза на такие возможные недостатки, как неудобства во время перелета и размещения, плохая погода и отсутствие в баре любимого натурального сока.

Гостиничная анимация имеет свои особенности: она задумывается, организуется и проводится самой гостиницей, туркомплексом сообразно с потребительским интересом, который изучается на основе анкетных опросов и личного контакта персонала отеля с гостями, а также сообразно с имеющимся опытом обслуживания гостей в своем и в других отелях. При этом учитываются национальность, возраст, пол и другие особенности категорий и групп туристов. Она создает соответствующую гостеприимную, комфортную, дружескую атмосферу в отеле; удовлетворяет потребности туристов в физическом и духовном развитии, эмоциональном обогащении через приятные переживания; имеет комплексный характер благодаря специальным программам, которые охватывают все виды и формы анимации; дает возможность для хорошего общения, приятных личных и совместных переживаний и для развлечений. На постоянных посетителей отеля в компьютерной базе данных службы приема и размещения ведется обновляемое досье. Кроме того, в гостинице, туркомплексе возможно вовлечение персонала отеля в определенные анимационные программы, что придает им особый колорит и дружественный, гостеприимный характер.

Значение гостиничной анимации для отеля, туркомплекса заключается в повышении степени удовлетворенности туриста обслуживанием, комплексности и качества гостиничной услуги и как следствие – в повышении имиджа отеля, расширении активного туристского сезона, в подъеме престижности профессий сферы гостеприимства, что достигается профессиональной, интеллектуальной эффективной работой талантливых тураниматоров.

Итак, еще раз вернемся к основным понятиям.

*Анимация*– это своеобразная услуга, преследующая цель повышения качества обслуживания, и в то же время, это своеобразная форма рекламы, повторного привлечения гостей и знакомых, тоже преследующая цель – продвижение туристского продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности турбизнеса.

*Гостиничная анимация*является одним из эффективных средств привлечения гостей в отель. Она влияет и на позитивную оценку работы отеля в целом. Это своеобразные дополнительные услуги клиенту, цель которых – пробудить в нем положительные эмоции, почувствовать удовлетворение от отдыха и желание приехать в этот отель еще раз.

*Туристская анимация* **–** это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие. Туристская анимация основана на личных контактах аниматора с туристами, на совместном участии их в развлечениях, прилагаемых анимационной программой туркомплекса. Это разновидность туристской деятельности, осуществляемой в туркомплексе, отеле, круизном теплоходе, поезде, которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программахдосуга.

**. Нажать ссылку в источнике литературы**

### . Основная литература

|  |  |
| --- | --- |
| №п/п | Наименование, библиографическое описание |
| 1. | Кулагина, Е.В. Технологии рекреации и анимации: учебное пособие / Е.В. Кулагина, Ю.В. Сливкова ; Минобрнауки России, Омский государственный технический университет. - Омск : Издательство ОмГТУ, 2017. - 96 с. : табл., граф., схем. - Библиогр.: с. 86. - ISBN 978-5-8149-2422-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493340> (13.11.2018). |

### Таблица 5. Дополнительная литература

|  |  |
| --- | --- |
| №п/п | Наименование, библиографическое описание |
| 1. | Приезжева Е.М. Анимационный менеджмент в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.М. Приезжева. — Электрон. текстовые данные. — М. : Советский спорт, 2014. — 240 c. — 978-5-9718-0749-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/40767.html |
| 2 | Ермакова, Е.Е. Анимационный сервис [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.Е. Ермакова. — Электрон. дан. — Тюмень : , 2013. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/109791. — Загл. с экрана. |
| 3 | Хайретдинова, О.А. Организация досуга туристов: Учебное пособие для студентов и преподавателей по междисциплинарному курсу по специальности среднего профессионального образования 43.02.01 Туризм / О.А. Хайретдинова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Уфимский государственный университет экономики и сервиса" (УГУЭС). - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. - 55 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-88469-745-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445127(29.10.2018). |

### Таблица 6. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

|  |  |
| --- | --- |
| №п/п | Название (адрес) ресурса |
|  | Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.russiatourism.ru.](http://www.russiatourism.ru) – Загл. с экрана. |
|  | Сайт «Все о туризме - туристическая библиотека» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://tourlib.net.](http://tourlib.net) – Загл. с экрана. |

1. *Третьякова Т. Н.* Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме: учеб.

пособие для вузов / Т. Н. Третьякова. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – С. 72 [↑](#footnote-ref-1)
2. *Гаранин Н. И., Булыгина И. И.* Менеджмент туристской и гостиничной анимации: учеб. пособие / Н. И. Гаранин, И. И. Булыгина. – М.: Советский спорт, 2004. – С. 22. [↑](#footnote-ref-2)