

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

О. М. Кравець,
С. І. Байлик

ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК
Видання 2-ге, перероблене і доповнене

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2017

УДК 379.85(075)
К78

Автори:

Кравець Ольга Миколаївна, старший викладач кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова;

Байлик Станіслав Іванович, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рецензенти:

Калініченко Людмила Леонідівна, доктор економічних наук, професор кафедри економіки Харківського національного університету будівництва та архітектури;

Соболев Володимир Михайлович, доктор економічних наук, професор кафедри економічної теорії та економічних методів управління ХНУ ім. В. Н. Каразіна

*Рекомендовано до друку Вченою радою ХНУМГ ім. О. М. Бекетова,
протокол № 13 від 02 червня 2017 р.*

Кравець О. М.

К78 Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посібник / О. М. Кравець, **С. І. Байлик**; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 335 с.

ISBN 978-966-695-423-0

У навчальному посібнику розкриті основи організації та управління анімаційною діяльністю на підприємствах індустрії гостинності та туризму, зокрема організації анімації (за видами). Надані методики розроблення анімаційних програм, наведені ігри для різних вікових груп туристів. Особливу увагу приділено організації дозвілля відпочиваючих – проведенню рухливих ігор на спортивних майданчиках, у басейні.

Посібник надає повну уяву про комплексну організацію анімаційних послуг, які роблять відпочинок повноцінним, незабутнім, вражаючим. Навчальний посібник призначений для студентів спеціальностей «Готельно-ресторанна справа», «Туризм», «Менеджмент», викладачів, керівників та менеджерів підприємств індустрії гостинності, а також усіх, кого цікавить організація активного відпочинку.

УДК 379.85(075)

© С. І. Байлик, О. М. Кравець,
ХНАМГ, 2008.

© О. М. Кравець, **С. І. Байлик**, 2017

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017

ISBN 978-966-695-423-0

ЗМІСТ

ВСТУП	6
ЧАСТИНА I ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА УПРАВЛІННЯ АНІМАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ТУРИЗМІ	8
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ	9
1.1 Теоретичні основи дозвілля	9
1.2 Передумови виникнення анімації	18
1.3 Анімаційна діяльність у туризмі: поняття, типологія, функції	23
1.4 Модель фахівця туристської анімації	32
<i>Контрольні запитання</i>	42
<i>Перелік тестів для засвоєння матеріалу</i>	42
РОЗДІЛ 2 УПРАВЛІННЯ АНІМАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ	44
2.1 Анімаційний менеджмент: поняття, сутність, завдання	44
2.2 Функції анімаційного менеджменту	48
2.3 Забезпечення ефективності анімаційної діяльності	49
<i>Контрольні запитання</i>	60
<i>Перелік тестів для засвоєння матеріалу</i>	60
РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ І ТУРИСТСЬКИХ КОМПЛЕКСАХ	62
3.1 Організація готельної анімації	62
3.2 Матеріально-технічна база анімації	77
3.3 Соціально-психологічні особливості споживачів анімаційних послуг	81
3.4 Організація сімейного дозвілля	82
3.5 Методика розроблення та організації анімаційних програм	88
3.6 Сценарій як основний вид драматургії анімаційної діяльності	97
<i>Контрольні запитання</i>	103
<i>Перелік тестів для засвоєння матеріалу</i>	105
ЧАСТИНА II ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЇ (ЗА ВИДАМИ)	106
РОЗДІЛ 4 СПЕЦИФІКА ВЕРБАЛЬНОЇ АНІМАЦІЇ	107
4.1 Вербальна анімація: поняття, сутність, форми	107
4.2 Невербальні засоби спілкування в анімації	111
4.3 Акторська майстерність аніматора	112

4.3.1 Пластична культура аніматора	112
4.3.2 Комплекс вправ для носового дихання	118
4.3.3 Гімнастика для мімічних м'язів обличчя, артикуляційна гімнастика	119
4.3.4 Вправи на досягнення м'язової свободи, зняття скутості	120
4.3.5 Пластичні етюди	121
<i>Контрольні запитання</i>	123
<i>Перелік тестів для засвоєння матеріалу</i>	123
РОЗДІЛ 5 ОРГАНІЗАЦІЯ ІГРОВОЇ ТА СПОРТИВНОЇ АНІМАЦІЇ	125
5.1 Гра: поняття, сутність, структура, функції та роль у житті людини	125
5.2 Основні підходи до класифікації ігор	126
5.3 Методика проведення рухливих ігор	131
5.3.1 Рухливі ігри на спортивних майданчиках	134
5.3.2 Рухливі ігри в басейні	152
5.3.3 Рухливі ігри для дітей	156
5.4 Методика складання і проведення ігрових анімаційних програм ..	175
5.5 Організація спортивної анімації	176
5.6 Аеробіка	179
5.6.1 Класифікація аеробіки	179
5.6.2 Вправи для занять аеробікою	181
5.6.3 Структура занять із класичної і степ-аеробіки	183
5.7 Аква-аеробіка	188
5.7.1 Класифікація і термінологія вправ	189
5.7.2 Підбір програми занять, створення потрібної інтенсивності ...	191
5.7.3 Побудова програми уроку з використанням музичного супроводу	196
<i>Контрольні запитання</i>	197
<i>Перелік тестів для засвоєння матеріалу</i>	198
РОЗДІЛ 6 МУЗИЧНА ТА ТАНЦЮВАЛЬНА АНІМАЦІЯ	199
6.1 Поняття та особливості емоційного впливу музики	199
6.2 Форми музичної анімації	203
6.3 Форми сучасної танцювальної анімації	206
6.4 Матеріально-технічна база танцювальних заходів	210

РОЗДІЛ 7 ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ШОУ	214
7.1 Шоу: поняття, різновиди, ознаки	214
7.2 Характеристика та форми анімаційних шоу	217
7.3 Способи театралізації анімаційних шоу-програм	221
7.4 Різновиди сцени під час розроблення шоу-програм	222
<i>Контрольні запитання</i>	<i>225</i>
<i>Перелік тестів для засвоєння матеріалу</i>	<i>225</i>
 РОЗДІЛ 8 СВЯТО ЯК ОСНОВА КОМПЛЕКСНОЇ АНІМАЦІЇ. КАРНАВАЛЬНА АНІМАЦІЯ	 227
8.1 Свято: поняття, сутність, історія виникнення, класифікація	227
8.2 Особливості карнавальної анімації	233
8.3 Свята як об'єкт подієвого туризму	238
8.4 Свята як об'єкт івент-менеджменту	249
8.5 Характерні риси святкової анімації	252
8.6 Організація свят як інструмент івент-маркетингу	253
8.7 Специфіка організації свят у готелі	257
8.7.1 Організація сімейних свят	258
8.7.2 Організація корпоративних заходів	260
8.7.3 Технологія розроблення корпоративного заходу	266
<i>Контрольні запитання</i>	<i>273</i>
<i>Перелік тестів для засвоєння матеріалу</i>	<i>273</i>
 ДОДАТКИ	 274
Додаток А Ігри для дорослих	275
Додаток Б Українські народні дитячі ігри	277
Додаток В Сценарій свята Нептуна	293
Додаток Г Словник тураніматора	299
Додаток Д Класифікація світових подієвих ресурсів за тематикою	302
Додаток Е Класифікація українських подієвих ресурсів за тематикою	307
Додаток Ж Карта подієвого туризму в Україні	315
Додаток И Способи розсадження учасників корпоративного заходу ..	317
 Глосарій	 319
 СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	 331

ВСТУП

Сучасні реалії техногенного середовища зумовлюють гостру необхідність відновлення фізичних і духовних сил, які людина втрачає в процесі трудової діяльності і повсякденного спілкування. Саме рекреація як діяльність, спрямована на реалізацію рекреаційних потреб, відновлення й розвиток фізичних і духовних сил людини, її інтелектуальне вдосконалення є тим сегментом індустрії гостинності, який сьогодні найдинамічніше розвивається у світі.

Анімаційні готельні послуги – це додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, разом із добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку. Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, він постійно зайнятий тим, що його тішить, викликає позитивні емоції, формує прекрасний настрій і збуджує бажання повертатися до таких емоцій знову і знову.

Новий напрямок туристської діяльності – анімація – сьогодні набуває активного розвитку по всьому світі як адекватний засіб у конкурентній боротьбі між подібними за рівнем сервісу й облаштуванням інтер'єрів готелями і туристськими комплексами. Це поняття вживається в багатьох сферах людської діяльності.

Цей навчальний посібник є переробленим і доповненим перевиданням навчального посібника «Організація анімаційних послуг в туризмі» 2008 року, рекомендованого Міністерством освіти і науки України (лист № 1.IV/18 – Г – 2182 від 23.10.2008 р.).

Мета і завдання навчального посібника – ознайомлення з теоретичними основами анімації в соціально-культурному сервісі та туризмі, специфікою надання анімаційних послуг та підготовки анімаційної команди, залучення уваги керівників і менеджерів підприємств туризму та відпочинку до необхідності впровадження в свою діяльність анімаційних служб, надання методичних рекомендацій з організації анімаційних послуг в туризмі. Особливу увагу приділено організації дозвілля відпочиваючих – проведенню рухливих ігор для дітей та дорослих на спортивних майданчиках, у басейні. Задля популяризації української культури в додатках наведено традиційні національні дитячі ігри. Розроблено карту подієвого туризму в Україні, класифікацію світових та українських подієвих ресурсів за тематикою.

Матеріал навчального посібника складається з двох частин – «Основи організації та управління анімаційною діяльністю в туризмі» та «Організація

анімації (за видами)». Наприкінці кожного з розділів наведено комплекс питань для самостійного опрацювання та тестові завдання. Матеріал посібника проілюстровано схемами, графіками та таблицями.

У навчальному посібнику наведено глосарій, сформований за ключовими термінами з питань теорії організації анімаційних послуг в туризмі.

Під час написання навчального посібника було використано матеріал із навчальної та наукової літератури, перелік якої наведено у списку використаних джерел, а також накопичений досвід викладання профільюючих дисциплін на кафедрі туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова, роботи у провідних готельних комплексах України та Туреччини.

Посібник призначений для студентів спеціальностей «Готельно-ресторанна справа», «Туризм», «Менеджмент» (професійного спрямування «Менеджмент готельного, курортного і туристського сервісу»), викладачів, керівників та менеджерів підприємств індустрії гостинності, а також усіх, кого цікавить організація активного відпочинку.

Частина I

**ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ
ТА УПРАВЛІННЯ АНІМАЦІЙНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ В ТУРИЗМІ**

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

1.1 Теоретичні основи дозвілля

Із розвитком нових технологій, прискоренням темпу життя, напругою й повсякденним стресом в останні роки у світі спостерігається тенденція до зростання потреби сучасної людини в якісному й різноманітному відпочинку та рекреації.

Сектор розваг, дозвілля і спорту відіграє важливу роль у загальній інфраструктурі індустрії гостинності, вирішує різноманітні завдання (насамперед, виховання, формування оптимістичного настрою, освіта, відпочинок, розвиток культури людей). Саме рекреація як відновлення сил є основною метою відпочинку, але шляхи досягнення цієї мети є різними для різних категорій відпочиваючих залежно від їхнього віку, рівня освіти, соціального статусу, особистих інтересів, смаків тощо. Обов'язковою умовою рекреаційної діяльності в період відпочинку для людини є її незвичайність, несхожість на те, чим вона займається у своєму повсякденному житті, святковість, емоційне переключення.

Вибір типу відпочинку обмежений дією групи факторів, які можна класифікувати на:

1) *внутрішні*: обмеження вільного часу у певних категорій населення, нерозвинена інфраструктура та нестача кваліфікованих фахівців, низький рівень мотивації населення до соціально-продуктивного дозвілля, недостатня інформованість громадян про функціонування сфери дозвілля та ін.

2) *зовнішні*: соціальна напруженість, втрата традицій і духовної єдності поколінь, ціннісна нестабільність, перевага споживацтва у соціальному та культурному житті [1].

Під *вільним часом* розуміють суспільно-історичне явище, частину соціального вільного часу, не зайняту справами виробничої або життєвої необхідності.

Структура вільного часу – сукупність видів діяльності, які характеризують проведення вільного часу як:

- індивідуальне споживання культури;
 - публічно-видовищне споживання культури;
 - спілкування з членами родини, родичами, сусідами, друзями тощо;
- фізичні заняття;

- розваги та ігри, які сприяють зняттю розумового і фізичного напруження, створенню гарного настрою; пасивний відпочинок;
- заняття, які є явищами антикультури;
- безцільне проведення часу.

