
Новый язык туризма — анимация

*Засимович Е. С.,
Волобуева И. И.*

Сущность анимации раскрывается через понимание ее исторического развития, которое прошло путь от организации досуговой деятельности до анимации как профессии, составляющей туристского продукта и неотъемлемой части экономики впечатлений. Охарактеризованы типы анимации, анимационные программы, представлена их классификация по наиболее важным критериям. Приведены примеры анимационных мероприятий, в которых отражены специфические историко-культурные особенности отдельных стран.

Ключевые слова: *развитие анимации, типология анимации, формы проведения досуга, досуговая деятельность, аниматоры, анимационные мероприятия, экономика впечатлений.*

The core of animation is presented by means of comprehension of historical development from leisure activity organization to profession, part of product in tourism and essential part of impression economics. The types of animation, animation programmes are characterized and classified by using the most important criteria. Considered examples outline historical and cultural specifics of animation events in different countries.

Key words: *animation development, animation typology, forms of leisure, leisure activity, animators, animation events, impression economics.*

Анимация сегодня становится характерным туристским продуктом или необходимым элементом туристских программ, реализующихся в системе свободного времени. Во время путешествия меняется социально-культурная

среда туриста, активный вид отдыха базируется на связях «человек — естественная среда» и «человек — культурно-историческая среда». Анимация, используя интерес туриста, «оживляет» туристский объект, включает туриста в действие, разнообразит развлечения, активизирует потребление информации, развивает и воспитывает личность.

Понятие «анимация» имеет латинское происхождение (ветер, воздух, душа) и означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность. Впервые появляется в начале XX века во Франции в связи с введением закона о создании различных ассоциаций. Трактуются как деятельность, направленная на то, чтобы провоцировать и усиливать живой интерес к культуре, художественному творчеству [7].

Анимация в той или иной форме существовала и раньше, но имела другие названия и способы выражения. В первобытной культуре поначалу не было досуга и свободных занятий, но формировались условия для их появления. Немало современных досуговых занятий корнями уходят в мифологическое сознание, магическую практику, шаманские технологии и обряды, а также в игровые действия и праздничные мероприятия далекого прошлого.

В Древнем мире труд и развлечения дифференцируются, становясь самостоятельными сферами жизни человека. В Древнем Египте, Месопотамии, Древней Индии, Древнем Китае, в культуре античности возникли важнейшие предпосылки и условия для появления досуговой деятельности. У представителей широких слоев они еще тесно переплетаются с народной

культурой — фольклором, народными праздниками. Досуг знати приобретает собственные формы, наполняясь новым содержанием. Рождаются профессии, представители которых заняты развлечением богачей, а также трудятся в области художественных ремесел, искусства, философии. Появляются специалисты, занятые организацией общественных празднеств и развлечений больших масс людей. Таким образом, досуговая деятельность становится профессиональной сферой, а люди, которые занимались организацией развлечений, со временем будут называться аниматорами.

В средневековый период в Западной Европе важнейшие стороны общественной и личной жизни, как и в арабо-мусульманском мире, приобретали духовное наполнение, строго регламентировались и контролировались церковью. Досуг был продуманным и организованным. В свободное время верующий, если он был грамотным, стремился читать канонические тексты, размышлять над жизненно важными проблемами христианской догматики. Существовало немало любителей христианского мелоса: играли на инструментах, пели. Христианство заложило традицию паломнических путешествий (например, в Иерусалим), которые чаще всего совершали верующие.

Однако жизнь западного общества не ограничивалась церковными рамками. Во-первых, существовала народно-повседневная, общественная и бытовая практика, которая также порождала многообразные досуговые занятия. Так, в средние века мощное развитие получают фольклорные формы (мифы, легенды, сказки, народный юмор) и народное искусство в целом. И горожане, и жители деревень отмечали календарно-трудовые праздники, собирались по поводу семейных событий. Во-вторых, заметно выделялся досуг представителей феодально-рыцарской среды и богатых горожан. В замках знати шла своя жизнь, слабо связанная с повседневными заботами крестьян и основной части горожан. Когда хозяева замков и их вассалы не были на военных действиях, они располагали немалым временем на развлечения. Досуг

сводился в основном к охоте, пирам, военным тренировкам и турнирам. На исходе средних веков в городах Запады стали стремительно развиваться торговля и денежное обращение, что свидетельствовало о переходе к капиталистическим отношениям. В духовном пространстве Запады начинает утрачиваться лидерская роль христианской религии.

