

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра туризма и культурного наследия

Особенности анимационной деятельности в событийном туризме

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студента 4 курса 421 группы  
направления (специальности) 43.03 .02 «Туризм»  
Института Истории и Международных Отношений  
Мунтяна Юрия Юрьевича

Научный руководитель  
д. э. н., профессор

\_\_\_\_\_

дата, подпись

Т.В. Черевичко

Заведующий кафедрой  
д. э. н., профессор

\_\_\_\_\_

дата, подпись

Т.В. Черевичко

Саратов, 2016

## Введение

Событийный туризм представляет собой уникальное социально-экономическое явление мирового масштаба. Особая значимость событийного туризма для мирового развития заключается в том, что он выступает в роли хранителя истории, который поддерживает традиции, обычаи и культуру, как отдельных регионов, так и целых народов. Событийный туризм выполняет большинство основных функций социальной сферы, поэтому событийный туризм – не только высокодоходный и рентабельной, но и наиболее динамично развивающейся.

Употребление событийных факторов для притягивания в низкий сезон туристов - один из стандартных способов в туристской индустрии. Колоритный национальные пиры и гуляния – отличная почва для российских регионов. Один из самых посещаемых и широко распространённых и известных российских праздников - Масленица. В Саратове ее проведение входит в комплекс мер, способствующих формированию имиджа «Народной столицы Поволжья». У Масленицы глубокие языческие корни. Символ праздника - солнце - напоминает о языческом божестве Яриле. Из дохристианских времен пришла фигура Масленицы, которую ритуально сжигали в конце недели для очищения. И, конечно, блины, которыми «умасливали» солнце. Христианство не смогло вытеснить древние славянские празднества, но оно привнесла в них идеи любви и абсолютного прощения всех вокруг. Это и отражает тематика дней Масленичной недели.

Туриндустрия превратила Масленичную неделю в неповторимый исконно русский праздник. В Саратове Масленицу отмечают с размахом. На Театральной площади устраивается красочный масленичный городок с различными потехами и угощениями, лавками, трактирами и чайными. Каждый день Масленичной недели неповторим. Соответственно готовятся и выступления фольклорных коллективов. Сценарий праздника предусматривает вовлечение в действие зрителей, для чего приглашаются скоморохи и зазывалы.

Для тех, кто пришел и приехал позабавиться от души, приготовлены исконно русские развлечения: ледяные горки, снежные крепости, карусели, балаганы. Гости могут проявить силу и смекалку, поучаствовать в разных играх и конкурсах. Чтобы зрители не мерзли, их угощают различными шутками-прибаутками, выступлениями артистов и бесплатным чаем из самовара. Остальное, включая, конечно блины с разной начинкой, можно купить тут же. Людей собирается много, поскольку свое кулинарное мастерство демонстрируют столичные и заезжие знаменитости.

У турфирм множество предложений на праздник Масленицы. В том числе однодневные экскурсии, многодневные автобусные и железнодорожные туры. Есть итальяно-российская Масленница, Масленица настоящих богатырей и множество других.

Теоретической базой для данного исследования послужили работы следующих авторов: Г.Е. Акимовой, представляющей в своей работе результаты опыта аниматорской деятельности для детей; Р.А. Брайлера, предоставляющего основы аниматорской деятельности в индустрии гостеприимства; И.И. Бульгиной, в трудах которой предоставлены основные определения анимации; Т.И. Гальпериной, указывающей на важность актерского мастерства в деятельности менеджера туристской анимации.

Также основу исследовательской работы дополняли труды Н.И. Гаранина, В.А. Квартального, Е.М. Приезжевой, Дж. Уокера.

Цель данной исследовательской работы – проанализировать анимационную деятельность как компонент событийного туризма.