Зміст вільного часу – форми занять у вільний час, зумовлені соціальним середовищем, рівнем культури особистості, її самосвідомістю, потребами, інтересами, психологічними якостями.

Зміст вільного часу обумовлює індивідуальні типи його використання (рис. 1.1).

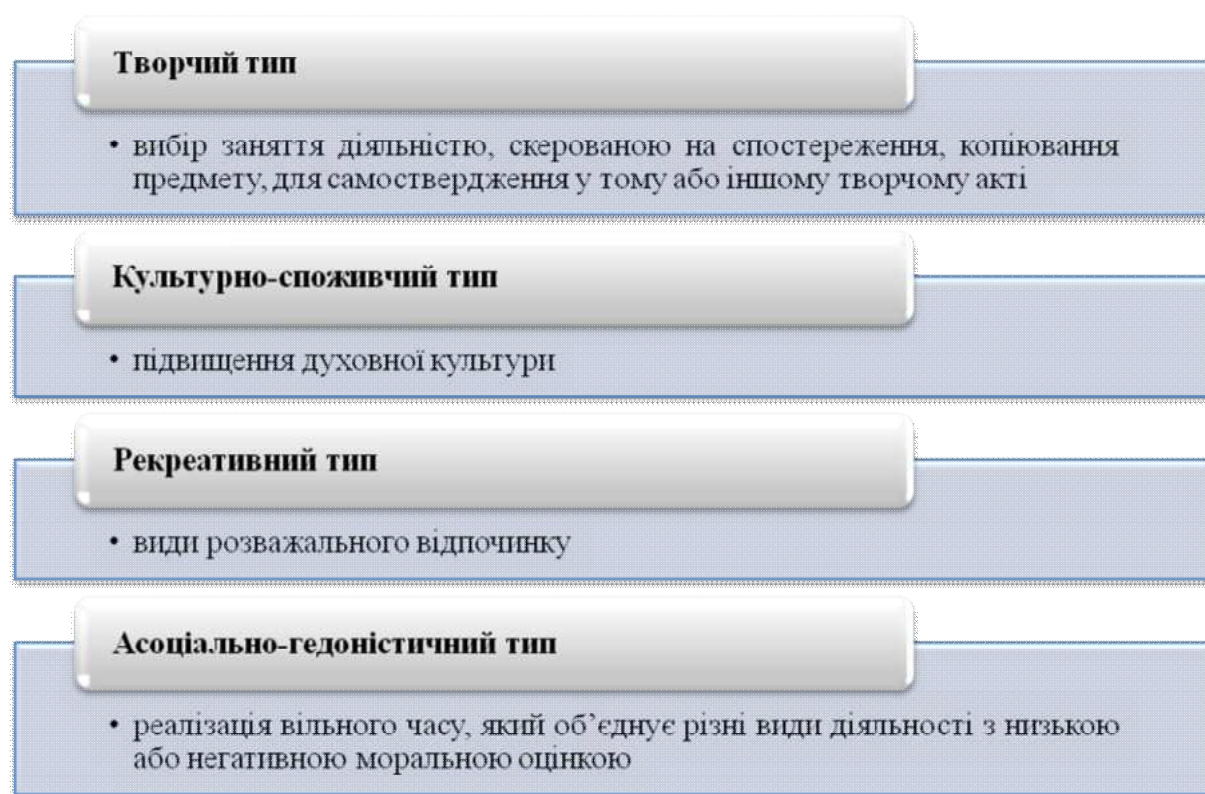


Рисунок 1.1 – Індивідуальні типи використання вільного часу

Основні підходи до визначення взаємозв'язку між дозволями та професійно-трудовою діяльністю людини наведені в таблиці 1.1 [2].

Таблиця 1.1 – Підходи до визначення взаємозв'язку між дозволями та професійно-трудовою діяльністю людини

Підхід	Автор	Характеристика
1	2	3
Перший (компенсаційний)	Ж. Фрідман	спрямованість дозволів на задоволення тих потреб та інтересів, які людина не в змозі задовольнити в робочий час

Продовження таблиці 1.1

1	2	3
	Р. Багер	проекція роботи на дозвілля
	Ж. Літтунен	дозвілля як засіб самовдосконалення, заняття соціальної напруги, усунення соціальних конфліктів
<i>Другий</i>	Акерман, Московічі та ін.	форми та засоби проведення свого вільного часу визначаються соціальними, культурними та економічними чинниками
<i>Третій</i>	Р. Лінд	заперечення взаємозв'язку дозвілля – робота

Робочий і вільний час поняття парні й протилежні. Вільний час наповнюється пасивним (сон) або активним (дозвілля) відпочинком, а також різного типу вимушеними, необхідними для організації побуту і соціального життя діями. У середньостатистичному бюджеті часу людини за добу на вільний час припадає близько 16 год. (за умови 8-годинного сну), зокрема близько 4 годин – на дозвілля [3].

Від організації дозвілля населення залежить морально-психологічний клімат у суспільстві, його культурний рівень, фізичне і моральне здоров'я. Дозвілля можна визначити як засіб відновлення сил людини в процесі її діяльності; тобто дозвілля є частиною відпочинку, оскільки не містить у собі час на сон та інші вимушені витрати, які можна назвати відпочинком.

Як у вітчизняній, так і зарубіжній літературі сьогодні єдність думки щодо підходів до розуміння поняття «дозвілля» відсутня.

Історично склалися три підходи до тлумачення дозвілля:

- 1) розподіл бюджет часу дорослої людини на робочий і вільний від роботи, у межах якого дозвілля і вільний час розглядалися як одне і те ж;
- 2) ототожнення відпочинку й дозвілля;
- 3) дозвілля як частина вільного часу, за виключенням з останнього всіх серйозних занять, пов'язаних із розвитком особистості (зведення до відпочинку і розваг).

За умов потреб сучасних туристів сьогодні доцільно розглядати дозвілля як активний відпочинок. Для розуміння анімаційних процесів необхідно більш детально розглянути сутність дозвілля.

М. Каплан розробив такі моделі дозвілля (табл. 1.2).

Починаючи з другої половини ХХ ст. у суспільстві було сформовано низку концепцій дозвілля (табл. 1.3) [2, с. 7–8].

Таблиця 1.2 – Моделі дозвілля за М. Капланом

Назва моделі	Розуміння дозвілля
<i>Гуманістична</i>	стан свободи, задоволення, шлях до щастя і радості
<i>Терапевтична</i>	засіб позитивного впливу на психічний стан людини, засіб лікування та реабілітації
<i>Інституційна</i>	елемент різних соціальних інститутів – політичних, освітніх, сімейних тощо
<i>Епістемілогічна</i>	естетичне та аксіологічне явище
<i>Соціологічна</i>	творча діяльність, що характеризується свободою вибору та добровільністю

Таблиця 1.3 – Основні концепції дозвілля

Назва концепції	Розуміння дозвілля	Характеристика
<i>Кількісна</i>	складова часового простору	передбачає розподіл бюджету часу людини на робочий та неробочий. Дозвілля ототожнюють із позаробочим часом, вивчають як вільний час людини, розглядають як істотну складову вільного часу, що звільняє людину від усіх побутових, робочих та сімейних обов'язків, має рекреаційне та розважальне наповнення
<i>Творча (конструктивна, безцільна, асоціальна)</i>	окремий вид життєдіяльності людини	дозвілля як вид діяльності здійснюється відповідно до потреб індивіда, з метою отримання задоволення, відновлення психофізичних сил, підвищення освітнього та духовного рівнів тощо
<i>Психологічна</i>	психологічний стан людини	визнання дозвіллевими лише тих видів діяльності, які позитивно сприймаються людиною
<i>Інтеграційна</i>	цілісний спосіб життя	усі сфери людського життя мають дозвіллевий потенціал

Характерні ознаки дозвілля: 1) свобода вибору дозвіллевої діяльності, свобода від обов'язків; 2) добровільна участь у дозвіллевій діяльності; 3) бажання отримати радість та задоволення, розваги та відпочинок, урізноманітнення життя; 4) можливість відігравати нову соціальну дозвіллеву роль; 5) самодостатність та самоцінність; 6) компенсаційність [2, с. 8].

Фундаментальними ознаками дозвілля вважають також: отримання задоволення, розваги і відпочинок, урізноманітнення життя [2, с. 9].

Дозвілля виконує низку функції (рис. 1.2) та ґрунтується на певних принципах (рис. 1.3).



Рисунок 1.2 – Основні функції дозвілля [2, с. 376]

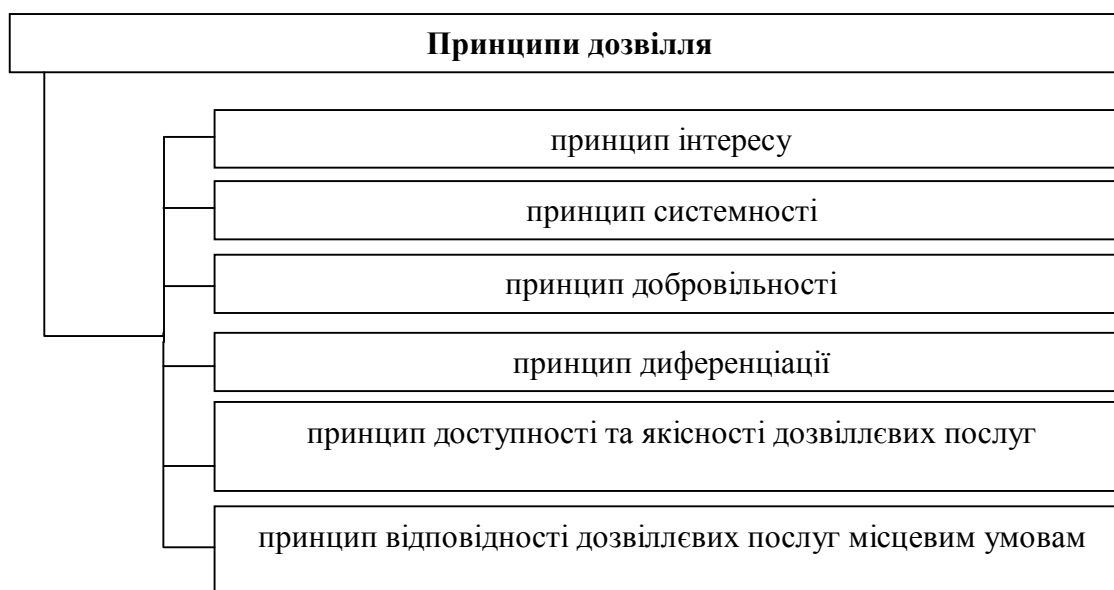


Рисунок 1.3 – Основні принципи дозвілля [2, с. 377]

Загальноприйнята класифікація дозвілля наведена в таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Загальноприйнята класифікація дозвілля

Критерій	Типи дозвілля
1	2
<i>Вид активності</i>	– пасивне; – активне

1	2
<i>Періодичність</i>	– щоденне; – щотижнєве; – відпусчне; – святкове
<i>Тривалість</i>	– короткочасне; – довготривале; – епізодичне
<i>Напрями діяльності</i>	– творче; – рекреаційне; – культурне; – спортивне; – декоративно-прикладне; – туристське

Роль дозвілля у житті людини визнається такими параметрами: сімейний параметр, економічні, соціальні, спортивні, моральні, естетичні, науково-технічні, екологічні та політичні параметри.

Структурно дозвілля складається з таких елементів (рис. 1.4).

