

## Особенности анимационной деятельности в молодежном туризме

В качестве одной из важнейших форм воспитания молодежи, организации ее свободного времени можно считать туризм. Молодежный туризм является перспективным направлением развития сферы отдыха. Необходимость развивать его обусловлена такими социальными качествами молодежи, как активность, высокий уровень потребности в недорогих и приемлемых по качеству туристских услугах, восприимчивость к новым идеям, романтизм, непритязательность. Высокая туристская активность объясняется и стремлением молодых людей к общению и познанию. Молодым свойственно ощущение радости жизни. Немаловажным является и наличие свободного времени (например, каникулы) [7, с. 106].

Бесспорно, что данный сегмент туристского рынка, выделенный по возрастному признаку, имеет ярко выраженный стереотип поведения и несколько иначе расставляет туристские приоритеты. Так, А. Дурович и А. Копаев отмечают, что достаточно четко прослеживается тенденция изменения туристской подвижности в зависимости от возраста, пола и семейного положения. Наибольшую склонность к активным формам туризма проявляют лица в возрасте 18-30 лет. Неженатые люди более мобильны, чем семейные [4, с. 132].

Сфера молодежного досуга имеет свои особенности и существенно отличается от досуга других возрастных групп в силу его специфических духовных и физических потребностей и присущих молодежи социально-психологических особенностей. К таким особенностям можно отнести повышенную эмоциональную, физическую подвижность, динамическую смену настроений, зрительную и интеллектуальную восприимчивость. Молодых людей влечет к себе все новое, неизвестное. К специфическим

чертам молодости относится преобладание у нее поисковой активности. Наиболее характерной особенностью молодежного досуга является возрастание в нем доли духовных форм и способов проведения свободного времени, соединяющих развлекательность, насыщенность информацией, возможность творчества и познания нового [7, с. 107]. Поэтому возникает необходимость в разработке таких анимационных программ, которые бы вовлекали молодежь в различные виды социально-культурной активности.

Туристская анимация - основана на личных контактах аниматора с туристами, на совместном участии их в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туристского комплекса. Это разновидность туристической деятельности, осуществляемой в туркомплексе, отеле, круизном теплоходе, поезде, которая вовлекает туристов в разнообразные мероприятия через участие в специально разработанных программах досуга [2, с. 52].

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

При организации анимационных программ необходимо учитывать особенности, присущие различным возрастным категориям отдыхающих на туристских объектах. Молодежь - очень активный народ, и главное для них – провести свой отдых максимально весело и интересно, поэтому в досуговую программу для молодых людей можно включать: КВНы, вечера и дискотеки, фестивали и шоу, аукционы, ярмарки, спартакиады, олимпиады и диспуты, театральные представления, а также различные игры.

Анимационная деятельность на туристском предприятии должна быть тщательно спланированной, регламентированной и организованной как финансово, так и методически.

Стратегическое планирование в анимационной деятельности, по мнению Курило Л. В. связано с решением таких задач, как:

- разработка анимационной стратегии и концепции туристского комплекса, согласованных с его маркетинговой стратегией;
- разработка типовых анимационных программ и алгоритмов (методик) их адаптации к реальным группам и туристам;
- анализ факторов, влияющих на полноту и эффективность осуществления менеджмента и на конъюнктуру гостиничного рынка района, региона, страны с точки зрения анимационной деятельности;
- участие в формировании ценовой политики с учетом комплекса вопросов анимационных услуг и анимационного менеджмента туристского комплекса;
- долгосрочное и краткосрочное планирование анимационной деятельности, включение в бизнес-план туристского комплекса мероприятий по ее совершенствованию [5, с. 60-64].

Стратегия анимационной деятельности определяется стратегическим видением и миссией туристского гостиничного комплекса. Анимационное гостиничное подразделение должно иметь свои цели (краткосрочные и долгосрочные) и задачи для достижения общей цели гостиничного предприятия – успешного функционирования на рынке сферы обслуживания. Выполнение этих частных целей и задач ведет к общей заинтересованности в результатах работы всего предприятия [2, с. 45].

Представим элементы корпоративной гостиничной философии, которые можно использовать при создании концепции анимационной деятельности конкретного предприятия сферы гостеприимства:

- использование каждой возможности, чтобы пробудить гостей к активной жизни, привести их в восторг, добавить им удовольствия, познакомить друг с другом, чтобы они с первых минут пребывания в отеле почувствовали себя комфортно, обеспечить им приятный, запоминающийся отдых, создать семейную атмосферу радости и дружбы;

- создание расслабляющей обстановки;
- территориальное рассредоточение анимационных программ (гости не должны испытывать помех от развлечений других);
- наличие эксклюзивной анимации, предварительное анонсирование и приглашение гостей;
- соблюдение высокого единого стандарта: каждый гость обслуживается одинаково;
- создание условий для неограниченной свободы проведения отпуска с наименьшим количеством правил;
- использования во всем единого дизайна и униформы.