В связи с поставленной целью, были выделены следующие задачи:

1. Выявление сущности и понятия анимационной деятельности в событийном туризме;
2. Выделение видов анимационной деятельности в туризме;
3. Определение основных функций туристской анимации;
4. Анализ рынка анимационных услуг;

5. Анализ опыта анимационной деятельности в событийном туризме, на примере Саратовской области;

6. Определения основ создания анимационных программ;

7. Создание анимационной программы в событийном туризме;

В первой главе данной работы рассмотрены теоретические основы, исследования анимационной деятельности в событийном туризме. Во второй главе проанализирован рынок анимационных услуг, спрос на рынке, так же рассмотрено предложение анимационных услуг на примере Саратовской области. В третьей части представлены особенности создания анимационных программ и опираясь на первый раздел, во втором предложена анимационная программа для событийного туризма.

Структура данной работы состоит из введения, теоретической, практической и проектной глав, заключения и списка использованной литературы.

## Основное содержание работы

Во введении обосновывается актуальность темы выпускной квалификационной работы, характеризуется степень ее разработанности, определяются цель, задачи, методологическая основа и теоретические источники, научная новизна исследования, выявляется практическая значимость работы.

Понятие анимации происходит от латинского языка (*anima* - ветер, воздух, душа; *animatus* - одушевление) что обозначает одушевление, завлечение в активности. Анимация - это своеобразная услуга, имеет целью повышения качества обслуживания, и однозначно - это своего рода реклама, которая может привлекать как новых туристов, гостей и их знакомых, так и привлекать повторно, также обладает целью продвижения туристического продукта.<sup>1</sup>

Туристическая анимация - это туристская услуга, при реализации которой туриста привлекают к активной деятельности. Она основана на личном контакте аниматора и отдыхающих, на их совместном участии в услугах, которые составляют анимационную программу туристического комплекса.<sup>2</sup>

В первом параграфе первой главы предложено определить событийную туристскую анимацию как стимулирование полноценной рекреационной, социально-культурной, досуговой и другой деятельности человека путем воздействия на его жизненные силы, воодушевление и одухотворение. Событийная туристская анимация - это туристская услуга, при оказании которой турист вовлекается в активное действие. Событийная туристская анимация основана на личных человеческих контактах, на человеческой близости, на совместном участии аниматора и туриста в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса.

---

<sup>1</sup> Приезжева Е. М. Социально-культурная анимация в туризме. - М.: РИБ турист, 2006. – С. 125.

<sup>2</sup> Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. - М.: Высшее образование, 2008 с. 171

Во втором параграфе работы проанализированы виды анимационной деятельности. Анимация в туризме может быть представлена:

- анимационными мероприятиями (праздники, кинофестивали, конкурсные программы, шоу-маскарады, карнавальные шествия и т.д.)

- анимационными театральными действиями (рыцарские турниры, юмористические шоу-клоунады, гладиаторские бои, костюмированные балы, вечера встречи со сказочными героями и т.п.)

- анимационными экспозициями (музейное шоу, костюмированные экспозиции). Сюда могут входить анимационные шоу-музеи, когда туристов и экскурсантов на экспозиции встречают «ожившие» исторические персонажи или когда вечером в гостинице организуется шоу, но не созерцательное, а с непосредственным активным участием туристов. Например, скучный когда-то и редко посещаемый музей первых английских переселенцев в г. Плимуте (США) превратился сегодня в национальное шоу при помощи анимационной организации экспозиции в натуральную величину (деревня с живыми персонажами, осуществляющими основные работы по дому, огороду и др.);

- анимацией в тематических парках (аттракционы, встречи с героями мультфильмов, супершоу). Первые развлекательные парки появились в Европе уже в конце 60-х годов. Но настоящий туристский бум они стали испытывать лишь в последние годы. Ежегодно наиболее крупные центры развлечений посещает до 10 млн. гостей. Наибольшей популярностью подобные туры пользуются у любителей семейного отдыха, молодоженов и небольших молодежных групп. Интересно, что большинство посетителей парков - не дети, на которых они были рассчитаны, а взрослые. Основные посетители парков в разных странах - зарубежные туристы. Наряду с интересными и захватывающими аттракционами главной привлекательной чертой тематических парков является происходящее вокруг действие. Так, например, американский парк Уолта Диснея - это настоящая индустрия отдыха и развлечений, устроенная с истинно американским размахом. Его