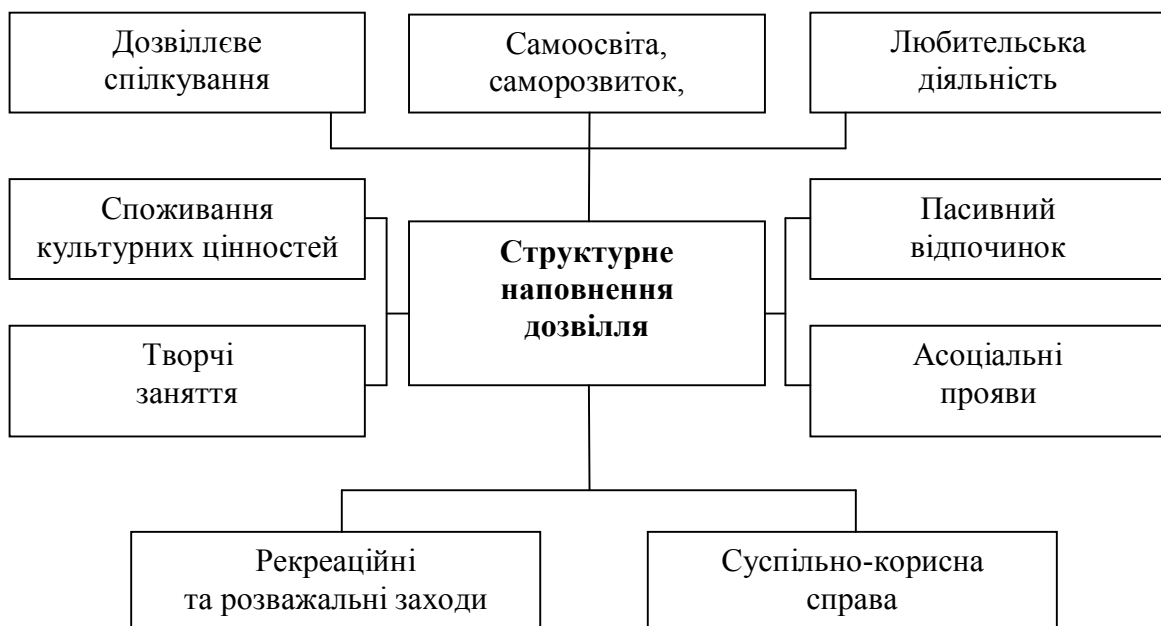


Рисунок 1.4 – Структурне наповнення дозвілля [2, с. 375]

Дозвілєва діяльність людини реалізується на різних взаємопов'язаних та взаємозалежних рівнях (рис. 1.5) [2, с. 44].

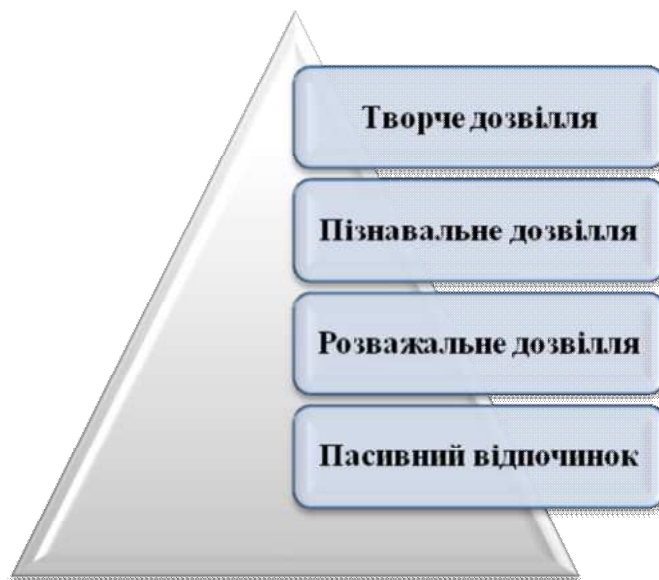


Рисунок 1.5 – Основні рівні дозвілля

Основні форми дозвілльєвої діяльності [4] наведені в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5 – Характеристика форм дозвілльєвої діяльності

Форма	Характеристика
1	2
<i>Відпочинок</i>	процес відновлення психофізіологічного балансу людського організму. Відповідна реабілітація фізичних і розумових сил, відновлення здатності людини до трудової і побутової життєдіяльності досягається як пасивним розслабленням організму, так і, навпаки, активною діяльністю (прогулянки та інші види відпочинку на повітрі, фізичні вправи, танці тощо)
<i>Розваги</i>	форма дозвілльєвої реабілітації і дозвілля, яка зовні близька до відпочинку, але змістовно цілком самостійна. Якщо відпочинок позбавляє людину від втоми, розваги рятують його від нудьги, від рутини повсякденності, від недостатньої для мозку інформаційної насиченості життя. Крім того, якщо для працюючої частини населення у співвідношенні «утома – нудьга» пріоритетна здебільшого втома, то для його непрацюючої частини пріоритетна, навпаки, нудьга, що і породжує у відповідних соціальних умовах специфічну соціально-психологічну депресію особистості, відому під назвами «сплін», «туга» і т. п. Особливо злободенною ця ситуація стає саме зараз, в умовах швидко зростаючого масиву збільшуваного вільного часу та витіснення тощо
<i>Дозвілльєве спілкування</i>	вільна міжособистісна взаємодія, яку здійснюють за допомогою живої або письмової промови, міміки; передбачає зворотний зв'язок. Із позиції спілкування всі види дозвілльєвої діяльності можуть бути поділені на: облігатні, що існують лише на базі спілкування (бесіди, листування, прийом і відвідування гостей); факультативні (перегляд телепередач,

1	2
	прогулянки, відвідування видовищ тощо); солітарні, не передбачають або навіть прямо виключають спілкування (читання, музикування).
«Споживання культури»	сприйняття і освоєння накопичених людством культурних цінностей у ході читання, перегляду і прослуховування ТВ- і радіопередач, відвідування видовищних установ, виставок, концертів тощо
Ігрова діяльність	вільна діяльність, що є формою самовираження суб'єкта і спрямована на задоволення потреб у розвагах, задоволення, зняття напруги. Ставлячи людину в режим змагальності, нерідко імітуючи в умовній формі «гострі», зокрема і небезпечні для життя ситуації, мобілізуючи фізичні та психологічні (інтелектуальні й емоційні ресурси людини, поєднуючи нормативно-допустиме й інноваційне в поведінці, гра збуджує різноманітні переживання, сприяє зміні вражень, загальному «струсу» як самих гравців, так і спостерігачів (уболівальників) за грою
Дозвілєва (аматорська) праця	різноманітна трудова діяльність, яку здійснюють у добровільному порядку; не має товарної або побутової цінності: утримання кімнатних тварин, розведення квітів, рукоділля, самодіяльне творчість (технічна, художня і т.д.), самоосвіта, аматорський спорт, громадська робота і т.д. Своєю нетоварністю дозвілєва праця нагадує домашню працю, але принципово відрізняється від неї фактом зацікавленості людини саме в її особистому здійсненні

Предметами різноманітної діяльності людей, які задовольняють будь-які матеріальні або духовні потреби людей різних соціальних груп у сфері дозвілля, є **дозвілєві цінності**. Види:

1) *матеріальні* – об'єкти природного і соціокультурного середовища, що мають ціннісно-суттєву значущість для дозвілєвої діяльності людини;

2) *духовні* – сукупність термінальних цінностей, які впливають на реалізацію вітальних, інтеракціаністичних, соціалізаційних потреб у сфері дозвілля (здоров'я, пізнання, спілкування, саморозвиток, розваги і т. д.).

Домінують положення туризму в дозвілєвих уподобаннях людини пов'язане з різноманітністю мотивів, які впливають на вибір такого виду дозвілля у різних груп людей. Вибір розваг зумовлює низка факторів (рис. 1.6) [5].

За сучасних умов підвищується увага до педагогічного потенціалу дозвілля.

Аксіологічний потенціал дозвілля – здатність дозвілля формувати ціннісні уявлення та орієнтації людини.

Репродуктивний потенціал дозвілля – репродуктивна практика, тісно пов'язана із творчою (самодіяльність, аматорське мистецтво тощо).



Рисунок 1.6 – Фактори, що обумовлюють вибір розваг

Педагогікою дозвілля вважають науку про людину, про виховання та розвиток особистості у вільний час, основна мета якої – виховання у людини вміння раціонально використовувати свій вільний час та ефективно проводити своє дозвілля. Об'єктом педагогіки дозвілля виступає соціально-економічний розвиток особистості, вплив соціального середовища на людину, значущість вільного часу людини, соціальні детермінації становлення та формування особистості. У цілому педагогічний процес у сфері дозвілля – це цілеспрямована організація дозвіллевої діяльності та її систематичне удосконалення з огляду на характерні ознаки і потреби особистості.

Зміст туристського дозвілля охоплює: культурне споживання, самоосвіту, неформальне спілкування, культурно-творчі заняття, задоволення екологічних потреб, фізкультурно-оздоровчі заняття, розважальну діяльність.

Культурно-дозвіллева сфера – використання людиною свого вільного часу для розвитку власних творчих здібностей, культури, умінь та навичок.

Культурно-дозвіллеву сферу в зарубіжних країнах розуміють як:

- 1) «індустрію дозвілля», «дозвіллево-рекреаційну сферу» (США, Великобританія);
- 2) «сферу вільного часу» (Німеччина);
- 3) «анімацію» (Італія, Туреччина, Франція) [2, с. 6].

Певну роль у задоволенні різноманітних інтересів і потреб туристів у виборі розваг відіграє соціально-культурна анімація, що слугує не лише зняття накопиченого психологічного і фізичного навантажень, але й сприяє розкриттю здібностей людини, її творчого потенціалу, збагаченню новими знаннями й навичками, допомозі подолання наявних комплексів, включенню в реальну дію.

1.2 Передумови виникнення анімації

Форми культурно-дозвіллевої діяльності взаємопов'язані із соціально-економічними особливостями конкретної епохи, культурними традиціями певної країни, усталеною культурною інфраструктурою, історично виробленим менталітетом [6]. Періодизацію історії розвитку дозвілля можна провести в такий спосіб: культурно-дозвіллева діяльність первісного періоду; культурно-дозвіллева діяльність у період античності; культурно-дозвіллева діяльність у Західній Європі до XVII ст.; святкова і розважальна культура XVIII – початку XX ст.; просвітницька культурно-дозвіллева діяльність першої половини XX ст.; інформаційно-просвітницька культурно-дозвіллева діяльність другої половини XX ст.; святкова та розважальна культура кінця XX – початку XIX ст.

Дослідники зацікавилися темою анімації в туризмі на межі XX – початку XIX ст., хоча саме поняття «анімація» (від лат. «*anima*» – душа, «*animato*» – збуджено, жваво, «*animatio*» – одухотвореність) існує ще з часів Стародавнього Риму [3, с. 63].

За Н. О. Максимовською [7], у розвитку досліджень анімації в контексті її виховного значення виділяють два етапи.

Перший етап пов'язаний з моментом офіційного визнання анімації у Франції (друга половина XX ст.). Після Другої світової війни анімація стає одним із інструментів подолання соціальної кризи. Формуються ґрунтовні наукові погляди стосовно сутності, особливостей та принципів анімаційної діяльності. Другий етап бере свій початок у XXI ст. і характеризується розширенням напрямів використання анімаційної діяльності, використанням новітніх технологій у цій сфері. Цей етап пов'язаний із розглядом соціально-виховного аспекту анімації. Так, молодь засвоює цінності взаємодопомоги, спільного соціального буття, формує якості толерантності, альтруїзму, відповідальності за спільну справу, має можливості проявити себе.

Схематично передумови виникнення туранімації наведено на рисунку 1.7.

Холістичний характер рекреаційної діяльності людини обумовив появу й терміну «анімація». Сьогодні цей термін використовують і в вітчизняній туристській практиці. У багатьох готельних підприємствах використовують – анімацію, тобто пожвавлення відпочинку й організацію безпосередніх вражень від особистої участі туристів в анімаційних заходах. Кінцевою метою туристської анімації є задоволеність туриста відпочинком – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил. У цьому полягають найважливіші рекреаційні функції туристської анімації [8].



Рисунок 1.7 – Передумови виникнення туристської анімації

Зародження туранімації пов'язано з організацією дозвілля у давні часи – проведенням культових фольклорних свят і обрядів, Олімпійськими іграми, лицарськими турнірами тощо. Проте у Радянському Союзі поняття «анімація» з'явилося в 1970-х роках минулого сторіччя і було пов'язано з мультиплікацією, тобто надаванням руху намальованим картинкам, і особу, яка цим займалася, стали називати аніматором.

Однак люди, які виконують роль аніматорів, з'явилися на Русі значно раніше за утворення СРСР. Історики стверджують, що перший шинок у Москві відкрився ще за Іванія Грозного. Потім стали з'являтися трактири і ресторани. Відрізнялися трактири від ресторанів обслуговуванням і кухнею. У ресторанах була французька кухня, а в трактирах – російська, і обов'язково чай. У ресторанах працювали офіціанти у фраках, переважно, татари (непитущі мусульмани), у трактирах – колишні селяни в білих фартухах. А подібним було те, що в трактирах і в ресторанах виступали циганські, російські, угорські й інші хори. Організацією виступів артистів, разом із проведенням популярних у той час півнячих боїв, картярських ігор і більярду, займалися перші аніматори. За Радянських часів був створений державний культурно-просвітницький рух, спрямований на масову організацію дозвілля та розваг суспільства. Роль аніматорів виконували масовики-витівники.