В гостиничной анимационной концепции должны быть сформулированы основные требования к построению программ. В качестве базовых требований можно определить следующие:

1. Программами должны быть охвачены все способы досуга.
2. Реализация программы должна превзойти ожидания гостей.
3. Программы должны обеспечить расслабляющую, приятную обстановку.
4. Ежегодно программы должны изменяться для удовлетворения растущего желания и ожидания гостей, особенно завсегдаев.
5. Для достижения адаптивности необходимо обеспечить баланс между стандартизацией (общими элементами) программы и ее неповторимостью (эксклюзивными элементами).
6. Программа каждого дня должна содержать сюрприз, интригу, предлагать одновременно 3-4 мероприятия и соответствовать различным желаниям и интересам.
7. Программа должна быть ненавязчивой, а завлекательной [6, с. 47-48].

Немаловажное значение в концепции анимации занимает следование единому стандартному фирменному стилю. Фирменный стиль должен присутствовать во всех сферах деятельности туристского комплекса и в том числе в анимационных услугах [3, с. 51-52].

Рассмотрим технологию создания анимационных программ. Под технологией создания анимационных программ понимается комплекс приемов труда аниматора, организация этого труда, использование специальных технических средств (объектов, сооружений, инструментов и приспособлений) [5, с. 78]. Это сложный и многоплановый процесс, поскольку решает следующие задачи: создание анимационных программ, экономический просчет стоимости каждой программы, их реализацию и, наконец, творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с последующим анализом. Данный технологический процесс представляет собой целостную систему, в которой взаимодействуют все компоненты.

Технология создания и реализации анимационных программ для молодежи, как система состоит из нескольких взаимосвязанных подсистем. Рассмотрим каждую из них:

1. Организационная – организация совместной деятельности анимационной команды, экономического, технического, рекламного отделов.

2. Инструкторско-методическая – создание и разработка сценариев мероприятий, текстов экскурсий, подбор спортивных игр и соревнований, составление маршрутов походов с последующей разработкой методических рекомендаций на основе обобщения опыта.

3. Режиссерская – распределение ролей, составление планов репетиций, постановка спектакля, шоу.

4. Техническая – подготовка технических средств (объектов, сооружений, инструментов и т.д.), площадки (сцены) для анимационных мероприятий, реквизита, декораций, освещения, музыкального сопровождения и пр.

Все подсистемы составляют систему технологии, которая служит основанием функционирования анимационной службы. Анимационная деятельность – это реальный и совершенно особый мир с присущими только ему правилами действия, которые совершают профессионалы, чтобы

включить в процесс их совершения как можно больше людей. Здесь существуют свои специфические закономерности функционирования анимационной деятельности.

Технологический процесс создания анимационных программ включает следующие элементы:

- объект деятельности - обслуживаемые туристы, население (группы и отдельные личности);
- субъект деятельности – руководитель, специалист анимационной службы;
- собственно анимационная деятельность со всеми ее компонентами – процесс взаимодействия субъекта на объект.

Все элементы функционирования технологического процесса находятся в единстве взаимодействий и образуют единую систему. Главный элемент этой системы – объект деятельности, люди (туристы, гости, отдыхающие). Все предназначено для удовлетворения их духовных и физических потребностей. Поэтому специалистам-аниматорам надо знать эти потребности, изучать аудиторию, настроения, интересы и запросы молодежи. Без знания людей трудно рассчитывать на достижение желаемого результата и на повышение эффективности интеллектуального и эмоционального воздействия на аудиторию.

Реализация анимационного проекта зависит от профессионального мастерства постановщика и режиссера анимационной программы в сфере туристической деятельности, которое определяется умением находить наиболее оптимальные, приемлемые способы воздействия на личность туриста, удовлетворения его потребностей и интересов.

Для того чтобы создать анимационную программу, недостаточно только хорошо разбираться в законах ее драматургического построения. Необходимо знать и точно понимать возможности каждого выразительного средства, уметь использовать возможности методов художественного монтажа, иллюстрирования, театрализации игры [1, с. 32]. С помощью этих

методов и выразительных средств создается анимационная программа, в которой решаются социально-педагогические и психологические задачи.

