

УДК 130.2: 379.8

ЗНАЧЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ
У СОЦІОКУЛЬТУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

С.П. Оришко, В.В. Орлова

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

На сучасному етапі індустрія гостинності набуває нової форми організації дозвілля. Буденна праця змушує людей усе частіше звертати увагу на різноманітність послуг, які входять до складу туристичного продукту. Анімаційні послуги – це основна частина туристичного продукту. В статті описано і дано класифікацію формам анімаційних заходів. Мотиви звернення до активного відпочинку виключно різноманітні і часто відображають як суб'єктивні переваги, зовнішні обставини, так і приховані установки, котрі сама людина не завжди може раціонально осмислити. В цілому анімація здатна виконувати функції оздоровлення психіки, розширення індивідуального життєвого середовища, повноцінного існування, взаємозв'язку зі світом.

Ключові слова: анімаційні послуги, анімаційна програма, мотиви, функції.

Складова анімаційної діяльності в соціокультурному житті людини виражається у переживанні, враженні, емоції, стані, що опановують туриста під час відпочинку. На основі цих реакцій турист переусвідомлює, відчуває, осмислює сприйняття події, дає оцінку якості відпочинку і наданих послуг.

Форми анімаційних заходів: розважальні, захоплюючі, видовищні заходи, релаксуючі процедури, активні ігри на свіжому повітрі, сімейні та календарні свята, ювілеї в колі друзів, спілкування з приємними людьми в незвичайній атмосфері, спілкування з тваринами, подорожі та ін. Виділяючи основні змістовні аспекти анімації, слід звернути увагу і на діяльність деяких організацій, які сприяють розвитку активного дозвілля в по-

всякденному житті у вільний від роботи час [3, с. 54]. Це різноманітні секції за інтересами, розважальні клуби та комплекси, ресторани, громадські організації та культурні установи, фітнес-клуби, які виконують рекреаційну роль нормалізації психологічного стану та спортивно-фізичного розвитку людини. Цілі і мотиви людини, що звертається до тих чи інших пропонованих активних занять, як правило, формуються на основі звичок (часто формуються з дитинства батьками та вихователями), активного або, навпаки, спокійного стилю життя, схильності характеру, життєвого досвіду (не піде в гори чи в похід, знаючи свої слабкості і страхи, або знаючи, які там можуть бути проблеми). Людина, відпочиваючи, прагне пізнати щось нове. Вона схильна помилятися, оцінюючи ті чи інші заняття на відпочинку і своє відношення до них, адже турист судить про це суб'єктивно. Тому організатори анімаційних програм намагаються не переоцінювати мотивації відпочиваючого щодо того чи іншого заняття, знаючи, що експертом своїх відчуттів може виступати сама людина. Під цілями анімації розуміють уявлення туриста про сукупність результату, що може отримати людина від заходів, та які усвідомлюються ним як переважні, бажані. Наприклад, чоловік на відпочинку, який соромиться своєї повноти, може взяти участь у конкурсі товстунів у запливі, конкурсантів, в повзанні на лавицях і т. д., що дасть туристу змогу отримати масу позитивних емоцій. Або ж ділова людина на роботі може стати клоуном на відпочинку [6, с. 24].

Головне в анімаційних заходах – це гедоністичний (отримання насолоди від дій), неутилітарний (корисний для люди-

ни, минаючий з часом) характер проведення вільного часу, свобода від звичних обов'язків, реалізація тих аспектів внутрішнього розвитку, які неможливі під час трудових буднів. Тому анімація на протигагу робочим будням, громадським зобов'язанням, домашнім навантаженням, не завжди збігається з проведенням більш якісних форм дозвілля в домашніх або будь-яких офіційних умовах [8, с. 56].

