



УДК: 338.48

Е.А. Владимирова

Владимирова Екатерина Андреевна, студ. 3 курса, группа Тур-15, направление «Туризм», ФСКДТ, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: vladimirova1974@bk.ru

Научный руководитель: **Егорова Елена Николаевна**, канд. пед. наук, доцент, кафедра туризма, ФСКДТ, Краснодарский государственный институт культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: elena.kgik@mail.ru

РАЗВИТИЕ АНИМАЦИОННОГО ТУРИЗМА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

В настоящий момент в Краснодарском крае существует множество отелей, гостиниц, туристских программ, которое предусматривают анимационное развлечение. В статье представлены причины, по которым можно судить, что анимация в туризме стала неотъемлемой частью. Дается определение, цели и функции анимации в туризме. Особое внимание уделено персоналу анимационного туризма (аниматорам), их обязанностям в работе.

Ключевые слова: развитие анимации, типология анимации, формы проведения досуга, аниматоры, анимационные мероприятия, туризм, Краснодарский край.

E.A. Vladimirova

Vladimirova Ekaterina Andreevna, Tour-15 group, 3th year student of Tourism direction, FSKDT, Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: vladimirova1974@bk.ru

Scientific adviser: **Egorova Elena Nikolaevna**, candidate of pedagogical science, Assistant Professor of the Department of tourism, FSKDT, Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: elena.kgik@mail.ru

THE DEVELOPMENT ANIMATED OF TOURISM IN KRASNODAR REGION

At the moment in the Krasnodar region there are many hotels, tourist programs that provide animation entertainment. The article presents the reasons why it is possible to judge that animation in tourism has become an integral part. The definition, goals and functions of animation in tourism are given. Special attention is paid to the personnel of animation tourism (animators), their duties in the work.

Keywords: development of animation, types of animation, leisure activities, entertainment, entertainment events, tourism, Krasnodar region.

На данный момент довольно сложно представить какой-либо туристский маршрут без анимации. Благодаря определенным анимационным мероприятиям и высококачественной деятельности аниматоров, сезонный отдых туриста может запомниться ему на длительное время. Верно подобранная программа способна не только украсить отдых, но и, в некоторых случаях, спасти его.

Впервые раз понятие «анимация» употребили во Франции в начале XX века. Тогда оно трактовалось как деятельность, усилившая внимание к

культуре и творчеству. Нельзя сказать, что до этого момента анимации, как таковой, не существовало. Она имела иные наименования, всевозможные методы проявления. Большое количество современных досуговых занятий корнями уходят в древние шаманские технологии и ритуалы, игровые воздействия и всевозможные торжественные события прошедшего времени [4].

В XX веке на базе популяризации искусства и разработке новых технических продуктов зарождаются новые развлечения: аудио- и видео продукция, всевозможные эстрадные концерты, становление кинематографии и телевидения, игорный бизнес. И все это находит отблеск в развитии туризма, а именно происходит разнообразие в туристских направлениях, маршрутах. Теперь туристское путешествие кроме ведущих аспектов (размещения и питания) дополнилось и другими элементами, которые ориентированы на удовлетворение эмоциональных потребностей туристов, а также на незабываемое проведение отдыха [5].

На данном этапе развития общество рассматривает анимационную деятельность, как самостоятельную сферу жизнедеятельности, которая непосредственно связана со всеми аспектами жизни человека: социальными, религиозными, культурными, научными.

Для развития анимационной деятельности требуется становление отечественной индустрии досуга, на основе которой будут удовлетворяться потребности людей. К ней относятся фирмы с ярко выраженным развлекательным характером работы, к примеру, стадионы и спортивно-оздоровительные центры, рыболовно-охотничьи парки, аквапарки и акватории для водного туризма, детские центры и так далее.

Анимационная деятельность в Краснодарском крае занимает фаворитные места по всей России. Данный показатель обуславливается наличием Черноморского побережья на территории края, а также большим числом гостиниц, которые каждый год привлекают туристов не только

экскурсионными программами, пляжным развлечением, оздоровлением, но и обилием анимационных программ.

Большое количество детских лагерей, находящихся на территории Краснодарского края, имеют оригинальные анимационные программы как для ребят младшего школьного возраста, так и для подростков. « Рыцарский турнир», «День Нептуна», «Гладиаторские бои» – все это можно найти на территории Черноморского побережья.