Анимационные программы, которые разрабатываются в контексте определенных видов молодежного туризма, имеют свои особенности. Они направлены на релаксацию и активизацию туристов:

1. Спортивные анимационные программы предназначены для туристов увлекающихся тем или иным видом спорта и приехавших в спортивно-туристский комплекс для занятий спортом по определенной системе тренировок в сочетании с отдыхом.

2. Спортивно оздоровительные программы отличаются от спортивных тем, что они рассчитаны на туристов, любителей спорта и активного отдыха, для которых туристский комплекс – это единственное место и возможность восстановления сил и здоровья через активные физические нагрузки в условиях чистой природы и чистого воздуха.

3. Спортивно-развлекательные программы ориентированны на туристов любого возраста. Они строятся на вовлечение туристов в активное движение через заманчивые, увлекательные, веселые конкурсы и безобидные состязания.

4. Спортивно-познавательные программы строятся на приобщении туристов к духовно-нравственным ценностям в процессе активного отдыха (походы, пешеходные экскурсии).

5. Экскурсионные программы состояются из различных видов экскурсий, а обучающие программы помогают туристам приобрести различные умения и навыки (в плавании и других различных видах спортивных занятий, ремесел).

6. Культурно-познавательные анимационные программы туркомплекса строятся на приобщении туриста к культурно-историческим и духовным ценностям нации, страны, местного населения и включают: посещение музеев, театров, кинотеатров, художественных галерей, парков, выставок,

концертов, вечеров поэзии. Некоторые из этих программ зависимы от платежеспособности туристов, уровня их интеллектуального развития.

7. Приключенческо-игровые анимационные программы строятся на прикосновении туриста с интересным, волнующим, необычным (например, участие в ролевых играх и конкурсах, посещение пещер, пиратской вылазке, вечере народных преданий и легенд, ночном походе, тематическом пикнике). Эти программы имеют спрос независимо от пола, национальности, образования отдыхающих.

8. Любительские (творческо-трудоые) анимационные программы строятся на привлечении туристов к творчеству, состязанию в изготовлении местных поделок, что вызывает у них интерес к национальным особенностям местного населения. После участия в такой программе гость отмечает, что научился общению на местном национальном языке, познакомился с национальными музыкальными инструментами, танцами, кухней и т.д. Формы проведения этих программ могут быть самыми разнообразными: аукцион поделок из природных материалов, конкурс любительской фотографии, выставка песочной скульптуры, фестиваль авторских стихов и песен.

9. Зрелищно-развлекательные анимационные программы включают: праздничные мероприятия, конкурсы, фестивали, карнавалы, тематические дни, ярмарки, дискотеки, танцевальные вечера.

10. Анимационные программы типа «общение по интересам» являются по сути дела комбинациями из упомянутых программ, однако здесь необходимо уделить больше внимания той непринужденной, ненавязчивой, комфортной обстановке, которая располагала бы к общению соответственно интересам, желаниям, темпераментам и т.д. При разработке этих программ ставятся, в частности, следующие цели:

- удовлетворение потребности самовыражения;
- поощрение туристов в развитии своих умений;
- направление развлечений и навыков в созидательное русло;



- избавление от ежедневных проблем и стрессов;
- приобретение дополнительных знаний в области культуры.

Для того чтобы удовлетворить потребности гостей программы анимации должны меняться на протяжении всего сезона по содержанию, интенсивности, времени проведения и по другим параметрам.

Работу по подготовке и проведению той или иной анимационной программы для молодежи можно разделить на несколько этапов.

Первый этап – подготовительный, включающий:

- анализ предлагаемых анимационных программ;
- определение целей и задач;
- выбор места и времени проведения программы;
- проектирование анимационной программы с учетом возрастных, этнических и прочих особенностей потребителей данной услуги;
- создание или подбор сценариев анимационных мероприятий, включенных в программу;
- составление сметы расходов на проведение программы;
- подбор творческих коллективов и распределение обязанностей внутри анимационных команд;
- техническую подготовку (подбор материальных пособий, закупку инвентаря, изготовление декораций, костюмов, реквизита и т.д.);
- установку звуковой и световой аппаратуры, других технических средств, оформление сцены, изготовление фонограмм и пр.;
- проведение репетиций, обучение правилам игр и пр.;
- проведение рекламной кампании намеченных анимационных мероприятий.

