

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

**В.о. Декана факультету
Міжнародного бізнесу та менеджменту
Таранов І.М.**

**В.о. директор навчально-наукового
інституту Інноваційних освітніх
технологій
Десетнюк О.М.**

«_____» _____ 201_ р.

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

**Перший проректор
Шинкарик М.І.**

«_____» _____ 201_ р.

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

**з дисципліни “ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ”
освітньо-кваліфікаційного рівня – бакалавра
галузь знань- 1401 «Сфера обслуговування»
напрямок підготовки – 6.140103 «Туризм»
фахове спрямування – “ Управління туристичним бізнесом ”**

кафедра менеджменту

Форма навчання	Курс	Семестр	Лекції (год.)	Практ. (семін.) (год.)	ІРС (год.)	Разом (год.)	Самост. робота студ. (год.)	Залік (сем.)	Екз. (сем.)
Денна	3	7	32	32	4	108	40	7	
Заочна	3	6/7	6	2	-	108	100	7	

Тернопіль – ТНЕУ, 2013

Конспект лекцій складений на основі освітньо-професійної програми нормативних дисциплін підготовки бакалавра галузі знань 1401 «Сфера обслуговування» напряму підготовки 6.140103 «Туризм» затвердженої МОНУ наказ № 1059 від 08.11.10р.

Конспект лекцій склала ст. викладач кафедри менеджменту, к.е.н. Гарбера Ольга Євгенівна

Конспект лекцій затверджений на засіданні кафедри менеджменту, протокол № 1 від 29 серпня 2013 р.

Завідувач кафедри Брич В.Я. _____

Розглянуто та схвалено науково-методичною комісією з напряму «Туризм», протокол №1 від 30.08.2013 р.

Голова НМК д.е.н., професор

Брич В.Я.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЗНАЧЕННЯ АНІМАЦІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

ТЕМА 1. СУТНІСТЬ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ.

1.1. Сутність поняття «дозвілля».

1.2. Сутність анімації в туризмі. Види анімації.

1.3. Анімаційні форми дозвілля у практиці роботи закладів туризму та відпочинку (готельно-курортних, спортивних, оздоровчих тощо).

1.1. Сутність поняття «дозвілля».

Індустрія гостинності розвивається швидким темпами завдяки соціальному, економічному і політичному прогресу та завдяки тому, що кількість подорожуючих суттєво збільшилася

З метою підвищення конкурентоздатності і прибутку, підприємства готельного господарства намагаються запроваджувати нові прогресивні форми обслуговування та організовувати відпочинок, дозвілля і розваги

Відпочинок, дозвілля, розваги, як і праця, є невід'ємними складовими життєдіяльності людини. Розважаючись, людина чи група людей задовольняють свої духовні потреби, оцінюють свої можливості. Відпочивати та розважаючись можна як у природному так і штучному середовищі. Створення відповідних умов для цього і є завданням індустрії розваг. Індустрія розваг - це молода галузь, яка формує і розвиває особистість, впливає на виховання, формування оптимістичного настрою, відпочинок, культурний розвиток людини тощо.

Поняття дозвілля, відпочинок у великому тлумачному словнику подаються як синоніми в означенні часу вільного від праці, якоїсь дії.

Дозвілля - це сукупність занять у вільний час, за допомогою яких задовольняються безпосередні фізичні, психічні і духовні потреби, в основному відновлювального характеру. На відміну від природної основи відновлення сил людини, дозвілля є специфічним, соціальним способом регенерації цих сил.

До дозвілля імовірніше всього можна віднести такі види занять, як читання, перегляд телепередач, відвідування кінотеатрів, театрів, концертів, спілкування з друзями, заняття спортом, розваги, прогулянки, ігри, пасивний відпочинок і т. ін. Для занять у години дозвілля характерна в основному само особистісна спрямованість їхнього змісту.

Сфера дозвілля поєднує найрізноманітніші види життєдіяльності людини. Дозвіллева діяльність відрізняється від інших видів життєдіяльності людини тим, що здійснюється відповідно до потреб індивіда, з метою отримання задоволення. Роль дозвілля полягає у відновленні психологічних і фізичних сил людини, підвищенні її освітнього та духовного рівня, здійсненні лише тих занять у вільний час, що відповідають потребам та бажанням людини і приносить їй задоволення у процесі самої діяльності (рис. 1.1).



Рис. 11.1 Завдання дозвілля

Сучасне дозвілля поділяється на багато типів в залежності від психологічних, освітніх, соціальних, рекреаційних, фізіологічних та естетичних компонентів. Залежно від того, який парам етр дозвілля переважає, такого характеру й набуває конкретне дозвіллове заняття.

Дозвілля можна поділити на такі групи:

- дозвілля як рекреація - коли воно сприймається виключно як діяльність, що допомагає людині врівноважувати організм;
- дозвілля як задоволення - коли основною мотивацією дозвілдової діяльності є отримання щастя і радості;
- дозвілля як відновлення сил - коли дозвілля вважається засобом відновлення здоров'я людини, її духовних та фізичних сил; засіб лікування та реабілітації;
- дозвілля як стан буття - сфера життєдіяльності людини, в якій вона може само реалізуватися та розвинути свої здібності;
- дозвілля як соціальна стратифікація - дозвілля залежить від того, виразником якого соціального класу є дана особа;
- дозвілля як вільний час - час, що залишається для людини після виконання нею робочих обов'язків.

Форми дозвілдової діяльності змінюються і залежать від того, що бажає отримати від дозвілля людина, яких результатів вона хоче досягнути завдяки дозвілловій діяльності.

Будь-які потреби в сфері дозвілля мають певну послідовність прояву. Задоволення однієї потреби породжує звичайно нову. Завдяки цьому можна змінювати вид діяльності і збагачувати дозвілля. У сфері дозвілля повинен здійснюватися перехід від простих форм діяльності до складніших, від пасивного відпочинку - до активного, від задоволення більш глибоких соціальних і культурних прагнень, від фізичних форм рекреації - до духовних насолод, від пасивного засвоєння культурних цінностей - до творчості і т.п.

Коли змінюється соціальний стан людини, рівень його культури, то відразу ж відбуваються зміни в структурі дозвілля. Дозвілля збагачується в міру збільшення вільного часу і зростання культурного рівня індивіда. Якщо людина не ставить собі за мету самоудосконалюватися, якщо її вільний час нічим не заповнений, то відбувається деградація дозвілля, збідніння його структури.

Найпростіший вид дозвілля - відпочинок. Він призначений для відновлення

витрачених під час роботи сил і поділяється на активний і пасивний.

Пасивний відпочинок характеризується станом спокою, що знімає втому і відновлює сили. Чим ти зайнятий - не має значення, аби можна було звільнитися від напруження, отримати емоційну розрядку. Звична, проста діяльність спричинює настрій спокою. Такий відпочинок - невід'ємний елемент життя людини. Він є підготовчим ступенем до більш складної і творчої діяльності.

Активний відпочинок, навпаки, відтворює сили людини з перевищенням вихідного рівня. Він надає роботу м'язам і психічним функціям, які не знайшли застосування в праці. Людина насолоджується рухом, швидкою зміною емоційних впливів, спілкуванням із друзями. Активний відпочинок, на відміну від пасивного, потребує деякого мінімуму свіжих сил, вольових зусиль і підготовки. До нього відносять фізкультуру, спорт, фізичні й психічні вправи, туризм, ігри, перегляд кінофільмів, відвідування виставок, театрів, музеїв, прослуховування музики, читання, дружнє спілкування.

Основні функції активного відпочинку:

- відбудовна - забезпечує людині фізіологічну норму здоров'я і високу працездатність;
- розвивальна - розвиток її духовних і фізичних сил;
- гармонізація. - розвиває гармонію душі і тіла. Будь-який вид вільної діяльності несе в собі як функцію відновлення сил, так і функцію розвитку знань і здібностей людини.



Зважаючи на множинність та різноманітність класифікацій дозвілля, загальноприйнятою вважається класифікація дозвілля за такими ознаками:

- видом активності: пасивне та активне дозвілля;
- періодичністю: щоденне, щотижневе, святкове, дозвілля під час відпустки;
- тривалістю: короткочасне, довготривале, епізодичне;
- напрямом діяльності: творче, рекреаційне, культурне, спортивне, декоративно-прикладне, туристичне.

Види діяльності, здійснювані під час дозвілля, можуть бути

найрізноманітнішими: фізичні навантаження (прогулянки, спорт), аматорські заняття (збирання ягід, грибів, мисливство, риболовля), зацікавлення світом мистецтв(відвідування театрів, кіно, музеїв тощо), інтелектуальна діяльність, спілкування за інтересами на основі вибору, розваги (активні, пасивні), подорожі заради задоволення тощо.

Для того, щоб збільшити кількість клієнтів у готельному чи туристичному комплексі можна не тільки шляхом збільшення готельних номерів, покращення їх комфортності, а й шляхом створення умов для різноманітного високоякісного відпочинку, дозвілля і розваг.

Організація дозвілля і розваг передбачає залучення як місцевих жителів різних соціальних груп так і подорожуючих "приїжджих гостей" до участі у різноманітних мистецько-розважальних етнографічних культурно-історичних театралізованих заходах. Сюди можна віднести й анімаційне обслуговування під час руху "на круїзному теплоході, у поїзді, автобусі, літаку", а також під час перебування в тематичних парках, парках розваг, вакаційних зонах тощо.

Програма організації дозвілля і розваг готується зі врахуванням особливостей та індивідуальних потреб людини у певний проміжок часу, вільного часу. Людина - унікальне творіння природи, суспільства і самої себе. Потреби людини є рушійною силою розвитку як суспільства, так і самої людини. Заради потреби, власне, і здійснюється організація відпочинку, дозвілля і розваг. Людські потреби історично обумовлені, визначаються даним історичним типом суспільних відносин, соціальним середовищем, системою виховання людини, самовиховання тощо. Потреби людини є основою її інтересів. Вибір моделі і форми програми відпочинку, дозвілля і розваг значною мірою залежить від самої людини, від природно-кліматичної характеристики, місця організації тощо.

Організація процесу розваг будується за певними принципами:

- добровільний вибір розваг;
- попередня підготовленість до споживання розваг;
- необмежений перелік видів розваг; - зміна видів розваг;
- дотримання періодичності споживання розваг;
- комбінування розваг з іншими заняттями.

На характер організації відпочинку, дозвілля розваг впливають такі чинники, як менталітет процесу відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних сил тощо (рис. 1.3).



Рис 1.3. Фактори, що обумовлюють вибір дозвілля

Таким чином, активне, змістовне дозвілля потребує певних потреб і здібностей людей. Опиратися на творчі види дозвіллевих занять, на забезпечення прямої участі в них кожної окремої людини головний шлях формування в ній особистісних якостей, які сприятимуть змістовному й активному проведенню дозвілля. Організація відпочинку, дозвілля і розваг передбачає залучення як місцевих жителів різних соціальних груп так і подорожуючих "приїжджих гостей" до участі у різноманітних мистецько-розважальних етнографічних культурно-історичних театралізованих заходах.

1.2. Сутність анімації в туризмі. Види анімації.

Анімаційна діяльність у сфері туризму є невід'ємною частиною культурно-дозвіллевої діяльності соціуму взагалі і окремої людини зокрема.

У світовій практиці туристичного бізнесу та індустрії гостинності *сукупність послуг по забезпеченню потреб туристів, рекреантів в активних, одухотворюючих формах відпочинку* називається **анімацією в туризмі**.

Анімація в туризмі – порівняно нове поняття, хоч термін “анімація” існує ще з часів Стародавнього Риму (у перекладі з латини “anima” – душа, “animato” – збуджено, жваво, “animatio” – одухотвореність).

У туризмі ж анімація поживлює, активізує, одухотворює відпочинок туристів.

Слід зазначити, що анімаційна діяльність є важливою складовою рекреації, тобто процесу відновлення фізичних і духовних сил організму. Цей процес відбувається в організмі будь-якого туриста, незалежно від того, яким видом туризму він займається. Але деякі види туризму за своєю сутністю вже є рекреаційно-анімаційними (активні форми), інші ж потребують створення анімаційної складової в загальному комплексі рекреаційно-туристичних послуг. До таких напрямів належать, у першу чергу, лікувально-оздоровчий, або рекреаційний туризм. Базою анімаційного процесу тут стають рекреаційно-туристичні заклади: курортні готелі, пансіонати, санаторії, дитячі оздоровчі табори, бази відпочинку, круїзні теплоходи тощо.

Можна окреслити два основні види анімації. **Рекреаційна анімація** – комплекс активізуючих культурно-розважальних програм, що сполучається з лікувально-оздоровчими програмами у межах рекреаційно-туристичного закладу.

Туристична анімація передбачає залучення туристів до участі у різноманітних мистецько-розважальних, етнографічних або рекламних заходах: фестивалях, карнавалах, святах, культурно-історичних театралізаціях тощо. Сюди ж можна віднести й анімаційне обслуговування туристів під час руху (на круїзному теплоході, у поїзді, автобусі, літаку), а також під час перебування в тематичних парках, парках розваг, вакаційних зонах.

Програми з рекреаційної та туристичної анімації готуються з урахуванням особливостей як окремих туристів, так і туристичних груп. До особистих характеристик туристів належать вік, стать, освіта, культурний рівень, темперамент, національність, віросповідання, соціальний статус.

У курортних районах бажано більшість анімаційних заходів проводити просто неба незалежно від пори року. Звісно, у зонах зимового відпочинку, гірськолижних, кліматичних, бальнеокурортах анімація просто неба дозована. Вона чергується із заходами у теплих приміщеннях. Літній же відпочинок передбачає організацію переважної більшості анімаційних заходів просто неба – на відкритих майданчиках, пляжах, галявинах, парках тощо.

На характер анімаційної діяльності суттєво впливає менталітет туристів.

У загальній системі анімації в туризмі перевага віддається активним формам відпочинку, що створює протизавагу побутовому дозвіллю. У підприємствах сфери туризму і рекреації функції активізації відпочинку виконує анімаційна діяльність.

Урізноманітнення форм відпочинку, закладене в ідеї туранімації, призводить до прискорення рекреаційних процесів в організмі і досягнення ним рекреаційного ефекту.

У сфері дозвілля, особливо туристичного, дорослі люди завжди шукають заняття, здатні компенсувати те, що вони недоотримують у повсякденному житті. Для повноцінного відпочинку потрібен певний психологічний відхід від звичайної обстановки. Туризм більше, ніж будь-який з соціокультурних напрямів діяльності, дає можливість такого відходу. Цьому сприяє, з одного боку, зміна місця перебування, а значить – оточуючого середовища, середовища спілкування, з іншого – продумана, професійно організована анімаційна діяльність, що підвищує загальний тонус людини, повертає йому життєву рівновагу.

Одним із основних завдань аніматорів відпочинку є формування у людей доброго, життєрадісного настрою.

Вірно організовані анімаційні заходи корисні й тим, що вони майже завжди потребують кмітливості, творчої вигадки, винахідливості, дотепності. Притаманна багатьом ігровим заняттям колективна змагальність виховує цінне вміння погоджувати свої дії з партнерами, знаходити найбільш раціональні засоби подолання перешкод.

Дозвіллеві дії по-справжньому корисні лише тоді, коли дають людям багато позитивних, емоційних вражень. Тому одним з основних завдань анімації в туризмі є урізноманітнення спектру анімаційних послуг, диференційований підхід

до обслуговування туристів і, як результат, створення умов для вільного вибору туристом форм анімаційно-рекреаційної діяльності.

Як бачимо, анімація в туризмі є важливим соціально-культурним чинником нашого життя. І хоч вона орієнтована переважно на активних людей, які знаходять можливості відпочивати, переміщуючись у просторі, це не зменшує, а, навпаки, збільшує її значення. Саме активні люди найбільше впливають на розвиток суспільства, саме вони найбільше працюють і саме вони, як ніхто інший, потребують професійно організованого, ефективного відпочинку, особливо, коли він короткостроковий. Анімаційна діяльність у туризмі створює умови для такого відпочинку, прискорюючи при цьому рекреаційні процеси в організмі, гуманізуючи відносини між людьми, підвищуючи їх культурний та інтелектуальний рівень. До того ж анімаційна діяльність, за принципом ланцюгової реакції, втягує в процес активного відпочинку і так званих “черепак” або “равликів”, тобто людей, на перший погляд, пасивних.

1.3. Анімаційні форми дозвілля у практиці роботи закладів туризму та відпочинку (готельно-курортних, спортивних, оздоровчих тощо).

Матеріальна база анімації в туризмі складається зі спеціально побудованих або пристосованих до анімаційних потреб споруд і приміщень, необхідних меблів, спорядження, реквізиту, декорацій, музичних інструментів, сценічних костюмів, призив для ігор і конкурсів, рекламних щитів і екранів. Матеріальна база дозвілля включає також грошові кошти спеціального призначення.

Технічне забезпечення анімаційного процесу передбачає наявність різного роду технічних засобів, механізмів, автоматів, що задіяні у підготовці та проведенні анімаційних програм. До їх числа належать атракціони, звуко- і світлотехнічні комплекси, кіно-відеопроєкційна апаратура, системи місцевого радіо і телезв'язку, транспортні засоби (наприклад, карнавальні платформи чи розважальні плавзасоби), механізми, що забезпечують роботу сцени, системи електро- і водопостачання тощо.

Важливим чинником формування матеріально-технічної бази дозвілля є клас, рівень, категорія туристично-рекреаційного закладу.

Якщо умовно усі рекреаційні заклади оцінювати відповідно до класифікації готелів, то анімаційну базу цих закладів можна поділити на три рівня забезпеченості:

1-й рівень – матеріальна база дозвілля чотирьох-п'ятизіркового закладу туризму і рекреації.

Цей рівень найвищий. Він передбачає наявність найширшого спектру культурно-розважальних закладів, що відповідають найсучаснішим вимогам. Яскравим прикладом такого рівня є матеріальна база дозвілля п'ятизіркового “готелю на плаву” – океанського круїзного лайнера.

Серед запропонованих варіантів привертають увагу спортивні майданчики та споруди на палубах судна: басейн, поля для міні-гольфу, волейбольні, міні-футбольні майданчики, тенісні корти, приміщення для шейпінгу та аеробіки, тренажерні зали та, навіть, льодові стадіони. Крім того, подібні “плавучі готелі” пропонують туристам відвідати театральну виставу в театрі – точній копії

міланського “Ла Скала”, або ж костюмоване шоу – у вар’єте, що дуже нагадує славнозвісний “Мулен Руж”. До матеріально-технічної бази дозвілля судна належить також бібліотека з великою фоно- і відеотекою, клубні приміщення, танцювальні та ігрові холли, дитячі кімнати з відповідним набором засобів для гри, дискотеки, казино, бари, ресторани тощо. Технічні засоби, костюми, реквізит відповідають високому рівню дозвіллевих послуг на судні. А спеціалісти продовжують генерувати нові ідеї щодо варіантів розваг, що пропонуються. На черзі побудова аквапарків і парків атракціонів на суднах найвищого класу.

В Україні позитивним прикладом формування матеріально-технічної бази дозвілля є готель “Ореанда” в м. Ялта. На початку ХХІ ст. там побудовано перший у країні багатопверховий розважальний комплекс, що належить курортному готелю. Щоправда, наповнення анімаційним змістом його роботи, створення різноманітних програм ще попереду.

2-й рівень – матеріально-технічна база дозвілля тризіркового закладу.

Це середній рівень забезпеченості. Він теж передбачає широкі можливості для організації анімаційної діяльності туристів, щоправда, з урахуванням значно менших витрат на потреби анімації, ніж у п’ятизіркових закладах.

Якщо у висококласних підприємствах існує система спеціально створених для того чи іншого виду дозвілля об’єктів анімації, то в підприємствах другого рівня забезпеченості спостерігається створення багатофункціональних об’єктів дозвілля. Наприклад, замість трьох-чотирьох спортивних майданчиків будується один, обладнаний таким чином, щоб на ньому можна було б грати в міні-футбол, волейбол, баскетбол, а в деяких випадках ще й в теніс чи бадмінтон. Замість двох залів для проведення різного роду сценічних шоу і кіносеансів будується один кіноконцертний зал, замість трьох басейнів – один і т. д..

Важливою складовою матеріального забезпечення туристично-рекреаційного закладу є його прокатна база дозвілля. Вона теж відповідає рівню закладу, специфіці його функціонування. Так, гірськолижні курорти мають надавати послуги прокату гірськолижного спорядження – лижі, палки, кріплення, сноуборди, санки, причому для різних категорій туристів. Приморські кліматичні курорти надають послуги з прокату засобів водноспортивного відпочинку: різного роду надувні плавзасоби, серфінгові та віндсерфінгові дошки, човни, катамарани і, навіть, катери і яхти. Оскільки заклади другого рівня часто обмежені у площах, є сенс розвивати форми компактного дозвілля – гру в пінг-понг, бадмінтон, більярд, настільні ігри, гурткові заняття. Необхідний інвентар для організації такого дозвілля і складає прокатну базу підприємства.

3-й рівень – матеріально-технічна база дозвілля одно-двозіркових закладів.

Це найнижчий рівень. Він передбачає мінімальний набір анімаційних засобів, потрібних для забезпечення рекреаційного процесу.

Так, в Азово-Чорноморському рекреаційному районі України переважна більшість туристично-рекреаційних закладів належить до третього рівня забезпеченості матеріально-технічної бази дозвілля. Багато з них не відповідають світовим стандартам формування бази дозвілля навіть для найскромніших закладів. Між тим світовий досвід індустрії гостинності показує, що дозвіллева база рекреаційних закладів третього рівня складається як мінімум з кіноконцертного

залу, нехай і літнього типу, багатофункціонального спортивного майданчика, танцювально-ігрового майданчика, спеціально обладнаного дитячого майданчика (при необхідності), більярдної кімнати, хоча б одного клубного приміщення (наприклад, вітальні чи камінного залу), як мінімум двох телевізійних кімнат, кафе чи бару, відповідної прокатної бази.

Важливою вимогою до закритих приміщень є наявність кондиціонерів, апаратів для очищення чи зволоження повітря. Відчуття фізичного дискомфорту заважає людині адекватно сприймати анімаційні послуги, тому такі характеристики як температура повітря у приміщенні, його циркуляція, повинні хвилювати рекреаторів ще на етапі розбудови анімаційного комплексу підприємства.

Меті створення комфортних умов у зонах анімаційного відпочинку служить також мистецтво організації рекреаційного простору. Усі предмети, меблі, технічні засоби, засоби комунікації за законами цього мистецтва розташовуються таким чином, щоб ніщо не заважало людині позитивно сприймати оточуючий її світ і, водночас, відповідало б формі та змісту того чи іншого виду відпочинку.

ТЕМА 2. ТИПОЛОГІЯ ТА ФУНКЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ АНІМАЦІЇ

2.1. Типологія анімації

2.2. Види анімації як елементи анімаційних програм

2.3. Анімація та спорт

2.4. Особливості та значення готельної анімації

2.5. Основні функції туранімації: адаптаційна, компенсаційна, стабілізуюча, оздоровча, інформаційна, освітня, вдосконалююча, рекламна.

2.1. Типологія анімації.

Відмінність понять „анімація”, „рекреаційна анімація”, „туристична анімація” пов’язані з багатоманітністю існуючих форм і програм дозвілєвої анімаційної діяльності. Це різноманіття помітне не лише у готельному бізнесі, при формуванні туристичних маршрутів, але й загалом в організації дозвілля людей у сучасному житті: в країнах, містах, радах міста і муніципалітетах, в парках, клубах і асоціаціях, в організаціях і навчальних закладах. Тому допустимо говорити про анімаційні програми міські і муніципальні, клубні і паркові, виробничих і навчальних закладів (дитячих, юнацьких, студентських, для пенсіонерів, родин, інвалідів, для національних меншин тощо).