С наступлением Просвещения окончательно утверждается общественная вера в силу научных знаний, в необходимость развития каждого человека по пути образования, профессионализма и внутреннего совершенствования. В западных странах более динамично начинает повышаться уровень грамотности населения, появляются эффективные способы пропаганды многих видов и жанров искусства и прежде всего через тиражирование печатной продукции — репродукции картин, газеты, журналы, книги. По мере развития техники связи (XIX и XX вв.) появляется множество новых способов распространения информации: радио, кино, телевидение, компьютерные технологии и Интернет. Труд людей также во многом становится иным — человек трудится, не столько опираясь на опыт предков и традиционные нормы, сколько в соответствии с профессиональной подготовкой и уровнем квалификации [1]. Меняется весь уклад жизни: повседневное существование человека отныне подчинено целям рыночного производства, экономической целесообразности, умению обращаться с техникой, готовности успевать делать множество дел.

В этой ситуации досуг и отдых приобретают для человека новое значение. Теперь отдых должен компенсировать все издержки интенсивного труда и снять растущее напряжение. Кроме того, появление у работников фиксированного свободного времени не только в конце дня, недели, но и в форме отпуска позволяет эффективно использовать его на восстановление сил, общение с близкими людьми, развлечения. Все это создает предпосылки для появления в экономике масштабного сегмента отдыха, включающего в себя рекреацию, игровую деятельность, развлечения и другие формы досуга.

Сегодня структура экономики западных стран стремительно меняется и в том числе за счет ее новых сегментов: экономики отдыха; экономики эмоций и экономики опыта. Получают развитие общественные формы досуга, которые зарождались еще в древности. При переходе от народных форм досуга к массово-зрелищным все участники постепенно подразделялись на зрителей, слушателей (аудиторию) и исполнителей, которые со временем становились профессиональными артистами, гимнастами, борцами. Массовые технологии досуга уже не могли опираться только на традиции — понадобились особые формы организации, специальные помещения, а также определенные правила и нормы, применимые в организации досуга.

Вместе с тем формы проведения досуга всегда отражали национальную специфику. Так, в дохристианский период на Руси традиционные формы отдыха опирались на мощный мифологический культурный пласт, характерный для многих языческих народов. В деревнях проходили игрища молодежи, девичьи хороводы на праздниках. Зимними вечерами женщины собирались за прядением или рукоделием. При княжеском дворе устраивались пиршества за общим столом. После принятия христианства славяне и жившие рядом с ними угро-финские народы стали отмечать христианские праздники. Также, как и в западноевропейских государствах, в средневековой Руси церковь взяла на себя роль своеобразного культурного центра, регламентируя режим работы и отдыха, сосредоточив в своих руках обучение грамоте, переписывание книг и пр.

Развивающееся народное искусство в значительной степени стало влиять на формы проведения досуга. На улицах можно было увидеть бродячих артистов-скоморохов, забавлявших публику песнями, танцами, цирковыми номерами и шутками. И крестьяне, и простые горожане любили проводить свободное время в питейных заведениях (харчевнях, корчмах, кабаках), где можно было не только поесть и выпить, но и пообщаться, развлечься. Знать же предпочита-

ла пиры, игру в шахматы, охоту, те же потехи, только в исполнении собственных шутейных артистов.

Петр Первый произвел революцию в организации дворянского досуга: стал проводить знаменитые ассамблеи, устраивать многолюдные народные гулянья, приобщил россиян к европейским формам проведения досуга. Эти традиции приумножились и позже. По мере развития новых форм досуга, которые становились более разнообразными, богатыми по содержанию, ориентированными на утонченный вкус и мнение знатоков, менялось и общество. Досуг все в большей степени становился самостоятельной сферой бытия [7].