уникальность как туристского продукта состоит не только в том, что он имеет свою собственную сложную инфраструктуру, предназначенную для развлечений, размещения, питания, обучения, и свою собственную жизнь, в которую включаются туристы, встречая на улицах парка и среди аттракционов различных героев мультфильмов и художественных фильмов Диснея. Привлекательны для туристов завтраки и ужины в окружении героев Диснея. Кроме того, ни за какие деньги не купишь ощущение сказки, в которой находишься круглосуточно;

- спортивной анимацией (коллективные и индивидуальные спортивные игры, соревнования, состязания, аэробика, шейпинг, йога, танцевальные вечера);

- гостиничной анимацией (развлекательные, спортивно-оздоровительные мероприятия, вечера отдыха, работа миниклубов, кафе, баров в гостиницах). Аниматоры (чаще всего молодые люди) работают с туристами постоянно, можно сказать, круглые сутки. Основная задача этих работников - не дать людям соскучиться.<sup>3</sup>

В третьем параграфе определены функции анимационной деятельности, определив которые, составители анимационной программы смогут качественно подготовиться к мероприятию. Косвенным образом при соответствующих условиях выполняется и лечебная функция. В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ можно выделить следующие функции туристской анимации:

- адаптационную, позволяющую перейти от повседневной обстановки
- к свободной, досуговой;
- компенсационную, освобождающую человека от физической и
- психической усталости повседневной жизни;
- стабилизирующую, создающую положительные эмоции и

---

<sup>3</sup> Приезжаева, Е.М. Социально-культурная анимация в туризме [Текст] / Е.М. Приезжаева. - М.: Март, 2003. - с. 58

- стимулирующую психическую стабильность;
- оздоровительную, направленную на восстановление и развитие
- физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;
- информационную, позволяющую получить новую информацию о
- стране, регионе, людях и т. д.;
- образовательную, позволяющую приобрести и закрепить в
- результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- совершенствующую, приносящую интеллектуальное и физическое
- усовершенствование;
- рекламную, дающую возможность через анимационные программы
- сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туркомплексе,
- отеле, турфирме и т. д.

Во второй главе стоит рассмотрен рынок анимационных услуг по России в целом. Итак, в Российской Федерации самая распространённая форма анимационных программ связана с событийным туризмом.

В городах России часто обращаются к истории, туристы могут посетить русскую избу, как настоящую, так и стилизованную под старину. Особо увлекательной программу можно сделать, если трансфер будет совершаться на русской тройке с бубенцами. Ещё очень большим туристским интересом обладает программа «Русский каравай». Туристы сами смогут спечь каравай, под звуки, балалайки, гармошки, народных песен, которые будут погружать туриста в традиции русского народа. Встречу гостей лучше всего организовать по русским древним традициям – с хлебом и солью.

Широко известный факт, что главными героями русских былин являются три Богатыря. Можно устроить турнир, в котором туристов будут обучать ратному делу, протестируют на смекалку, измерят силушку богатырскую и, конечно же, устроить богатырский обед.

Так же очень известны цыганские гуляния и обычаи. Можно устроить скачки на лошадях и гадание на руке, а в конце вечера устроить танцевальную битву под жаркую цыганскую гитару<sup>4</sup>.