Тут будемо використовувати поняття туристичної, рекреаційної і готельної анімації, які потрібно розмежовувати.

Рекреаційна анімація – вид відпочинкової, дозвілєвої діяльності, що спрямована на відновлення духовних і фізичних сил людини. Програми, що реалізуються з рекреаційною метою, можуть проводитися як туристичними підприємствами з туристами і відвідувачами, так і розважальними, відпочинковими закладами з місцевим населенням. Це дає нам право стверджувати, що поняття „рекреаційна анімація” є ширшим за змістом, ніж поняття „туристична анімація” чи „готельна анімація”.

Туристична і готельна анімація тісно пов’язані з рекреаційною, бо головною роллю анімаційних програм як в готелях, туристичних комплексах і санаторіях, так і в спеціалізованих анімаційних турах полягає в оздоровленні відпочиваючих, відстороненні їх від повсякденних турбот, у покращенні настрою, тобто у відновленні життєвих сил і енергії.

Туристична анімація – це різновид туристичної діяльності, що здійснюється на туристичному підприємстві (туркомплексі, готелі), на транспортному засобі (круїзному пароплаві, у поїзді, в автобусі тощо) чи у місці перебування туристів (на міській площі, у театрі чи парку тощо), котра залучає туристів у різні заходи через участь в спеціально розроблених розважальних програмах. Іншими словами, туристична анімація – це туристична послуга, при наданні якої туриста залучають до активної діяльності. Під час підготовки анімаційної програми враховують такі особливості туристів, як національність, вік, стать, кількість (індивідуальна, групова, масова), а також активність участі туристів.

Туристичну анімацію за важливістю, пріоритетністю і обсягу анімаційної програми у загальній програмі подорожі поділяють на три основні типи.

Перший тип. Анімаційні туристичні маршрути – цільові туристичні поїздки заради однієї анімаційної програми, або безперервний анімаційний процес, розгорнутий у просторі у формі подорожі, переїзду від однієї анімаційної послуги (програми) до іншої, які надаються чи реалізуються в різних географічних точках.

В такому випадку анімаційна програма є цільовою, пріоритетною і домінуючою в турпакеті послуг не лише за фізичним об'ємом, але й за змістом, що стимулює духовні сили. Така анімаційна програма є ціноутворюючим фактором у турпродукті. Зазвичай такі програми призначені для індивідуалів чи однорідних туристичних груп, об'єднаних спільними інтересами (професійними, хобі тощо).

До таких анімаційних програм належать: культурно-пізнавальні і тематичні, фольклорні і літературні, музичні і театральні, мистецтвознавчі і наукові, фестивальні, карнавальні і спортивні чи, наприклад, турпоїздки по казино-центрах, що розташовані в різних країнах, організовані для поціновувачів гри у казино.

Другий тип. Додаткові анімаційні послуги під час технологічних перерв – програми, призначені для підтримання основних туристичних послуг, обумовлених у турпакеті, і діючі в обставинах, обумовлених переїздами, затримками у дорозі і у випадку непогоди (при реалізації спортивних і самодіяльних турів, на пляжних курортах тощо), а також у випадку відсутності снігу на гірськолижних курортах і т.д.

Третій тип. Готельна анімація – комплексна рекреаційна послуга, що заснована на особистих людських контактах тураніматора з туристом і спільній їх участі у розвагах, що пропонуються анімаційною програмою туркомплекса. Має на меті реалізацію нової філософії готельного обслуговування – підвищення якості надання послуг і рівня задоволення туриста відпочинком. Використовується в маркетинговій стратегії готелю як одна з основних привабливих послуг.

Готельна анімація – поняття найбільш вузьке з трьох описаних вище, бо належить лише до організації дозвілля у місцях розміщення туристів: туркомплекси, готелі, турбази тощо. Іншими словами, готельна анімація – це дозвіллева діяльність, що пропонується готелями, туркомплексами, турбазами. Але це найбільш значима частина туристичної анімації. Анімаційні програми відрізняються при різних формах організації відпочинку (в клубах, готелях різної спрямованості, призначення і величини).

2.2. Види анімації як елементи анімаційних програм

З точки зору системного підходу туристична анімація – це задоволення специфічних туристичних потреб у спілкуванні, русі, культурі, творчості, приємному проведенні вільного часу, розвагах.

Діапазон таких потреб є надзвичайно широким, бо люди, що відправляються відпочивати, вкладають у це поняття дуже різний смисл: для одних відпочинки – це подорожі, для інших – читання книжок, прогулянка

по лісу, рибальство тощо. Відповідно попиту і мотивації подорожей у практиці туристичного обслуговування складаються такі види анімації, що задовольняють різні потреби туристів (відпочиваючих):

анімація у русі – задовольняє потребу сучасної людини рухатися, що поєднується з приємними переживаннями, враженнями;

анімація через переживання – задовольняє потребу у відчутті нового, невідомого, несподіваного при спілкуванні, відкриттях, а також під час подолання бар'єрів, перешкод;

анімація через спілкування – задовольняє потреби у спілкуванні з новими, цікавими людьми, у відкритті внутрішнього світу людини і пізнанні самого себе через спілкування;

анімація через заспокоєння – задовольняє потреби людини у психологічному розвантаженні від повсякденної втоми через заспокоєння, усамітнення, контакт з природою, а також потребу у спокої;

культурна анімація – задовольняє потреби людини у духовному розвитку особистості через прилучення до культурно-історичних пам'яток і сучасних зразків культури країни, регіону, народу, нації;

творча анімація – задовольняє потреби людини у творчості, демонстрації власних конструктивних здібностей і встановленні контактів з близькими по духу, світосприйняттю людьми через спільну творчість.

Реальні анімаційні програми частіше за все мають комплексний характер, а перераховані види анімації є складовими елементами таких програм.

Анімаційні програми одночасно з власне розважальними заходами включають і різноманітні спортивні ігри, вправи і змагання. Таке поєднання робить ці програми більш насиченими, цікавими, змістовними і корисними для зміцнення, відновлення здоров'я, тому у взаємозв'язку туристичної анімації і спорту частіше за все і досягається найбільший відновлювально-оздоровчий ефект.

2.3. Анімація та спорт

Основа єдності анімації і спорту полягає у тому, що і туристська анімація, і спорт сприяють стимулюванню життєвих сил, залучають відпочиваючих до активної діяльності, тобто виконують спортивно-оздоровчу функцію.

Практично ні готель, ні турбаза, ні туркомплекс не можуть обійтися без спортивних майданчиків, тренажерних і спортивних залів. Звичайно, більша частина відпочиваючих не є справжніми спортсменами, але залучення їх до активної діяльності, до спортивних ігор, регулярних занять спортом вже є кроком уперед до оздоровлення і сприяє стимулюванню життєвих сил.

Для проведення спортивних заходів на високому рівні необхідними є кваліфікований персонал для кожного з пропонованих видів спорту і хороше обладнання. Спортивні ігри, змагання, заняття аеробікою, плаванням у туркомплексах і готелях організують тураніматори під керівництвом досвідчених спортивних менеджерів-інструкторів. Організацією

спеціалізованих турів на спортивні ігри, змагання, різного роду олімпіади займаються туристичні фірми.

Крупні курортні і туристичні комплекси мають окремі спеціалізовані спортивні клуби, при створенні яких обов'язково враховуються географічні, рекреаційні особливості місцевості і традиції країни.

Якщо ж туркомплекс розташований на березі моря чи будь-якої іншої водойми, то туристам пропонують займатися вітрильним спортом, серфінгом, водні лижі, банана, каное тощо. Туркомплекси, розташовані у горах, надають можливість катання на гірських лижах тощо. У тому чи іншому туркомплексі за наявності відповідної матеріально-технічної бази та тренерів в якості основних можуть бути запропоновані і інші види спорту і розваг: велоспорт, верхова їзда, теніс, польоти на аеростаті, футбол, боулінг, більярд, гольф тощо.

Спеціалізовані спортивні клуби при туркомплексах розробляють і пропонують свої заходи і програми, працюючи у тісному співробітництві з анімаційною службою комплексу. Чим тіснішою буде співпраця спорту і туристичної анімації, тим більший оздоровчий і економічний ефект вона принесе.

Поряд з окремими видами спорту у туркомплексі можуть пропонувати і спортивні заняття загального характеру. Наприклад, для тих відпочиваючих, котрі звикли бігати зранку, аніматори пропонують пробіжки разом з ними. Тим гостям, які люблять насолоджуватися красотою природи, можна пропонувати прогулянки у човнах, джип-сафарі, рафтинг, велосипедну чи пішу прогулянку по місцевості. Тим, хто віддає перевагу ритмічним заняттям під музику, можна запропонувати заняття аеробікою, водною аеробікою, каратеробікою, танцями.

Анімація і спорт тісно пов'язані і мають велике значення у туризмі, бо є привабливими факторами для туристів.

2.4. Особливості та значення готельної анімації

Для відпочиваючого, туриста потреба у розвагах стоїть на третьому місці після смачної і різноманітної їжі, комфортної кімнати. Тому анімація готельної і туристичної діяльності займає одне з головних місць у структурі готеля і представляє собою окрему службу, що тісно пов'язана з іншими і має конкретне значення у забезпеченні успішного функціонування його на туристичному ринку.

Завдання анімаційної служби – постійний контакт з клієнтом, результат якого у значній мірі впливає на загальний відгук про відпочинок. І саме завдяки цьому контакту готель може мати певний відсоток постійних клієнтів. Готелі, котрі прагнуть збільшити цей відсоток (головним чином це сімейні готелі), намагаються не змінювати склад анімаційної команди, лише вдосконалювати її роботу.

Крім безпосередньої роботи з відпочиваючими, анімаційна команда може брати участь у рекламній діяльності туристичного підприємства: грати у роликах, оформляти буклети. Інколи службі анімації доручають проведення

екскурсій по готелю для інформаційних груп – представників туристичних фірм і організацій.

Наявність анімаційної служби говорить, свідчить про статус готелю. Бо для нормальної і плідної роботи анімаційної команди необхідно мати на його території місткий і еомфортабельний амфітеатр, дитячий майданчик з усіма атрибутами, басйни та інші спортивні споруди. Також потрібним є постійне оновлення матеріальної бази – костюмів, декорацій, спортивного і ігрового інвентаря. Такі витрати по кишені не кожному готелю, тому анімаційна служба обов'язково присутня лише у чотири- і п'ятизіркових готелях.

В останні роки усе більше туристичних комплексів намагається підняти власний рівень обслуговування саме за рахунок наявності у своїй структурі анімаційної служби. Якщо гость провів свій відпочинок весело і цікаво, він може не помітити можливі недоліки, як: погані умови під час перельоту і розміщення, погана погода, чи відсутність у барі любимого ним соку.

Готельна анімація має свої особливості: задумується, організовується і проводиться готелем, туркомплексом відповідно до клієнтського інтересу, який вивчається на основі анкетних опитувань і особистого контакту персоналу готелю з гостями, а також відповідно до наявного досвіду обслуговування гостей у власному та інших готелях. При цьому враховують національність, вік, стать та інші особливості категорій та груп туристів, а в ідеальному випадку – і індивідуальні особливості кожного туриста.

Готельна анімація створює відповідну гостинну, комфортну, дружню атмосферу у готелі, задовільняє потреби туристів у фізичному і духовному розвитку, емоційному збагаченні через приємні переживання, має комплексний характер завдяки спеціальним програмам, які охоплюють усі види і форми аімації, дає можливість для хорошого спілкування, приємних особистих і спільних переживань і для розваг.

Вона мобільна, невимушена, інтимна, дієва, має постійний характер, щоденний контакт з туристом, дозволяє рвахувати його побажання. На постійних клієнтів готеля у комп'ютерній базі даних служби прийому і розміщення заводять постійно поновлюване досьє.

Окрім того, у готелі, туркомплексі можливим є залучення персоналу в певні анімаційні програми, що надає їм особливого колориту і дружній, гостинний характер.

Значення готельної анімації для готелю, туркомплекса полягає у підвищенні рівня задоволення туриста обслуговуванням, комплексності і якості готельної послуги і як наслідок – у підвищенні іміджу готелю, розширенні активного туристичного сезону, у піднятті престижності професій сфери гостинності, чого досягають професійною, інтелектуальною, ефективною працею тураніматорів.

Туристична готельна анімація – один з рятівних засобів при несприятливих погодних умовах, затримках транспорту чи при інших можливих несприятливих ситуаціях.

Державний і соціальний ефект від туранімації в туристичній діяльності у прямому і опосередкованому вигляді виражається у сотнях мільйонів доларів на рік і визначається ступенем оздоровлення нації у результаті ефективного відпочинку, що складається з таких факторів:

економія робочого часу і зменшення витрат на лікарняне обслуговування, відвідування поліклінік, за рахунок скорочення часу перебування у лікарнях;

скорочення часової непрацездатності за рахунок профілактики захворюваності;

зростання обсягів виробництва і національного доходу за рахунок збільшення продуктивності праці і зниження рівня смертності населення в працездатному віці.

2.5. Основні функції туранімації: адаптаційна, компенсаційна, стабілізуюча, оздоровча, інформаційна, освітня, вдосконалююча, рекламна.

З трьох головних рекреаційних функцій (лікувальної, оздоровчої і пізнавальної) туристична анімація покликана виконувати напряму дві функції – спортивно-оздоровчу і пізнавальну. Непрямим чином, опосередковано за відповідних умов виконується і лікувальна функція.

Поняття анімації має латинське походження (anima – вітер, повітря, душа; animatus – одухотворення) і означає одухотворення, стимулювання життєвих сил, залучення до активності. Анімація – це своєрідна послуга, що має на меті підвищення якості обслуговування, і однозначно – це своєрідна форма реклами, повторного залучення людей, гостей і їх знайомих, що також має на меті просування туристичного продукту на ринку для підвищення прибутковості турбізнесу.

Готельна анімація є одним з ефективних засобів залучення гостей у готель. Вона впливає і на позитивну оцінку роботи засобу розміщення загалом. Це своєрідні додаткові послуги клієнту, метою яких є пробудження у ньому позитивних емоцій, відчуття задоволення від відпочинку і бажання приїхати у цей готель ще раз.

Туристична анімація – це туристична послуга, під час реалізації якої туриста залучають до активної діяльності. Вона заснована на особистому контакті аніматора з туристами, на їх спільній участі у розвагах, які складають анімаційну програму туристичного комплексу. Це різновид туристичної діяльності, що здійснюється в туркомплексі, готелі, круїзному судні, поїзді, що залучає туристів у різноманітні заходи через участь у спеціально розроблених програмах дозвілля. Туристична анімація – це найважливіша частина сукупної діяльності на туристичному підприємстві, вираз, втілення високого рівня її професіоналізму, важлива складова частина турпродукту. Тому, як і будь-яка інша діяльність на туристському підприємстві, анімація має бути чітко спланованою, регламентованою, організаційно керованою і забезпеченою матеріальними, фінансовими і кадровими ресурсами.

Кінцевою метою туристичної анімації є задоволення туриста відпочинком – його хороший настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. У цьому полягають головні рекреаційні функції туристичної анімації.

Таким чином, значення туранімації полягає у підвищенні якості, різноманітності і привабливості тур продукту; збільшенні кількості постійних клієнтів і попиту на тур продукт; підвищенні навантаження на матеріальну базу тур підприємства, а, як наслідок, і у підвищенні ефективності його використання, рентабельності і прибутковості тур діяльності.

Анімація у туризмі розглядається як діяльність з розроблення і надання спеціальних програм проведення вільного часу. Анімаційні програми включають спортивні ігри і змагання, танцювальні вечори, карнавали, ігри, хобі, заняття, що входять у сферу духовних інтересів. Отже, тураніматор – це спеціаліст, що займається розробленням і реалізацією індивідуальних і колективних програм.

Анімаційна програма – це об'єднаний загальною метою і задумом план проведення туристичних, фізкультурно-оздоровчих, культурно-масових, пізнавальних занять.

Крім поняття анімаційна програма часто використовують анімаційний захід, котре є складовою частиною анімаційної програми. Наприклад, якщо ми складаємо анімаційну програму на день, то вона складатиметься з кількох анімаційних заходів: спортивні змагання, вечірня розважальна програма, ігри на пляжі тощо.

Процес сприйняття запропонованих анімаційних програм залежить від багатьох факторів: від учасників чи глядачів, рівень освіченості, стать, етнічна приналежність, настрої на момент реалізації програми. Саме тому важливо диференціювати споживачів таких послуг, мати наготові кілька різних програм чи заходів, щоб задовольнити різні смаки.

Реалізацію анімаційної програми потрібно правильно організувати (забезпечити оптимальну взаємодію всієї анімаційної команди).

Кожен тураніматор має власне поле діяльності:

1. Організатор спортивно-оздоровчої діяльності відповідає за ранкову гімнастику, аеробіку, заняття у басейні і на морі, рухливі ігри, спортивні змагання і свята.
2. Організатор розважальних програм займається розробкою сценаріїв, підготовкою і проведенням різноманітних культурно-розважальних заходів.
3. Організатор роботи з дітьми займається дитячими заходами.
4. Організатор туристсько-екскурсійної роботи комплектує групи для екскурсій, підбирає екскурсіводів.
5. Менеджер анімаційної служби організує і координує роботу всіх відділів.

Деколи до обов'язків менеджера належить також вирішення комерційних питань, питань організації рекламної кампанії, що відображається на якості роботи.

У практиці анімаційної справи для цільового, спрямованого проектування, конструювання анімаційних програм можна назвати такі функції туристичної анімації:

адаптаційна, що дозволяє перейти від щоденної ситуації, оточення до вільної, відпочинкової;

компенсаційна, що звільнює людину, клієнта від фізичної і психологічної втоми щоденного життя;

стабілізуючу, що створює позитивні емоції і стимулює психологічну стабільність;

оздоровчу, спрямовану на відновлення і розвиток фізичних сил людини, послаблених в повсякденному трудовому житті;

інформаційну, що дозволяє отримати нову інформацію про країну, регіон перебування, людей тощо;

освітню, що дозволяє набути і закріпити у результаті яскравих вражень нові знання про оточуючий світ;

вдосконалюючу, що дає людині можливість інтелектуально і фізично вдосконалюватися;

рекламну, що дає можливість через анімаційні програми зробити туриста носієм реклами про країну, регіон, туркомплекс, готель, турфірму.

Таке різноманіття функцій туристичної анімації обумовило і багатоманітність видів анімаційної діяльності, а також значну різноманітність анімаційних програм і заходів.

ТЕМА 3. . ІСТОРІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЛЯ

3.1. Анімаційні форми дозвілля Стародавньої Греції

3.2. Дозвіллєва культура Стародавнього Риму

3.3. Анімаційні форми дозвілля Середньовіччя та епохи Ренесансу

3.4. Святкова культура українців

3.1. Анімаційні форми дозвілля Стародавньої Греції

На відміну від сучасної людини, якій не важко відокремити свій вільний час від робочого, первісні люди сприймали життя як єдиний безперервний процес виживання свого роду і племені у ворожому і багато в чому незрозумілому світі. Тому дозвілля первісної людини якоюсь мірою теж слугувало меті виживання в широкому сенсі цього слова.

Головною складовою цього процесу були ритуальні дієства, пов'язані з віруваннями і фантастичними уявленнями первісної людини. Ці дієства були спрямовані на досягнення такого психологічного стану, при якому людина забувала б про страх перед оточуючим її світом і заручалася б підтримкою духів, які б або захищали її від природної стихії і ворогів, або ж допомагали добувати їжу.

Подібні ритуально-обрядові дієства були анімаційними за своєю сутністю, оскільки вони збуджували уяву, піднімали життєвий тонус, зміцнювали впевненість у завтрашньому дні, згуртовували плем'я або рід, надихали його.

А люди, які організовували і проводили ці ритуали й обряди (шамани, жерці), володіли здібностями і навичками сучасного аніматора і рекреатора: комунікабельністю; умінням, зацікавивши, повести за собою; ораторськими і музичними здібностями (ритуально-обрядові дієства супроводжувалися музикою і танцями). Часто шамани володіли мистецтвом навіювання (гіпнозу).

У подальшому подібні ритуали та обряди стають образно-видовищною частиною великих релігійних і побутових свят. Важливим етапом становлення анімаційних форм відпочинку став період розквіту давньогрецької культури. Стародавні греки розуміли важливість змістовного, різноманітного дозвілля і говорили: "Ми започаткували багато різноманітних розваг для відпочинку душі від трудів та турбот. Із року в рік у нас повторюються ігри й святковості. Благопристойність домашньої обстановки дає насолоду і допомагає розсіяти турботи повсякденного життя".

Анімаційні форми дозвілля давніх греків базувалися на „триєдиній хореї” – своєрідному синтезі музики, співу і танців. Уже в прадавній міфології: божественний Аполлон Музагет, покровитель муз, надихав як поетів, так і музикантів, співаків, танцюристів.

Греки любили змагатися не лише у музиці, співах і танцях, але й у театральних виставах і, звичайно ж, у спорті. Все дозвілля греків було проникнуте духом агоністики (agon – боротьба, змагання).

Греки намагалися зробити будь-які змагання видовищними і привабливими для великої кількості глядачів. Для цього будувалися спеціальні приміщення і облаштовувалася прилегла територія. Так, у 325 р. до н. е. відкривається

грандіозний (100 м у ширину, 30 м у висоту, з 78 сходинками-рядами) театр Діоніса у Афінах. Театр будувався 100 років і вмщував набагато більше запланованих сімнадцяти тисяч глядачів. Цей театр став першою театральною спорудою такого масштабу у світі. Будувалися також і криті приміщення для поетичних і музичних змагань – Одеони (до 6 тис. гляд.).

Вистави в театрах відбувалися у формі агоні під час свят на честь бога вина і виноробства Діоніса. Двічі на рік у Великі Діонісії і Лінеї на суд журі з жерців храму Діоніса і глядачів представлялися вистави у жанрах комедії, трагедії і сатирикової драми. Переможці театральних агоній отримували скромні нагороди.

Не менш видовищними були спортивні змагання. Греки любили спорт і присвячували багато часу фізичній культурі. Будувалися спортивні майданчики, стадіони і спеціальні простори приміщення для спортивних змагань – палестри. Згодом палестри увійшли до складу гімнасій – багатофункціональних закладів, де займалися не лише спортом, але й науками. Тут були приміщення для ігор молоді, для гімнастичних і силових вправ, для боротьби і кулачного бою. Були при палестрах і кімнати відпочинку – ескедри – з лавами і столами. Крім фізичного перепочинку в ескедрах спортсмени, і не тільки, могли стати свідками виступів і дискусій філософів і риторів. При гімнасіях будували також майданчики для гри у м'яч – сферістеріони, для бігу – дроми. Дбали давньогрецькі архітектори і про гігієну спортсменів – так виникли лазні з гарячою і холодною водою і навіть з парними.

Апогеєм спортивного життя еллінів стали Олімпіади – найбільше і найвидовищніше свято стародавнього світу. Воно влаштовувалося на честь батька олімпійських богів – Зевса і відбувалося в Олімпії, у священному гаю Зевса Олімпійського, на площі у 3,5 га. На цій території, огороженій стіною (спочатку Олімпіади були суто елітарними заходами), розташовувалися храми богів, адміністративні споруди, гімнасії, лазні, басейни.