У наш час під аніматором здебільшого розуміють людину, яка відповідає за пожвавлення бізнесу і збільшення продажів. Зіштовхуємося ми з цим доволі часто. У супермаркетах ми спостерігаємо, як відбувається презентація товарів, де кожному відвідувачу пропонують продегустувати який-небудь продукт і зробити свій вибір на користь певного товару. У цьому випадку людина, яка рекламує товар, – це аніматор продажів (промоутер). Він може бути задіяний у всіляких заходах: в акціях і лотереях, розрахованих на залучення уваги покупців до визначеного виду товару, до вивчення досвіду продажів конкурентів, маркетингових досліджень тощо.

Отже, в образі аніматора сьогодні виступають представники таких професій: 1) *аніматор-мультиплікатор* – людина, яка оживляє мальовані картинки; 2) *аніматор у бізнесі* – людина, яка займається збільшенням продажів, пожвавленням бізнесу; 3) *аніматор шоу-бізнесмен* – масовик-витівник у сфері гостинності, який займається організацією культурно-масових заходів, розвагою гостей та організовує дозвілля відпочиваючих [9, с. 6].

Анімація не обмежується мультиплікацією і збільшенням продажів.

В останні роки великого розвитку досягла туристська анімація на Середземноморському узбережжі Туреччини, Іспанії і Франції.

Наприклад, у готелях Середземноморського узбережжя, симпатичні юнаки і дівчини – *GO*¹, як останнім часом почали їх називати, із великим ентузіазмом займаються розвагою гостей – *GM*², які прибули на відпочинок з багатьох країн світу. Володіючи декількома іноземними мовами, а також маючи музичну, хореографічну або спортивну освіту, вони своєю працею створюють висококатегорійним готелям світову популярність.

Під час відпочинку аніматори стають справжніми друзями гостей і прекрасними вихователями для їхніх дітей. Удень вони – спортивні тренери, увечері – витівники в музичних шоу, на застіллях можуть прекрасно впоратися з роллю тамади, є неперевершеними партнерами в танцях на дискотеках.

Сьогодні аніматори активно затребувані на підприємствах індустрії розваг.

Індустрія розваг – це система підприємств і підприємців, які надають усі необхідні для споживання в процесі розваги і достатні для здійснення процесу розваги послуги та товари.

До індустрії розваг зараховують підприємства, основна діяльність яких пов'язана із задоволенням потреб людини в розвагах.

Групи підприємств, які зараховують до індустрії розваг:

1. Підприємства, діяльність яких повністю орієнтована на задоволення потреби в розвагах.

2. Підприємства, діяльність яких частково орієнтована на задоволення потреби в розвагах, поряд з культурно-просвітницькою, освітньою, виховною, спортивною або іншою спрямованістю.

3. Підприємства, що забезпечують розваги у формі своєї допоміжної або побічної діяльності.

4. Підприємства промисловості, які випускають відповідне обладнання та інвентар для забезпечення підприємств розважального сектора.

Сьогодні у світі розвинена **інфраструктура ринку розважальних послуг** – сукупність підприємств, систем і технологій, що виконують певні функції з надання розважальних послуг і створюють умови для його функціонування.

Об'єкт розважальної інфраструктури – цілісний функціонуючий об'єкт, що становить будинок, його частину або сукупність будівель нежитлового призначення і споруд, що пропонують послугу або комплекс послуг розважального характеру.

¹ *GO* – аббревіатура від «*gentle organizeur*» (милі, любі організатори).

² *GM* – аббревіатура від «*gentle member*» (милий член клубу).

Класифікація об'єктів розважальної інфраструктури наведена в таблицях 1.6–1.7 [10].

Таблиця 1.6 – Класифікація об'єктів розважальної інфраструктури

Класифікаційний критерій	Ознаки об'єктів	Види об'єктів
1	2	3
<i>1. Основний напрямок діяльності об'єкта (спеціалізація)</i>	1.1. Видовищно-розважальна діяльність	кінотеатри, концертні зали, виставкові комплекси, спортивні арени і зали, зоопарки
	1.2. Діяльність з організації та проведення азартних ігор	казино, зали ігрових автоматів, букмекерські контори
	1.3. Організація фізкультурно-оздоровчої діяльності	басейни, фітнес-клуби, масаж і SPA-салон, лижні бази
	1.4. Паркова діяльність	парки відпочинку, тематичні парки
	1.5. Організація активного відпочинку та дозвілля	нічні клуби, боулінг, ігрові аркади. ігрові комп'ютерні клуби, дискотеки
<i>2. Профіль центру розвазі</i>	2.1. Об'єкти сімейного відпочинку та розваг	парки атракціонів, спортивно-ігрові комплекси
	2.2. Дитячі розважальні об'єкти	дитячі ігрові майданчики, дитячі атракціони
	2.3. Об'єкти, орієнтовані на дорослу аудиторію	казино, нічні клуби
<i>3. Спосіб розміщення об'єкта</i>	3.1. Розваги на відкритому повітрі	тематичні парки, роллердроми (змагання на електричному бичу)
	3.2. Розваги в будівлі	аквапарки, театри, ігрові кімнати
<i>4. Доступність</i>	4.1. Камерні	елітні ресторани і закриті клуби
	4.2. Масові	кінотеатри, парки

Таблиця 1.7 – Класифікація об'єктів індустрії розваг за спектром пропонованих послуг

Типи об'єктів індустрії розваг	Ознаки об'єктів	Пропускна здатність, чол. /добу	Види об'єктів
1	2	3	4
<i>1. Спеціалізовані підприємства</i>	Спеціалізація на одному напрямку розваги	до 1000	аквапарки, боулінг, кінотеатри, ігрові комп'ютерні клуби, пейнтбол, казино

Продовження таблиці 1.7

1	2	3	4
2. Змішані об'єкти	Розважальна складова як супутня спеціалізація об'єкта	500–5000	торгівельно-розважальні центри, спортивно-розважальні комплекси, фестиваль-центри
	Поєднання 2–3 напрямків розваги		культурно-розважальні центри, розважальні комплекси з казино
3. Багатoproфільні розважальні центри, географічні зони розвазі	Поєднання декількох різних напрямків розваг	Більше 5000	тематичні парки, зони розваг: о. Сентоза, Лас-Вегас, Атлантик-Сіті

Анімаційна діяльність спрямована на розвагу туристів, поживлення програм обслуговування (анімаційні шоу-музеї, карнавали, ігри та ін.).

1.3 Анімаційна діяльність у туризмі: поняття, типологія, функції

Комбінація активного та пасивного відпочинку рекреантів незалежно від вікової категорії та соціального статусу передбачає наявність розважальних заходів, яким притаманні емоційне переключення, незвичайність, святковість, несхожість на те, чим займаються у своєму повсякденному житті. У зарубіжній практиці гостинності застосовують термін «*amusements*» (розваги), під яким об'єднано комплекс видів рекреаційної діяльності людини в період відпочинку, крім суто розважальної: пізнавальну, спортивно-оздоровчу, соціокультурну та ін. Холістичний (англ. *holism* від гр. *holos* – цілий, увесь) характер рекреаційної діяльності, який проявляється у здатності туризму вносити різноманітність та радість у повсякденне життя людини, створювати атмосферу свята обумовив появу анімації.

За своєю етимологією слово «анімація» має латинське походження («*anima*» – душа, повітря, вітер) і визначає наснагу, натхнення, залучення до руху, до активної діяльності, стимулювання життєвих сил.

В анімації використовуються *активні види відпочинку*, до яких належать рухливі спортивні ігри, плавання, біг, лижі, піші прогулянки, аеробіка, скелелазання, турпоходи, і *пасивні* – читання, риболовля, заняття музикою, садівництво, комп'ютерні ігри, відвідування стадіонів, концертів, виставок, музеїв, огляд пам'ятників архітектури, історії й культури.

Під *видами анімаційної діяльності* розуміють сукупність близьких за

змістом, жанром і засобами виразності форм культурно-дозвілєвого процесу. Їх формування базується на індивідуальних, групових, масових інтересах і потребах туристів.

Основні види анімаційної діяльності наведені на рисунку 1.8.

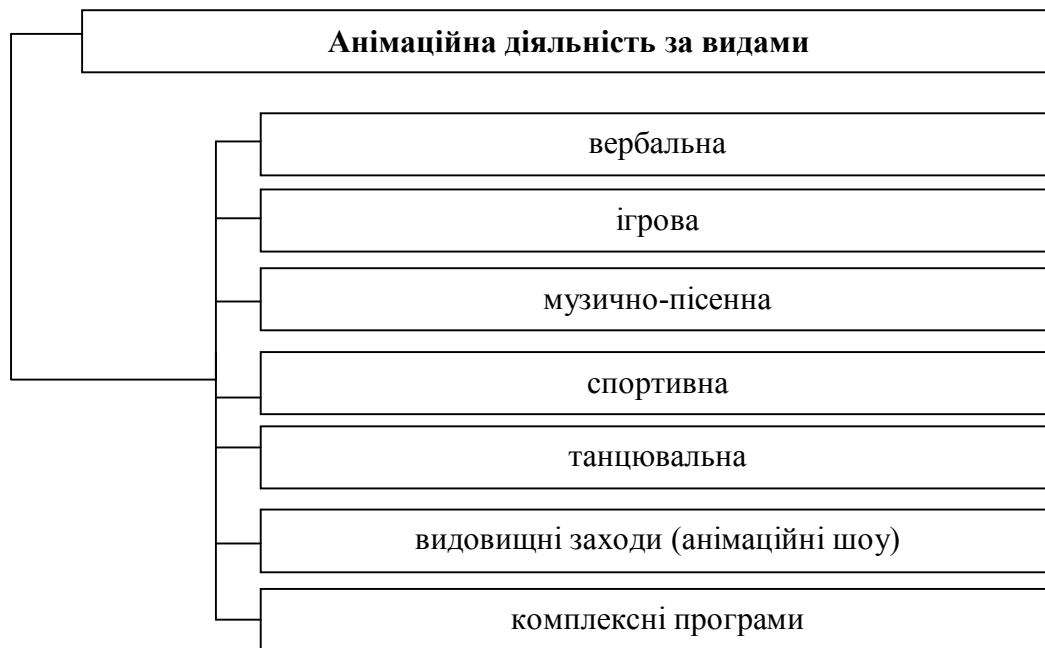


Рисунок 1.8 – Класифікація анімаційної діяльності за видами

Кожен вид анімаційної діяльності складається з певної кількості (від декількох одиниць до декількох десятків і навіть сотень) **форм анімаційних заходів** – закінченого виду художньо-творчого продукту, створеного за ідейно-тематичним задумом сценариста-режисера за спеціально розробленим сценарним планом і реалізованого аніматорами на сценічному або ігровому майданчику.

У сфері гостинності сформувалися такі **види анімації**, які задовольняють різні потреби відпочиваючих (рис. 1.9).

Види та форми анімаційної діяльності часто використовують різні види терапії: музико-, казко-, ігрову, танцювальну, арт-, екологічну терапії.

Можна виділити такі **напрямки розвитку анімації** в туризмі:

1) створення спеціальних музеїв та парків, організація костюмованих балів, шоу, свят та інших дійств за конкретними сценаріями (створення спеціалізованого турпродукту);

2) анімація – поживлення програм дозвілля туристів у місцях тривалого відпочинку – курортних готельних комплексах, туристських центрах, туристичних селищах (*holiday villages* – *HV-1*) і базах, на круїзних судах тощо.