Далее рассмотрено предложение на рынке анимационных услуг. Если рассматривать предложение на рынке анимационных услуг, то следует обратить внимание на отдельный регион. В данном случае за основу взят опыт Саратовской области на рынке анимационных услуг. В связи с «пошедшим в гору» развитием туристской отрасли, то стоит выделить, что анимации в данной сфере также не стоит на месте. Для наиболее наглядного представления событийной туристской анимационной деятельности Саратовской области стоит привести таблицу, с отдельными ее видами. Особенный рост анимационных программ и разработка проектов наблюдается с 2012 года. Стоит отметить, что «Туриада» - уникальное мероприятие, которое способствует развитию туризма не только в Саратовской области, но и в России. На территории Саратовской области поддерживается две тенденции. Во-первых, активно развиваются и поддерживаются всероссийские мероприятия как, например, «Ночь музеев», во-вторых, на территории Саратовской области создаются и поддерживаются уникальные программы, которые уже на протяжении нескольких лет активно продвигаются в массы. Стоит выразить только перспективу того, что анимационный событийный туризм станет прочной основой для создания туристской индустрии Саратовской области.

---

<sup>4</sup> Роль и сущность анимационных программ в инфраструктуре гостеприимства/[Электронный ресурс]: сайт. URL: [www.turkey.com](http://www.turkey.com) (дата обращения 12.05.2015).

В третьей главе рассмотрены особенности создания анимационных программ. При создании событийной туристской анимационной программы следует обратить внимание на следующие пункты:

1. Тайминг.
2. Сценарный план.
3. Дополнительные площадки.
4. Подведение к кульминации события.
5. Партитура звука, света, видео
6. Организация целостной системы

Тайминг. Для того чтобы мероприятие шло по плану, необходимо заранее расписать по минутам абсолютно все действия, которые будут проходить во время мероприятия. Так же нужно уведомить участников об утверждённом тайминге мероприятия. Если во время мероприятия будут перерывы, то об этом необходимо уведомить и отдыхающих.

Сценарный план. Сначала организаторы мероприятия занимаются построением сценарного плана. В этот момент организаторы должны чётко осознавать ресурсы, которыми они обладают. Ресурсами анимационной деятельности являются: артисты, шоу-группы, ведущие, тренеры и т.д. Опираясь на свои ресурсы, сценаристы создают план, который будет удобен для посетителей мероприятия. Сценаристы распределяют время так, чтобы у гостей было время и отдохнуть, и погулять и насладиться представлением.

Дополнительные площадки. Любое мероприятие на территории которого действуют дополнительные, желательно тематические, площадки, автоматически упрощает функционирование основного механизма мероприятия. На территории дополнительных площадок отдыхающие могут либо отдохнуть от основного мероприятия, либо наоборот, углубиться в него, ведь не все детали можно раскрыть на территории главного действия. Организаторы должны чётко представлять и ранжировать дополнительные площадки. Количество дополнительных площадок зависит от массовости мероприятия.

Подведение к кульминации события. Обязательным условием любой анимационной программы является соответствие тематике. В зависимости от характера события создаётся так называемая анимационная кульминация, то есть подведение итогов, достижение основной цели мероприятия. Например, в конце Каннского кинофестиваля подводятся итоги и выявляется победитель. Победителю вручается символ фестиваля – Золотая пальмовая ветвь.

Партитура звука, света, видео. Прежде чем начать расписывать партитуру звука, необходимо рассчитать количество звуковой аппаратуры, которая будет использована. Если мероприятие происходит в концертном зале, то аппаратура рассчитывается следующим образом: на одного человека 25 Вт. Если на мероприятии используется живой звук: 40-50 Вт на одного человека. Если мероприятие происходит на открытом пространстве, идёт расчет 60 Вт на одного человека. Далее звукооператор пишет партитуру в соответствии с таймингом и сценарным планом мероприятия. Партитура света пишется художником по свету, она зависит от целей и задач, поставленных организаторами мероприятия. Партитура видео прописывается видеоинженером, чаще всего это презентации, но иногда видеоинженеры используют экран для *videomaping*'а, для того, чтобы усилить декорации.