Найбільш видовищними видами програми Олімпійських ігор були біг на 200 і 500 м, боротьба, кулачний бій (з 688 р. до н. е.). З 696 р. до н. е. в програму Олімпіад було включено перегони на колісницях, які дуже швидко стали надзвичайно популярними у Греції. Ще однією анімаційною формою дозвілля давніх греків можна вважати гру. В аристократичній атмосфері олімпійського спорту ігри виділялися демократичним духом. Для гри у м'яч не потрібно було жодних пристроїв, обладнання, спорядження, крім м'ячів. Тому ігри у м'яч були доступні всім – і старим, і молодим. Проте, у м'яч грали під керівництвом тренера-сферистика, дотримуючись певних правил. М'ячі вже тоді робили зі шкіри і наповнювали або повітрям (такими частіше грали діти) або піском. Найдавніші описи гри у м'яч ми знаходимо у Гомера в „Одіссей”.

Крім спорту греки присвячували свій вільний час і таким світським розвагам, як сімпосіони (побутові або професійні бенкети). Якщо на сімпосіон збиралися люди, схильні до інтелектуальних занять, то вони вели бесіди на філософські, літературні, життєві теми. На подібні застілля запрошувались поети, філософи, музиканти, танцівниці, міми. У програму сімпосіонів входили різноманітні ігри. Греки любили настільні ігри, особливо гру в „кості”. Розповсюдженою в Греції

була і гра, подібна до сучасних шашок або шахів – петейя. У неї грали ще герої Гомера.

Популярними на сімпосіонах були й ігри з вином. Однією з найбільш розповсюджених була гра „коттаб”, яка вимагала від гравців певним чином вилити залишки вина з келиха.

Серед азартних ігор популярністю користувалися бійки півнів.

Надзвичайно насиченим і різноманітним в Аттиці було святкове життя. Анімаційні форми святкування мали майже всі свята, але особливо жваво і різноманітно відзначалися свята на честь богів – Діоніса, Афіни, Аполлона, Зевса, Деметри, Крона, Артеміди, Афродіти та ін.

До циклу Діонісійських свят, крім згаданих вище Великих Діонісій (березень) і Ліней (січень), належали ще й Малі (або Сільські) Діонісії (грудень), Антестерії (лютий), Осхофорії (жовтень). Кожне з цих свят було пов'язане з певним етапом річного циклу вирощування винограду або виготовлення вина. Загальною рисою святковостей були вшанування богів, жертвопіднесення, святкові процесії, виступи акторів, народні ігри.

Крім свят на честь окремих богів у Греції відмічали і державні свята. Вони присвячувалися великим перемогам греків над зовнішніми ворогами. Елевтерії, наприклад, влаштовувалися на честь перемоги над персами при Платеях у 479 р. до н. е., Марафонії – на честь перемоги при Марафоні (490 р. до н. е.).

Святкова культура Стародавньої Греції стала своєрідним фундаментом для розвитку усєї традиційної культури Європи. У цій культурі яскраво прослідковується анімаційний аспект, коли у процес святкування втягується велика кількість людей, коли відсутні відсторонені споглядальники, натомість всі є активними учасниками дійства.

Театр, спортивні видовища та ігри, триєдина хорея (музика, співи, танці), своєрідна застільна культура, різного роду святковості – усі ці форми дозвілєвої діяльності отримали подальший розвиток у культурах інших країн та епох. Багато з них дійшли до сьогодення, а такі, наприклад, як діонісійські свята, танці “сиртакі”, театральні вистави використовуються у туристичному бізнесі сучасної Греції

3.2. Дозвілєва культура Стародавнього Риму

Давньогрецька культура суттєво вплинула і на дозвілєву культуру Стародавнього Риму. Щоправда, у Стародавньому Римі вже не існувало триєдиної хореї, багато розваг були запозичені не лише з Греції, а й з інших країн Сходу і Заходу. Як наслідок спостерігається певна вторинність дозвілєвої культури римлян, хоча з'являються і нові форми дозвілля, які, втім, носять жорсткий, а інколи жорстокий характер.

Це стосується, в першу чергу, таких видовищ як цькування тварин, гладіаторські бої, ярмарки потвор (людей і тварин з фізичними вадами). Традиція публічних бійок до смерті виникла під час ритуалів поховань заслужених воїнів. Їх родичі біля поховання змушували битися рабів. Можна припустити, що таким чином приносилася жертва на честь померлого. Ці бійки сподобалися глядачам. З часом вони стали видовищем для розваг, що вимагало спеціальних майданчиків і споруд, які згодом почали називатися цирками. Деякі дослідники вважають, що

гладіаторські бої або циркові ігри (Луди Цирциенсес) виникли в останні роки існування Республіки з метою відродження і зміцнення в римлянах войовничого духу. Ці ігри дали поштовх виникненню професії „гладіатор”. Гладіатори вчилися публічно вбивати собі подібних у спеціальних школах. Цікаво, що в цих школах, серед інших дисциплін, викладали риторичку. Досить часто гладіатор, виходячи на арену цирку чи амфітеатру, звертався з короткою промовою до глядачів, закликаючи їх підтримати саме його. Інколи ораторські здібності гладіатора врятовували йому життя в момент, коли він отримував поранення. Якщо під час промови боєць встигав сподобатися публіці – вона його милувала, якщо ж ні – опускала великі пальці рук донизу, що означало – смерть. Для урізноманітнення і без того жорстокого видовища до бійок між гладіаторами додаються цькування хижих тварин, як одна на одну, так і хижаків на людей. Так, Діон Кассій стверджував, що 9000 диких хижаків були вбиті за 100 днів свята на честь найбільшого цирку світу – Колізею (перша назва „Амфітеатр Флавія”). Колізей збудовано усього за 8 років (72-80 р. нової ери) за часи імператора Віспасіана і його сина Тіта. Його розміри вражали: 187 м довжина, 155 м ширина.

У хорошу погоду Колізей не був накритий, але на випадок дощу, літньої спеки його накривали величезним тентом, що натягувався двома командами моряків. Ці ж моряки брали участь у морських баталіях, які влаштовувалися на заповненій водою арені після гладіаторських боїв.

Римський Колізей разом з театром Діоніса у Афінах стали найбільшими видовищними закладами Стародавнього Світу.

Іншим анімаційним заходом, що відбувався у спеціально збудованих цирках, були перегони на колісницях. Для римлян ці видовища були азартними, оскільки робилися ставки на переможця. В перегонах брали участь представники еліти і навіть імператори. Емоції під час перегонів досягали апогею, коли змагалися представники різних країн, що входили до складу Римської імперії.

Розваги, що відбувалися в цирках і амфітеатрах, не обмежувалися бійками і перегонами. Тут відбувалися театральні виступи акробатів, еквілібристів, жонглерів, коміків, дресирувальників.

Давні римляни жили за лозунгом: „Хліба і видовищ”. Видовищ у Римі було вдосталь. Публіка мала можливість обирати. Часто-густо вибір більшості з римлян падав на легкі для сприйняття або на жорстокі видовища.

Римська імперія мала величезні розміри, тому багатьом чиновникам, воїнам, купцям доводилося багато їздити у справах. Внаслідок цього для їх розміщення стала складатися доволі розгалужена мережа заїжджих дворів, таверн, „питних” закладів, яких у Римі було вдосталь. Вони поділялися на заклади нижчого і вищого рангу. Утримували подібні осередки дозвілля вільновідпущені раби, які завдяки цьому інколи наживали чимале багатство.

Римляни в своєму дозвіллевому арсеналі мали велику кількість ігор. Особливо їм подобались азартні ігри. У тавернах існували спеціальні кімнати для гри в „кості”. Азартні ігри, в принципі, були заборонені протягом усього року, за винятком свята Сатурналій.

Були ігри на увагу, на реакцію, на удачу. Популярною була гра „Дванадцять ліній”. Вона нагадує сучасну гру „Хрестики-нолики”. Знали римляни і гру, схожу на шашки чи шахи. Грали і в рухливі, спортивні ігри.

Крім ігор, улюбленими видами відпочинку римлян були полювання, бенкети, купання в термах.

Існуючий спектр дозвіллевих форм дозволяв римлянам обирати будь-яку – в залежності від віку, освіти, потреб.

Давньоримська дозвіллева культура характеризується і великою кількістю свят. Свята поділялися на загальнодержавні та свята нижчого рангу, офіційні та побутові, сільські та міські, постійні або разові, свята окремих божеств і професій. До програм свят додавалися суто видовищні, розважальні дійства.

Найрозкутішими серед землеробських свят були Сатурналії – грудневе свято на честь бога землеробства Сатурна. У 497 р. до н. е. біля підніжжя Капітолійського пагорбу було збудовано храм Сатурна. Він і став епіцентром 5-денного святкування з процесіями ряджених, веселощами, забавами, сміхом. З 217 р. до н. е. під час свята почали влаштовувати масову, безкоштовну „божу трапезу” для всіх бажуючих. Сатурналії стали святом вседозволеності, коли всі ставали рівними, коли відмінялась будь-яка ієрархія. Більше того, під час „божого трапези” раби бенкетували, а господарі їм прислужували. Відбувався масовий обмін подарунками – під час „гостювання” чи просто на вулицях міста. У театрах виконувались сатури (сатиричні сцени), які збирали величезну кількість глядачів. Вважається, що саме Сатурналії стали передвісниками карнавалу.

Під час імперії дуже популярними у Римі були військові свята на честь бога Марса (Армілустрії, Тубілустрії, Еквіррії, Севіральські ігри). Головним дійством під час цих свят були різноманітні паради військ – піших і кінних, у повному або частковому спорядженні, денні або нічні зі смолоскипами, на вулицях міст чи в цирках.

Отже, різноманітність і різнобарвність анімаційних форм дозвілля в Римі надавали його мешканцям можливість у будь-який спосіб відновлювати свої духовні і фізичні сили, хоча б тимчасово отримувати задоволення від життя.

3.3. Анімаційні форми дозвілля Середньовіччя та епохи Ренесансу

Дозвілля Середньовіччя базувалося, переважно, на святковій культурі народів Європи.

На протязі усієї історії людства роль свят була величезною.

Перед обличчям усіляких негараздів і лихоліть, жорстокої боротьби за існування середньовічна людина знаходила забуття і перепочинок у святковостях і веселощах. Одноманітність повсякденності, буденні турботи і серйозні проблеми – все це забувалось в атмосфері безкорисливої та п’янкої радості. Свято знімало внутрішню напругу, переносило людину в інший, безпроблемний світ.

У людях вирувало бажання жити. У найрелігійнішу з епох, коли життя сприймалося як небезпечний процес з нещастями, насильством і стихійними лихами, людина не могла задовольнитися лише безтілесною любов’ю до бога. І якщо її глибоко хвилювала велич церковної літургії, високе достоїнство церемонії, урочистість церковних співів і звуків органу, яскравість риз, сяйво дорогоцінної

утварі та аромат ладану, – то і мирські свята з їх багатоголоссям, різнобарвністю і розкутістю не залишали байдужими.

Традиційними у Середні віки були протонародні сільські святковості, джерела яких губилися в сивій давнині. Кожне нове покоління сприймало їх як невід’ємну частину успадкованого від пращурів побуту. Свята допомагали людині орієнтуватися в часі, яке в середньовічному суспільстві регулювалось як природними аграрними циклами, так і церковним календарем.

Крім карнавалів з їх багатоденними і складними площовими і вуличними діями й ходами, справлялись особливі „свята дурнів” або „свята віслюків”, тобто, існував особливий, освячений традицією вільний „великодній сміх”. Більше того, майже кожне церковне свято мало свій, теж освячений традицією, народно-площовий сміховий бік. Такими були, наприклад, так звані “храмові свята”, які супроводжувались ярмарками з їх багатою і різноманітною системою ігрових веселощів за участю велетнів, карликів, виродків, „вчених” звірів

Основною обрядово-видовищною формою народної культури Середньовіччя був карнавал. За своїм наочним, конкретно-чуттєвим характером і за наявністю в ньому сильного ігрового елемента, карнавал близький до художньо-образних навіть театральних-видовищних форм.

Карнавал не споглядали – у ньому жили, тому що за своєю ідеєю він був всенародним. Ідея карнавалу найвиразніше виявлялася у римських Сатурналіях, які замислювались як реальне і повне (але тимчасове) повернення в золотий Сатурновий вік.

Для народно-сміхової культури Середньовіччя важливими носіями карнавальної філософії були блазні і дурні. Вони були головними сатириками, викривальниками недоліків існуючого стану речей.

Ще одна важлива особливість карнавалу – це відміна ієрархічних відносин. На час карнавалу усі ставали рівними між собою і рівними перед блазневими королем і королевою карнавалу. Люди в умовах карнавалу висміювали не лише владу і церкву, але й самих себе.

Найбільшими карнавалами Європи були Венеціанський, Римський, Валенсійський, Авіньйонський, Ліонський, карнавали Кьольна і Нюрнберга.

Кожен карнавал поряд із загальноприйнятими мав і притаманні лише йому риси і форми. Так, Венеціанський карнавал носив яскраво виражене маскарadne забарвлення. Його учасники не лише перевдягалися у спеціальні костюми, а й ховали свої обличчя під маскою. Маска уособлювала в собі радість змін і перевтілень, відміну ієрархій і будь-яких норм і заборон. Найяскравішими діями Римського карнавалу були битви з використанням конфетті, диспути між маскарadними героями і „свічкові ходи”. Ліонський карнавал об’єднувався навколо веселого ненажерливого страховиська, яке намагалося все і всіх з’їсти.

Крім карнавалів існувало багато свят, які носили нібито релігійний характер, а насправді відображували той же сміховий, гротесковий позацерковний прояв життя. Так, осінні свята на честь покровителів виноробства Святих Мартіна і Михайла носили яскраво виражене вакхічне забарвлення.

Під час святкування дня Святого Лазаря у Марселі орієнтувалися на цикл легенд про пекло, що повинно було застерігати від гріховного життя. Але крім

церковної процесії з домашніми тваринами – кіньми, мулами, коровами, биками – проходила й інша, суто карнавальна процесія, що закінчувалася масовими веселощами і “великими танцями” на центральній площі міста. У цій ситуації будь-які застереження забувалися.

Свято Тіла Господня теж носило напівцерковний- напівкарнавальний характер. В одній процесії йшли як священослужителі з причастям, так і карнавальні герої: чудовиська, вавілонська блудниця, велетні, маври, негри, молодь з чуттєвими танцями. У кінці процесії рухались розмальовані вози з мандруючими акторами.

Найрозкутіші свята дурнів і віслюків теж мали подвійний стандарт. Свята дурнів справлялися у день Святого Стефана, на новий рік, у день невинних немовлят, Богоявлення, але були суто сміховими, народними святами вседозволеності. Свято віслюка відмічали на честь біблейської події – утікання Марії з немовлям Ісусом в Єгипет. Щоправда, мало воно яскраво виражений матеріально-тілесний характер. Єдиним, що його поєднувало з релігією, була так звана „меса віслюка”, що проходила у церкві. Але й вона була сміховою і за змістом, і за формою.

На яскраві свята Середньовіччя часто-густо перетворювалися і ярмарки. Такими були ярмарки в Ніорі, в Апрасі, в Нюрберзі та в багатьох інших містах Європи. На ярмарках люди не лише торгували, а й розважалися. Ярмаркова площа, особливо у вечірні години, ставала ігровим і сценічним майданчиком.

Постійними носіями святкового начала в середньовічному суспільстві були професійні розважальники (аніматори) – *мандруючі актори*. Людей цього ремесла в письмових пам’ятках називали по-різному. Церковні автори застосовували традиційні давньоримські імена: мім (mimus), пантомім (pantomimus), гістріон (histrion). Загальноприйнятий латинський термін – йокулятор (joculator – жартівник, забавник, балагур). У народі їх називали танцівниками, блазнями, музикантами. Останніх розрізняли за родами інструментів – гітаристи, волинщики, віолісти, лютнярі, цимбалісти (symbalista) та ін. Розповсюдження отримала французька назва жонглер (jongler); в Іспанії їй відповідала назва хуглар; в Німеччині – шпільман, на Русі – скоморох, у Сербії – іграв, у Чехії – герец.

Мандрівними акторами також були ваганти (школярі), менестрелі (співаки і музиканти), трубадури (провансальські поети-співці), трувери (поети-співці Північної Франції), міннезінгери (поети-співці Німеччини). Всіх їх можна назвати аніматорами дозвілля Середньовіччя. Діяльність представників саме цих професій створила фундамент для появи сучасних розважальників – аніматорів дозвілля.

Творчість жонглерів розквітла в XI-XII ст. разом з розвитком міської і придворної культури. XIII-XV ст. – золотий вік жонглерії. У великих містах жонглери об’єднувалися в корпорації зі своїми статутами. У Парижі та Кьольні на „вулицях жонглерів” і „вулицях музикантів” мешкали „комедіанти”, „фідельщики”, „скрипалі”. Розкішні святковості вимагали великої кількості „веселих людей” і розмаїття розваг, забав і видовищ.

Зазвичай жонглери були універсальними акторами. В ідеальному варіанті вони уособлювали в собі поета-співака, розмовника, міма, акробата, танцюриста, музиканта, дресирувальника, фокусника, лялькаря. Артист

мандруючого театру не знав обмежень у засобах виразності. Він міг ковтати вогонь, імітувати голоси тварин і співи птахів. Він уособлював синтез видовищних мистецтв і задовольняв усі бажання святкуючого люду.

Стилю середньовічного життя відповідала пристрась до різноманітних рухливих ігор як просто неба, так і під дахом. Ці веселощі були пов'язані з святковою площовою атмосферою, приносили радість учасникам і часто не потребували глядачів. „Людина, що грає”, намагалась виявити усі сторони своєї натури: силу і витривалість, швидкість реакції і кмітливість, винахідливість і багатство фантазії. Ярмарково-балаганні розваги простого люду мали багато спільного із забавками при феодальних дворах. Разом з тим ігри сприймалися як життя в мініатюрі (шахові битви асоціювались зі справжніми), відображали практичні заняття суспільства: так, військовий спорт і турніри притаманні рицарському побуту. Ігри Середньовіччя не лише мали об'єднуючу і тренувальну роль, але й зберігали світоглядне значення: „В образах гри бачили стислу, універсальну формулу життя та історичного процесу: щастя – нещастя, підвищення – падіння, надбання – втрата, увінчання – розвінчання... Це стосується не лише карт, кісток і шахів, але й інших ігор, у тому числі спортивних (гра в кеглі, гра в м'яч) і дитячих ігор”.

За даними художника Брейгеля Старшого, у період пізнього Середньовіччя існувало 80 дитячих ігор. Багато розваг дорослих наближались до дитячих забав. Франсуа Рабле наводить 217 карточних, кімнатних, настільних ігор та ігор на повітрі.

Серед конкурсно-ігрових дійств Середньовіччя можна виділити змагання в силі і спритності (боротьба, перетягування, кидання каміння, ходулі, гойдалки, балансування та ін.); змагання у влучності (стрільба з луку, гра „страпа півня”); військові ігри (квінтана (мішень), поєдинки, турніри); ігри з м'ячем і кульками (нелота (лапта), „хокей”, кидання дерев'яних куль, кеглі, волан, кидання кілець, кубарі та ін.).

Серед молоді були популярні піжмурки або „жучок” (відгадати, хто вдарив з-за спини).

Однією з наймодніших куртуазних розваг у XIII-XIV ст. була гра „Жаба посередині”. Головний персонаж – „жаба” – сідає, схрестивши ноги, на землю і намагається ввіймати когось з гравців, які стрибають навколо, штовхають „жабу”, смикають її за волосся.

Розповсюдженими майже по всій Європі були бійки півнів, а в країні басків, Тіролі і Вірменії – ще й бійки баранів.

Взимку, коли замерзали водоймища, любили змагатися на ковзанах і санках, застосовуючи навіть парус.

Найпопулярнішими розвагами еліти були полювання і турніри. Рицарські турніри стали ще й масовим видовищем. Для них відводились спеціальні майдани за містом або біля замку.

Дослідник К. Іванов вважає, що турнірами називали лише масові змагання. Турнір складався із багатьох поєдинків, що відбувалися одночасно і в одному місці. Коли ж з'ясовували відносини лише двоє рицарів – це дійство називалось поєдинком.

Турніри виникли у Франції на початку XI ст., а потім розповсюдились на всі західноєвропейські країни.

Рицарі, які з'їжджалися на турнір з усіх усюд, розташовувалися в заїжджих дворах міст, у приватних помешканнях. Якщо ж у провінційному місті не вистачало місця для ночівлі, неподалік від турнірного поля ставилися намети.

До місця події підтягувалися різного роду ремісники, а також розважальники – жонглери і блазні.

Турнірне поле являло собою великий подовжений майдан, з одного боку якого влаштовувались трибуни для дам, почесних глядачів і суддів, а також естрад для музикантів. З іншого боку майдану ставилися огорожі, за якими збиралися всі інші глядачі. Усі околиці турнірного поля пістрявіли гербами, що свідчили про давність того чи іншого рицарського роду.

Церква намагалася боротися з турнірами. Папські булли загрожували відлученням від церкви учасникам турнірів, лякали позбавленням християнського поховання „тих, хто буде вбитий на них”.

Але ніщо не могло втримати справжніх рицарів від бажання продемонструвати усім, і в першу чергу прекрасним дамам, свою силу, сміливість і завзяття. Турніри стали невід'ємною частиною дозвілєвої культури Середньовіччя.

Незважаючи на зусилля церкви і на жорстокість інквізиції, Середні віки увійшли в історію дозвілля як епоха світлої поезії трубадурів і міннезингерів, гротескових вистав жонглерів і менестрелів, яскравих карнавальних дійств і мужніх рицарських поєдинків.

Більшість вулично-площових форм середньовічного дозвілля і тепер використовуються в культурно-дозвілєвій діяльності в європейських країнах, а такі форми як карнавали, ярмарки, рицарські турніри стали невід'ємною частиною туристичного бізнесу та індустрії розваг.

3.4. Святкова культура українців

Дозвілєва культура українців сягає своїми коренями в сиву давнину. Археологічні знахідки, свідчення чужоземних істориків, починаючи від Геродота (V ст. до н. е.) і закінчуючи готськими і арабськими дослідниками, доводять, що і в дохристиянську добу на території сучасної України кипіло життя. Слов'янські народи вже тоді мали історичні риси, притаманні українцям і нині – працьовитість, гостинність, чесність, добропорядність, співчутливість, єдність і святість родини, пошана до померлих.

Своєрідність вірувань давніх слов'ян, максимальна наближеність їх життя до природи сформували ранню культуру українців, суттєве місце в якій займали родинні, громадські свята, звичаї, ритуальні дійства. Кожна дія, кожний народний твір, такий як колядки, щедрівки, побажання, гаївки, купальські пісні та звичаї, Андрія-Калити, зажинкові, обжинкові пісні – колись були молитовними, магічними діями і словами, що хоча б частково розкривають душу, почуття, вірування, бажання, прагнення та ідеали наших пращурів.

Найбільшим, найголовнішим святом давніх українців було свято Корочуна, одне з циклу зимових свят – брумалій. Назва “Корочун” тлумачиться по-різному:

як свято дня, що з цього моменту починає збільшуватись (відповідно – ніч скорочується), як назва сонячних променів, що входять з цього часу під земну кору... Але етимологія слова Корочун достеменно не відома. А самі свята могли прийти з Азії через Грецію та Рим в Європу. Тут вони змішалися з культурами європейських народів і стали цілком самостійними явищами цих культур.