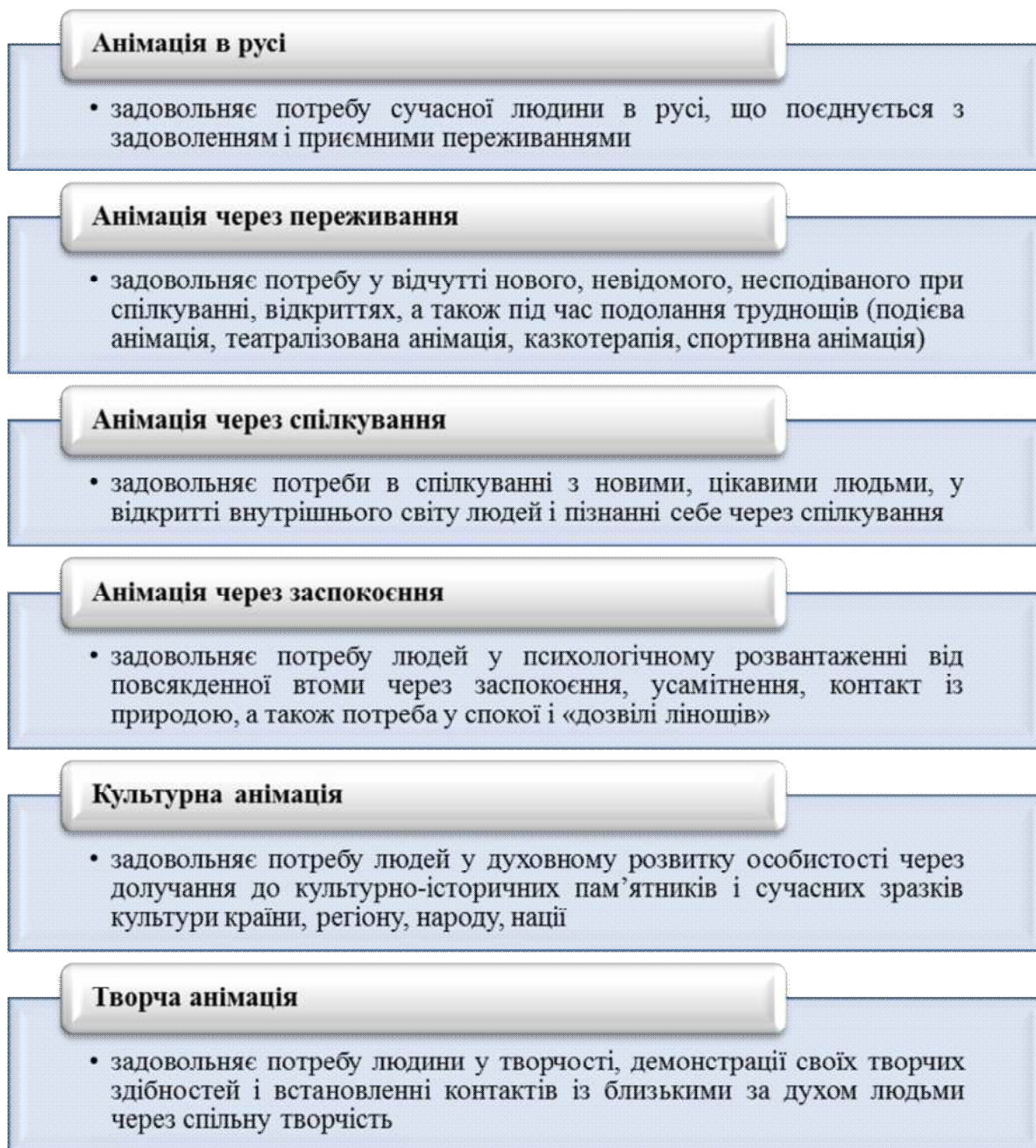


Рисунок 1.9 – Види анімації (за потребами туристів)

У межах анімаційного сервісу виокремлюють декілька елементів, що базуються на видових зв'язках основних напрямків анімаційної діяльності (рис. 1.10) [11, с.14].

Обидва з зазначених напрямків передбачають незвичайність і різноманітність заходів, безпосереднє залучення туристів до дії, що вимагає від організаторів дозвілля певних творчих здібностей для створення спеціальних програм і сценаріїв, вміння стимулювати інтерес туриста, змусити його попри зняковіння, інертність взяти участь в анімаційних програмах.

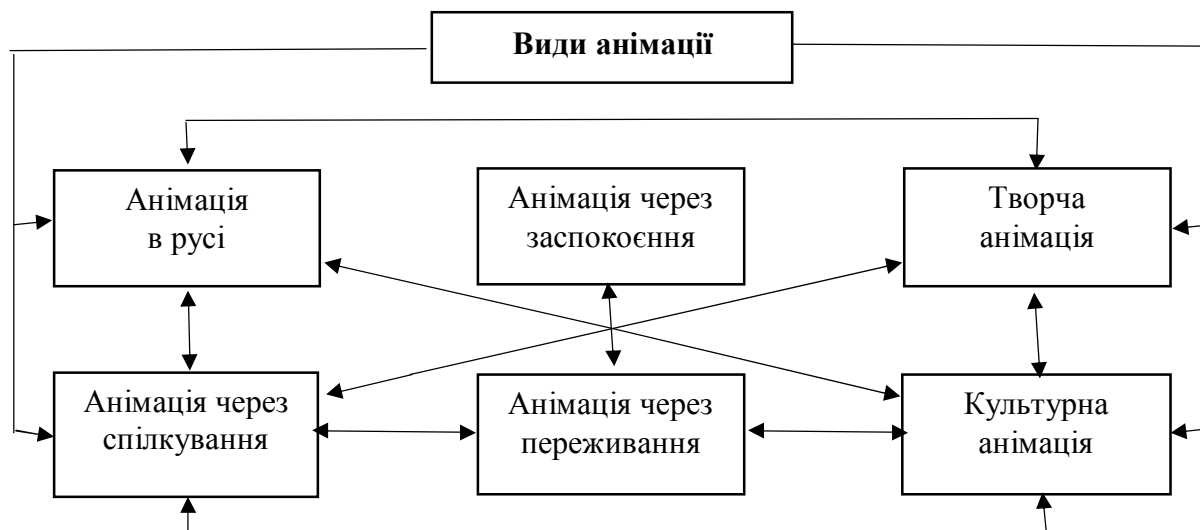


Рисунок 1.10 – Видові зв’язки анімаційного сервісу

Спектральний аналіз форм анімаційної діяльності в туризмі дозволяє окреслити два основні типи анімації:

1. **рекреаційна анімація** – комплекс активізуючих культурно-розважальних програм, що сполучається з лікувально-оздоровчими програмами в межах рекреаційного закладу;

2. **туристська анімація** – передбачає залучення туристів до участі у різноманітних мистецько-розважальних, етнографічних або рекламних заходах: фестивалях, карнавалах, святах, культурно-історичних театралізованих акціях тощо. Сюди ж можна зарахувати й анімаційне обслуговування туристів під час руху (на круїзному теплоході, у поїзді, автобусі, літаку), а також під час перебування в тематичних парках, парках розваг, рекреаційних зонах [3].

Історично формування видів і форм рекреаційної анімації проходить такими шляхами:

1. Використання в практиці створення анімаційних програм елементів світової дозвіллевої культури, сформованої протягом тисячоліть.

2. Уведення у сферу анімаційної діяльності нових сучасних форм роботи, поява яких обумовлена соціально-економічними чинниками, розвитком науково-технічного прогресу, зміною ціннісних орієнтацій окремої людини і суспільства в цілому.

Туристський термінологічний словник визначає **анімацію** як комплекс із розроблення й надання спеціальних програм проведення вільного часу, організації розваг і спортивного проведення дозвілля. Анімація є одним із напрямків культурно-дозвіллевої діяльності, головна рекреаційна функція якого – підвищення задоволеності відпочинком, більш швидке та повне

відновлення моральних та фізичних сил [12, с. 8].

Мета туранімації: задоволеність туриста відпочинком – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил, тобто реалізація найважливіших рекреаційних функцій.

Значення туранімації полягає у:

- 1) підвищенні якості, розмаїтості і привабливості турпродукта;
- 2) збільшенні кількості постійних клієнтів і попиту на турпродукт;
- 3) збільшенні навантаження на матеріальну базу турпідприємства й підвищення ефективності її використання;
- 4) зростанні прибутковості й рентабельності туристської діяльності в цілому.

Характерними рисами анімаційної діяльності є:

- 1) здійснення у вільний час;
- 2) наявність свободи вибору, добровільність, активність, ініціатива як однієї людини, так і різних соціальних груп;
- 3) обумовленість національно-етичними, регіональними особливостями і традиціями;
- 4) різноманітність видів на базі різності інтересів дорослих, молоді та дітей;
- 5) глибока індивідуальність;
- 6) гуманістичний, культурологічний, розвиваючий, оздоровчий і виховний характер [12, с. 9].

Типологія анімаційної діяльності наведена в таблиці 1.8 [11, с. 63].

Таблиця 1.8 – Типологія анімаційної діяльності

Види здоров'я	Види туранімації	Форми анімаційних занять
Соматичне	<i>Туристсько-оздоровча</i>	похід, зліт, туристські змагання
Фізичне	<i>Спортивно-оздоровча</i>	змагання, фітнес, естафети, спартакіади
Психічне	<i>Видовищно-оздоровча</i>	свято, конкурс, фестиваль, карнавал, ярмарок, дискотека
Моральне	<i>Пізнавально-оздоровча</i> <i>Навчальна</i> <i>Любительська</i>	екскурсії, лекції, бесіди, вікторини, змагання знавців, навчання видам спорту, танцям, ремеслам тощо
	<i>Комплексна</i>	комбінована екскурсія, похід вихідного дня, участь у шоу-програмі та ін.

В практиці анімаційної справи для цільового конструювання анімаційних програм виділяють такі **функції туристської анімації** (рис. 1.11).

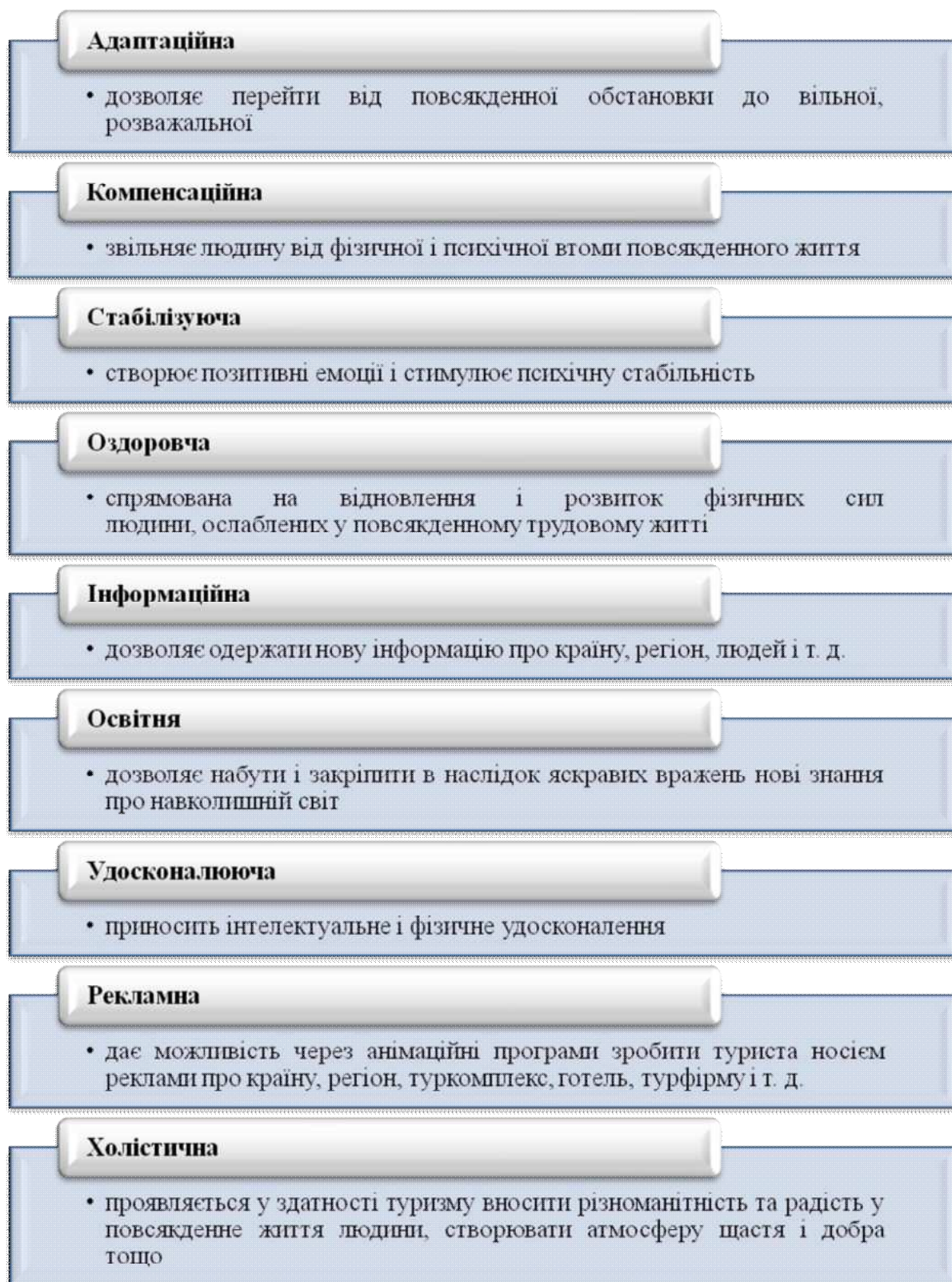


Рисунок 1.11 – Функції туристської анімації

Таке розмаїття функцій анімації зумовило безліч видів анімаційної діяльності та різновиди анімаційних програм і заходів (табл. 1.9).