Мотиви анімації мають більш складний характер, ніж цілі. Якщо цілі проведення вільного часу найчастіше формулюються самою людиною, то мотиви (сукупність внутрішніх схильностей і зовнішніх причин) не завжди усвідомлюються повною мірою і в усьому обсязі. Вони можуть набувати як відкритого, так і неявного для інших і для самого відпочивальника характеру, оцінюватися як вимушений (зовнішній), так і добровільно прийнятий (внутрішній). Мотивацію переваг анімаційного заходу далеко не завжди можна визначити з висловлювань людини. Тут, як правило, складно переплетені потреби, несвідомі покликання, приховані бажання і комплекси людини. Мотиви звернення до активного відпочинку виключно різноманітні і часто відображаються як суб'єктивні переваги, зовнішні обставини, так і приховані установки, які сама людина не завжди може раціонально осмислити. Наприклад, людині за 50 років, але вона не хоче з цим миритися і, «вирвавшись на волю» під час відпочинку, намагається довести в тому числі і самому собі, що вона все може. У цьому випадку мотиви поведінки людини не пов'язані з бажанням бути гідним серед рівних [4, с. 43].

Анімація в соціально-культурній галузі та туризмі на різні вікові категорії мають різну ціль і форму. Так, для людей, яким 35 років, вона більшою мірою орієнтована на нові знайомства і свободу дій в середовищі незнайомих молодих людей. Мотивація, спрямована на відчуття свободи і впевненості, що «я зможу» в умовах активного відпочинку, – одна з

базових характеристик анімації. Фактор свободи дій вельми важливий для людини. Він дозволяє йому компенсувати її відсутність на роботі і вдома, в умовах динамічного і насиченого життя. Однак якщо сім'ї складно виділити гроші на відпочинок, то навряд чи правомірно говорити про свободу вибору дозвіллевих форм. Тому американський соціолог Г. Маркузе справедливо вважає в цілому дозвілля невольним, оскільки останнє регулюється бізнесом, а також залежить від економічного стану суспільства і конкретної людини. Це означає, що анімація як напрям дозвіллевой діяльності також залежить від добробуту відпочиваючих. Наприклад, не кожен може дозволити собі дорогий сервісний готель з ексклюзивними видами анімаційних заходів або костюмований маскарад в середовищі своїх однолітків. Обмежувачем свободи можуть бути матеріальні труднощі, а також історичні, етнонаціональні традиції та ін. Люди прагнуть у вільний час покращити свою освіту, розширити світогляд і коло знайомств, добре виспатися або провести час у колі близьких родичів. Тут, на думку Дж. Дюмазедьє, існує єдність трьох мотиваційних прагнень:

- а) бажання домогтися релаксації і різноманітності переживань;
- б) збільшити обсяг своїх знань, створити умови для емоцій і пам'яті;
- в) розширити можливості своєї участі у спонтанній соціальній дії і безпосередньому спілкуванні [5, с. 34].

Саме тому людина, їдучи в курортну зону, не боїться зустріти знайомих, дозволяє собі більш вільний вибір участі в бажаних заходах. Таким чином, анімаційна діяльність посідає своє певне місце в житті сучасної людини, виконуючи функції, що сприяють реалізації потреб: комунікативної – сприяє спілкуванню між людьми; адаптивної – звикання до нового середовища, до нового навколишнього світу; розслаблюючої – дозволяє зняти напругу від робочого періоду; виховної і просвітницької – розширення кругозору

з метою збереження соціальних зв'язків представників різного віку, для дітей – це період соціалізації та індивідуального розвитку, для дорослих – вторинна соціалізація, метою якої є збереження та розширення соціальних зв'язків відповідно до вимоги часу; розвиваючої – духовно, естетично, фізично; компенсаційної – реалізація творчого потенціалу в улюбленому занятті; рекреаційно-оздоровчої і терапевтичної – позбавитися від стану стресу, підвищеного невротизму, психічної неврівноваженості.

В цілому анімація здатна виконувати функції оздоровлення психіки, розширення індивідуального життєвого середовища, повноцінного існування, взаємозв'язку зі світом [4, с. 67].