Українське свято Корочуна має анімістичне забарвлення, тобто базується на впевненості людей в тому, що вся природа, жива й нежива, має душу, і що людина своїми діями може впливати на природні та надприродні сили. Це свято – народження чудодійної енергії, що надає силу природі – рослинам, тваринам, людині, воді і землі. Хоч свято і зимове, воно орієнтується на хліборобську весну і стає в ті далекі часи імпульсом надихання людини, надією і вірою у щасливий рік урожаю, приплоду худоби, добробуту, здоров'я та радісного життя господаря. Саме тоді, під час цього свята почали співати колядки й щедрівки, посівати й посипати, використовуючи при цьому природний реквізит – зерно, “березу”, сіно (Дідуха). Ці ритуали, святкові дії носили яскраво виражене анімаційне забарвлення. Вони й одухотворювали, вони й розважали, залучаючи до цього процесу усіх присутніх. Пасивних споглядальників у цьому святі не було. Всі виконували свої ролі.

З приходом на Русь християнства традиційні зимові святковості набувають інших рис, освячених новою релігією. Церква намагалася боротися з проявами язичницької культури, але марно. Те, що формувалося віками, що вийшло з глибини народної мудрості і віри, що стало частиною людської душі, не можна знищити або заборонити. Багато обрядів, ритуалів звичаїв з Корочуна перейшли в найбільше християнське свято – Різдво. З плином часу Різдво набуває нових рис. У ньому, поряд з народними, доісторичними діями з'являються і нові – суто християнські обряди, ритуали, видовища.

Одним з таких видовищ став Вертеп – лялькова вистава, що розігрується у великому дерев'яному двоповерховому коробі. Вертеп прийшов в Україну з Європи, але тут набув нових оригінальних рис. Інколи вертепом називали живі костюмовані сценки, здебільшого побутової тематики, що розігрувалися селянами під час “ходіння зі звіздою”, “водіння кози”.

Ці звичаї, а також середньовічні містерії породили вертеп у тому вигляді, в якому він дійшов дотепер. Кожен з двох поверхів (сцен) вертепу виконував свої функції. На верхньому “Віфлеємі” відбувалися вистави на біблійську тематику “про народження Христа”. Цей сюжет з віками майже не змінювався. Постійних змін сюжету зазнавали сцени, що розігрувалися на нижньому поверсі. Це був своєрідний театр гумору й сатири, що відтворював життя простого люду. І персонажі цих вистав могли змінюватись: дід, селянин, баба, циган, жид, лях, венгер, запорожець, купець, шинкар тощо.

Поряд з живим театром “водіння кози”, ляльковий вертепний театр дає поштовх для розвитку народного українського театру, на базі якого пізніше з'являється професійний театр.

Найбільшим весняним святом у давніх слов'ян був Великий день, пізніше Великдень. Ця назва залишилася і після прийняття християнства і перейшла до

християнського свята – Воскресіння Христового. Але головне, що збереглися традиції, обряди, ритуали, започатковані під час Великодня. В уяві наших пращурів це свято, точніше, цикл весняних свят, розглядаються як повна перемога весни-літа над зимою (у ті часи розрізняли лише літо й зиму) або життя над смертю. Великий день вважався найбільшим днем у році (весняним рівноденням), “коли й сонце не заходило”. У цей день усе живе й неживе оживає. Живуть земля, вода, повітря, живуть покійники, живе небо-сонце. Таке світосприйняття за своєю сутністю – анімаційне. Воно спонукає до оживлення не лише сили природи, але й саму людину. Великий день – це день вселюдської любові, кохання, надії на врожай, день добра, здоров’я, повного радісного й щасливого життя.

У зв’язку з тим, що давні українці мали анімістичний світогляд, глибоко вірили в сили природи, більшість святкових дійств були пов’язані саме з цими віруваннями. Вони проводилися в гаях, лісах, на луках, біля води. Основна роль відводилася молоді. Хлопці й дівчата проводили своєрідні комплексні ігри (хороводи, струмки, танці, співи, ритуальні рухи, поєднані в цілісне дійство). Під час цих святкувань проходив підбір пари.

Під час весняних свят народилася унікальна поетична й музична культура наших пращурів. Найяскравішим проявом цієї культури стали веснянки-гаївки – анімаційні за сутністю, життєстверджуючі за настроєм обрядові пісні. Тематичне розмаїття цих пісень дуже широке – від філософських, магічно-символічних до жартівливо-еротичних. Веснянки-гаївки виконувалися в хороводі, під час ритуальних або ігрових дій.

В умовах сучасної етнічної анімації веснянки-гаївки, виконані в первісному, автентичному стилі могли б привабити велику кількість туристів як з України, так і з-за кордону. У це дійство можна залучити людей, навчаючи їх простим діям і рухам, вводючи їх в ауру справжнього українського свята кохання, природи.

Розпочинався цикл весняних свят Вербною неділею або Верницею. У давнину верба була тотемом східнослов’янських народів, тобто священним деревом, якому поклонялися і поклоняються дотепер. З дохристиянської пори зберігся звичай, коли люди при зустрічі били злегка один одного гілками верби, приказуючи:

“Не я б’ю, верба б’є:
За тиждень Великдень!
Будь здоровий, як вода
Будь багатий, як земля!”

Пізніше з приходом на Київську Русь християнства вербні гілки освячували у церквах, потім клали на ікони, щоб охороняли хату від негараздів.

Тема верби стає основною в українських народних піснях.

Після Вербної неділі йшов Чистий (або Білий) тиждень. Він присвячувався підготовці до Великодня. Серед його ритуалів був і ритуал очищення вогнем. Цей цілком анімаційний захід розпочинався з добування живого вогню за допомогою тертя сухої деревини об деревину. Потім робилися вогнища, які символічно очищували поля, ліси, води й луки – все, чого досягало світло від вогню. Те ж саме відбувалося і в ніч перед Великоднем – хлопці-парубки розкладали вогнище на високому горбку, в лісі або на лузі біля води (а з XVII ст. християнська церква

дозволила розкладати вогнище біля церкви). У давнину цими вогнями вітали прихід Великого дня, посиляли запрошення весняному Сонцю. Крім того ці вогні світили усім душам дідів-прадідів...

У всіх наших святкових звичаях-ритуалах та традиціях, починаючи з Святої Вечері (куті) і закінчуючи Великоднем, використовувалась символіка вогню – праведного сонця. Склався своєрідний культ сонця, символічним проявом якого стали запалені свічки і лампади.

Під час святкувань весняних свят сформувався і яскраво проявлявся ще один важливий елемент української національної культури – гра. Ми вже знаємо, що гра була важливою складовою багатьох культур світу. Ігрова культура українців не поступається європейським за розмаїттям і глибиною ігор, а з точки зору внутрішньої і зовнішньої привабливості та оригінальності випереджає їх. Крім того, наші пращури на відміну від давньогрецьких чи давньоримських були більш гуманні, орієнтовані на життя, на кохання, на природу, а не на війну і смерть. Щоправда, і в нас були парубочі ігри у війну, але вони були скоріше тактичними, пов'язаними з орієнтуванням та маскуванням у лісі, аніж суто бойовими.

Щоправда, в українських селах хлопці могли доводити свою перевагу у грі за допомогою фізичної сили. Але й у цьому випадку боротьба відбувалася голими руками, “на кулачках”. Видатний український етнограф Стефан Килимник дійшов висновку, що більшість ігор, побудованих на боротьбі, кулачних боях, моделюванні елементів військових дій, почали проводитись під час тризн-поминок над покійниками.

Переважає більшість парубочьких ігор була орієнтована на розвиток спритності, координації рухів, кмітливості, витривалості...

Так, гра “У довгу верству”, або “довгу лозу” (у північних слов'ян “чехарда”) передбачала перескакування гуртом парубків один через одного. І цей “стрибаючий ланцюг” міг простягатися інколи до 2-3 км.

Символізм цієї гри полягав у перемозі весни над зимою, де врешті перемагало “здорове літечко”.

Ще одна відома гра, що в радянські часи отримала назву “Вожатий, вожатий”, була відома кілька сторіч і називалась вона “гра у короля”. Крім того, що вона розвивала спритність і фізичну силу, її основною функцією було відпрацювання колективних дій, керованих “королем”. Були й інші силові ігри: “Боротьба на лопатки”, “Боротьба без рук”, “Чий батько дужчий?”, “Боротьба навколішки”, “Боротьба лежачи”.

До рухливих ігор, що проводилися просто неба, належали такі: “Гра у великий дзвін”, “Просо”, “Береза” (наввипередки), “Стукалка” або “Хованка”, “Журавлиний ключ” тощо.

У дівчаток були свої ігри: “Подоляночка”, “Мак”, “Ластівка”. Вони здебільшого копіювали веснянки-гаївки. Хлопчики мали свої, серед яких були не лише рухливі, а й інтелектуальні, наприклад, “Вгадай”.

У молоді були популярними парні ігри: “Струмок”, “Горюдуба”, “Гойдалки”. Майже на всіх святах ставили “стовп” – обструганий, гладенький стовбур дерева заввишки 6-8 м, який закопували в землю, а зверху чіплялися “добро” – вузол чи з горіхами, чи з цукерками, чи з писанками, чи з калачем-паскою... Пізніше почали

чіпляти чоботи чи валянки, а інколи живого півня. Потім парубки визначали черговість спроб і по черзі намагалися дістати добро.

Гра була частиною розважальної програми, що влаштовувалась молоддю на “Вулиці” – літній вечорниці з піснями, танцями, залицаннями...

“Вулиця” брала свій початок саме під час Великодня і закінчувалася восени. Вона стала одним з найяскравіших анімаційних комплексних заходів української дозвіллевої культури. Виглядало це приблизно так: на майдан чи на луг збиралися яскраво одягнені парубки й дівчата з соняшниковим або ж гарбузовим насінням у кишенях. Вони розсідалися чи то на спеціально зроблених лавах, чи на повалених стовбурах дерев. До них могли приєднатися музики: бандуристи, лірники, пізніше – троїсті музики у складі скрипки, бубну, цимбал. Отже, потроху розмови переходили в танці, а танці в пісні. Інколи вони об’єднувались в одне ціле і виходили хороводи або вокально-хореографічні композиції. Все це могло вилитися в еротичні за змістом, але дуже цнотливі за формою ігри. Вважалося дуже нечемним хлопцеві торкатися дівчини, якщо це не передбачено грою або танцем.

Танці на “Вулиці” були досить досконалі, переважно веселі, але були й витончені, ліричні. Серед відомих нам танців можна виділити козачок, шумку, метелицю, гопак, пізніше – польку, валець (вальс).

Дуже важливим надбанням “Вулиці” стала пісенна творчість. Величезна кількість побутових пісень співалася під час цих вечорниць. Стихійно створювалися дівочі й парубочі ансамблі, хори. Між ними влаштовувалися співочі змагання, діалоги, які завершувалися, як правило, миром і загальними, змішаними піснями. Ці багатоголосні хори сільської молоді, хлопців і дівчат – являли собою справжні мистецькі народні “капелі”, що підняли українське народне піснярство на рівень високого мистецтва, цікавого і донині.

Форма “Вулиці” як анімаційного заходу була б дуже доречна і в сучасному сільському або етнографічному туризмі.

Цикл літніх святковостей за глибинною філософією особливо не відрізнявся від зимових і весняних свят – те ж анімістичне забарвлення, ті ж молитовні дії і слова, звернені до сил природи, той же вияв любові до людини, природи, те ж прагнення молоді підібрати відповідну пару. Під час літніх свят відчувається хіба-що більша орієнтація на очікування врожаю, на зростання молодняка-худоби, розмірковування з приводу життя та смерті. Але основною відмінністю літніх свят (особливо Івана Купала) було намагання пізнати себе, знайти свою життєву дорогу.

Під час літніх свят сформувалась низка анімаційних форм дозвіллевої діяльності. Вони мали визначальне значення у святковому житті наших пращурів. Усі свята літнього циклу були анімаційними і за формою, і за змістом. Серед них можна виділити:

1. Зелені свята;
2. Русальний (Зелений) Тиждень;
3. Слов’янський Семик;
4. Свято Ярили;
5. Купало.

В основі зелених свят лежать культ Сонця, культ покійників, культу Дерева і Квітів. У ті давні часи люди вірили в Сонце, Зиму, Весну, Літо, Осінь, Вітер, Грім,

Дерево, Квіти – як у живі істоти, дружні до людини. Принаймні, ці сили можна прихилити до себе, здобути їх ласку – і навпаки, захиститись від зла і негараздів.

Усі анімаційні заходи і дії тою чи іншою мірою відображали чи боротьбу добра і зла, чи торжество перемоги добра, чи сподівання на цю перемогу. Святкові дійства були проникнуті особливою анімістичною символікою. Кожна квіточка чи травинка уособлювала певні функції. Скажімо, полин оберігає від відьом і дідьків; м'ята – символ дитячого здоров'я; папороть – зілля щастя чи долі; любисток – символ любові й злагоди; ласкавці – символ дружби й зближення; калина – образ вірності, невинності, в розлуці – туги; лілея – то дівоча краса, а бузок – емблема втіхи молодого подружнього життя; чебрець – спокій родини та здоров'я дітей і т. ін.

Збирання дівчатами трав і квітів – це ще дохристиянський ритуал, що уособлював надію на краще, красу і злагоду, а також своєрідний “знак долі” (особливо папороть). Зібрані трави й квіти використовували для прикрашання хати, двору, господарських приміщень. Потім промовлялися молитовні слова, які стали лейтмотивом усіх Зелених Свят:

Анімаційне забарвлення мав язичницький ритуал, що припадав на Зелені Свята – Похорони Ярила (Ярило – дохристиянський бог зростання рослинності, сонячного тепла, пристрасті чи парубання).

Етнограф М. Макаров так описав це свято: “...Ярило – древнеруське свято вакханалій, буйств, п'янства, великої розпусти” (М. Макаров, “Преданія”, том І).

Основним героєм свята був хлопець (іноді дід), який уособлював Ярила. У росіян Ярила робили з соломи у вигляді опудала. Поховання чи спалення Ярила ставало своєрідним сигналом до ігрищ.

Дуже видовищним, театралізованим був “Русальний Тиждень”. Він пов'язаний з віруваннями у “Русалок” або “Мавок”. Всі його обряди й ритуали відбувалися на тижні, що йшов відразу після Зеленої Неділі.

Сучасним етноаніматорам бажано вивчати всі ці свята, дійства і застосовувати їх у процесі організації анімаційної діяльності. Образи русалки (або мавки) дуже добре описали у своїх поетичних творах Т. Г. Шевченко та Леся Українка.

Своєрідною кульмінацією літніх анімаційних святковостей давніх українців було свято Купала або Купайла, що з часом, після прийняття християнства, з'єдналося з святом церковним – народженням Іоанна Хрестителя. Саме тому і сьогодні це свято носить подвійну назву – “Івана Купала”.

З самого свого зародження це свято сприймалося нашими пращурами як свято сонця, природи, молоді і кохання. Воно відбувалося в дні літнього сонцестояння, коли сонце найвище підіймалося над землею, давало найбільше тепла і світла, виявляло свою найвищу чудодійну силу для рослинного і тваринного світу, а також для людини. Саме в цей час (23 – 24 липня за старим стилем) досягає піку життя природи: наповнюються соком лісові ягоди, розповсюджуються найприємніші аромати, трави набувають лікувальних та цілющих властивостей. Вода в річках та озерах стає лагідною і теплою. У ній приємно купатися, очищуючи своє тіло і душу від усього злого й лихого.

Культу води й вогню, як основні засоби очищення, найяскравіше проявилися саме під час купальських святковостей. Подібні свята мали й інші народи, але українські Купала були (та й залишаються) найпоетичнішими, найспівочішими анімаційними заходами в Європі.

Серед великої кількості купальських обрядів дотепер днів дійшли такі яскраві дійства як очищення вогнем і водою, пошук квітки щастя, вінкоплетіння біля води та пускання вінків на воду. Менш відомі обряди й ритуали з солом'яними ляльками у зріст людини – Мареною та Купалом.

Звертатися до Купала треба було з чистими помислами й чистою душею. Тому молодь на березі річки, на лузі чи на лісовій галявині влаштовувала обряд очищення вогнем. Спочатку хлопці розкладали вогнище. Поки вони це робили, дівчата оздоблювали польовими квітами гільця (вершечок черешні, вишні, яблуні чи клена), співаючи купальських пісень. Коли вогнище розгоралося, дівчата вже вставали й водили хоровод навколо гільця, продовжуючи співати. Текст цих пісень спонукав хлопців до діалогу і до початку ігрищ. Хлопці “правильно” розуміли дівочі пісні і “нападали” на дівчат, намагаючись відібрати гільце. Дівчата не віддавали... Врешті гільце спільно ламали на шматки, розкидали їх, а стовбур кидали у вогнище. Дівчата розбігалися, намагаючись знайти ті гілочки. Хлопці їх ловили і несли до вогню. Потім хлопці й дівчата гуртувалися так, що кожен хлопець брав за руку “свою” дівчину, утворюючи пару. Потім ті пари, утворивши коло навколо вогнища, починали “за сонцем” водити спільний хоровод. Купальські пісні, що співались, мали еротичний підтекст. Переспіви та ігри продовжувались до того моменту, коли полум'я спадало. Тоді переходили до іншого ритуалу – очищення вогнем. Спочатку стрибали через вогонь старші хлопці, потім – молодші. Від висоти і довжини стрибка залежало майбутнє хлопця. Потім стрибали хлопці й дівчата попарно. Перестрибнуть вдало – поєднають свої долі, зачеплять вогонь або спіткнуться – не зійдуться в майбутньому.

Поки одні стрибають, інші співають спеціальні ритуальні пісні:

“... А ти Ясне, святий Яне,
Освяти нам наше зело,
Наше зело і корене,
Што на огонь положене.”

(Записано на Лемківщині).

Пізньої ночі, коли ігри закінчувались, залишки купальського вогнища розкидали по траві, ретельно затоптували їх, бо вони ставали чарівними. Якщо відьма чи упир знайдуть ще живий залишок того вогню, вони можуть заподіяти лиха.

Інший яскравий анімаційний обряд купальських свят – пускання вінків на воду. Передував йому ритуал збирання квітів кожною дівчиною окремо, а після цього – колективний процес вінкоплетіння у колі над водою, поблизу купальських вогнів. Цей процес супроводжувався спеціальними піснями. Закінчивши плести вінки, дівчата йшли до вогнів, до хлопців, тричі обходили вогнище з піднятими до сонця вінками і підходили до річки. Тут після ритуальної промови однієї з дівчат – провідниці – кожна дівчина загадувала свою долю і пускала вінок.

“...Віночка звивши на воду пущу:
Хто вінка пійма, той мене візьме...”

Усі уважно сліdkували за своїми вінками, бо від того, як вони попливуть – чи затонуть, чи зійдуться з іншими, чи припливуть до берега, чи зникнуть з поля зору на плаву, – залежить майбутнє подружнє життя кожної дівчини.

Уже в ті далекі часи формувалися ідеали родинного щастя. Усі хотіли знайти саме “свою”, Купалою створену половинку, бо лише союз з нею гарантує майбутнє сімейне щастя. І хлопці, і особливо дівчата боялися помилитися, тому крім ворожіння на вінках, були й інші обряди – ворожіння, що допомагали знайти вірний шлях до щастя.

Свято Купала породило велику кількість поетичних, співочих, музичних творів, багато з яких дійшло донині. Купальська обрядовість посіла важливе місце у святковій культурі українців. У свою чергу, святкова культура українського народу стала невід’ємною складовою світової культури.

ТЕМА 4. ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

4.1. Типи туристів

4.2. Класифікація туристів за віком.

4.3. Класифікація туристів за відношенням до проведення дозвілля.

4.1. Типи туристів

Споживач туристичного продукту (турист) як суб'єкт системи менеджменту в туризмі — це будь-яка фізична особа, яка використовує, купує або має намір придбати туристичні послуги (турпродукт) для задоволення власних потреб. З огляду на це в управлінні туристичною діяльністю зважають на типологію туристів за різними ознаками. Типологія туристів — важливий елемент роботи менеджерів турфірми. Перед тим, як пропонувати клієнту певний маршрут, слід визначити, до якого типу він належить, і тільки потім, враховуючи особливості туриста, продовжувати з ним роботу.

Традиційно, зважаючи на активність поведінки під час відпочинку, вирізняють такі типи.

Любителі спокійного відпочинку купують тур з метою отримання задоволення від гарного самопочуття, позбавлення від нудьги та рутини. Вони їдуть у відпустку для того, щоб звільнитися від повсякденних стресів і відпочити у приємній обстановці; уникають сторонніх і великого скупчення людей. Таких відпускників приваблюють сонце, пісок, море. Власне зміна місця як така не приносить їм радість і задоволення.

Любителі задоволень під час відпочинку зайняті пошуком різноманітних задоволень і надають перевагу світській атмосфері. Подорож заради задоволення з часом змінює свої критерії. Наприклад, старше покоління переконане, що робота сама по собі є задоволенням, а нинішнє вважає, що розваги і робота — це різні речі і подорож дає змогу зняти емоційну і фізичну втому від роботи, асоціюється з фліртом, постійною зміною занять, далекими відстанями тощо.

Любителі активного відпочинку надають перевагу руху, перебуванню на свіжому повітрі, спілкуванню з природою, активному навантаженню власного організму. Часто до цієї групи зараховують тих, хто займається пасивною фізичною працею, або тих, хто не може втілити свої уявлення та бажання в русі у повсякденні. Вони надають перевагу розміреному руху і перебуванню на свіжому повітрі. Таку відпустку можна поєднувати з лікуванням.

Любителі спортивного відпочинку — туристи-спортсмени, вся увага яких сконцентрована на спортивних змаганнях. Спорт — їхнє хобі. Вони не бояться фізичних навантажень. Крім того, мільйони туристів відвідують різноманітні спортивні заходи. Інтерес до спорту в ролі як учасника, так і глядача виявляють усі верстви населення.

Відпочиваючі з метою навчання, пізнання навколишнього світу зацікавлені у підвищенні власного освітнього рівня, у пізнанні нового. Тому, як правило, вони відвідують місця, багаті історичними і культурними цінностями.

Серед них вирізняють три підгрупи:

- ті, хто відвідує місця, визначені в путівниках;
- ті, хто не відвідує визначні пам'ятки, а присвячує час пошуку місцевостей, де можна відчутти особливу атмосферу;
- ті, хто має чітко виражені культурні та соціально-наукові інтереси або надає перевагу природі.

Любителі пригод — це туристи, основна потреба яких — азарт. Лише дехто їде в мандрівку сам, справді піддаючи себе серйозному ризику. До шукачів пригод можна зарахувати туристів, які очікують незвичайних вражень з певною часткою ризику, тобто для яких ризик — це можливість випробувати себе. Для окремих туристів він перетворюється на пристрасть, таку сильну, як і наркотики.

Типологія туристів за ознакою стилю життя передбачає більш поглиблений підхід до виокремлення типів, оскільки розглядає людину та її поведінку не ізольовано, а у зв'язку з життєвою позицією, ставленням до різних речей та бажань. Залежно від стилю життя вирізняють чотири типи туристів:

- любителі насолод висувають дуже високі вимоги до якості відпочинку. Для них подорож є способом самовираження. Метою відпочинку є отримання задоволення; вони дозволяють собі деякі слабкості або бажають отримати спортивне навантаження;

- тенденційні туристи, для яких відпочинок пов'язаний з можливістю знайти і виявити себе як особистість. Це відпочиваючі з високими вимогами, але на відміну від попередньої групи не вимагають умов класу "люкс". Вони тукають усамітнення з природою, тиші, можливості психологічної розрядки; усвідомлюють проблеми навколишнього середовища, цікавляться політикою і культурою регіону, який зібралися відвідати;

- сімейні туристи — виключно сім'ї з дітьми, які надають перевагу відпочинку у колі родини, родичів, друзів. Вони відпочивають у зручній і спокійній обстановці, купують послуги за вигідними цінами, часто самі обслуговують себе, не люблять, щоб їм заважали;

- туристи, орієнтовані суто на відпочинок, порівняно пасивні, проводять свою відпустку традиційно: насолоджуються тишею, довго сплять, люблять смачно й багато поїсти, здійснюють короткі прогулянки і недалекі поїздки. Любителі такого відпочинку радіють, якщо на час відпустки можуть зберегти свої улюблені звички, оскільки не захоплюються експериментами.