В XX веке на основе массового искусства и новых технических возможностей зарождается и развивается индустрия развлечений: выпускается аудио- и видеопродукция, создаются эстрадные представления (шоу), строятся развлекательные и тематические парки. Совершенно особую роль в системе досуга начинают играть кинематограф и телевидение. Обширную индустрию развлечений дополняют игорный и модельный бизнес. Совершенно особую нишу занимает такое сложное по структуре и продолжительное занятие, как туристское путешествие.

Таким образом, изменение уклада и стиля жизни человека, характера его трудовой деятельности привело к изменению потребностей в отдыхе, что изменило и содержание туристского продукта. Теперь путешествие помимо чисто утилитарных аспектов — размещения и питания — стало включать и другие элементы, направленные на удовлетворение потребностей в развлечениях и веселом проведении досуга. Возникло понятие «туристская анимация» — вид деятельности, направленной на удовлетворение потребностей туриста в развлечениях и эмоциональной разгрузке.

Простые формы анимации всегда являлись органичной частью туристской деятельности и турпродукта, но массовым, индустриальным явлением туристская анимация становится в 1970-е годы в результате увеличения потребительского спроса на разнообразные турпродук-

ты и услуги в разных странах, а также в результате отклика туристских предприятий на этот запрос.

К середине 1980-х годов в стране назрела необходимость перемен в основных областях жизнедеятельности, прежде всего, в сфере экономики, в информационно-культурной сфере, в сфере быта и отдыха. В 1990-е годы для основной части населения оставались доступными досуговые занятия, которые проводились дома или в семейно-родственном кругу, которые реализовывались на традиционно-самодельной основе. Люди с высоким достатком предпочитали проводить свободное время за границей, предлагавшей большое количество развлечений: тематических парков со всевозможными аттракционами, игровыми автоматами, развлекательными центрами, спортивными площадками, казино и т. д.

На современном этапе общество рассматривает досуговую деятельность как самостоятельную сферу жизнедеятельности, которая тесно пересекается с такими важными сферами, как спорт и путешествия, религия и искусство, семейно-родственные отношения и быт, система социальных коммуникаций и практика массовых зрелищ.

Развитие анимационного оперейтинга требует развития отечественной индустрии развлечений и досуга. К индустрии развлечений относятся предприятия, чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях. Это предприятия с ярко выраженным развлекательным характером деятельности, разнообразными зрелищами. Например, спортивные парки как специально организованные территории, объекты для тренинга и самодельного туризма; стадионы и спортивно-оздоровительные центры, рыболовно-охотничьи парки как территории для организации охоты и любительского рыболовства; аквапарки и другие аттрактивные акватории для водного туризма — яхтинга, купания, катания на водных лыжах, дайвинга. С анимационной деятельностью связывается развитие природно-исторических рекреационных парков,

монастырских, усадебных, этнографических комплексов, использование которых возможно в круглогодичном туризме [6].

Таким образом, анимация — это своеобразная услуга с целью повышения качества обслуживания. Кроме того, она выполняет стимулирующие функции, а значит, способствует продвижению туристского продукта. Существует несколько типов анимации.

Рекреационная анимация — вид досуговой деятельности, направленной на восстановление духовных и физических сил человека. Используется не только туристскими предприятиями, но и досуговыми учреждениями, поэтому шире, чем понятия «туристская анимация» и «гостиничная анимация».

Туристская анимация — важная составная часть турпродукта. Это услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие, предлагаемое анимационной программой туристского комплекса, отеля, круизного теплохода, поезда и т. д.

Как и всякая другая деятельность, анимация должна планироваться и четко регламентироваться. Типология туристской анимации может быть представлена в виде:

- анимационных туристских маршрутов, где используется одна из анимационных программ (культурно-познавательная, тематическая, фольклорная, литературная, музыкальная, театральная, научная, фестивальная, спортивная и т. д.);
- программ, предназначенных для «поддержки» основных туристских услуг при форс-мажорных обстоятельствах;
- гостиничной анимации — наиболее узкого типа, который является одним из наиболее эффективных средств привлечения гостей в отель [7].