Таблиця 1.9 – Основні напрямки анімаційної діяльності [11, с. 10–11]

Анімаційні програми	Театралізовані вистави	Анімація в тематичних парках	Спортивна анімація	Готельна анімація
– святкові заходи – карнавали – маскаради – фестивалі – конкурси ярмарки	– народні свята – рольові ігри – лицарські турніри – костюмовані бали – спектаклі в історичних інтер'єрах	– атракціони – зустрічі з казковими героями – зустрічі з героями мультфільмів – відвідання екзотичних країн – подорожі в минуле і майбутнє тощо	– скелелазання – стрільба з луку – аквапланування – бадмінтон – їзда на велосипедах – відвідання тренажерних залів – кеглі – боулінг – картинг – водні види спорту	– азартні ігри (казино, ігрові автомати) – дискотеки – концерти – творчі ательє – лазні, сауни – фітнес – кафе, бари – дартс і т. д.

Виокремлення напрямків анімації умовне в силу того, що реальні анімаційні програми зазвичай мають комплексний характер і містять певні елементи різних видів анімації. Це надає можливість зробити їх більш цікавими та насиченими, а наявність спортивної складової сприяє відновленню та зміцненню здоров'я, забезпечує максимальний відновлювально-оздоровчий ефект.

Як навчально-практична **анімаційна діяльність здійснюється на трьох рівнях:** 1) *репродуктивному* (просте відтворення готових, відпрацьованих раніше суспільством форм); 2) *репродуктивно-творчому* (відкриття людиною для себе того нового, що об'єктивно не є новим); 3) *творчому* (переважання творчих моментів у діяльності). Формування творчих здібностей майбутнього фахівця туристської анімації є основою формування досвіду творчої діяльності.

Туристська анімація – самостійний напрям психолого-педагогічної діяльності у сфері культурного дозвілля. Саме це дозволяє визнати її сьогодні за альтернативний напрям культурно-дозвілєвої діяльності. Базовою основою анімаційної діяльності в туризмі є соціально-культурна анімація. В результаті анімаційної взаємодії задовольняються релаксаційно-оздоровчі, культурно-освітні, культурно-творчі потреби і інтереси учасників даного процесу, створюються умови для формування соціально-активної особи, здібної до перетворення навколишньої дійсності і себе в ній [13].

Різноманіття існуючих форм і програм анімаційної діяльності зумовлює розходження понять «анімація», «рекреаційна анімація», «готельна анімація», «туристська анімація» (рис. 1.12).



Рисунок 1.12 – Типологія анімації [8]

Поняття рекреаційної анімації за змістом є більш широким з усіх зазначених.

Готельна анімація – комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах туристського аніматора з туристом та їх спільною участю в розвагах, пропонованих анімаційною програмою туркомплекса, має свої особливості: проектується, організується і проводиться самим готелем згідно зі споживчим інтересом, що вивчається на основі анкетних опитувань і особистого контакту персоналу готелю з гостями, наявним досвідом обслуговування гостей тощо.

Подієві та анімаційні турмаршрути – цільові турпоїздки заради однієї анімаційної програми або безперервний анімаційний процес, розгорнутий у просторі у формі подорожі, переїзду від однієї анімаційної послуги (програми) до іншої, які надаються в різних географічних точках.

Костюмовані тури – тури, програми яких мають спеціальний сценарій і передбачають безпосереднє залучення туриста в дійство і атмосферу того чи іншого історичного періоду.

Елементи анімації в турпослугах – турпослуги з елементами анімації, що поєднують дії, які дозволяють більш наочно сприймати екскурсійний матеріал.

Анімаційна послуга – послуга суб'єкта турдіяльності, спрямована на задоволення потреб туристів, що дозволяє залучити туриста до активних дій шляхом особистого контакту аніматора з туристом.

Під **анімаційним сервісом** розуміють діяльність щодо формування, просування й реалізації анімаційних програм різного призначення.

Загальна технологія анімаційного сервісу наведена на рисунку 1.13.



Рисунок 1.13 – Технологія анімаційного сервісу

Традиційні форми організації анімаційних заходів наведені на рисунку 1.14.

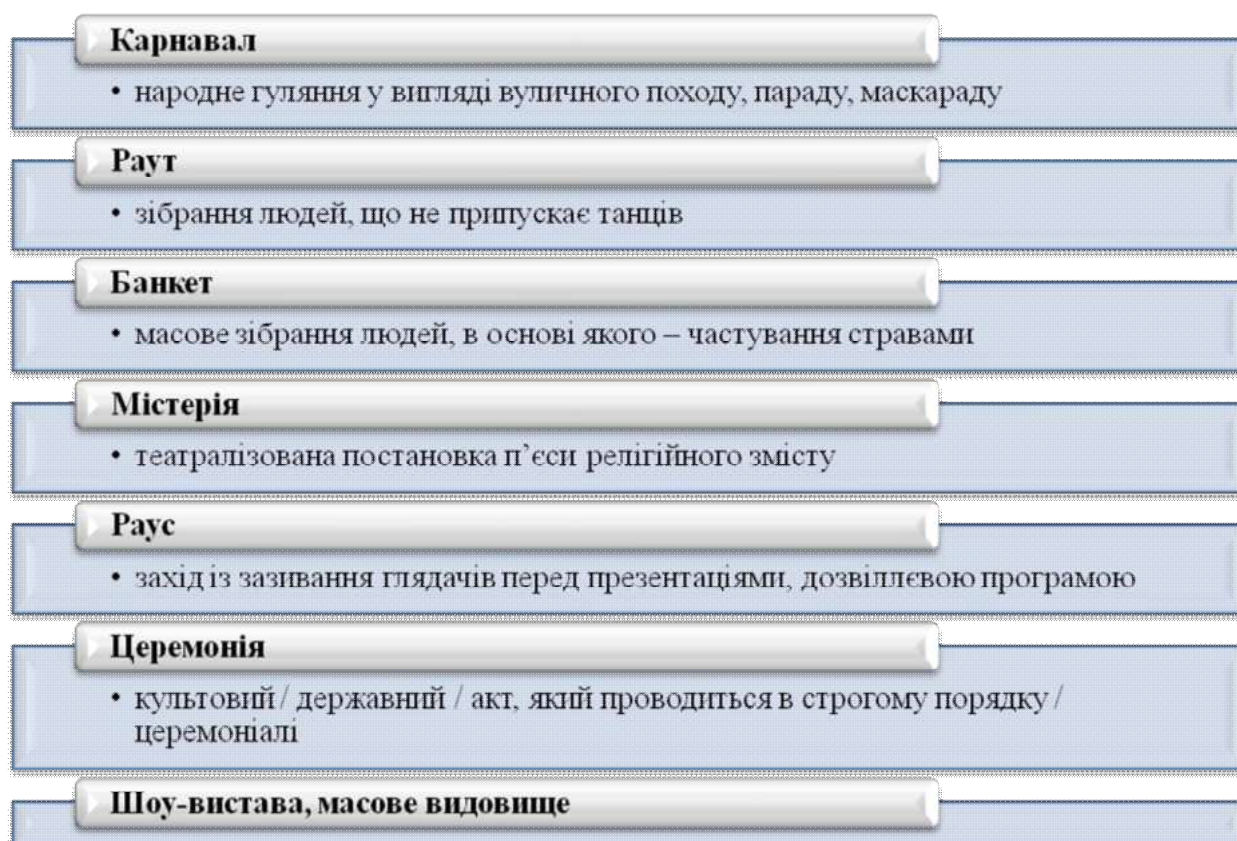


Рисунок 1.14 – Традиційні форми організації анімаційних заходів

Анімаційні послуги – це додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, разом із добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку.

Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, він постійно зайнятий тим, що його тішить, викликає позитивні емоції, формує прекрасний настрій і збуджує бажання повертатися до таких емоцій знову і знову.

1.4 Модель фахівця туристської анімації

Одним із шляхів відродження та стабілізації внутрішнього і в'їзного туризму в Україні сьогодні можна впевнено назвати розвиток рекреаційної анімації. Виникає гостра потреба в кваліфікованих аніматорах, підготовка яких базується на сучасній філософії відпочинку, на принципах і цінностях активного ентузіазму. У зв'язку з цим питання професійної підготовки спеціалістів-аніматорів є актуальним для системи туристської освіти в Україні.

Термін «фахівець сфери дозвілля» охоплює різні концепції й характеризується у світовому просторі неоднозначністю. В Італії, Іспанії, Франції фахівців сфери дозвілля називають соціокультурними аніматорами, у Німеччині – соціальними працівниками, педагогами вільного часу, у США – терапевтами-рекреаторами, у Великобританії – соціальними працівниками.

У Франції дефініція «аніматор» характеризується розмаїтістю підходів: 1) професійний працівник соціально-виховної анімації, функції якого полягають у розвитку виховного, культурного й спортивного потенціалу людини; 2) фахівець соціальної області, мета якого – задоволення потреб, бажань і запитів соціальних верств населення; 3) агент культурної й суспільної діяльності, покликаний підвищувати суспільну свідомість, поліпшувати життя громади, розвивати культурну демократію [9, с. 7].

Розподіл видів діяльності аніматорів наведено на рисунку 1.15.

Освіту в галузі організації дозвілля можна одержати в навчальних закладах або на відповідних курсах за умови наявної вищої освіти й практичного досвіду соціально-культурної роботи.

Вагома частина навчального процесу в закордонних програмах належить практичному навчанню: наприклад, у Франції обсяг практичного навчання становить 55–65 % усього навчального процесу, у Великобританії – 50 %, в Італії – 40, у Німеччині – 35–40 %, у Бельгії – 30 %, у Польщі й Данії – 25 і 20 % відповідно.

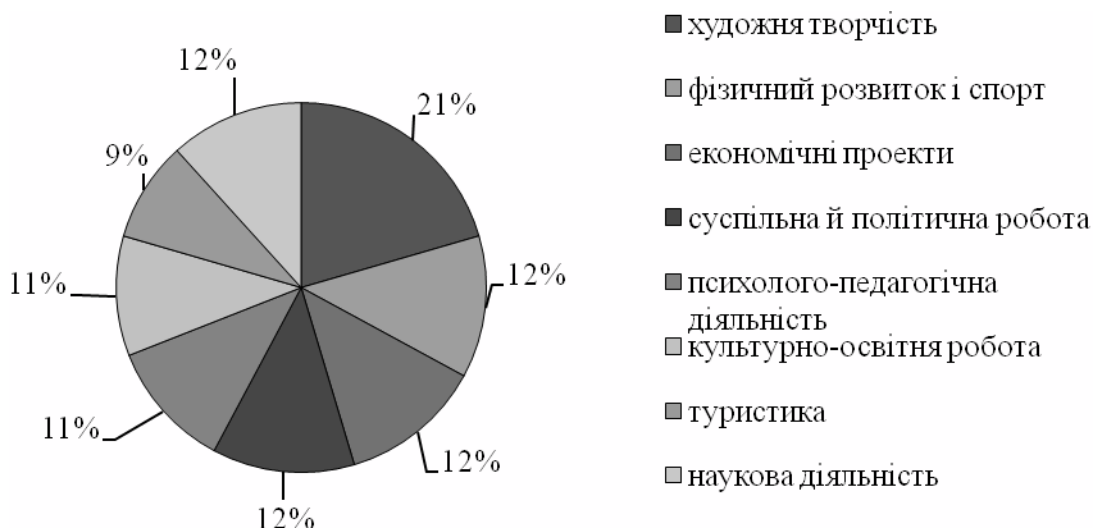


Рисунок 1.15 – Види діяльності тураніматорів

Істотною складовою процесу професійної адаптації, яка сприяє виявленню набутих у навчальному закладі знань, умінь і навичок з урахуванням умов самостійної діяльності студента та формує професійну готовність студента до вирішення реальних практичних завдань, є практичне навчання [14].