Іноді виокремлюють і туристів-снобів, яким подобається розповідати про ті місця, які побачили, про готелі, в яких зупинялися, про ресторани, які відвідували, але де ніколи не був їх співрозмовник. Снобізм туриста може бути корисним для турфірми. Менеджеру потрібно чимало знань, навичок і винахідливості, щоб допомогти туристу-снобу витратити певну кількість часу, грошей і енергії під час подорожі.

Є також так звані образні типології, які можуть застосовуватися як до потенційних, так і до реальних клієнтів туристичних фірм. Деякі з нині популярних "образних" типологій стосуються перспективних змін клієнтів у найближчому майбутньому.

1. "Бродяга" — вічний бунтівник, який заперечує наявні суспільні цінності; подорож для нього є цінністю сама по собі; вільне переміщення з місця на місце

розглядається як маніфест свободи й незалежності. З погляду менеджера туризму — це важкий турист, з яким важко працювати, адже він користується тільки найбільш життєво важливими послугами.

2. "Конкістадор" поводить себе як особа, яка більше орієнтована на споживання, ніж на сприйняття. Це типовий з добувач, який переносить свої моделі поведінки й шкалу цінностей на місця відвідування: нав'язує свій погляд на світ; часто негативно оцінює незвичні для нього стилі життя; у місцях відвідування намагається будувати свій світ незалежно від наявної історичної спадщини; вибагливий турист, який звик до зручностей і витрачає багато грошей.

3. "Мандрівник" намагається пізнати і зрозуміти чужі культури; у подорожі для нього важливі пізнавальні та освітні аспекти; він толерантний і дружньо налаштований до навколишнього середовища у місці відвідування; очікує отримати професійно підготовлені й оригінальні продукти.

4. "Паломник" шукає вічні цінності іншого, таємничого світу, намагається осягнути сутність явищ; готовий терпіти будь-які труднощі подорожі задля досягнення бажаної цілі.

4.2. Класифікація туристів за віком.

В залежності від віку туристів, розрізняють дитячий, молодіжний, туризм людей середнього та пенсійного віку.

Дитячий туризм – це туризм дітей віком до 13 років, які відпочивають з батьками чи без батьків у санаторіях, оздоровчих та таборах санаторного типу з метою лікування, спортивних таборах, подорожують у рамках пізнавальних турів тощо.

Джерелами фінансування всіх згаданих поїздок можуть виступати як сімейний бюджет, так і системи соціального страхування. У першому випадку більшість турів купуються через ринкових посередників батьками майбутніх туристів, які керуються при виборі місця відпочинку дитини такими критеріями, як популярність курорту та його спеціалізація, можливість надання певних медичних послуг, рівень організації вільного часу, харчування, рівень комфорту. Саме тому на даному сегменті ринку не всі туристичні заклади України є конкурентоспроможними. Якщо поїздка дитини фінансується не з сімейного бюджету (а ця практика дуже розповсюджена в Україні), вимоги до рівня послуг знижуються.

Молодіжний туризм – подорожі студентів або учнів, підлітків віком від 14 до 30 років. Законом України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» від 05.02.1993 № 2998-ХІІ визначений вік молодих людей від 14 до 35 років, але з туристичних цілей доцільніше його обмежити 30 роками. Саме даний вік дає можливість туристам отримати молодіжну знижку на різноманітні туристичні послуги, в т.ч. і на авіоперельоти. Хоча зазначимо, що в різних країнах верхня межа віку молоді вказується по-різному: на Кіпрі – до 28 років, у Фінляндії – до 35 років. Вік обов'язково вказується при бронюванні туристичних послуг. Підставою надання пільги є пред'явлення міжнародного туристичного посвідчення або сертифікату ISIC, ITIC, IYTC, EURO<26 (останній раніше видавався лише до 26 років, але вік володарів карт "EURO<26" було збільшено до 30 років з 1 січня

2008 року за рішенням XXIII Конференції Європейської Асоціації Молодіжних Карток (EYCA) (листопад 2007 р., Барселона). Молодіжний туризм підтримують Federation of International Youth Travel Organization – FIYTO та International Student Travel Conference – ISTC [8].

Для даного виду туризму, незалежно від джерела його фінансування, характерними є:

- середня тривалість поїздки (7-14 діб);
- невибагливість до рівня комфорту (крім молодих сімей);
- тяжіння до популярних турцентрів;
- намагання "мінімізувати" витрати;
- орієнтація на різноманітні розваги.

Переважає більшість молодих відвідувачів користується послугами приватного сектору або інших дешевих засобів розміщення, рідко звертається до турагенцій.

Взагалі молоді туристи досить мінливі в своїх звичках, легко "зраджують" традиційним місцям відпочинку. Тому для роботи на цих сегментах важливо використовувати оригінальні форми обслуговування. Власне, на сучасних чорноморських курортах вся індустрія розваг спрямована на задоволення молоді, що часто іде врозріз із вимогами інших категорій туристів.

Туризм людей середнього віку є найбільш складний за мотивацією і потребує майже завжди додаткової сертифікації. До цієї категорії відносяться люди віком 30-55 років (чоловіки – до 60 років), тобто в основному економічно активне населення. В цьому сегменті превалює сімейний туризм, чим і обумовлена специфіка запитів (сезон та термін подорожі, її характер, віддаленість, рівень комфорту тощо). Даному виду туризму притаманна чітко виражена сезонність, пов'язана зі співвідношенням робочого та вільного часу. Значна диференціація за рівнем прибутків, соціальним статусом та стилем життя урізноманітнює параметри запитів до турпродукту. Ця категорія споживачів висуває високі вимоги до рівня обслуговування, комфорту, якості екскурсійних програм.

Туризм людей пенсійного віку (понад 55 років для жінок та 60 років – для чоловіків) характеризується здебільшого нестандартністю попиту, високими вимогами до комфорту, позасезонністю, хоча й позитивно реагує на сезонні пільги, висуває вимоги неквапності та інформативної насиченості подорожі. Даний вид туризму є розповсюдженою в зарубіжній практиці моделлю соціального туризму людей, що досягли пенсійного віку і здійснюється на кошти пенсійного фонду, спеціалізованих державних, медичних і благодійних фондів, куди робітники та службовці можуть вносити свої особисті заощадження (іноді в обов'язковому порядку). Ці кошти не оподатковуються, але їх власник не може ними розпоряджатися до досягнення пенсійного віку.

Туроператори за допомогою системи заохочувальних заходів (значні знижки, пільги, подарунки тощо) стимулюють розвиток цього виду туризму. Уряди розвинутих країн заохочують соціальну діяльність людей похилого віку в рамках туристських обмінів – вивчення мов, наук і мистецтв, суспільну діяльність.

4.3. Класифікація туристів за відношенням до проведення дозвілля.

Туристи за їх відношенням до проведення дозвілля поділяються на декілька типів особистості:

Перший тип — ініціативні туристи, які раніше планують як робочі дні, так і дні відпустки, тому всі починання та ідеї по організації дозвілля будуть належати їм.

Другий тип — ділові люди, які в повсякденному житті практично не приділяють уваги дозвіллю і навіть свій вільний час вони намагаються використати з максимальною користю для справи. Частіше всього це бізнесмени, менеджери, представники наукової та технічної інтелігенції. Цей тип туристів надає перевагу дозвіллю, яке надає їм можливість удосконалюватись (ділова гра, наукові диспути і т.д.), чи спокійному відпочинку, який дає можливість відпочити від стрімкого темпу життя (рибалка, полювання, виїзд на природу і т.д.).

Третій тип — «вузькоспеціалізовані» туристи, які мають якесь одне значне захоплення в житті (колекціонування, конструювання, моделювання, в'язання і т.д.). їм більше всього підходить клубний відпочинок, де вони одержують найбільше моральне задоволення.

Четвертий тип — активні туристи, які намагаються під час дозвілля більше рухатись (спортивна гра, участь у змаганнях та різних заходах). Програму для таких туристів необхідно розробляти з врахуванням на максимальну активність.

П'ятий тип — пасивні туристи, які надають перевагу домашнім формам дозвілля. Для такого типу туристів підійдуть програми, в які включається гра на пляжі, вечірні шоу та відеотека.

Шостий тип — невинуваті скептики. Це найбільш складна категорія людей. Їх дуже складно чим-небудь зацікавити, але при різноманітності запропонованих програм вони в змозі знайти собі розвагу самі.

ТЕМА 5. ТЕХНОЛОГІЯ СТВОРЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ

- 5.1. Види анімаційних послуг, як складові елементи анімаційних програм.**
- 5.2. Технологічний процес розробки анімаційних програм**
- 5.3. Основні етапи технологічного процесу розробки анімаційної програми**
- 5.4. Робота над удосконаленням анімаційної програми.**
- 5.5. Реклама анімаційних програм**
- 5.6. Основні вимоги та методи створення до анімаційних програм**

5.1. Види анімаційних послуг, як складові елементи анімаційних програм.

Спортивні анімаційні програми призначені для туристів, які захоплюються тим чи іншим видом спорту і приїхали в спортивно-туристський комплекс для занять спортом по певній системі тренувань у поєднанні з відпочинком.

Спортивно-оздоровчі програми відрізняються від спортивних тим, що вони розраховані на туристів, любителів спорту та активного відпочинку, для яких туркомплекс – це єдине місце і можливість відновлення сил і здоров'я через активні фізичні навантаження в умовах чистої природи і чистого повітря. Спортивно-розважальні програми орієнтовані на туристів будь-якого віку. Вони будуються на залучення туристів в активний рух через привабливі, захоплюючі, веселі конкурси та нешкідливі змагання.

Культурно-пізнавальні анімаційні програми туркомплексу будуються на залученні туриста до культурно-історичних і духовних цінностей нації, країни, місцевого населення і включають: відвідування музеїв, театрів, кінотеатрів, художніх галерей, парків, виставок, концертів, вечорів поезії. Деякі з цих програм залежні від платоспроможності туристів, рівня їх інтелектуального розвитку.

Пригодницько-ігрові анімаційні програми будуються на дотуку туриста з цікавим, хвилюючим, незвичайним (наприклад, участь у рольових іграх та конкурсах, відвідування печер, піратської вилазки, вечорі народних переказів і легенд, нічному поході, тематичному пікніку). Ці програми мають попит незалежно від статі, національності, освіти відпочиваючих.

Аматорські (творчо-грудові) анімаційні програми будуються на залученні туристів до творчості, змагання у виготовленні місцевих виробів, що викликає у них інтерес до національних особливостей місцевого населення. Форми проведення цих програм можуть бути найрізноманітнішими: аукціон виробів з природних матеріалів, конкурс аматорської фотографії, виставка піщаної скульптури, фестиваль авторських віршів та пісень.

Видовищно-розважальні анімаційні програми включають: святкові заходи, конкурси, фестивалі, карнавали, тематичні дні, ярмарки, дискотеки, танцювальні вечори.

Анімаційні програми типу «спілкування за інтересами» є по суті справи комбінаціями із згаданих програм, проте тут необхідно приділити більше уваги тій невимушеній, ненав'язливій, комфортній обстановці, в якій люди спілкуються

відповідно інтересам, бажанням, темпераментами та ін. При розробці цих програм ставляться, зокрема, наступні цілі:

1. Задоволення потреби самовираження.
2. Заохочення туристів у розвитку своїх умінь.
3. Напрямок розваг і навичок у творче русло.
4. Зміна іміджу розслаблення напруги.
5. Позбавлення від щоденних проблем і стресів.
6. Придбання додаткових знань у галузі культури.

Для того щоб задовольнити потреби гостей програми анімації повинні змінюватися протягом усього сезону за змістом, інтенсивності, часу проведення та за іншими параметрами.

5.2. Технологічний процес розробки анімаційних програм

За останні роки закордонні курорти вдало переорієнтувалися з обслуговування традиційних груп споживачів – людей похилого віку – на інші вікові категорії за рахунок впровадження широкого спектру розважальних (анімаційних) програм, що пропагують здоровий спосіб життя. Цей досвід сьогодні активно запозичений українськими готелями.

В індустрії гостинності та туризмі під анімаційною програмою розуміють об'єднаний загальною метою або задумом план проведення туристських, фізкультурно-оздоровчих та культурно-масових, пізнавальних і аматорських занять.

Комплекс прийомів роботи аніматора, організація цієї роботи, використання спеціальних технічних засобів (об'єктів, споруд, інструментів тощо) є технологією створення анімаційних програм.

Технологія створення і реалізації анімаційних програм для молоді, як система, складається з декількох взаємопов'язаних підсистем. Розглянемо кожен з них окремо:

1. Організаційна – організація спільної діяльності анімаційної команди, економічного, технічного, рекламного відділів;
2. Інструкторсько-методична – створення і розробка сценаріїв заходів, текстів екскурсій, підбір спортивних ігор і змагань, складання маршрутів походів з подальшою розробкою методичних рекомендацій на основі узагальнення досвіду;
3. Режисерська – розподіл ролей, складання планів репетицій, постановка спектаклю, шоу;
4. Технічна – підготовка технічних засобів (об'єктів, споруд, інструментів тощо), майданчика (сцени) для анімаційних заходів, реквізиту, декорацій.

Реалізація анімаційного проекту залежить від професійної майстерності постановника і режисера анімаційної програми в сфері туристської діяльності, що визначається умінням знаходити найбільш оптимальні, прийнятні способи впливу на особистість туриста, задоволення його потреб і інтересів на основі застосування універсальних, придатних для різних організаційно-економічних умов методів, які представляють собою визначені закономірності, стійкі і надійні правила функціонування технологічного процесу.

Для створення анімаційної програми недостатньо лише розбиратися в законах її драматургічної побудови. Необхідно знати і точно розуміти можливості кожного виразного засобу, вміти використовувати можливості методів художнього монтажу, ілюстрування, театралізації гри. За допомогою цих методів створюється (з проекту переходить у реальну конструкцію) анімаційна програма, у якій вирішуються соціально-педагогічні і психологічні завдання. Розглянемо методи:

1. Художній монтаж – творчий метод, який передає думку автора сценарію, його ідею, бачення світу; вимагає професійної підготовки фахівця, а також визначеного рівня його життєвого досвіду, культури;
2. Ілюстрування – як показ змісту і форми інформаційного матеріалу;
3. Театралізація – поєднання пластики, звуків, кольору, мелодії в просторі і часі, що розкриває образ у різних варіаціях, які проходять їх через єдину „наскрізну дію” програми. Метод покликаний створити видовищно-активну ситуацію, при якій кожний присутній буде активно реагуючим глядачем, а не пасивним споглядальником;
4. Ігровий метод – найбільш вдало сполучає інформаційно-логічний та інформаційно-образний початки, що синтезують свідомість, педагогіку, мистецтво і творчість.

Сполучення даних методів дозволять глибоко і повно розкрити і втілити в практиці анімаційні програми, що створюють передумови для розвитку туристської діяльності. Застосування тих або інших методів неможливо без освоєння сценарно-режисерської технології анімаційної діяльності, що складає основу видовищних заходів і включає принципи драматургії (масового дійства, що створюється через вибудовування і програвання сюжетно-образного рішення програми) і режисури масових анімаційних програм.

Створення сценарію програми і його втілення – процес творчої, потребуючої вигадки, фантазії, оригінальних прийомів організації дії. Він повинен мати дієвість (причому видовище повинне бути захоплюючим), носити характер „зримого сценарію” – бути не просто літературно описовим, а передбачати всі епізоди, вузлові моменти дії і те, як вони будуть відбуватися.

Сценарій анімаційного заходу специфічний. Його специфіка полягає в тому, що це не просто художній твір, а розгорнутий план дій, який включає різноманітні елементи, кожний з яких має свій зміст і структуру.

Також важливим етапом роботи над сценарієм є композиційне рішення, тобто побудова, розташування компонентів, що складають дію, установлення між ними значущої і хронологічної залежностей, порядок їх включення в дію.

Крім загального композиційного рішення в сценарії, розробляються і композиції кожного з вхідних у нього елементів – конкурсів, ігор, концертів, вистави, аукціонів тощо.

5.3. Основні етапи технологічного процесу розробки анімаційної програми

Основні етапи технологічного процесу створення анімаційної програми наступні:

1. Розробка тематичної анімаційної програми

2. Створення типового сценарію заходу
3. Економічний розрахунок вартості кожного анімаційного заходу
4. Розподіл ролей між аніматорами
5. Підготовка технічних засобів
6. Складання планів репетицій та їх проведення
7. Реалізація запрограмованих анімаційних заходів
8. Анкетування споживачів і аналіз проведених анімаційних заходів

5.4. Робота над удосконаленням анімаційної програми.

Програми анімації розробляють залежно від того, наскільки це дозволяє інфраструктура відпочинку об'єкта. Якість анімаційної програми пов'язана, як правило, з цікавими режисерськими знахідками, багатим арсеналом сценографічних, музичних, пластичних, мовних, прийомів в розробці і реалізації анімаційних програм.

Таким чином, анімаційні програми створюються аніматорами для розваги гостей, відновлення їх здоров'я. Проте цікаво, що одна і та ж програма може викликати у одних людей позитивні емоції, а у інших – прямо протилежні.

Процес сприйняття запропонованих анімаційних програм залежить від багатьох чинників:

- віку учасників або глядачів;
- рівня освіти;
- статі;
- етнічної приналежності;
- настрою на момент реалізації даної програми тощо.

Успішність анімаційної програми у певній мірі залежить від ступеня раціональності організації рекламної кампанії. Реклама, як відомо, це інформація про споживчі властивості товарів і види послуг з метою їх реалізації і створення попиту на них. Це інструмент, за допомогою якого споживачу надається інформація щодо змісту, особливостей, привабливості конкретної анімаційної програми з метою зацікавити його прийняти у ній участь. Для організації рекламної кампанії необхідно:

- розрахувати витрати на рекламу;
- визначити потенційних споживачів (цільову аудиторію) скласти їх характеристику за демографічними (віком, статтю), етнічними ознаками, соціальному статусу, рівню доходів та ін.;
- виявити конкурентів і визначити переваги власних програм, на які можна звернути увагу в рекламі;
- вибрати канали і способи поширення реклами.

У готельних комплексах на видних місцях вивішуються стенди з інформацією про розваги, де зазначені анімаційні заходи, час їх проведення й інші необхідні повідомлення. Анімаційну програму дня необхідно повідомляти ранком по готельному радіо. Також у деяких готелях з метою привернути додаткову увагу гостей до анімаційних програм, наприклад, по території комплексу ходить клоун у різнобарвному костюмі та в дружельбно-розважальній манері запрошує гостей прийняти участь в анімаційному заході.

5.5. Реклама анімаційних програм

Успіх анімаційної програми багато в чому залежить від правильно організованої рекламної компанії. Реклама, як відомо, це інформація про споживчі властивості товарів і види послуг з метою їх реалізації і створення попиту на них.

Реклама анімаційних програм – це інструмент, за допомогою якого споживачеві дається інформація про зміст, особливості, привабливості даної програми з метою зацікавити споживача, спонукати його придбати рекламований товар, стати учасником анімаційної програми.

Пристаюючи до розробки реклами анімаційних програм, необхідно:

1. Оцінити фінансові витрати на рекламу, з огляду на власні фінансові можливості, одержувану від реалізації програм прибуток, розцінки на виконання рекламних матеріалів та ін.

2. Визначити потенційних споживачів і скласти їх характеристику за демографічними (вік, стать), етнічними ознаками, соціальним статусом, рівнем доходів тощо.

3. Виявити конкурентів і визначити переваги власних програм, на які можна звернути увагу в рекламі.

4. Визначити канали і способи розповсюдження реклами.

Дуже важливо виробити свій фірмовий стиль, який сприймається як гарантія якості запропонованих анімаційних програм. При виробленні свого фірмового стилю необхідно враховувати: основні напрямки діяльності, сегменти ринку, для яких призначені розроблювані програми; основні рекламні засоби; переваги або особливості розроблюваних програм. Анімаційну програму дня необхідно повідомляти вранці з готельного радіо.

5.6. Основні вимоги та методи створення до анімаційних програм

При створенні концепції анімаційної діяльності конкретного підприємства сфери гостинності використовуються наступні елементи:

1. Використання кожної можливості, щоб пробудити гостей до активного життя, підвищити їм настрій, додати їм задоволення, познайомити один з одним, щоб вони з перших хвилин перебування в готелі відчували себе комфортно, створити сімейну атмосферу радості і дружби, забезпечити їм приємний відпочинок, що запам'яється.

2. Створення розслаблюючій обстановки.

3. Наявність ексклюзивної анімації, попереднє анонсування і запрошення гостей.

4. Дотримання високого єдиного стандарту: кожен гість обслуговується однаково.

5. Створення умов для необмеженої свободи проведення відпустки з найменшою кількістю правил.

6. Використання у всьому єдиного дизайну і уніформи.

У готельній анімаційній концепції повинні бути сформульовані основні вимоги до побудови програм.

В якості базових вимог можна визначити наступні:

1. Програмами повинні бути охоплені всі способи дозвілля.
2. Реалізація програми має перевершити очікування гостей.
3. Програми повинні забезпечити розслаблюючу, приємну обстановку.
4. Щорічно програми повинні змінюватися для задоволення зростаючого бажання і очікування гостей, особливо завсідників.
5. Для досягнення адаптивності необхідно забезпечити баланс між стандартизацією (загальними елементами) програми та її неповторністю (ексклюзивними елементами).

6. Програма кожного дня повинна містити сюрприз, інтригу, пропонувати одночасно 3-4 заходи і відповідати різним бажанням і інтересам.

7. Програма повинна бути ненав'язливою, а привабливою. Важливе значення у концепції анімації займає проходження єдиного стандартного фірмовому стилю. Фірмовий стиль повинен бути присутнім у всіх сферах діяльності туристського комплексу і в тому числі в анімаційних послугах.

Для того щоб створити анімаційну програму, недостатньо лише добре розбиратися в законах її драматургічної побудови. Необхідно знати і точно розуміти можливості кожного виразного засобу, вміти використовувати можливості методів художнього монтажу, ілюстрування, театралізації гри.

За допомогою цих методів і різних засобів створюється, тобто з проекту переходить у реальну конструкцію анімаційна програма, в якій вирішуються соціально-педагогічні та психологічні завдання.

Першим методом, використовуваним з того моменту, як почав формуватися задум, є художній монтаж. У будь-якій анімаційній програмі при розробці сценарію фахівці використовують монтаж. Чергування фактів, подій, явищ та їх зіставлення вимагають монтажу (конструктивного чи асоціативного). Художній монтаж, по-перше, виражає думку автора сценарію, його ідею, бачення світу, по-друге, є творчим методом, що в свою чергу вимагає професійної підготовки фахівця, а також певного рівня його громадянськості, життєвого досвіду, культури. Без оволодіння методикою монтажу неможливо забезпечити гарну якість анімаційної програми.