Прості форми анімації завжди були органічною частиною туристської діяльності і турпродукту, але масовим, індустріальним явищем туранімація стає в 1970-і рр. в результаті збільшення споживчого попиту на різноманітні турпродукти та послуги в різних країнах, а також в результаті відгуку турпідприємств на цей попит. Почала розвиватися анімація туристських маршрутів, туристських поїздок заради однієї анімаційної програми. Анімація в соціокультурному сервісі і туризмі – це безперервний інноваційний процес, який може бути розгорнутий в формі подорожі, переходу від однієї анімаційної програми до іншої, які надаються в різних географічних точках. Прикладом може бути організація подієвого туру «Карнавальна Європа». До таких анімаційним програм відносяться також культурно-пізнавальні та тематичні, фольклорні та літературні, музичні та театральні, мистецтвознавчі та наукові, фестивалі, спортивні тематичні тури. В даному випадку анімаційна програма є цільовою, пріоритетною і домінуючою в турпакеті послуг не тільки з фізичним об'ємом, але і за змістом. Така анімаційна програма є ціноутворюючим фактором у турпродукті. Звичайно, ці програми призначені для індивідуалів або однорідних

туристських груп, об'єднаних спільними зацікавленнями (професійно, хобі).

Бажання людини, що виїжджає на відпочинок з міста на природу, урізноманітнити життєві враження, усунути фізичну і психічну втому, пізнати нове, викликає попит на такі туристські послуги, як спортивно-самодіяльний туризм, хобі-тури, екологічні природо-орієнтовані тури, екскурсійно-розважальні маршрути, спортивно-розважальні та лікувально-відновлювальні послуги.

Техніко-технологічний прогрес дозволяє створити необхідне матеріально-технічне обладнання анімаційних програм для колективних груп туристів. Багатьох туристів вже не приваблюють тури і програми подорожей, що пропонують тільки проживання, харчування та деякий набір екскурсій. Виникла необхідність в розробці нової філософії рекреаційної діяльності в туркомплексах і готелях (від курортних до ділових і конгресних), у різноманітності форм і програм [7, с. 33].

Туристсько-готельні комплекси в курортній зоні є підприємствами широкої сфери послуг. Їх діяльність спрямована на систематичне отримання прибутку від надання комплексного туристського обслуговування у встановленому законом порядку, виконання різних робіт, в тому числі анімаційних програм. Класифікація анімаційних заходів щодо складності організації і наявності технічного обладнання: нескладний захід, який не потребує особливих умов та обладнання для реалізації задуманого проекту (акваджім, пляжний волейбол, масове навчання танців і т. п.); захід, що вимагає обладнання для озвучування і світлотехнічних ефектів (дискотека, відвідування ресторану, атракціонів); складний за структурою анімаційний захід, що складається з ряду послуг, які надаються одна за одною. Кожна з них збирає свою аудиторію (наприклад, тематичне свято на міських вулицях – атракціони, виступи артистів на концертних майданчиках, виставки,

що демонструють предмети мистецтва або продукцію, придбання сувенірів, їжі, напоїв і т. п.). Людина сама має право вибирати бажаний тип відпочинку. Це залежить від її бажань, стану здоров'я, захоплень [8, с. 32].

Таким чином, анімаційні послуги, що супроводжують туристів під час відпочинку та проведення дозвілля, в соціокультурній діяльності відіграють значно важливішу роль у відновленні духовних, моральних та психологічних сил. Науковцям потрібно значно більше уваги приділяти вивченню питань задоволення мотиваційних потреб людства.