Организация целостной системы. Организаторы мероприятия должны не только создать условия для существования вышеперечисленных пунктов, но и создать систему коммуникации для того, чтобы каждая деталь мероприятия являлась важным винтиком огромного механизма. Например, во время проведения Каннского кинофестиваля, каждый сотрудник-организатор пользуется общим чатом в коммуникационной системе Viber. Это позволяет своевременно реагировать на изменения и погрешности в сценарии.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Черкашенина Л.Ф. Вопрос подготовки режиссеров массовых праздников и концертно-зрелищных программ в институтах искусств и культуры. Барнаул, 2002 с. 45-49

Во втором параграфе третьей главы предложена анимационная программа, основанная на теоретической базе предыдущих глав и параграфов. Название анимационной событийной программы: «Широкая Масленица».

Продолжительность программы: 5 часов.

Место проведения программы: главная площадь Саратовского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского.

Организаторы: Клуб студенческой культуры СГУ, Совет студентов и аспирантов СГУ, студенческие советы институтов и факультетов университета.

Каждый год на территории главной площади Саратовского государственного университета проходят Масленичные гуляния. Посетить данное мероприятие могут не только сотрудники и студенты университета, но и выпускники, жители города, а так же приезжие туристы.

Анимационная программа построена на базе славянских традиций и обычаев. Программа проходит в последний день Масленичной недели, в воскресенье.

Предложен сценарный план, тайминг и описание дополнительных площадок. Совокупность единого театрального представления, отдельных игровых площадок и масленичных палаток-представителей факультетов и институтов университета создают ощущение праздника. Во время масленичных гуляний отдыхающие погружаются в историю и быт славян. Только при создании целостного механизма проведения праздника, можно удовлетворить потребности отдыхающих.

## Заключение

Глобальный рост и развитие туризма во всем мире оказывает большое влияние на содержание и организацию профессионального туристского образования. По оценкам специалистов, в настоящее время включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-туристского, развлекательного характера в содержание туристских маршрутов и поездок, в работу отелей повышает их престиж и востребованность на рынке туристских услуг.

Развлекаясь, человек или группа людей удовлетворяет свои духовные потребности, оценивает собственную личность, анализирует свою роль в масштабах различных подсистем. Индустрия развлечений ставит своей целью создание условий развлечения, т.е. совокупности явлений, от наличия которых зависит процесс развлечения. Социальная направленность развития индустрии развлечений выражается в том, что она служит формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Индустрия развлечений решает многогранные задачи, способствует формированию и развитию личности.

Как можно видеть по второй части данной исследовательской работы, Саратовская область, претерпевающая всплеск развития туристской отрасли, также как и более развитые регионы России, внедряет в местную туристскую практику основы анимационной деятельности.

В третьей части диплома были рассмотрены основы создания анимационных событийных программ, а так же предложен проект анимационной программы на примере широко известных в России масленичных гуляний. Такие анимационные программы будут привлекать внимание туристов не только из других регионов страны, но и из зарубежных стран. Таким образом, можно сделать вывод, что качественные анимационные программы являются основным компонентом в развитии как внутреннего, так и внешнего туризма страны.

### **Список использованных источников**

1. Приезжева Е. М. Социально-культурная анимация в туризме. - М.: РИБ турист, 2006. – С. 125.
2. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. - М.: Высшее образование, 2008 с. 171
3. Приезжаева, Е.М. Социально-культурная анимация в туризме [Текст] / Е.М. Приезжаева. - М.: Март, 2003. - с. 58
4. Роль и сущность анимационных программ в инфраструктуре гостеприимства/[Электронный ресурс]: сайт. URL: [www.turkey.com](http://www.turkey.com) (дата обращения 12.05.2015).
5. Черкашенина Л.Ф. Вопрос подготовки режиссеров массовых праздников и концертно-зрелищных программ в институтах искусств и культуры. Барнаул, 2002 с. 45-49