Другий метод – ілюстрування, яке необхідно для показу змісту інформаційного матеріалу, в будь-якій формі. Іноді інформація оформляється за допомогою синтезу різних емоційно-виразних засобів, що робить її більш зрозумілою.

Третій метод у підготовці анімаційних програм – театралізація, яка є складним творчим процесом, найбільш близько стоїть до театру і мають глибоке соціально-психологічне обґрунтування. Суть методу театралізації полягає в поєднанні пластики, звуків, кольору, мелодії в просторі і часі, що розкриває образ у різних варіаціях, проносячи їх через єдине «наскрізне дію» програми. Метод театралізації покликаний створити видовишно-активну ситуацію, при якій кожен присутній буде активно реагуючим глядачем, а не пасивним спостерігачем.

Четвертий метод – ігровий. Цей метод в анімаційній діяльності найбільш вдало поєднує інформаційно-логічне та інформаційно-образне початку, синтезують свідомість, педагогіку, мистецтво і творчість.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ В ЗАКЛАДАХ РОЗМІЩЕННЯ ТУРИСТІВ

ТЕМА 6. МЕНЕДЖМЕНТ ГОТЕЛЬНОЇ АНІМАЦІЇ

- 6.1. Анімаційна служба в менеджменті готельної анімації.**
- 6.2. Особливості готельної анімації.**
- 6.3. Орієнтовний графік роботи тураніматора**
- 6.4. Функціональна схема управління анімаційною службою готелю**

6.1. Анімаційна служба в менеджменті готельної анімації.

Служба анімації створює відповідну гостинну, комфортну, дружню атмосферу в готелі; задовольняє потреби туристів у фізичному і духовному розвитку, емоційному збагаченні через приємні переживання; має комплексний характер завдяки спеціальним програмам, що охоплюють всі види і форми анімації; сприяє створенню умов для гарного спілкування, приємних особистих і спільних переживань та розваг. Вона мобільна, невимушена, приватна, діюча; має постійний характер, щоденний контакт з туристами; дозволяє врахувати їх побажання тощо. На постійних відвідувачів готелю в комп'ютерній базі даних служби прийому й розміщення ведеться обновлюване досьє, в якому утримуються індивідуальні запити й особливості кожного туриста.

Анімаційну службу необхідно організовувати відповідно до споживчого попиту, що виявляється шляхом анкетування відпочиваючих (туристів), з урахуванням досвіду обслуговування гостей у сусідніх аналогічних готелях і туркомплексах. При цьому враховується традиційно сформований контингент відпочиваючих за місцем проживання, віросповіданням, національністю, віком, статтю тощо.

Служба маркетингу засобу розміщення ретельно вивчає і аналізує щорічний склад відвідувачів, вивчає регіони, що віддають перевагу для відпочинку саме цьому об'єкту, щоб згодом розмістити там рекламу і забезпечити постійне завантаження підприємства.

Ефективність залучення гостей до анімаційних програм можна визначити за правилом простої пропорції. Якщо з 250 відпочиваючих за підсумками дня до анімаційних заходів звернулися 30 осіб, то ефективність роботи анімаційної служби складає 12 %. Ведення щоденної звітності дозволить відстежити зміни у попиті гостей, урізноманітнити їх відпочинок за рахунок розробки та впровадження додаткових анімаційних шоу-програм та спортивних ігор.

Значення служби анімації в створенні іміджу будь-якого засобу розміщення важко переоцінити. Саме аніматори створюють образ своєму підприємству, зав'язують дружні стосунки з туристами, запрошують їх зустрітися тут знову.

Проблема утримання клієнтів сьогодні стає переважаючою для багатьох засобів розміщення, особливо це стосується санаторно-курортних послуг.

Відповідно до законів маркетингу, 80 відсотків прибутку компанія одержує від 20 відсотків постійних клієнтів. Системи знижок найчастіше не працюють для

створення бази постійних клієнтів, адже знижки можна одержати практично скрізь, у тому числі й у конкурентів.

На думку В. Курашина, директора готелю „Бристоль” (м. Ялта), мірилом якості сервісу можуть бути повторні звернення клієнтів і звернення за рекомендацією. Готельний бізнес завжди буде залежати від якості сервісу.

За даними західних аналітиків, створення системи роботи з постійними клієнтами дозволяє підвищити число повторних продажів не менш чим на 15 %.

Варто помітити, що, згідно даним санаторію „Форос”, з початком роботи анімаційної команди, кількість повторних клієнтів зрослася на 28 %. З моменту впровадження своєї програми анімації, санаторій „Чорноморець” Бахчисарайського району спостерігає збільшення доходу на 51,6 % при збільшенні кількості клієнтів на 15,4 %.

Відповідно до досліджень аналітичної служби мережі туристських агентств „Куда.ру”, встановлення довгострокових відносин з клієнтами формує прихильність споживача до компанії, тим самим сприяючи збільшенню прибутків.

Відповідно до західних досліджень, підвищення лояльності покупців на 5 % може збільшити прибуток на 50 – 75 % .

Аніматор повинен володіти багатьма позитивними якостями для успішної діяльності. Зрозуміло, що якщо людина не товариська, не харизматична, боїться людей, то в анімації їй робити нічого. Аніматор обов'язково повинен бути приємним у спілкуванні, мати гарні зовнішні дані, бути тактовним, мати смак, добре і доречно вдягатися, уміти себе подати, правильно висловлювати свої думки і, найголовніше, він повинен бути гарним організатором-вистівником.

У країнах СНД професію аніматора-мультиплікатора можна було одержати в багатьох навчальних закладах. Аніматорів продажів зараз готують у всіх супермаркетах, аніматорів туризму поки почали навчати тільки в Російській міжнародній академії туризму.

Слід зазначити, що в обов'язки менеджера на вітчизняних туристських підприємствах входить також рішення комерційних питань, питань організації рекламної компанії і багатьох інших, що, звичайно, відбивається на якості роботи. На жаль, небагато туристських і лікувально-профілактичних установ можуть дозволити собі створення повноцінної анімаційної служби. У більшості з них одна або дві людини відповідають за всі відділи анімаційної служби відразу: вони і співають, і танцюють, і спортивні змагання проводять, і самі себе рекламують по місцевому радіо тощо.

Звідси логічно витікає проблема професіоналізму аніматорів всіх рівнів. Сучасні українські клуби, центри, готелі, спеціалізовані парки і турбази гостро потребують організаторів дозвілля, які повинні уміти планувати його, спілкуватися з людьми, пропонувати споживачу великий вибір цікавих, захоплюючих анімаційних програм.

На початку формування вітчизняного туристського бізнесу в нових економічних умовах кадрові ніші заповнювали непрофесіонали, що було зумовлено відсутністю достатньої кількості навчальних закладів, спроможних надати належну освіту. Сучасні умови ринкових відносин потребують відповідності рівня професійності фахівців галузі туризму України

європейському рівню.

У загальних рисах сутність стратегії професійної підготовки аніматорів полягає в наступному:

- підготовка фахівців з урахуванням потреб туристських підприємств;
- розробка нових навчальних курсів, які забезпечують якість підготовки фахівців;
- використання в процесі навчання нових освітніх технологій;
- збільшення числа практичних занять, стажувань (у тому числі і закордонних) для відробітки на практиці навиків розробки і реалізації анімаційних програм для різних категорій відпочиваючих.

У новій структурі профільного навчання необхідно постійно оновлювати програми і методику навчального процесу.

Перш ніж приступити до викладу теми про функціональну структуру управління анімаційною службою, необхідно розібратися з поняттям анімаційної послуги.

Анімаційна послуга – це така ж послуга суб'єкта туристської діяльності, як послуги з розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги установ культури, спорту, побуту тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Анімаційна послуга дозволяє залучити туриста до активних дій шляхом особистого контакту аніматора з туристом. Взаємодія туриста з аніматором здійснюється відповідно до заздалегідь розробленої програми. При цьому турист сам обирає ті заходи, які для нього є найбільш прийнятними, від яких він одержує максимальне задоволення і позитивні емоції.

6.2. Особливості готельної анімації.

Серед відпочиваючих аніматорів виділяють спеціальна форма одягу та бейдж із прізвищем або ім'ям. Аніматори повинні мати навички виховної і розважальної роботи з усіма шарами відпочиваючих, включаючи дітей і людей похилого віку. Так, на курортах Середземноморського узбережжя, зокрема Туреччини, можна часто спостерігати, як аніматори грають в міні-клубі (KIDSclub) з дітьми, працюючи з фарбами, пластиліном; дорослі ж залучені до рухливих спортивних ігор, до гри в нарди, шашки, шахи, лото, доміно, здійснюють екскурсії, морські прогулянки на яхтах тощо.

Протягом усього часу занять анімаційних команд з рухливими іграми черговий аніматор знаходиться в радіорубці і повідомляє програму анімаційних заходів на найближчий час.

У цей же час у готелі працюють усі кіоски з продажу сувенірів, клубних дисків, фірмових футболок, плавок і т.д., а також видаються напрокат тенісні ракетки та ін.

Увечері анімаційна команда активно бере участь у проведенні тематичних вечорів або концертів, щораз організовуючи нові постановки, клоунади, танці. І вже зовсім пізно, коли діти з батьками розходяться по номерах, вони виходять працювати на дискотеку і під ритмічну музику з гарним настроєм, з посмішкою на обличчі розігрівають публіку, одержуючи спільно шире задоволення. Розходяться

відпочивати туристські аніматори лише тоді, коли на танцювальному майданчику не залишиться жодного гостя.

6.3. Орієнтовний графік роботи тураніматора

Приклади орієнтовних графіків роботи туристського аніматора наведено у таблицях 6.1.

Таблиця 6.1.

Орієнтовний графік роботи тураніматора

Час проведення	Анімаційний захід
8 ⁰⁰ – 9 ⁰⁰	сніданок
9 ³⁰ – 10 ⁰⁰	збори аніматорів, на яких обговорюються план роботи, даються завдання старшим аніматорам і визначаються місця проведення заходів
10 ³⁰	гра „Перестрілка”
10 ⁴⁵	водний волейбол
11 ⁰⁰	гра „Не давай м'яч ведучему”
11 ¹⁵	водна гімнастика
11 ³⁰	дартс (метання дротиків)
12 ⁰⁰	обід
12 ⁴⁵	репетиція святкового вечірнього шоу, що влаштовується через день, або гумористичних сценок для показу ввечері на естраді
13 ⁰⁰ – 14 ⁰⁰	пляжний волейбол
13 ⁰⁰ – 14 ⁰⁰	гра „Мисливці і качки”
14 ⁰⁰ – 15 ⁰⁰	водний баскетбол
15 ⁰⁰ – 15 ³⁰	навчання гостей танцювальним рухам
15 ³⁰ – 16 ⁰⁰	стрілянина з луку
16 ³⁰ – 17 ⁰⁰	пляжний волейбол
17 ⁰⁰ – 17 ³⁰	баскетсерф
17 ³⁰ – 18 ³⁰	аеробіка
18 ³⁰ – 19 ⁰⁰	відпочинок аніматорів, підготовка до вечірньої розважальної програми
19 ⁰⁰	вітання гостей перед входом у ресторан на декількох мовах (зайнято декілька ведучих аніматорів)
19 ³⁰ – 20 ³⁰	вечеря з гостями
19 ³⁰ – 21 ⁰⁰	підготовка костюмів
21 ⁰⁰	дитяча дискотека
21 ³⁰ – 22 ⁴⁵	розважальне шоу на естраді готелю
22 ⁴⁵ – 23 ⁴⁵	клубні танці. Тураніматори переходять разом з гостями в бар, де проводяться танці, спілкування з гостями
23 ⁴⁵ – 01 ⁰⁰	дискотека для дорослих, яка може тривати до 03-00 год

Головне в роботі аніматора – залучити туриста до певного заходу, зняти з нього напругу, відвернути від щоденних турбот, намагаючись показати йому щирість своїх намірів.

6.4. Функціональна схема управління анімаційною службою готелю

Представлена на рис. 6.1. структурна схема управління командою аніматорів запозичена в одного з готелів, розташованих на Середземноморському узбережжі Туреччини. Її можна видозмінювати залежно від місцевих умов.

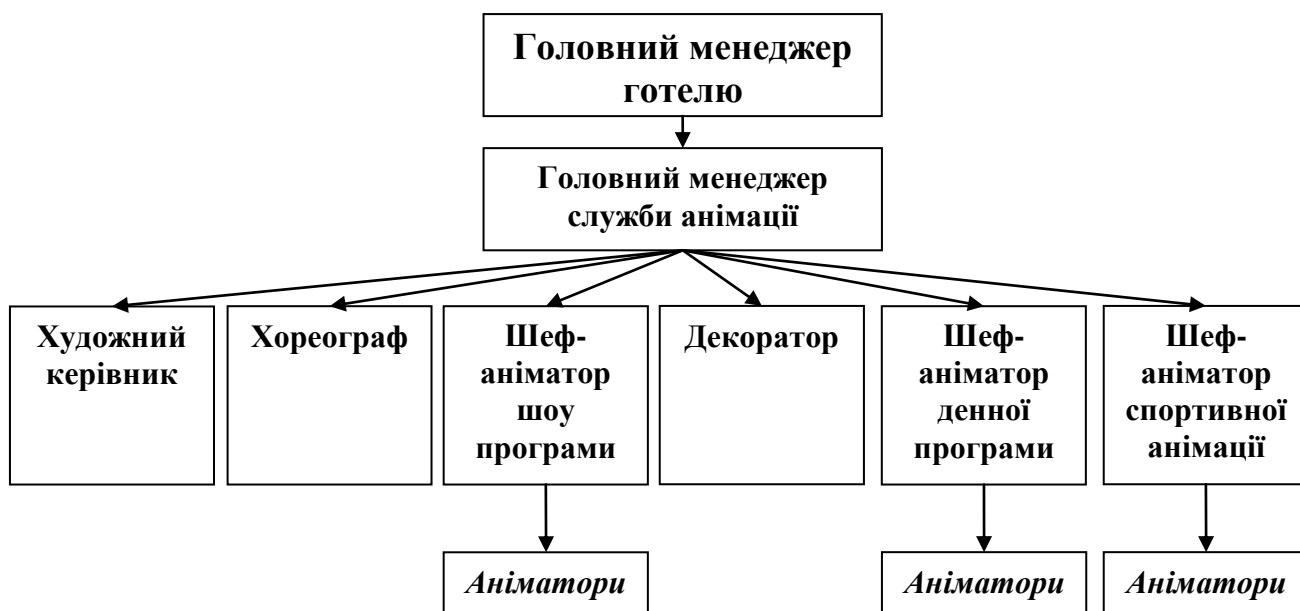


Рис. 6.1. Функціональна схема управління анімаційною службою готелю

Функціональні обов'язки фахівців наступні:

- головний менеджер служби анімації – керівник анімаційної команди;
- художній керівник – укладач і організатор денних і вечірніх шоу-програм. Відповідальний за якість виконання цих заходів;
- хореограф забезпечує танцювальну підготовку учасників денних танцювальних програм і вечірніх шоу-програм;
- шеф-аніматор відповідає за якість роботи аніматорів, які підкоряються безпосередньо йому;
- декоратор забезпечує шоу-програми декорацією;
- костюмер забезпечує учасників анімаційної програми костюмами;
- шеф спортивної анімації несе відповідальність за складання і проведення спортивних програм, йому підкоряються спортивні аніматори;
- аніматори – виконавці анімаційних програм.

Якість анімаційних програм залежить від правильності їх організації. Організаторська діяльність зумовлює наявність у фахівців умінь розподіляти роботу, персонально визначати обов'язки, права і відповідальність, встановлювати час виконання робіт, розробляти систему контролю за виконанням прийнятих рішень, вести справи так, щоб бачити і вирішувати корінні питання в перспективі.

ТЕМА 7. ПЕРСОНАЛ СЛУЖБИ АНІМАЦІЇ

7.1. Характеристика професії аніматора

7.2. Характеристика персоналу готельних анімаційних служб. Працеграмма професії тураніматора

7.3. Набуття професійних якостей аніматора

7.4. Особистісні якості аніматора

7.5. Організація роботи аніматорів

7.1. Характеристика професії аніматора

Професія аніматора в останні роки стала дуже популярна, і пов'язано це з тим, що туризм розвивається і стає доступним практично для кожного. Що ж представляє із себе така робота? Аніматор — це, по суті, актор, який повинен зображувати різних персонажів з метою розважити публіку. Він не тільки грає ролі, але також проводить конкурси, організовує рухливі ігри, веселить і смішить глядачів, словом, є таким собі масовиком-витівником.

Переваги роботи аніматором очевидні: молоді люди можуть з'їздити відпочити за кордон і при цьому заробити грошей. Ви проживаєте в готелі з повним комфортом, спілкуєтеся з цікавими людьми і проявляєте себе творчо. Крім того, для багатьох це шанс поліпшити знання мов. Звичайно, не кожному хочеться і тим більше не всім дано стати аніматором, але якщо вже комусь захотілося, то для того, щоб бажання здійснилося, необхідно виконати декілька умов.

Перш за все, потрібно знати вимоги, які пред'являються до кандидата:

- Вік — від 18 до 32 років.
- Обов'язково знання однієї з іноземних мов.
- Комунікабельність, активність.
- Приваблива зовнішність.
- Міцне здоров'я.

Найпопулярніші країни, в яких російська молодь може працювати аніматорами — Туреччина і Єгипет.

Існує кілька способів стати аніматором:

1. Перший варіант вимагає ретельної підготовки, але після неї проведення розважальних заходів стане для Вас професією. Вам потрібно буде отримати спеціальну освіту (на туристичному відділенні) за фахом «анімаційний менеджер». Якщо Ви вирішили, що хочете стати аніматором на все життя, то вищу освіту — Те, що Вам потрібно. Але якщо таке бажання виникло раптово, то можна записатися на популярні останнім часом курси, які готують фахівців у цій галузі.

2. Другий спосіб стати аніматором — співпраця з туристичним агентством. Маються на увазі ті агентства, які пропонують стажування і роботу за кордоном. Щоб укласти такий договір, Вам буде необхідно заплатити близько \$ 200. Вам оформлять робочу візу і нададуть місце практично в будь-якій країні. Для такої співпраці необхідно володіння англійською мовою на високому рівні.

3. Третій варіант більш самостійний. Звичайно, без навичок і таланту доведення заходів навряд чи щось вийде, але якщо Ви впевнені у своїх силах, то держайте. Ви можете приїхати на курорт і подружитися там з аніматорами,

попроситися залишитися. Можна самостійно обдзвонювати п'ятизіркові готелі і пропонувати свої послуги. Це можна робити з Росії або перебуваючи в тій країні, де Ви хотіли б працювати. Укладіть договір з готелем, Вам оформлять робочу візу, і можете відправлятися.

Існують і недоліки професії аніматора..

По-перше, працювати Вам доведеться практично цілодобово: вдень Ви будете організовувати розважальні заходи, ввечері репетирувати, а вночі необхідно Ваша присутність на дискотеках. За невиконання своїх обов'язків, а також за запізнення, Вас чекає великий штраф.

По-друге, турист — людина вельми примхливий, і догодити йому дуже важко. Відпочиваючі часто залишаються незадоволені роботою анімаційної групи.

По-третє, тільки на перший погляд здається, що це завжди цікаво. Для того щоб не втрачати інтересу до роботи, потрібно по-справжньому любити цим займатися і бути дуже активним і творчо підкованим людиною. Дуже багато аніматори незадоволені саме тим, що робота одноманітна, кожен день доводиться робити одне і те ж.

7.2. Характеристика персоналу готельних анімаційних служб.

Працеграмма професії тураніматора

Спектр трудових завдань, що вирішують аніматори, є досить широким, проте для кожного спеціаліста можна окреслити власне коло обов'язків.

У танцювальному залі: контакт з гостями, проведення оздоровчих програм, розваги ввечері.

В міні-клубі: контакт з гостями, програма міні-клубу, розваги ввечері.

На спортивних заняттях і під час ігор: контакт з гостями, анімаційні ігри (у басейні, карти, пляжний волейбол, творчі ігри тощо), розваги ввечері.

На заняттях велосипедним спортом: контакт з гостями, проведення програм по велоспорту, участь у вечірніх розвагах, якщо це необхідно.

Під час гри у теніс: контакт з гостями, проведення програми з тенісу, участь у вечірніх розвагах, якщо це необхідно.

На заняттях водними видами спорту: контакт з гостями, проведення програми по водному спорту, участь у вечірніх розвагах, якщо це необхідно.

Модель спеціаліста туранімації

Одним з головних завдань, які вирішують підприємства сфери обслуговування, де об'єктом діяльності є людина, задоволення його потреб, - це ефективна організація праці найнятих працівників і рівень їх кваліфікації.

Необхідно пам'ятати, що тураніматор повинен мати такі особисті якості: комунікабельність, терпеливість, відповідальність, інтелігентність, а також мати акторські здібності і задатки природженого лідера.

Для того щоб підтримувати високий стандарт обслуговування, готелю потрібні добре навчені, талановиті, чесні і дисципліновані аніматори, які отримують задоволення від своєї праці. Вони задають, передають настрій відпочиваючим, більше всіх контактують з гостями, відіграють основну роль у заходах, є так званим рупором розважальних програм, відповідають за задоволення, радість, активність і дружбу гостей.

Загальні вимоги до аніматорів практично в усіх готелях:

- вміння створити родинну атмосферу, атмосферу радості і дружби;
- знання усіх способів відпочинку, англійської і німецької мови;
- здатність комунікувати з будь-яким гостем;
- освіченість, чесність, дисциплінованість, надійність, талановитість, привітливість, ввічливість;
- здатність працювати у команді;
- здатність при зміні роботи до різних анімаційних концептів у різних готелях;
- вміння отримувати задоволення від власної роботи;
- бути не старше 30 років (не одружена, холостяк);
- відсутність схильності до алкоголю і наркотиків, бути фізично і психічно здоровим, відсутність хронічних захворювань, алергії на сонце.

Остання вимога є важливою через те, що робочий день звичайного аніматора у готелі триває з восьмої години ранку до першої години ночі і складається з виконання багатьох функцій.

Тураніматор також залучений до формування інтелектуальної бази (банку типових сценаріїв і програм), опису методів і форм роботи з гостями, узагальнення вітчизняного і закордонного досвіду в організації дозвілля гостей.

Праця висококваліфікованих тураніматорів вимагає значного напруження сил і енергії, залучення творчого потенціалу, поєднана з високою відповідальністю за життя і здоров'я людей, разом з тим – це вільна, творча праця, що вимагає високої кваліфікації і широких знань.

7.3. Набуття професійних якостей аніматора

Анімаційна діяльність вимагає від фахівця таких якостей, як емоційність, виразність, оригінальність, творча активність, свобода руху, почуттів та думок, висока духовність, тобто саме тих якостей, які безпосередньо пов'язані із артистичними задатками особистості.

Артистизм – це цілий комплекс якостей особистості, необхідних туристському аніматору в професійній діяльності: виразність слова, жесту, сила впливу на аудиторію, багатство емоцій та здатність управляти ними, творча активність, образне мислення, самобутність, націленість на естетичні та духовні ідеали.

Опанування акторського мистецтва допоможе фахівцю розвинути задатки природного артистизму та набути вміння використовувати зовнішні прийоми техніки артистизму в анімаційній діяльності.