Базові компоненти анімаційної освіти [13, с. 65–66]:

1. *Професійна підготовка вільної особистості:* високий рівень самосвідомості; почуття власної гідності, самоповага, самодисципліна, чесність; орієнтування в духовних цінностях життя; самостійність у прийнятті рішень і відповідальність; вільний вибір змісту життєдіяльності.

2. *Професійна підготовка гуманної особистості:* милосердя, доброта; здатність до жалю, альтруїзм; терпимість, доброзичливість, скромність; прагнення до миру, добросусідству, розумінню цінностей людського життя.

3. *Професійна підготовка духовної особистості:* потреба в пізнанні й самопізнанні, у красі, рефлексії, спілкуванні, пошуку сенсу життя; автономія внутрішнього миру, цілісність.

4. *Професійна підготовка творчої особистості:* розвинені здатності; потреба в науковій, перетворюючій діяльності, знання, уміння, навички, інтелект, інтуїція, життєтворчість.

5. *Професійна підготовка практичної особистості:* знання основ економіки; працьовитість, хазяйновитість; володіння іноземними мовами; знання народних, релігійних звичаїв; здоровий спосіб життя; фізичне

загартування, естетичний смак, гарні манери; прагнення до облаштованості будинку, забезпеченню добробуту родини.

6. *Підготовка високопрофесійної особистості*: ерудиція, компетентність; управлінські здатності; комунікативність; здатність до творчого професійного мислення, знання історії, теорії й практики туризму; оволодіння педагогічною майстерністю; стресовитривалість; знання психології.

Мета професійної діяльності фахівця-аніматора обумовлена необхідністю формування духовно-моральних цінностей особистості, її емоційно-естетичного, інтелектуального потенціалу та розвитку творчих здібностей.

На початку формування вітчизняного турбізнесу в нових економічних умовах кадрові ніші заповнювали непрофесіонали, що було зумовлено відсутністю достатньої кількості навчальних закладів, спроможних надати належну освіту. Сучасні умови переходу до ринкових відносин потребують відповідності рівня професійності фахівців галузі туризму України європейському рівню. Звідси логічно витікає проблема професіоналізму аніматорів усіх рівнів. Сучасні українські клуби, центри й засоби розміщення, спеціалізовані парки гостро потребують організаторів дозвілля, які повинні уміти планувати його, спілкуватися з людьми, пропонувати споживачу великий вибір цікавих, захоплюючих анімаційних програм.

Структура підготовки аніматорів складається з циклу професійно-орієнтованих дисциплін, передбачає вивчення методики організації та проведення рухливих ігор та аеробіки, іноземної мови з поглибленим вивченням необхідної термінології для роботи, етикету, правил поведінки на заходах (наприклад, коктейлі, національні свята), проведення занять з акторської майстерності та вивчення азів хореографії. У теплу пору року заняття проводять на стадіоні, у холодний час – у спортивному комплексі. До занять допускають студентів, зарахованих до основної, підготовчої та спеціальної медичних груп. Студенти основної медгрупи виконують всі практичні завдання, підготовчої – не беруть участь в іграх великої інтенсивності, студенти спеціальної медгрупи практичну частину занять виконують вибірково відповідно до стану здоров'я.

Студент, який проходить підготовку за спеціалізацією «Анімація та організація анімаційної роботи на підприємствах готельної сфери» повинен уміти: 1) організовувати і проводити різні рухливі ігри, естафети, конкурси для дітей різного віку; 2) організовувати і проводити розважально-оздоровчі заняття аква-аеробікою в басейні; 3) володіти основними елементами базової аеробіки і використовувати їх в організації дозвілля відпочиваючих.

На заняттях викладачі проводять ігри, естафети, конкурси, пояснюють правила запису та схематичного зображення гри. На заняттях студенти самостійно проводять ігри та підготовчу частину (вправи на місці, у русі, елементи базової аеробіки, зв'язки, складають комбінації з раніше вивчених елементів; різновиди пересування у воді: ходьба, біг, стрибки, махи, «ножиці», рухи руками, на дрібній і глибокій воді, із предметами (нудли, м'ячі) і без предметів, а також різні конкурси (індивідуальні та командні), естафети з предметами і без предметів [15]. Проте значною перешкодою у підготовці аніматорів на базі ВНЗ України є невідповідність матеріально-технічної бази необхідним вимогам для проведення профільних занять.

Максимальну відповідність професійним вимогам фахівця складає модель фахівця (табл. 1.10) – відбиття обсягу й структури професійних і соціально-психологічних якостей, знань, вмінь, що в сукупності складає його узагальнену характеристику як члена суспільства [8].

Таблиця 1.10 – Модель фахівця туранімації

Види професійної діяльності	Особистісні якості тураніматора	Кваліфікаційні вимоги (спеціальні знання й уміння для цього виду діяльності)
1	2	3
<i>Спортивно-туристська</i>	спритність, спостережливість, якості природженого лідера	<i>Знання:</i> вітчизняного й закордонного досвіду спортивного туризму, організаційної структури професійної діяльності у сфері спортивного туризму, методів і засобів проведення методичної роботи в галузі спортивного туризму. <i>Уміння:</i> організувати спортивно-туристську діяльність, застосовувати в ній новітні досягнення, туристські дозвіллієві програми й маршрути сучасні засоби й устаткування, розробляти туристські дозвіллієві програми й маршрути
<i>Фізкультурно-оздоровча</i>	фізична тренуваність, спритність	<i>Знання:</i> вітчизняного й закордонного досвіду масової оздоровчої роботи, організаційної структури професійної діяльності, методів і засобів організації фізкультурно-оздоровчої діяльності. <i>Вміння:</i> організувати фізкультурно-оздоровчу діяльність, з позицій сучасних досягнень психолого-педагогічної науки й передової практики розробляти індивідуальні й групові дозвіллієві програми для населення
<i>Видовищно-розважальна</i>	комунікабельність, артистизм, емоційність	<i>Знання:</i> туранімації, основ театрального мистецтва, режисури й інших спеціальних дисциплін, організаційної структури професійної діяльності.

1	2	3
		<i>Уміння:</i> організувати видовищно-розважальні заходи, застосовувати на практиці знання з рекреології, валеології, туранімації, розробляти й реалізовувати видовищно-розважальні програми для населення
<i>Пізнавально-екскурсійна й анімаційно-навчальна</i>	пам'ять, естетичний смак, інтелект	<i>Знання:</i> історії світової й художньої культури, екскурсоведення, релігієзнавства й краєзнавства, а також організаційної структури й змісту професійної екскурсійної й музейної діяльності. <i>Уміння:</i> визначати загальні й конкретні цілі й завдання екскурсійної діяльності як складової частини гармонічного розвитку особистості, проводити агентсько-операторську й методико-екскурсійну роботу, маркетингові дослідження, конструювати цикли музейно-екскурсійного обслуговування, програмувати туристсько-екскурсійну діяльність

Структура моделі фахівця містить такі компоненти:

1) *професіограма* – опис науково обґрунтованих психологічних норм і вимог до видів професійної діяльності і якостей особистості фахівця, які дозволяють йому ефективно виконувати вимоги професії, одержувати необхідний для суспільства продукт і разом із тим створюють умови для розвитку особистості самого працівника;

2) *професійно-посадові вимоги* – опис конкретного змісту діяльності фахівця, що визначає, що і як він повинен робити для вирішення професійних завдань в умовах конкретної посади. Тут же наводиться мінімум професійних умінь, якими має володіти фахівець для забезпечення необхідного рівня професійної діяльності;

3) *кваліфікаційний профіль* – сполучення необхідних видів професійної діяльності й ступеня їхньої кваліфікації, кваліфікаційні розряди для оплати.

Професіограма складається з:

1) *працеграмми* – опису праці в професії, у якому вказується призначення професії, предмет праці, засобу праці, умови праці, продукт праці, можливі рівні професіоналізму й кваліфікаційні розряди в цій професії, категорії і їхній оплаті, права й обов'язки представника цієї професії, позитивний вплив цієї професії на людину, негативний бік професії та ін.;

2) *психограмми* – опису праці людини в професії (психологічні якості, бажані для ефективного виконання професійної діяльності, спілкування,

професійного росту, подолання екстремальних ситуацій у праці). У психограмі вказуються мотиви, мету, завдання, потреби, інтереси, відносини, ціннісні орієнтації людини, психологічні позиції, професійні домагання, професійна самооцінка, самоусвідомлення себе як професіонала, задоволеність людини працею, його процесом і результатом, професійні здатності, професійна навченість, відкритість до професійного росту, професійне мислення, психологічні протипоказання й ін.

Працеграма професії тураніматора наведена у таблиці 1.11 [8].

Таблиця 1.11 – Працеграма професії аніматора в туризмі

Складові працеграми	Опис праці тураніматора
1	2
<i>Призначення професії, її роль у суспільстві</i>	організація дозвілля, створення й реалізація дозвіллевих програм
<i>Поширеність професії (установи, характерні для професії)</i>	готелі, турбази й туркомплекси, табори відпочинку, туроператорські фірми, бюро подорожей і екскурсій, станції юних туристів, турклуби і т. д.
<i>Предмет праці</i>	людина (гість, турист)
<i>Засоби праці</i>	комп'ютери з банком типових сценаріїв, програм; спец-устаткування (для спортивного туризму, видовищних заходів тощо)
<i>Умови праці</i>	психологічна й соціальна безпека, наявність сприятливого мікроклімату в професійному середовищі залежно від напрямків діяльності (під час екскурсій, у приміщенні, на транспорті, на відкритих майданчиках і т.д.)
<i>Організація праці</i>	складання й реалізація дозвіллевих програм і заходів, створення банку типових сценаріїв і програм
<i>Продукт (результат) праці</i>	індивідуальні або групові програми відпочинку, які повністю задовольняють запити споживача
<i>Можливі рівні професіоналізму</i>	<i>1-й рівень</i> – функціонери анімаційних заходів (екскурсоводи, груповоди, провідники, інструктори по видах спортивного самодіяльного туризму, методисти й т.п.). Проводять заходи, заплановані в програмі; <i>2-й рівень</i> – організатори турзаходів (зльотів, походів, екскурсій, поїздок і ін.). Складають сценарії проведення заходів, планують комплекс послуг, пов'язаних із ними; <i>3-й рівень</i> – менеджери-фахівці. Здійснюють управління анімаційною діяльністю турпідприємства, складають комплексні анімаційні програми
<i>Права</i>	соціальні гарантії оплати праці й відпустки, що планується на міжсезоння

1	2
<i>Обов'язки</i>	дотримання професійних етичних норм, виконання посадових функціональних обов'язків. Відповідальність за життя й здоров'я людей під час проведення заходів
<i>Позитивний вплив професії</i>	можуть бути повною мірою реалізовані творчі й організаторські здатності, комунікативні потреби

Професійно-посадові вимоги до тураніматора наведені в таблиці 1.12.