Как говорилось ранее, на данный момент анимация считается обязательной частью любого туристского продукта, и это могут обосновать следующие причины:

- для начала, анимация важна для туристов, которые приехали на отдых с семьей. Детские комнаты, аниматоры в ростовых куклах и игры на свежем воздухе несомненно помогут родителям на время провести время вдвоем, не волнуясь о своих детях;

- во-вторых, компетентность отельных аниматоров, которые могут поднять настроение всей аудитории туристов в отеле, настолько высока, что многие туристы предпочтут остаться в отеле, нежели выбрать обзорную экскурсию;

- в-третьих, всевозможные анимационные программы и торжественные события подстраиваются под интерес туриста, для удовлетворения его потребностей.

Анимация выполняет стимулирующие функции, которые могут помочь продвижению какого-либо туристского продукта. Перечислим виды анимационных услуг.

Рекреационная анимация – один из видов досуговой деятельности, который ориентирован на восстановление как духовных, так и телесных сил человека.

Туристская анимация – обязательная часть турпродукта. Услуга, благодаря которой турист вовлекается в какое-либо интенсивное действие,

предлагаемое анимационной программой туристского комплекса, гостиницы, круиза и так далее.

Типологию анимационных услуг можно представить в виде:

- анимированных туристических маршрутов, где применяется определенная тематическая программа (литературная, музыкальная, театральная, фольклорная);
- программ, которые созданы в качестве «поддержки» при форс-мажорных обстоятельствах;
- гостиничной анимации, которая предусмотрена для привлечения туристов в отели на развлекательные программы на их территории.

От верно выбранной анимационной программы для туриста зависит только половина удовлетворенности клиента. Даже предложив ему наилучшую анимационную программу, турист может остаться недовольным, так как многое зависит от работы аниматоров.

Туристские аниматоры обязаны быть не просто специалистами в своем деле, но и владеть такими свойствами как коммуникабельность, чуткость, добродушие, уважение, терпеливость, находчивость, чувство юмора и так далее. Помимо этого, они должны владеть основами педагогики, психологии и риторики и быть стрессоустойчивыми.

Аниматоры должны составлять свои программы, рассматривая различные характеристики людей: пол, возраст, этническая принадлежность и так далее.

«Анимационная бригада работает с туристами на протяжении всего дня: утром приглашают на игровые и спортивно-оздоровительные программы, днем – на театрализованные представления, вечером организуют яркие и красивые шоу, празднование дней рождения, вечера знакомства, танцевальные вечера и так далее. Для ребят школьного возраста и подростков предлагаются игровые программы, водные аттракционы, экскурсии, конные прогулки, состязания, конкурсы, демонстрация

художественных и мультипликационных фильмов, работа всевозможных кружков» [2].

Эмоции от отдыха всегда были и остаются центром индустрии развлечений, которая стремится сделать для туристов это событие незабываемым. В рамках анимационного процесса все организаторы и исполнители должны работать и ощущать себя в качестве «режиссеров впечатлений», осознавая, что их клиенты являются «зрителями» или «гостями» [1].

Выходит, что смысл туристской анимации заключается, прежде всего, в повышении качества, разнообразия и привлекательности туристского продукта, а также в увеличении постоянных клиентов, что будет способствовать повышению эффективности деятельности туристской организации.

Список используемой литературы:

1. *Джозеф Пайн II Б., Гилмор Д.Х.* Экономика впечатлений. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с
2. *Гаранин Н.И., Булыгина И.И.* Менеджмент туристической и гостиничной анимации: Учебное пособие. – М.: Советский спорт, 2006. – 128 с.
3. *Горбачев А.А, Горбачева Д.А, Горбачева В.А.* Опыт разработки трехуровневой компетентностной подготовки преподавателей-исследователей социально-культурной деятельности // Журнал курорты.Сервис. Туризм // Издательство: НЧОУ ВПО «Кубанский социально-экономический институт» (Краснодар)
4. *Егорова Е.Н., Исаева К.В.* Особенности маркетинга в экскурсионном туризме Краснодарского края // Евразийское Научное Объединение. 2017. Т. 2. № 2 (24). С. 109-111.

5. *Курило Л.В.* Теория и практика анимации: Учебное пособие. Росс. межд. акад. туризма. – М.: Советский спорт, 2006. – 194 с.
6. Все о туризме. Туристическая библиотека // Электрон. дан. Режим доступа URL : http://tourlib.net/statti_tourism/zasimovich2.htm (дата обращения 1.03.2018)