Удовлетворенность туриста отдыхом — его хорошее настроение, положительные впечатления, восстановление моральных и физических сил, неразрывно связано с удовлетворением его потребностей. Так как потребности у всех разные, следовательно, к каждому туристу нужно найти индивидуальный подход. Это возможно

благодаря используемым в практике туристско-го обслуживания видам анимации: в движении, через успокоение, анимация через переживание, культурная анимация; анимация через общение, творческая анимация, а также благодаря эффективной организации труда занятых работников и уровню их квалификации.

Туристские аниматоры должны быть не только профессионалами своего дела, но и обладать такими качествами, как комму-

никабельность, интеллигентность, добродушие, терпеливость, ответственность, сообразительность, находчивость, чувство юмора. Кроме того, они должны владеть основами психологии, педагогики, риторики, знать иностранные языки [8].

Продумывая анимационные программы, они должны уметь разделять туристов по следующим признакам: пол, возраст, уровень образования, этническая принадлежность (табл. 1).

Таблица 1. (начало)

Анимационные программы с учетом классификации туристов по основным признакам

Классификационный признак	Возраст	Характеристика группы потребителей	Предлагаемые анимационные программы
по возрасту	0–2 года — инфанты	Дети этого возраста отличаются рассеянным вниманием, любопытством, реагируют на яркие цвета и звуковые сигналы. Находятся под присмотром родителей или няни	Игры в специально оборудованных игровых комнатах и на детских площадках
	3–8 лет — дошкольники	Дети этого возраста активны, эмоциональны, интересуются всем происходящим вокруг. Для привлечения внимания необходим яркий акцент.	Игротеки, утренники, конкурсы рисунков, прогулки.
	9–17 лет — подростки-школьники	Дети этого возраста отличаются достаточно большой активностью, требовательностью, придирчивостью. Круг интересов обширен.	Игры, конкурсы, викторины, спортивные состязания, экскурсии, дискотеки.
	18–25 лет- молодежь, студенты	Энергичны, эмоциональны, оригинальны, креативны. Круг интересов обширен	Конкурсы, КВН, викторины, спортивные состязания, походы, экскурсии, дискотеки, шоу-программы, фестивали
	26–64 года- взрослые люди	Активность в сочетании с созерцанием, поиск нового и неизведанного, стремление и желание насладиться отдыхом.	Прогулки и экскурсии, творческие и литературные вечера, конкурсы, концерты, театральные представления
по половому признаку	65 лет и старше — пожилые люди, пенсионеры	Невысокая активность, спокойное времяпровождение, здоровьесбережение и отдых.	Вечера отдыха, чаепития, посиделки, прогулки
	Женщины	Находятся под значительным воздействием фактора личной мотивации. Как правило, путешествия совершают в связи с изменениями в их личной жизни или с деловыми целями.	Занятия гимнастикой и другими видами спорта, прогулки и экскурсии, концерты, вечера отдыха, шоу-программы.
	Мужчины	Преследуют цель насладиться отдыхом и завести новые знакомства.	Спортивные соревнования (футбол, волейбол, настольный теннис) или интеллектуальные (шахматы). Любят прогулки, экстремальные экскурсии, вечера отдыха.