Елективний спецкурс «Акторська майстерність» допомагає розкрити творчі здібності, необхідні кваліфікованому фахівцю туранімації, шляхом засвоєння елементів акторської майстерності, опанування внутрішньою і зовнішньою технікою актора, що виявляється в процесі сценічного спілкування з партнером. Курс орієнтовано на виконання наступних завдань:

- засвоїти теорію та методику формування основ акторської майстерності;
- виявити умови та шляхи формування акторської майстерності фахівців з туризму;

- засвоїти елементи акторської майстерності (сценічної уваги, звільнення м'язів, уваги, взаємодії, спілкування, оцінки події);
- отримати досвід роботи в творчій команді;
- сформувати практичні вміння: долати психологічні бар'єри спілкування, фізичні затиски за допомогою методу фізичних дій (К.С. Станіславський), викликати в себе творчий стан, ставити та вирішувати надзавдання, планувати та вміло реалізовувати систему комунікацій, підтримувати зворотній зв'язок в процесі спілкування тощо;
- розвивати та вдосконалювати експресивно-творчі здібності майбутніх фахівців сфери туризму: сенсорно-перцептивну сферу (здатність до творчого сприйняття, увагу, спостережливість, асоціативну пам'ять тощо), пластичність нервової системи, комунікативні вміння, креативні здібності студентів.

Зміст курсу структуровано у два змістові модулі: «Теоретико- методологічні основи формування акторської майстерності» та «Акторська майстерність в роботі туристського аніматора». Кожний змістовий модуль містить практичні заняття, які проводяться у вигляді артистичного практикуму.

На практичних заняттях (артистичних практикумах) використовуються такі методи театральної педагогіки:

- ритмічну драматизацію, за допомогою якої забезпечується узгоджена діяльність студентів;
- пантоміму, що сприяє розвитку творчого самовираження за допомогою міміки і жесту; успіх навчання залежить від вміння спостерігати та запам'ятовувати побачене. В навчальній діяльності використовуються здебільшого три види пантомімі: професійну (імітує професійну діяльність, наприклад, екскурсовода), образну, коли розкривається внутрішній світ людини, та драматичну – для інсценізації прочитаного;
- імпровізаційну драматизацію: викладач пропонує відтворити певну ситуацію, студенту слід діяти в запропонованих обставинах (творчі етюди);
- усну інтерпретацію – дійову форма навчання мистецтва усного мовлення, студенти повинні набути навичок перевтілення та інтонаційної індивідуалізації мовлення різних персонажів;
- відтворення різних типів характеру.

Показниками сформованості акторських знань та вмінь визначено:

- знання теорії та історії театального мистецтва, акторських технік, що було сформовано в різні історичні періоди;
- знання основних принципів виховання актора, вміння застосовувати їх у практичній діяльності;
- знання законів створення художнього образу, вміння працювати над створенням образу;
- володіння внутрішньою та зовнішньою технікою, її практичне застосування на репетиціях;
- знання основних законів сценічного мовлення, володіння технікою та логікою мовлення, емоційно-образною виразністю мовлення та використання відповідних вмінь у практичній діяльності;

– знання законів володіння тілом та вміння володіти своїм психофізичним апаратом, що дає актору внутрішню й зовнішню свободу, впевнену поведінку у будь-якій ситуації.

Формою контролю сформованих знань та вмінь є участь в навчальному проекті (анімаційній програмі).

Комунікативна основа професійної діяльності фахівців сфери туризму потребує введення в навчальний процес дисциплін театральної педагогіки.

Естетизація професійної підготовки фахівців сфери туризму спрямована на вирішення наступних завдань: розвиток емоційно-образного мислення, артистизму, вміння впливати на аудиторію, формування активної творчої особистості, навичок роботи в творчій групі.

Естетизація процесу професійної підготовки фахівців сфери туризму може відбуватись за рахунок доповнення змісту кожної навчальної дисципліни професійно орієнтованого циклу естетичними компонентами. Але більшої ефективності буде досягнуто за рахунок включення дисциплін театральної педагогіки у вигляді спецкурсів, зміст яких відображає специфіку майбутньої професійної діяльності студентів. Зацікавленість студентів становитиме основу мотивації до вивчення матеріалу спецкурсу, добровільної участі в анімаційних програмах. Запропонований спецкурс «Акторська майстерність» є, з одного боку, самостійним компонентом підготовки фахівців туристської анімації, а з іншого – структурним компонентом моделі професійної підготовки фахівців сфери туризму до анімаційної діяльності. Подальшого дослідження потребують питання розробки та впровадження моделі професійної підготовки фахівців сфери туризму до анімаційної діяльності, урізноманітнення варіантів організації практичної діяльності.

7.4. Особистісні якості аніматора

У процесі взаємодії між туристами і персоналом готелю формується ставлення гостя до готелю, розпорядком, встановленому у ньому, сервісу, комфорту, створеному спеціально для нього, а значить і настрої на відпочинок. Від доброзичливості та професіоналізму всього персоналу готелю, приймаючої гостей, багато в чому залежить: чи захоче турист приїхати в цей готель ще раз.

Від кваліфікації ж фахівців-аніматорів залежить: чи надовго запам'ятається туристу цей його досить короткочасний відпочинок в даному готелі.

Аніматори по суті своїй - це ті ж масовики-витівники, яких наймають для того, щоб ніхто з гостей не нудьгував. Одним словом, аніматор - душа суспільства, людина, яка повинна підтримувати настрої публіки на найвищій позначці. Адже не дарма саме слово «аніма» в перекладі з латині означає «душа», «дух». Але і тут головне не перестаратися і зробити все, щоб гості залишилися задоволені відпочинком і роботою команди аніматорів.

Аніматор - той же артист, і вся його діяльність вимагає постійної самовіддачі - щодня, щохвилини, протягом п'ятнадцяти і більше годин на добу. Не всякий може витримати настільки активний і бурхливий ритм, тому так важливо добре організувати роботу аніматорів. Хороший аніматор - половина успіху будь-якого заходу. Будь то день Народження, весілля або корпоративна вечірка. Давно

пройшла епоха шаблонних свят з тамадами, тостами і традиційними, набили оскому конкурсами. Нове століття диктує нові стандарти свята. І аніматори тут виконують важливу роль.

Кого можуть зображати аніматори? Та кого завгодно! Аніматори - це і звичні нам клоуни, і персонажі відомих мультиплікаційних і художніх фільмів, це і розбійники, і пірати. Словом, що ваша душа тільки забажає.

Аніматори однаково зацікавлять і дітей, і дорослих. Діти з радістю візьмуть забавну гру, а дорослі з задоволенням згадають дитинство, беручи участь у цікавих конкурсах. Виступи аніматорів особливо цікаві тим, що вони включають глядачів програми в захоплюючу інтерактивне дію.

Навчання аніматорів проводиться сьогодні багатьма організаціями, тому що це дійсно та професія, яка потрібна в сфері проведення свят.

7.5. Організація роботи аніматорів

Структуру менеджменту анімації можна уявити собі таким чином:

Генеральний менеджер готелю

Менеджер-аніматор

Методист-аніматор Організатор-аніматор

Аніматори-виконавці

Головний у системі анімації - менеджер по анімації. Він підпорядковується безпосередньо генеральному менеджеру, який, у свою чергу, підпорядковується власнику готелю.

Як фахівець широкого профілю, менеджер анімаційної діяльності покликаний виявляти, задовольняти і розвивати соціально-культурні інтереси різних груп населення, розробляти цільові анімаційні програми та соціальні технології їх здійснення, стимулювати інноваційні рухи в сфері туризму, управляти економічними механізмами організації анімаційної діяльності, впроваджувати ефективні педагогічні методики розвитку культурно-естетичної творчості.

Принципова особливість фахівця-аніматора в тому, що знання соціології, економіки, політології, права, теорії управління, основ режисури та ряду інших, суспільно значущих і вельми престижних сьогодні наук виступає не як самоціль, а як істотне засіб реалізації провідної метафункції соціально-культурної діяльності - залучення людини до досягнень світової культури, всемірне розвиток його творчого потенціалу.

Менеджер-аніматор повинен знати психолого-педагогічні засади управління тимчасовим колективом, з яким працює, бути лідером в різноманітних туристських колективах, що відрізняються за віком, складом, освіти, соціальним станом, вміти впливати на думку оточуючих.

Важливе значення має схильність до лідерства, а саме: вміння виявляти ініціативу, залучати і направляти увагу інших, пропонувати їм рішення, здатність розмовляти мовою своїх прихильників.

Менеджери-аніматори повинні володіти високими діловими якостями, глибокими знаннями психології людей, практичними навичками роботи в умовах чітко налагодженого механізму.

Крім людей, які безпосередньо є частиною команди animation, робити більш яскравими і барвистими уявлення допомагає і художник (якщо його немає серед аніматорів), який оформляє декорації до уявленням, малює до них анонси, афіші та інші матеріали, і кравець, який шиє їй відповідає за вечірні костюми аніматорів.

Стати аніматором непросто. Аніматор повинен спочатку володіти певними навичками роботи та вміннями, а також повинен бути психологічно готовий до цієї роботи.

Крім того, проводяться спеціальні семінари та практичні заняття з танців, розробці програми на сезон, проведенню спортивних ігор і змагань. Кожні два тижні анімаційна програма змінюється, тому робочий день аніматора проходить дуже напружено.

Ранок починається в 7:00. Особиста гігієна, зарядка, сніданок.

О дев'ятій ранку аніматори збираються на збори, де вирішуються організаційні питання майбутнього дня, після цього починається спілкування з гостями - заняття йогою, ранкова гімнастика.

Після обіду і водної гімнастики в басейні - перерва до самої вечері, ну а за вечерею слід найбільш насичена анімаційна програма: спектаклі, танці з гостями, спілкування в барах, розважальні шоу.

Разом з аніматорами працюють співаки, професійні танцюристи і музиканти, яких часто спеціально на вечір запрошує і оплачує адміністрація готелю.

Заробітки ж самих аніматорів варіюються залежно від досвіду роботи: аніматору, який не танцює, а тільки розважає публіку, можуть запропонувати зарплату в 250-300 доларів. А танцюючий, співаючий і грає на музичних інструментах, що володіє хоча б англійською (а краще і німецьким) мовою аніматор може заробити 600 і більше доларів на місяць. У закордонних готелях знання російської мови теж дуже важливо - влітку до 70% гостей в цих готелі - російськомовні туристи, тому серед аніматорів досить багато людей з країн СНД.

При добре розвинених системах клубного відпочинку потрібна велика кількість фахівців в області анімаційної діяльності.

За великим рахунком, діяльність аніматора спрямована на розвиток творчості туристів, збагачення змісту анімаційної діяльності, пошук нових форм роботи з урахуванням сучасних запитів, використання матеріальних і виразних засобів у повному обсязі.

А якщо озброїти працівників сфери туризму цікавими і захоплюючими програмами, враховують вікові та психологічні особливості, місцеві традиції і традиції інших країн, то це дозволить зробити туризм масовим, здатним залучити в свою сферу всі соціальні верстви населення, в тому числі молодь.

ТЕМА 8. СПОРТИВНА АНІМАЦІЯ

8.1. Загальна характеристика спортивної анімації.

8.2. Спортивні види розваг

8.3. Організація ігор з грошовим вигрaшем

8.4. Спортивна аеробіка та аквааеробіка

8.1. Загальна характеристика спортивної анімації.

Здоровий спосіб життя є основою спортивної анімації. Збереження і зміцнення здоров'я – це головні функції спортивної анімації. Особливе значення в комплексі заходів, спрямованих на розвагу туристів, приділяється всіляким спортивним заняттям, змаганням, конкурсам, рухливим іграм тощо.

В іграх аніматори безпосередньо беруть участь у якості гравців, ведучих та суддів. В їх завдання також входить підігрів інтересу гравців і контроль за ходом гри, улагоджування можливих конфліктних ситуацій.

Під час гри аніматор чітко викладає правила, забезпечує її безперервність, безпеку, організований початок і закінчення з обов'язковим підведенням підсумків і оголошенням переможців.

Необхідно зазначити, що рухливі ігри супроводжують людину з самого народження і до глибокої старості. Через гру ми пізнаємо світ, навчаємося взаємодіяти в колективі, знайомимося з різними моделями поведінки, виявляємо свої знання, активність і багато чого іншого. Однозначно неможливо відповісти на запитання: „Що змушує людину грати?” Бажання активно відпочити? Одержати заряд гарного настрою? Побути у центрі уваги?

Очевидно, всі ці відповіді, напевно, і ще багато інших будуть правильними. Але є мотив, про який потрібно пам'ятати завжди, і, мабуть, він буде одним з основних. Адже кожен граючий хоче одержати приз. Людину незмінно вабить можливість побути переможцем, прилюдно „бути увінчаним лавровим вінком”.

Аніматор повинен завжди ретельно підходити до вибору призивів. Вони повинні бути такими, щоб ними хотілося володіти і зовсім необов'язково дорогими.

Цікавий, забавний або престижний приз завжди буде служити могутньою мотивацією для гри. При виборі подарунків варто враховувати аудиторію: що добре старому, то не підходить дитині.

Помітний, яскравий або незвичайний реквізит теж найчастіше викликає інтерес до гри. Вгадати бажання аудиторії, зрозуміти, що їй необхідно в даний момент, який мотив керуватиме нею до участі в грі, - це і є завдання аніматора.

Рухливі ігри входять практично в усі програми анімації. Як правило, туристи – не новички, і відкіль б не прибули на відпочинок, усі вони коли-небудь вже займалися спортивними іграми і мають необхідний досвід поведінки в колективі. Динамічність, заводний характер суперництва дозволяє людям розкріпачитися, виявити здібності та таланти, прояв яких стримується у повсякденному житті.

Аніматори в основному пропонують ігри зі швидкісними рухами, стрибками тощо. У зв'язку з тим, що, за твердженням вчених, у наш час фізичні можливості людей зросли в порівнянні з їх однолітками в минулому, у рухливих іграх бере участь усе більше і більше вікових груп відпочиваючих.

У практиці фізичного виховання існує п'ять видів рухливих ігор:

- тренувальні ігри, що поєднують у собі вправи, які допомагають тренувати слух, уважність, спостережливість;
- сюжетно-рольові, які припускають орієнтування по карті або азимутів, що розвиває вміння зберігати секретні відомості, проходити непоміченими межу;
- ігри-походи, які переслідують освітню мету;
- військово-спортивні ігри, що мають прикладний життєвий характер;
- ігри для відпочинку і розваг.

8.2. Спортивні види розваг

Спортивні анімаційні програми призначені для туристів, що захоплюються тим або іншому виду спорту й занять спортом, що приїхали в спортивно-туристський комплекс для тренувань по певній системі у поєднанні з відпочинком.

Спортивно-оздоровчі програми відрізняються від спортивних тем, що вони розраховані на туристів, аматорів спорту й активного відпочинку, для яких готель чи тур комплекс - це єдине місце й можливість відновлення сил і здоров'я через активні фізичні навантаження в умовах чистої природи й чистого повітря.

Спортивно-розважальні програми орієнтовані на туристів будь-якого віку. Вони будуються на залученні туристів в активний рух через привабливі, захоплюючі, веселі конкурси й необразливі змагання.

Спортивно-пізнавальні програми будуються на прилученні рекреантів до духовно-моральних цінностей у процесі активного відпочинку (походи, пішохідні екскурсії).

В умовах сьогодення бурхливо розвиваються ігрові види розваг, близькі до спорту: більярд і боулінг. В більшості вони сприймаються як відпочинок і розвага, які доступні людям різної статі і віку. Тому більярдні столи розміщують у багатьох готельних підприємствах і клубах.

У приміщеннях холу, вітальні тощо більярдні столи (малі розмірами 2250x1250мм. і великі розмірами 3850x2050мм.), стійки для кий, шафи або полиці для кий, меблі для зони відпочинку і очікування. Більярдні столи розміщують таким чином, щоб навколо них була велика площа для вільного руху.

Поєднання послуг розміщення, послуг харчування і напоїв, послуг гри в більярд підвищує доходи готельного підприємства.

Більярдні клуби відкриваються зараз за трьома моделями: комерційного спортивного та елітного.

В комерційних більярдних клубах більярд виконує роль магніту, який притягує споживачів, які хочуть відпочити з відповідним рівнем сервісу.

В спортивних більярдних клубах створюються умови для змагання і тренування професіоналів - більярдистів. У них є можливість проведення любительських турнірів. Послугами елітних більярдних клубів користуються люди з великими доходами. В основі їх комерційного успіху лежить вміння за високу ціну створити ексклюзивну атмосферу комфорту.

8.3. Організація ігор з грошовим виграшем

Багато готельних комплексів пропонують своїм гостям, як додаткові послуги, можливість відпочити в ігрових закладах, які, зазвичай, є їхніми структурними підрозділами. Сьогодні ігровий бізнес вважається одним із самих перспективних напрямків розвитку індустрії розваг, сфери готельних послуг, тому що приносить значні доходи готельному підприємству, забезпечує круглорічну роботу всіх співробітників - працівників казино, барів, ресторанів, а також дає гостям можливість сучасно, цивілізовано відпочити.

Гра - складне соціально-психологічне явище вже тому, що воно не вікове, а особистісне. Потреба особистості в грі, а також здатність включатися в неї характеризується особливим баченням світу і воно не пов'язано з віком людини. Однак прагнення до гри дорослих і дітей мають різні психологічні підстави. Гра є однією з трьох основних видів діяльності людини. Відмінність гри від інших видів діяльності в тому, що, наприклад, у праці, реалізується суспільна мета - створення матеріальних і культурних цінностей. Гра не переслідує такої цілей, тобто до суспільних цілей вона не має прямого відношення, однак вона має опосередковане, непряме відношення. Філософи стверджують, що гра - це особлива форма життя, вироблена або створена суспільством для керування розвитком дітей. У цьому плані вона являє собою особливий педагогічний утвір, хоча творцем її були не окремі люди, а суспільство в цілому, а сам процес виникнення і розвитку гри був масовим процесом, у якому природно-історична закономірність "пробивалася" через різноманітну свідому діяльність окремих людей. У теоретичній літературі гра розглядається як: особливе відношення особистості до навколишнього світу; особлива діяльність людини, яка змінюється і розгортається як його суб'єктивна діяльність; діяльність, у ході якої відбувається розвиток психіки людини; соціально-педагогічна форма організації людського життя. Насамперед, гра - породження діяльності, за допомогою якої людина перетворює саму діяльність, змінює навколишній світ. Суть людської гри - у здатності відображати, перетворювати дійсність. У грі вперше формується і виявляється потреба дитини впливати на світ, стати суб'єктом своєї діяльності. Сутність гри полягає в тому, що в ній важливий не результат, а сам процес, процес переживань, пов'язаний з ігровими діями. Хоча ситуації, які програє людина, уявлювані, але почуття, пережиті нею, реальні. Гра підготовляє людину до навчання і праці. Ця її специфічна особливість несе в собі великі виховні можливості, тому що, керуючи змістом гри, включаючи в сюжет гри певні ролі, можна тим самим програмувати певні позитивні почуття граючих. По-перше, важливий сам досвід переживання позитивних почуттів для людини; по-друге, через переживання тільки й можна виховати позитивне відношення до діяльності. Гра має багаті можливості сформувати позитивне відношення до не ігрової діяльності. Гра підводить до здатності діяти в плані уяви. Природно, що люди, котрі мають розвинуту уяву, легше пізнають навколишній світ, тому що вони можуть уявити предмети і явища, недоступні безпосередньому сприйняттю.

Особливості сфери дозвілля дають можливість виконати одночасно цілий ряд замовлень у ході однієї ігрової програми вечора гри, ігрового спілкування. Причому під час гри у кожного учасника можуть розширюватися набір замовлень, змінюватися замовлення, переставлятися акценти у мотивації участі в грі:

наприклад, прийшов на незвичайну за формою розвагу, бажаючи приємно провести час, але по ходу програми знайшов серйозні питання до самого себе і сформував своє замовлення; чи навпаки, прийшов як на лекцію за знаннями, а по ходу програми сформував замовлення і на "розкіш спілкування", і на "карнавальну святковість". Пропоновані реальні замовлення (усвідомлювані мотиви), проповані мнимі замовлення (без мотивації) і потенційні замовлення (латентні мотиви) знаходяться в складній динамічній співвіднесеності. Успішність роботи з такою структурою замовлень на ігровій програмі визначається діяльнішим підходом до розроблюваним з програмою тем і проблем.

Під час гри відбувається швидка зміна ситуацій, виникають зацікавленість й азарт. Поняття "азартна гра" має давню історію. В словнику сучасної української мови слово "азарт" має визначення: "Сильне захоплення чим-небудь, запал, завзяття. Входити в азарт".

Таким чином, азартна гра - це особливий вид гри, що викликає сильне захоплення, як правило, пов'язане з матеріальною зацікавленістю. Багатьох людей в азартних іграх залучає можливість тренування розумових здатностей, розвитку уваги, особливих навичок й умінь.

Серед азартних ігор виділяють три групи: азартні, комерційні й престижні.

Азартні ігри. У них виграш зазвичай залежить від випадку, збігу обставин, а не від уміння або інтелектуальних здібностей гравця.

Комерційні, або інтелектуальні ігри. Виграш залежить зазвичай від досвіду, умінь й інтелектуальних здібностей гравця й у меншій - від везіння (бридж або преферанс).

Престижні ігри. Результат залежить тільки від майстерності й інтелектуальних або фізичних здібностей гравця (шахи, шашки й спортивні ігри).

У сучасні казино пропонується найчастіше стандартний набір азартних ігор: рулетка, покер і Блек Джек. Кожна із цих ігор має свої різновиди:

- рулетка - американська, російська, французька, рулетка з додатковим полем тощо;
- карткові ігри - Блек Джек, покер і його різновиди, сека (або російський покер), баккара, макао;
- гра в кості.

В останні роки коло споживачів послуг ігорних закладів значно розширився. Відвідувачами цих закладів стають не тільки "нові українці", але й інші категорії населення. Зазвичай, найбільш частими відвідувачами є люди, які не можуть уявити своє життя без казино, але таких не багато. Відвідують ігрові заклади різні представники соціальних груп: бізнесмени, популярні артисти й спортсмени, інтелігенція (викладачі, медики, юристи), студенти й молодь із забезпечених родин.

Казино являє собою стаціонарний або пересувний дозвіллевий центр відкритого або закритого типу, що є структурним підрозділом головного підприємства певної організаційно-правової форми. Ос-новними цілями казино є: надання послуг населенню в області організації дозвілля й отримання прибутку.

Сучасні казино - це культурно-дозвільні центри з обслуговуванням на високому професійному рівні й забезпеченням безпеки клієнтів. У більшості

ігрових закладів для відвідувачів передбачені безкоштовні напої й закуски, музика й шоу-програми; багато казино влаштовують фуршети для учасників гри.

Робота казино ґрунтується на основі проведення на його території ігор з виплатою грошових вигравів у точній відповідності зі встановленими для даного казино правилами.

Для успішного функціонування казино необхідно правильно сформувати його матеріальну базу, продумати імідж, дизайн, інтер'єр, тобто відповідним чином його облаштувати. Чим краще буде оснащене й обладнане казино, тим більше клієнтів воно може залучити.

У сучасному суспільстві цілий перелік різноманітних видів азартних ігор продовжує користуватися великою популярністю, і саме тому багато готельних підприємств охоче пропонують послуги казино. У більшості випадків казино починається з американської рулетки. Саме ця гра викликає у відвідувачів великий інтерес.

Клуб - організація, що об'єднує людей певного кола, об'єднаних спільними інтересами, заняттями, мають виховне, повчальне, культурно-освітнє значення.

До клубу приходять люди, які бажають опанувати певне заняття. Клуб за інтересами - це свого роду вихователь. Кожний із членів об'єднання прагне винести на люди свої знання та вміння. Спілкування в колі однодумців сприяє збагаченню, взаємо вихованню їх прив'язує особлива атмосфера рівності, доброзичливості і самодіяльності.