Література

1. Андреева А.Ю. Технологии социально-культурной анимации как средство патриотического воспитания молодежи : автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.05 / А.Ю. Андреева. – Тамбов, 2009. – 29 с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков ; изд. 10-е, перераб. и доп. – СПб. : Издательский дом Герда, 2014. – 544 с.
3. Бульгина И.И. Об анимационной деятельности в туристских и спортивно-оздоровительных учреждениях / И.И. Бульгина, Н.И. Гаранин // Теория и практика физической культуры. – 2000. – №11. – С. 26–29.
4. Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти / ред. О.І. Лугова ; Інститут туризму Федерації профспілок України. – К. : [б.в.], 2002. – 162 с.
5. Волик Л.В. Анімація як нове явище вітчизняної педагогічної науки / Л.В. Волик // Шлях освіти. – 2009. – № 1. – С. 6–9.
6. Гальперина Т.И. Актерское мастерство в деятельности менеджера туристской анимации / Т.И. Гальперина. – М. : РИБ «Турист», 2004. – 54 с.
7. Гаранин Н.И. Менеджмент туристской и гостинничной анимации / Н.И. Гаранин, И.И. Бульгина. – М. : Советский спорт, 2004. – 127 с.
8. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев. – М. : Норд, 2008. – 304 с.
9. Дедурина Т.В. Функциональный подход к развитию анимационной деятельности учреждений культуры: социально-культурный аспект : автореф. дис. на соиск. науч. степени канд. пед. наук : спец. 13.00.05

/ Т.В. Дедурина. – М., 2009. – 25 с.

10. Килимистий С.М. Карнавал як складова туристичної анімації / С.М. Килимистий // Туристично-краєзнавчі дослідження : Зб. наук. статей. – К. : ІТФПУ, 2005. – Вип. 6. – 473 с.

11. Килимистий С.М. Особливості ігрової анімації в туризмі / С.М. Килимистий // Туристично-краєзнавчі дослідження : Зб. наук. статей. – К. : ІТФПУ, 2007. – Вип. 7. – С. 213.

12. Ярошенко Н.Н. Социально-культурная анимация : Учеб. пособие / Н.Н. Ярошенко. – М. : МГУКИ, 2005. – 126 с.

Oryshko S.P., Orlova V.V. THE IMPORTANCE OF ANIMATION SERVICES IN SOCIO-CULTURAL ACTIVITIES. *Hospitality industry has gained a new form of organizing leisure lately. Everyday work makes people increasingly pay attention to the variety of services which are part of the tourism product. Animation services make a major part of the tourism product. The article describes and classifies the forms of animation activities. Reasons for addressing to active leisure are exceptionally diverse and often reflect both the subjective advantages, external circumstances and hidden settings which cannot be always rationally comprehended by an individual person. In general, animation is able to heal psyche, expand individual living environment, and provide normal functioning and relationship with the world. Organizers of animation programs tend not to overestimate a holidaymaker's motivation concerning one or another activity, knowing that a person can be the expert of his or her feelings. Under the purposes of animation we mean a tourist's conception of total result, that a person can get from activities and which are understood by a tourist as prevailing and desirable. Classification of animation activities concerning the complexity of the organization and the availability of technical equipment: simple activity which does not require special conditions and equipment for the implementation of the planned project (aqua gym, beach volleyball, mass dancing training,*

etc.); activity which requires equipment for sound and lighting effects (a disco, visiting restaurants, amusements); structurally complex animated activity which consists of a number of services followed one by another. Thus, in the article we give a clear conception of the mechanisms used for meeting tourists' animation needs.

Keywords: animation service, animation program, motives, functions.

Оришко С.П., Орлова В.В. ЗНАЧЕНИЕ АНИМАЦИОННЫХ УСЛУГ В СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. На современном этапе индустрия гостеприимства приобретает новую форму организации досуга. Будничный труд заставляет людей все чаще обращать внимание на разнообразие услуг, которые входят в состав туристического продукта. Анимационные услуги – это основная часть туристического продукта. В статье описано и дана классификация формам анимационных мероприятий. Мотивы обращения к активному отдыху исключительно разнообразны и часто отражают как субъективные предпочтения, внешние обстоятельства, так и скрытые установки, которые сам человек не всегда может рационально осмыслить. В целом анимация способна выполнять функции оздоровления психики, расширение индивидуального жизненного среды, полноценного существования, взаимосвязи с миром.

Ключевые слова: анимационные услуги, анимационная программа, мотивы, функции.