Таблица 1. (продолжение)

Классификационный признак	Возраст	Характеристика группы потребителей	Предлагаемые анимационные программы
по отношению туристов к проведению досуга	Активные	Энергичные, бодрые, стремящиеся все и везде успеть	Конкурсы, состязания, экскурсии, походы, фестивали
	Пассивные	Не проявляют желания принимать участие в предложенных мероприятиях, любят спокойный размеренный отдых	Вечера отдыха, беседы, видеотека, игры на пляже
	Деловые	Отдых совмещен с рабочей деятельностью, или спокойный отдых, который дает им возможность расслабиться	Диспуты, деловые игры, вечера-дискуссии, шахматы, рыбалка, охота, выезд на природу, прогулки
	Узкоспециализированные	Увлечены любимым родом деятельности, готовы посвящать этому свое свободное время	Конкурсы, состязания, кружки по интересам, клубный отдых, творческие вечера
по этнической принадлежности	Американцы	Бодрые, здоровые, благополучные	Конкурсы, состязания, экскурсии, походы, фестивали
	Англичане	Уравновешенны, интеллигентны, консервативны	Прогулки, экскурсии, клубный отдых, концерты
	Французы	Задорные, с чувством юмора, легко идут на контакт	Конкурсы, экскурсии, дискотеки, шоу-программы, фестивали
	Немцы	Педантичны, уравновешенны, любят свою семью	Прогулки, экскурсии, вечера отдыха, беседы, видеотека, игры на пляже
	Итальянцы и др. ...	Энергичные, активные, бодрые, эмоциональные	Спортивные соревнования и состязания, игры на пляже конкурсы, шоу-программы, фестивали, экскурсии

Анимационные бригады работают с туристами на протяжении всего дня: утром приглашают на игровые и спортивно-оздоровитель-

ные программы, днем — на театрализованные представления, вечером организуют красочное шоу, празднование дней рождения, вечера зна-



Анимационная программа для детей в отеле Rixos Sun-gate Port Royal Deluxe Resort Hotel 5*, Турция [9].

комства, танцевальные вечера и т.д. Для детей и подростков предлагаются игровые программы, водные аттракционы, экскурсии, конные прогулки, конкурсы, демонстрация художественных и мультипликационных фильмов, работа различных кружков. Особенно популярна такая активность на отдыхе в Турции, Египте, Греции, Испании, на Кипре [4].

В России наиболее традиционные

формы анимации — «День Нептуна» летом; строительство снежной крепости, создание ледовой скульптуры, игры в снежки зимой; «Рыцарский турнир», «Гладиаторские бои», проведение экстремальных игр «Последний герой», «Необитаемый остров». В любом российском городе в программу обслуживания можно включить посещение русской избы — настоящей или стилизованной под старину. Туристов туда можно отвезти на тройках с бубенцами, показать театрализованное представление: «древние мастера» в русских национальных нарядах ткнут ковры на ткацком станке; плетут корзины, лукошки, лапти; вырезают ложки, плошки; исполняются русские народные песни и танцы.

Можно подготовить программу в виде обрядового праздника «Русский каравай». На поляне расставлены деревянные лавки и столы. В центре — русская печь, которая топится дровами. Звучат гармонь и балалайка, народные песни создают особый колорит. Девушки в нарядных сарафанах с кокошниками приветствуют гостей, встречают хлебом-солью. Туристы готовят пироги, бублики, пряники, караваи, пробуют горячую еду, получают в подарок книги с рецептами приготовления русских народных блюд.

Не менее интересно принять участие в «Турнире богатырей», где происходит встреча с Ильей Муромцем, Добрыней Никитичем и Алешей Поповичем. Для этого возводится крепость, происходит театральное представление: скачки на лошадях, метание копий, стрельба из лука, подъем тяжести, сражение на мечах, прохождение импровизированной средневековой полосы препятствий, проявление смекалки и на-

ходчивости. Каждое новое состязание ставит участника перед выбором: сойти с дистанции или продолжить борьбу за звание «Богатырь земли русской».

Туристы могут попасть и в «цыганский табор»: поляна, кибитки, шатры, лошади, медведь, привязанный к дереву, костер. Гостей угощают вином, звучат цыганские песни, красавицы в пестрой одежде исполняют зажигательные танцы. А старая цыганка предскажет судьбу по картам или погадает по руке [3].

Это — российская экзотика. Конечно, в разных странах существует много культурно-развлекательных программ — от традиционных до эксклюзивных. Некоторые из них вполне могут быть заимствованы нашими курортами. Например, в Колумбии устраивают томатные бои, в Италии — апельсиновые, в Таиланде и Индонезии — банановые. Главное — фрукты и овощи должны быть мягкими, чтобы противники не покалечили друг друга. Наши туристы наверняка с энтузиазмом примут участие в таких мероприятиях.