Щоб дозвілля в клубних об'єднаннях стало сприятливим, необхідно будувати роботу на інтересах самої людини. Треба не тільки знати сьгоднішні культурні заняття молодих, передбачати їхні зміни, а й уміти швидко реагувати на них регулюванням відповідних форм і видів дозвілля і розваг.

Дослідження вчених та й найпростіші життєві спостереження показують, що при всій важливості і силі соціалізації молоді людини в навчальному і виробничому колективі, при всій необхідності змістовної діяльності на дозвіллі молодь уперто збирається в колектив однолітків. Виходить, що спілкування в молодіжній компанії - це форма дозвілля. Домашнє дозвілля в оточенні однолітків немов магніт притягує до себе юнаків і дівчат.

Його шляхетного, розвивального впливу на особистість молоді людини не можна заперечувати. Але цей вид дозвілля має ряд мінусів - ізолюваність людини в чотирьох стінах, відрив від фізкультурно-спортивних форм дозвілля, а це не може не підсилювати інертності молоді людини.

Боулінг. Боулінг - гра в кеглі. Є однією з самих демократичних і популярних ігор сучасності. Гра складається з 10 рамок, у кожній з яких треба намагатися вибити 10 кеглів. На кожную рамку дається дві спроби. Незважаючи на те, що боулінг-індустрія робить в Україні тільки перші кроки, розвивається вона стрімко. Практично у всіх великих містах й великих готелях є боулінги-центри, які стають розважальними центрами сімейної й молодіжної спрямованості. Сучасні боулінги-центри оснащені автоматичною системою підрахунку очок і управління, що складає з мережі комп'ютерів, пристроєм повернення куль, доріжками для їхнього метання, меблями для відпочинку відвідувачів і барами.

Гольф. Зародилася ця гра в Шотландії, в XIII в. У ті часи більшість населення цієї країни займалася скотарством. Кочуючи з місця на місце, пастухи розважалися тим, що своїми цівками кидали в ямки кістяні кулі. Згодом цівок видозмінився, перетворившись у ключку, кістяну кулю замінили м'ячем, набитим спресованим пір'ям, а сучасну кулю роблять із пластику. Суть гри залишилася тією ж, хоча грають у неї тепер представники заможної еліти, об'єднуючись у клуби аматорів гольфу.

У багатьох містах Європи й Америки, у великих курортних центрах створені тренувальні поля й площадки для міні-гольфу. Площадки для міні-гольфу - дійсне поле, тільки зменшених розмірів. Тренуватися можуть всі бажаючі, оскільки чим більше їх буде, тим більше буде професіоналів, що обслуговують гольфи-клуби й гольфи-центри. Для України гольф - захоплення нове, але створена Всеукраїнська Федерація гольфа (ВФГ), проводить тури з міні-гольфа за встановленими правилами.

Дартс. Історія гри дартс почалася багато століть назад. Ця гра з'явилася в ті часи, коли списи й дротики були одними з основних видів зброї. Серед кращих гравців були король Англії Генрі VIII і король Франції Шарль VI. Життєва необхідність тренуватися поступово трансформувалася в захоплюючу гру у вигляді мішені - кола, розбитого на сектори, і стріл-дротиків з гострими голками-наконечниками. Гравець, що потрапив дротиком хоча б раз в центр мішені (так званий "Бичаче око"), вважався щасливчиком. В 1908 р. дартс був визнаний як популярний вид спорту, відпочинку й розваги. Цю гру люблять як дорослі, так і діти. Вона розвиває влучність, пильність, координацію, арифметичні здатності й просто підвищує настрій і дає емоційну розрядку.

У Великобританії, Німеччині, США, Австралії й багатьох інших країнах миру ця гра стала невід'ємною частиною національної культури.

У цей час поряд із традиційним дартсом у багатьох розважальних і курортних центрах устаноується електронний дартс. Мішень електронного дартса має убудований мікропроцесор, дис-плей для відображення результатів гри й панель керування. Дротики в електронному дартсе використовуються з безпечними пластиковими наконечниками. Електронний дартс дає можливість програмування правил гри, кількості гравців (одночасно можуть грати не більше 8 учасників). Він має ще одну перевагу - систему автоматизованого підрахунку очок.

Серфінг. Цей вид розваги досить стародавній. Популяризатором серфінгу прийнято вважати англійського мореплавця Джеймса Кука, який під час одного зі своїх подорожей потрапив на Гаваї. Тут мореплавця вразила велика кількість ігор і змагань, що влаштовувалися гавайцями. Найбільше Кука вразило катання гавайців на дошках по хвилях океану, що вважалося в корінних жителів культовою дією.

Для катання використовували два види дощок. Один вид (алача) - дошка довжиною близько 3 м і вагою близько 10 кг.. Виготовлялася із хлібного дерева й призначалася для бідних людей. Другий вид (оло) - дошка, що важила близько 100 кг і довжиною близько 6 м, завдяки чому вона розвивала швидкість до кілька десятків кілометрів у годину. Цей вид дощок призначався для вождів й їхнього найближчого оточення. Виготовлення дощок супроводжувалося релігійними

обрядами. Дереву, з якого потім виходила дошка, перед тим, як його зрубати, приносилися жертва. Жертвою була риба. Після катання дошки ретельно висушивши, загортали в матерію й клали в надійне місце.

На той час, коли Джеймс Кук відвідав Гавайї, цей вид розваги був у розквіті. Однак із приходом на острови білих людей він був оголошений сатанинським і незабаром про нього забули на довгі роки. Згадали про нього тільки на початку минулого століття.

У наші дні це дуже популярний вид проведення дозвілля на морі. Гавайські острови, що подарували світу цей вид розваги, дотепер вважаються найбільш престижним місцем для заняття серфінгом. Популярний він в Італії, Франції, Єгипті, Греції і Росії.

Для занять серфінгом потрібно перебувати поруч із морем, мати велике бажання, сміливість і серфінгову дошку. Безліч морських курортів культивують цю спортивну розвагу.

Дошок зараз превелика безліч, розрізняються вони по довжині й матеріалом виготовлення. Короткі дошки (160-180 див) призначені для професіоналів і для тих, хто більш ніж упевнено почуває себе на хвилі.

Початківцем потрібна дошка довжиною в 200-230. Така дошка має форму витягнутого еліпса й не має гострого носа, щоб уникнути зіткнення з рифом або дном. Ця дошка маневрена й більш безпечна. Є дошки й більше довгі - 2,5-3 м. Звичайно на узбережжя (при готелі) існують пункти прокату дошок.

Як бачимо, дозвілля в готелях і туристичних комплексах є важливим соціально-культурним чинником нашого життя, і хоч вона орієнтована переважно на активних людей, які знаходять можливості відпочивати, переміщуючись у просторі, це не зменшує, а, навпаки, збільшує її значення. Саме активні люди найбільше впливають на розвиток суспільства, саме вони найбільше працюють і саме вони, як ніхто інший, потребують професійно організованого, ефективного відпочинку, особливо, коли він короткотерміновий. Анімацій на діяльність у створює умови для такого відпочинку, при-скорюючи при цьому рекреаційні процеси в організмі, гуманізуючи відносини між людьми, підвищуючи їх культурний та інтелектуальний рівень. До того ж анімацій на діяльність, за принципом ланцюгової реакції, втягує в процес активного відпочинку і так званих "черепак" або "равликів", тобто людей, на перший погляд, пасивних.

8.4. Спортивна аеробіка та аквааеробіка

Спортивна аеробіка – це вид спорту, в якому спортсмени виконують безперервний і високоінтенсивний комплекс вправ, що включає сполучення ациклічних рухів зі складною координацією, а також різні за складністю елементи різних структурних груп і взаємодії між партнерами (у програмах змішаних пар, трійок і груп). Основу хореографії в цих вправах складають традиційні для аеробіки „базові” аеробні кроки і їх різновиди.

У даний час у спортивній аеробіці існує декілька варіантів правил змагань, які мають як загальні положення, так і досить серйозні розходження у вимогах до змагальної програми і критеріїв оцінювання різних параметрів. У кожному з існуючих напрямків спортивної аеробіки проводяться чемпіонати світу, матчеві

зустрічі й інші види змагань. У Росії розвиваються два напрямки правил змагань: за версією ФІЖ (FI) і ФІСАФ (FISAF).

У широкому розумінні цього слова до аеробіки відносяться веслування (на човні, байдарці, каное), ходьба, біг, плавання, катання на велосипеді, лижах, кониках й інші види рухової активності.

Готель з басейном також дозволяє виконувати деякі корисні вправи. Мова йде про такий вид активного навантаження, як аквааеробіка. У багатьох готелях є тренери, які за невелику додаткову плату розкажуть і покажуть, як необхідно рухатися у воді і які при цьому використовувати спортивні снаряди, що допомагають привести тіло в тонус, а заодно і скинути пару-трійку кілограмів.

Заняття у воді ґрунтуються на подоланні сили, з якою вас або спортивний снаряд виштовхується на поверхню. Таким чином, аквааеробіка зводить до мінімуму ризик отримання травм і за рахунок плавності навантажень показана не тільки молодим, здоровим, а й людям похилого віку, дітям і навіть вагітним жінкам.

Вправи у воді – це діючий засіб для підтримки фізичної форми різних категорій осіб, які прагнуть займатися спортом. Оздоровчі заняття аква-аеробікою допомагають не лише поліпшити фізичну форму, але й зняти стрес, нормалізувати психоемоційний стан людини, підвищити самооцінку. Завдяки властивостям водного середовища заняття аква-аеробікою мають не тільки високу ефективність, але і мало протипоказань.

Тіло у воді знаходиться майже в невагомому стані, що знімає навантаження з хребта і суглобів. Тиск води сприяє поліпшенню кровообігу; стимулює видих, але затрудняє вдих, розвиваючи дихальну мускулатуру; щільність води здійснює масажуючу дію, термічні властивості діють як загартовуючий фактор.

Заняття аква-аеробікою мають наступні позитивні властивості:

- зміцнення психічного і фізичного здоров'я людини;
- досягнення результатів без навантаження на суглоби і хребет;
- можливість змінити середовище і внести різноманітність у тренувальний процес;
- більше можливостей для ігор і різних видів активності;
- темп виконання рухів у воді помірний, що дозволяє непідготовленим людям займатися і почувати себе впевнено;
- аква-аеробікою можуть займатися і повні люди, для яких інші види занять практично недоступні;
- використання різного устаткування дозволяє підібрати прийнятне навантаження і досягти необхідних результатів;
- спеціальні пристосування розвивають м'язову силу і витривалість без підняття ваги;
- збільшуються аеробні можливості, м'язова сила, витривалість, гнучкість;
- відбувається підвищення рівня метаболічних процесів, що сприяє виведенню шлаків з організму;
- нормалізується кров'яний тиск;
- відбувається посилення відтоку крові від ніг до серця, полегшуючи його роботу; відбувається перерозподіл м'язової й жирової маси у бік зменшення останньої.

ТЕМА 9. ДИТЯЧА АНІМАЦІЯ

9.1. Організація діяльності міні-клубу в структурі готелю.

9.2. Розробка анімаційних програм для дітей різного віку

9.3. Рухливі ігри на дитячому майданчику.

9.1. Організація діяльності міні-клубу в структурі готелю.

Одним з важливих напрямків аніматорська діяльності в готелях є анімація для дітей, оскільки щаслива дитина приносить щастя своїм батькам, а значить втричі підвищує ефект від наданої послуги. Для організації дитячої анімаційної діяльності використовують не тільки матеріальну базу для дорослої анімації, але й спеціальні споруди, приміщення та обладнання для дітей. У багатьох туристичних комплексах є спеціальне приміщення для дитячої анімації – міні-клуб. Про наявність міні-клубу в готелі повідомляє великий барвистий стенд, встановлений у холі готелю, біля входу в головний ресторан або на пляж, на якому розписаний графік роботи та майбутні заходи для дітей, щоб вже при в'їзді в готель гості могли швидко зорієнтуватися і визначити туди свої дітини. Назва міні-клубу – суто індивідуально, але воно визначає подальшу політику і девіз даного відділу

Мета аніматорів міні-клубу – якомога цікавіше зайняти дітей, щоб дати можливість батькам відпочивати спокійно, не піклуючись про них, їх місцезнаходження та безпеки.

Для батьків, які віддають дітей аніматорам, найважливішим чинником є забезпечення їх безпеки, тому дуже важливо, щоб аніматори були уважні, ввічливі, а при необхідності могли надати дитині першу медичну допомогу.

Робота аніматорів у міні-клубах має свою специфіку. Перш за все, тут повинні працювати аніматори-професіонали, які мають спеціальну педагогічну підготовку та досвід роботи з дітьми. Аніматори повинні бути людьми добрими, чуйними, товариськими і уважними. Їм доводиться вирішувати міжособистісні конфлікти дітей, направляти їх діяльність, зацікавлювати, захоплювати. Аніматор повинен забезпечити кожному члену дитячої групи можливість для активної участі в усіх справах, постійно змінюючи склад учасників і розподіл ролей у групах.

Бажано, щоб перед початком роботи в міні-клубі аніматори пройшли курс практичної анімації і обов'язковий інструктаж з техніки безпеки. Навчання аніматорів на практиці (планування роботи, проведення репетицій, підготовка костюмів, розробка свят, аналіз проведених заходів та ін) та вдосконалення їх діяльності повинні тривати протягом усього періоду їх роботи в міні-клубі.

Для того щоб відпочиваючі і їхні діти були поінформовані про роботу клубу, необхідно проводити барвисті рекламні заходи у вигляді анонсу на початку кожного тижня, а потім – щодня і більш докладно. Чим яскравіше і цікавіше буде дана інформація про майбутній захід, тим більше учасників буде до нього повернуто.

Форми подачі інформації можуть бути самими різними: оголошення по радіо, показ заготовлених відеороликів, вивішування барвистих оголошень на інформаційній дошці, забезпечення барвистими буклетами з анонсом (які видаються адміністратором або залишаються покоївки в номері), виступи

аніматорів-зазивав за сніданком, на пляжі та ін. Можна провести екскурсію для дітей та їх батьків з міні-клубу. Важливо, щоб інформація давалася на рідній мові відпочиваючих або на зрозумілою їм мовою.

Анімація в готельному міні-клубі повинна відрізнитися від розваг дітей у школі чи дитячому садку своєю святковістю, барвистістю, ефектністю, щоб запам'ятовувалася дітьми надовго, тому важливо ретельно підбирати цікаві ігри, розваги, конкурси і часто міняти їх. Необхідно продумувати альтернативні заходи на випадок поганої погоди або будь-яких інших непередбачених обставин. Програми для дітей повинні бути диференційовані по віку (від 3 до 6 років, від 6 до 9 і від 9 до 12 років) і складені з урахуванням особливостей даного віку.

9.2. Розробка анімаційних програм для дітей різного віку

Пропонується коротка характеристика вікових особливостей:

1. Діти молодшого віку допитливі, рухливі, активні, але швидко втомлюються, тому необхідна швидка зміна діяльності. У дітей цього віку великий авторитет старших, вони намагаються в усьому наслідувати їх, з задоволенням грають, малюють, ліплять. Однак треба пам'ятати, що за ними треба стежити дуже уважно, оскільки вони швидко втомлюються, перегріваються і переохолоджуватися. Вони мало що знають і вміють. Особливо уважно треба стежити за їхніми іграми на воді.

2. Діти середнього віку відрізняються підвищеною збудливістю, емоційністю і навіть конфліктністю. Вони легко захоплюються грою, змаганням, творчою справою. Однак важливо утримати цей інтерес яскравими заходами, цікавими справами.

3. Діти підліткового віку за характеристикою поведінки одночасно більш цікаві і складні. У цьому віці починається статеве дозрівання, йде перебудова всього організму. Ця категорія дітей хоче здатися всім оточуючим дорослими, проте інтереси і можливості поки що дитячі. Підлітки потребують діяльності, щоб витратити свою неумемну енергію. Однак часто пропозиції старших сприймають скептично, тому захопити їх набагато важче. Зате вони із задоволенням танцюють на дискотеках, спілкуються з однолітками, беруть участь у конкурсах краси і інших заходах. Підлітків потрібно включати в розробку заходів, підготовку і проведення ігор та змагань, довіряючи їм роль лідера.

У відповідності з віком можуть пропонуватися різні форми проведення дозвілля: бесіди, веселі годинник, вікторини, дискотеки, карнавали, конкурси (ерудитів, брехали, чомучок, дівчаток, хлопчиків, загадок, пісень, малюнків, виробів), концерти, мастерілки, олімпіади, пікніки, змагання, турніри, шоу, екскурсії.

Кілька днів відпочинку можна зробити тематичними. У такий день всі досутові заходи мають бути присвячені одній темі. Деякі анімаційні заходи для дітей доцільно проводити разом з батьками. Наприклад, непогано після закінчення відпочинку показати батькам, чому навчилися діти за час відпочинку – влаштувати концерт, конкурс, шоу або інше заключне заход, який можна зняти на фото- і відеоплівку і вручити в якості призів або подарунків батькам.

Підготовка до заключного анімаційного заходу вимагає багато часу, сил, енергії, але зате і віддача від нього велика, оскільки батьки з величезним задоволенням спостерігають за виступами своїх чад, подорослішали, засмаглих, навчилися грати на сцені, танцювати або освоїли будь-які інші вміння та навички. Батьки завжди будуть задоволені проведеним відпочинком, якщо він сподобався дитині.

9.3. Рухливі ігри на дитячому майданчику.

Рухливі ігри для дітей – це не тільки чудовий варіант веселого проведення часу, але і дуже корисно для малюка. Ігри вчать виконувати правила, дисциплінують, розвивають командний дух, включають дитини в соціум і вчать взаємодії з іншими крихтами. Саме через цікаві рухливі ігри для дітей малюкові найпростіше зрозуміти механізм правил соціуму – адже навчившись дотримуватися правил гри, дитина зрозуміє, що щось аналогічне діє і в повсякденному житті.

Музичні рухливі ігри для дітей: улюблена всіма гра

Діти з великим задоволенням беруть участь в старій, але улюбленій багатьма поколіннями діточок грі. Стільці виставляються кругом, їх повинно бути на один менше, ніж діточок. Поки грає музика, всі бігають навколо стільців, а коли вона припиняється, потрібно сісти. Той, кому стільця не вистачило, вибуває, і разом з ним вибуває один стілець. Переможцем вважається той, хто сяде на останній залишився стілець.

Важливо відзначити, що ця гра допомагає розвинути реакцію у дітлахів, і до того ж, як будь-яка гра з музикою і рухом, дуже подобається їм.

Рухливі ігри для маленьких дітей: тихіше їдеш

Вже з 3-4 річного віку малюки охоче грають у гру «Тихіше їдеш». Правила прості: вибирається один ведучий, на підлозі або землі чертяться дві лінії на відстані 5-6 метрів один від одного. Завдання – доторкнутися до ведучого і таким чином дістати його пост. Рухатися можна тільки поки що водить вимовляє слова "Тихіше їдеш – далі будеш. Стоп!". Кожен, хто ворухнеться після слова «стоп», виходить з гри.

Веселі рухливі ігри для дітей: світлофор

Ця відмінна гра підходить для малюків раннього віку, коли важливо запам'ятати кольори. Втім, старші діти теж з радістю в неї грають.

Знову на майданчику потрібні 2 лінії на відстані 5-6 метрів. Усі гравці стоять за однією з них, а ведучий – посередині між рисами. Він же називає будь-який колір. Якщо такий колір присутній в одязі дитини, він безперешкодно проходить за лінію, якщо ні – потрібно примудритися перебігти. Якщо ведучий його схопив – тепер він стає ведучим.

Командні рухливі ігри для дітей: невід

Ця гра відмінно розвиває командний дух. Її зручно проводити в обмеженому просторі, завдяки чому вона входить до списку рухливих ігор для дітей для будинку або групи дитячого саду.

Гравці діляться на дві команди – невід (2-3 людини) і рибки (всі інші). Всі учасники невода беруться за руки і вирушають ловити пробігають повз плаваючих

риб, які в свою чергу, в невід намагаються не потрапляти. Кожна рибка, що потрапила в невід, стає частиною невода (руки учасникам не можна розчеплювати протягом всієї гри). Переможець – сама невловима рибка, яка залишається спійманою останньою.

Рухливі ігри дітей на вулиці: білки

Вибирається один ведучий – це мисливський пес. Решта грають – білки, які в безпеці лише тоді, коли тримаються за дерево. Завдання білок – бігати від дерева до дерева, завдання мисливської собаки – відловити білку, яка займе його місце. Ця гра може проводитися як в гаю, так і на майданчику, де в якості дерев можна вибрати будь-які предмети.

Рухливі ігри: конкурси для дітей

Якщо ви плануєте дитяче свято, можна влаштувати конкурс-«багатоборстві», в якому придумати завдання, згідно віку діточок-учасників. Завдання можуть бути самими різними: заспівати пісеньку, пробігти наввипередки, проповзти вперед всіх, зробити акробатичний трюк або місток – можна включати все, що завгодно. Не забувайте про те, що діти вразливі, і призи повинні дістатися абсолютно кожному, а не тільки переможцю!

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Килимистий С.М. Анімація в туризмі: Навч. посібник / С.М.Килимистий. – К.: Вид-во ФПУ, 2007. – 188 с.
2. Дуликов В.З. Социально-культурная деятельность за границей: Учеб. пособ. – М.: МГУКИ, 2003. – 116 с.
3. Гаранин Н. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации : учебное пособие / Н. Гаранин, И. Булыгина. – М. : Советский спорт, 2003. – 128 с.
4. Дедурина Т. В. Функциональный подход к развитию анимационной деятельности учреждений культуры: социально-культурный аспект : автореф. дис. на соискание научн. степ. канд. пед. Наук / Т. Дедурина. – М. : МГУКИ, 2009. – 25 с.
5. Драгичевич-Шешич М. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг / Б. Стойкович, М. Драгичевич- Шешич. – Новосибирск : ТИГРА, 2000. – 227 с.
6. Курило Л. В. Теория и практика анимации: 4.1. Теоретические основы туристской анимации : учебное пособие / Л. В. Курило ; Российская международная академия туризма. – М. : Советский спорт, 2006. – 295 с.
7. Аванесова Г.А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: Учебное пособие для студентов вузов/ Г.А. Аванесова. – М.: Аспект Перс, 2006. – 236 с.

Додаткова

1. Гальперина Т.И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации: Учебное пособие / Т.И. Гальперина; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2006. – 168 с.
2. Горлинская Н. Массовик-затейник. Организация корпоративных мероприятий. Универсальные сценарии для любой компании/ Н. Горлинская – М.: АСТ: Астрель, 2007. – 253 с.
3. Курило Л.В. Теория и практика анимации: Ч. 1. Теоретические основы туристской анимации: Учебное пособие / Л.В. Курило; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2006. – 195 с.
4. Методичні вказівки до самостійної роботи з дисципліни „Організація анімаційних послуг в туризмі” з дидактичним забезпеченням (для студентів 3 курсу всіх форм навчання на пряму підготовки „Туризм”). /Укл.: Байлик С.І., Кравець О.М. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 28 с.
5. Приезжева Е.М. Социально-культурная анимация в туризме / Е.М. Приезжева. – М., 2003. – 120 с.
13. Ярошенко Н. Н. Социально-культурная анимация: Учеб. пособие / Московский гос. ун-т культуры и искусств. Рязанский заочный ин-т (филиал). – М., 2000. – 109 с.