Второй этап – начальный, в течение которого:

- а) туристы, гости отеля информируются о наличии и содержании анимационной программы для различных групп и категорий туристов;
- б) с гостями устанавливается контакт, производится запись на различные анимационные программы и сбор заявок.

Третий этап – содержательный, этап проведения анимационной программы. Это ответственная работа для всех участников: необходимо соединить усилия всех задействованных аниматоров и решить поставленные задачи.

Четвертый этап – заключительный, в ходе которого происходит подведение итогов:

- награждение участников и прощание с гостями;
- анализ проведенной программы;
- анкетирование потребителей с последующим анализом;
- работа над усовершенствованием программы.

Особое значение в организации анимационных программ в молодежном туризме занимает методика подготовки и проведения различных игр.

Методика организации игры заключается в следующем:

- определяется художественное решение игры;
- проводится предварительная работа с аудиторией;
- выделяются ведущие (лидеры) и участники игры из числа туристов;
- определяется система награждений победителей;
- объясняются правила игры.

Аниматор следит за ходом игры и соблюдением ее правил. При этом необходимо создавать ситуации риска, которые будут вызывать азарт у игроков, а также ситуацию неопределенности – возможности и проигрыша, и выигрыша.

Важно создать такие условия для молодых туристов, при которых они могли бы сами организовывать отдельные элементы игры. Например, дать возможность им самим выбрать место проведения игры. Это может быть специальное помещение на турбазе. Возможно, туристам захочется провести развлекательное мероприятие в баре, саду, дискотеке, пляже, у костра, бассейна и т.п. Предложение отдыхающим самостоятельно выбрать художественное решение игры поможет налаживанию контактов и

сближению туристов в группе. После того как игра будет подобрана и составлена, необходимо создать дополнительную, запасную программу на случай непредвиденных обстоятельств. После проведения игры аниматор должен сделать анализ игровой программы, который позволит дать объективную оценку условиям ее проведения, выявить все положительные, отрицательные моменты, а также недостатки, что в дальнейшем даст возможность не делать подобных ошибок.

Игра в анимационных программах молодежных туристских маршрутов – это важная их часть, от которой в значительной мере зависят приятные или неприятные воспоминания о развлекательной стороне путешествия, поэтому так важно, чтобы анимационная программа была тщательно продумана и разработана.

Таким образом, на основе проведенного теоретического исследования можно сделать следующие выводы:

Включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-оздоровительного, зрелищно-развлекательного, спортивно-развлекательного, приключенческо-игрового характера в содержание молодежных туристских маршрутов и поездок, в работу туркомплексов повышает их престиж и востребованность на рынке туристских услуг.

Развлекаясь, молодежь удовлетворяет свои духовные потребности, оценивает собственную личность, анализирует свою роль в масштабах различных подсистем. Процессы развлечения осуществляются как в естественной, так и в искусственно созданной обстановке.

Благодаря анимации туристы получают положительные эмоции и стремятся вновь и вновь посетить именно то туристское предприятие, где они уже были. Следовательно, можно с полным правом утверждать, что анимация является своеобразной формой рекламы, привлечения гостей и их знакомых, преследует цель продвижения туристского продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности туристского бизнеса.

При разработке анимационных программ для молодежи важно учесть следующие условия:

- дифференцированный подход к выявлению и учету социокультурных потребностей и интересов разных групп молодежи;
- включение в анимационные программы туров популярных в молодежной среде форм досуговой деятельности;
- стилевое единство между основной экскурсионной программой тура и его анимационной частью.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Гальперина Т. И. Актерское мастерство в деятельности менеджера туристской анимации. - М.: РИБ «Турист», 2004.- 54 с.
2. Гаранин Н. И., Булыгина И. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. – М.: Советский спорт, 2004.- 127 с.
3. Гаранин Н. И. Менеджмент туранимации в туркомплексах//Актуальные проблемы туризма’99.- М.,1999.- С. 50-58.
4. Дурович А. Маркетинговые исследования в туризме.- М.:Новые знания,2002.-347 с.
5. Курило Л. В. Теория и практика туристской анимации в 2 т: Т.1. Теоретические основы туристской анимации. - М.: Советский спорт, 2006.- 180 с.
6. Приезжева Е. М. Социально-культурная анимация в туризме.- М.: РИБ Турист, 2003.- 120 с.
7. Скрипунова Е.А., Морозов А.А. О предпочтениях городской молодежи // Социс.-2002.-№1.- С.105-110.

#### Резюме

В статье рассмотрены особенности организации анимационных программ в молодежном туризме.

*Рецензент доктор эконом. наук, профессор Гродзинская И.А.*