На территории многих курортных комплексов Туниса можно встретить базары на колесах, которые приезжают на один день и демонстрируют восточное фольклорное шоу



Анимационное шоу с элементами национальных танцев Шри-Ланки [10]

с танцами живота. На Шри-Ланке каждое воскресенье устраиваются фестивали «Танцы Востока», все желающие могут пройти краткосрочное обучение искусству восточного танца. У нас мода на арабские танцы в самом разгаре — несколько уроков для отдыхающих будут весьма уместны.

В Италии группы аниматоров устраивают театрализованные шоу-представления в Риме — гладиаторские бои в Колизее, факельные шествия крестоносцев, состязания рыцарей в храме всех богов Пантеоне, балы эпохи возрождения. Здесь вполне уместна аналогия с турнирами русских богатырей, о которых мы говорили выше.

В Чехии и Венгрии разработаны шоу-программы «Встреча с привидением» — театрализованные представления, где аниматоры разыгрывают туристов и вовлекают в удивительные, леденящие душу приключения. В России с нечистой силой тоже «все в порядке», да и любителей адреналина немало...

В настоящее время зарождается экономика впечатлений, ориентированная на ощущения потребителя. Стремительное развитие технологий, повышение уровня благосостояния

потребителей, усиление роли неценовой конкуренции вынуждают туристские предприятия искать новые пути привлечения потребителей и возможности повышения потребительской ценности своего предложения. Происходит ее естественная эволюция — товары материальны, услуги нематериальны, а впечатления незабываемы.

Впечатления всегда были ядром индустрии развлечений, которая увлекает потребителей в развивающееся действие на личном уровне, стремится сделать это событие незабываемым для них. В экономике впечатлений бизнес — это сцена, а работа, таким образом, — театр. Поэтому в рамках анимационного процесса все организаторы и исполнители должны действовать и ощущать себя в качестве «режиссеров впечатлений», понимая, что клиенты являются «зрителями» или «гостями» [2].

Таким образом, значение туристской анимации заключается в повышении качества, разнообразия и привлекательности туристского продукта; увеличении количества постоянных клиентов, что, несомненно, будет способствовать повышению эффективности деятельности туристского предприятия.

Литература

1. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность: Теория и практика организации: Учебное пособие для студентов вузов. — М.: Аспект Пресс, 2006. — 239 с.
2. Джозеф Пайн II Б., Гилмор Д. Х. Экономика впечатлений. Вильямс, 2005. — 304 с.
3. Гальперина Т. И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации: Учебное пособие. Росс. межд. акад. туризма. — М.: Советский спорт, 2006. — 164 с.
4. Гаранин Н. И., Булыгина И. И. Менеджмент туристической и гостиничной анимации: Учебное пособие. — М.: Советский спорт, 2006. — 128 с.
5. Йенсен Р. Общество мечты. Как грядущий сдвиг от информации к воображению преобразит ваш бизнес. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2002. — 272 с.
6. Туризм и рекреация на пути устойчивого развития (отечественные и зарубежные исследования) [Текст] / [редкол.: В. И. Кружалин, А. Ю. Александрова]. — М.: Советский спорт, 2008. — 430 с.
7. Курило Л. В. Теория и практика анимации: Учебное пособие. Росс. межд. акад. туризма. — М.: Советский спорт, 2006. — 194 с.
8. Приезжева Е. М. Анимационный менеджмент; Росс. межд. акад. туризма. — М.: Советский спорт, 2007. — 358 с.
9. Туристский интернет-портал: http://hotels.spo.ua/info/hotel/rixos_sungate_port_royal_deluxe_resort_hotel (дата обращения: 04.11.2010.)
10. Туристский интернет-портал: <http://shrillanka.net.ua/?cont=ostrane> (дата обращения: 04.11.2010.)