Таблиця 1.12 – Професійно-посадові вимоги до аніматора

Посада	Обов'язки	Заробітна плата, дол. США
1	2	3
<i>Ді-джеї (sound and light)</i>	здійснення й контроль музичного супроводу денних і вечірніх заходів, налагодження системи освітлення сцени або дискотеки	від 700+
<i>Хореограф</i>	навчання усієї команди аніматорів та танцюристів запланованим танцювальним сезонним шоу, постановкам та театралізованим програмам для дорослих та дітей. Навчання особливостям сценічної майстерності. Підбір костюмів відповідно до запланованих заходів. Інколи проведення танцювальних занять для туристів (зумба, беллі денс курс, степ-аеробіка, латіна денс курс, хіп-хоп тощо)	800–1000 (за наявності досвіду, можливості створювати нові, оригінальні танці й шоу – 1200)
<i>Аніматор-танцюрист</i>	танцювальна група аніматорів, що складається з 6–12 чол. й виконує репертуар, розрахований на чотири танцювальні програми, 20–30 різних за стилем танців, плейбеків, імітацій відомих мюзиклів. Проведення вечірніх програм, танцювальних курсів для туристів, клубного танку готелю. Активна участь у вечорах з живою музикою та дискотеках готелю	600–700
<i>Спортивний аніматор</i>	організація змагань із футболу, волейболу, пляжного волейболу, бочі, стрільби з гвинтівки або з луку, водне поло, дартс, настільний теніс, міні-гольф, також (переважно дівчатами) проведення занять із ранкової гімнастики, аква-аеробіки у басейні або у морі, танцювальних курсів (орієнталь, степ, зумба тощо)	600 (без досвіду роботи – 450–550)
<i>Аніматор міні-клубу</i>	робота з дітьми 4–12 років. Проведення змагань, ігор, малювання, рукоділля, навчання простим танцювальним рухам і проведення міні-диско кожного вечору, проведення раз на два тижні міні плейбек-шоу (дитяче шоу танців і пісень). Можливе також проведення курсу з плавання або дитячої йоги	від 350 (без досвіду роботи – 300)

1	2	3
<i>Шеф спорт-анімації / Шеф міні-клубу</i>	усе вищенаведене для посад спорт-аніматор і аніматор міні-клубу (у разі необхідності). Контроль проведення усіх заходів. Ведення статистики участі туристів у анімаційних заходах. Контроль наявності та справності інвентарю. Контроль здійснення плану, наданого менеджером анімації. Звіти щодо роботи команди	800–1200
<i>Анімаційний менеджер</i>	організація та планування усіх заходів, розробка послідовності програм на день, на тиждень, на місяць, на сезон. Узгодження їх із генеральним менеджером готелю. Проведення зібрань із персоналом, стимулювання й заохочування їх до потрібного рівня роботи. Співпраця з менеджерами інших відділів готелю щодо реалізації анімаційних заходів. Контроль за виконанням усіх намічених планів. Аналіз звітів від шефу анімації, формування стратегічних і тактичних завдань для команди	2000–4000 і більше

Загальні правила роботи та правила поведінки аніматорів на території готелю (на прикладі мережі готелів «*Alba Hotel*» («*Alba Queen Hotel*», «*Alba Royal Hotel*», «*Alba Resort Hotel*»), Сіде, Анталія, Туреччина):

1. Заборонено розмовляти з гостями про секс, релігію та політику.
2. Заборонено палити в присутності гостей (виняток – якщо палить гість і палить аніматор, який сидить із ним за одним столом у місці, передбаченому для куріння).
3. Заборонено використовувати ненормативну лексику в присутності гостей.
4. Заборонено з'являтися в громадських місцях (як у готелі, так і за його межами) у вигляді, що ганьбить імідж компанії та готелю.
5. Заборонено розмовляти в грубій формі з гостями за будь-яких обставин.
6. Заборонено залишати без узгодження з шефом анімації територію готелю в робочий час.
7. Заборонено обговорювати із гостями особисті проблеми або проблеми готелю (також подробиці приватного життя своїх колег, сімейний стан тощо).
8. Заборонено вживання наркотиків та надмірної кількості алкоголю.
9. Заборонені інтимні стосунки з гостями на території готелю.
10. Аніматор зобов'язаний завжди носити передбачений готелем бейдж і фірмову уніформу.
11. Аніматор ніколи не повинен змушувати гостя чекати, має приходити

на активіті за 5 хв до його початку.

12. Завжди надавати допомогу гостям.

13. Завжди бути дружелюбним з гостями, дотримуючись разом із тим дистанції.

14. Головне завдання аніматорів – створити атмосферу свята для всіх гостей готелю.

15. Дбайливо ставитися до власності й інвентарю готелю.

16. Шанобливо ставитися до всього персоналу готелю.

17. Не використовувати мобільний телефон в особистих цілях під час роботи.

18. Не обговорювати з персоналом готелю та гостями заробітну плату та інші умови роботи в готелі.

19. Правила поведінки аніматорів у вихідні дні на території готелю:

- має право перебувати на території готелю;
- перебуваючи на території готелю аніматори не повинні носити уніформу готелю;
- має право на харчування, обумовлене в контракті;
- заборонено вільне переміщення аніматорів, користування послугами готелю без узгодження з шефом анімації, який обумовлює такі дії з директором готелю.

20. Аніматор має поважати гостей, завжди їм привітно посміхатися.

21. Поважати свою роботу й роботу тих, хто працює поряд.

Тураніматор пов'язаний також із формуванням інтелектуальної бази (банку типових сценаріїв і програм), описом методів і форм роботи з відпочиваючими, узагальненням вітчизняного й закордонного досвіду в організації дозвілєвої діяльності.

Відповідно до «Концепції кадрового забезпечення туристської галузі України» основними принципами підготовки фахівців для сфери туризму є: безперервність і ступінчастість освіти, випереджувальний характер навчання, єдність теорії і практики, формування загальнолюдських цінностей, міжнародне орієнтування програм підготовки [16]. Варто зазначити, що запорукою успіху майбутнього фахівця з анімації є умова, що знання та навички, набуті студентами під час навчання, мають закріплюватися під час проходження технологічної практики на базі провідних підприємств індустрії гостинності України та зарубіжжя.

Отже, у загальних рисах сутність стратегії професійної підготовки аніматорів така: 1) підготовка фахівців з огляду на потреб турпідприємств;

2) розроблення нових навчальних курсів, які забезпечують якість підготовки фахівців; 3) використання в процесі навчання нових освітніх технологій; 4) збільшення кількості практичних занять, стажувань (зокрема і закордонних) для відпрацювання на практиці навичок розроблення і реалізації анімаційних програм для різних категорій відпочиваючих.

Випускники профільних кафедр повинні ліквідувати вади у підготовці спеціалістів-аніматорів на пострадянському просторі, покликані внести елементи новизни в обслуговуванні гостей, підвищити престиж вітчизняних засобів розміщення, санаторіїв, турцентрів та інших організацій, пов'язаних із прийомом, розміщенням і обслуговуванням туристів і відпочиваючих, наданням анімаційних послуг та підготовкою анімаційної команди, залучити увагу керівників і менеджерів підприємств туризму і відпочинку до необхідності впровадження в свою діяльність анімаційних служб, надання методичних рекомендацій з організації анімаційних послуг в туризмі [9, с. 10].

Фахівець-аніматор може перебувати на таких посадах: аніматор в анімаційній команді всіх напрямків культурно-дозвілдової, розважальної, рекреаційної діяльності; керівник, адміністратор, завідувач культурно-дозвіллевим відділом; арт-директор готелю, будинку відпочинку, санаторію, турбази, круїзних теплоходів; фахівець подієвого, культурно-видовищного, внутрішнього туризму; директор, керівник парку культури й відпочинку, музею; арт-директор ресторану; адміністратор виїзної служби святкового сервісу; власник ігрового комплексу; керівник або менеджер святкових та івент-агентств, компаній з організації свят; організатор святкових заходів; фахівець установи культури; сценарист, режисер, ігровик, креатор, артист або ведучий ігрових програм.

Майстерність фахівця-аніматора виявляється в таких уміннях: скласти цікаву, оригінальну анімаційну програму, що відповідає запитам туристів; привернути увагу до нестандартної анімаційної програми, зацікавити й захопити туриста, зберегти його увагу до закінчення дії; враховувати вікові, психологічні, емоційні, духовні, етнічні, релігійні й національні особливості відпочиваючих і на основі цього забезпечувати диференційований підхід до кожного туриста; будувати взаємини з підлеглими й відпочиваючими на гуманній і демократичній основі; не губитися у важких і несподіваних ситуаціях; поєднувати теоретичну й практичну діяльність; грамотно використовувати досвід анімаційної діяльності; урізноманітнювати конкурсні програми, анімаційні заняття, уникаючи шаблону й повторення в їх підготовці, організації й проведенні [13, с. 62–63].

Отже, ступінь компетентності, обізнаності та професіоналізму персоналу анімаційної команди – запорука якості надаваних послуг.

Контрольні запитання

1. Як дозвілля впливає дозвілля на життя людини?
2. Розкрийте сутність поняття «анімація».
3. Охарактеризуйте основні напрямки анімації.
4. Сутність поняття «анімаційний інтерес». Об'єкти анімаційного інтересу.
5. У чому полягає соціальна сутність анімаційної діяльності в туризмі?
6. Що розуміють під професійною культурою аніматора?
7. Назвіть основні особистісні риси, які має розвивати в собі майбутній фахівець з анімації.

Перелік тестів для засвоєння матеріалу

Тест 1. *Який з потенціалів дає змогу дозвілля формувати ціннісні уявлення та орієнтації людини?*

- а) педагогічний;
- б) аксіологічний;
- в) репродуктивний;
- г) інтелектуальний.

Тест 2. *Відповідно до якого з типів саморегуляції вільного часу людина пролонговано здійснює регуляцію свого вільного часу, пов'язуючи його з виконанням важливих життєвих планів?*

- а) творчо-перетворювального типу;
- б) споглядально-продовженого типу;
- в) функціонально-дієвого типу;
- г) стихійно-буденного типу.

Тест 3. *Рекреаційна анімація – це:*

- а) різновид туристської діяльності, яка залучає туристів до різноманітних заходів шляхом участі у спеціально розроблених програмах дозвілля;
- б) комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах тураніматора з туристом та їхньої спільної участі в розвагах, пропонуваніх анімаційною програмою туркомплексу людини;

в) вид діяльності з організації дозвілля, спрямованої на відновлення духовних і фізичних сил;

г) жодної правильної відповіді.

Тест 4. *Туристська анімація – це:*

а) різновид туристської діяльності, яка залучає туристів до різноманітних заходів шляхом участі у спеціально розроблених програмах дозвілля;

б) комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах тураніматора з туристом та їхньої спільної участі в розвагах, пропонованих анімаційною програмою туркомплексу;

в) вид діяльності з організації дозвілля, спрямованої на відновлення духовних і фізичних сил;

г) жодної правильної відповіді.

Тест 5. *Готельна анімація – це:*

а) різновид туристської діяльності, яка залучає туристів до різноманітних заходів шляхом участі у спеціально розроблених програмах дозвілля;

б) комплексна рекреаційна послуга, заснована на особистих людських контактах тураніматора з туристом та їхньої спільної участі в розвагах, пропонованих анімаційною програмою туркомплексу;

в) вид діяльності з організації дозвілля, спрямованої на відновлення духовних і фізичних сил;

г) жодної правильної відповіді.

РОЗДІЛ 2 УПРАВЛІННЯ АНІМАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

2.1 Анімаційний менеджмент: поняття, сутність, завдання

Під *управлінням анімаційною діяльністю* розуміють систему спеціально здійснюваних дій, скерованих на її організацію та забезпечення високої ефективності як досягнення найбільших результатів за найменших витрат.

Задоволеність туриста подорожжю, відпочинком визначають основними взаємозалежними і взаємообумовленими факторами:

- відчуттям виконаності бажання, мрії, надії (мети подорожі);
- відчуттям комфортності середовища гостинності;
- відчуттям безпеки середовища гостинності.

Отже, в анімаційній діяльності особливу увагу доцільно приділяти основним компонентам середовища гостинності, які беруть участь у процесі задоволення потреб і запитів туриста.

Під *потребами туриста* розуміють якісну характеристику стану туриста перед здійсненням подорожі, що свідомо або несвідомо відбиває його прагнення змінити цей стан у кращий для нього бік (наприклад, відновити фізичні сили, знайти щиросердечну рівновагу, спокій і нових друзів, одержати емоційний заряд або естетичне задоволення).

Задоволеність туриста середовищем гостинності – це якісна оцінка його стану після здійснення подорожі (відпочинку), характеристика повноти досягнення свідомих і підсвідомих цілей подорожі з огляду на його особисте розуміння і сприйняття навколишнього світу, цінності життя, безпеки, якості обслуговування і гостинності.

Перетворення потреб туриста у відпочинку на його задоволеність подорожжю, підвищення його запитів виникають у наслідок надання йому готельних послуг на основі використання взаємодіючих *систем середовища гостинності*:

- 1) рекреаційної інфраструктури;
- 2) *природного комплексу* – взаємозалежне і взаємообумовлене сполучення природних об'єктів, явищ, ресурсів і умова задоволення потреб туристів;
- 3) *культурно-історичного комплексу* – сукупність матеріальних і нематеріальних культурних та історичних цінностей, зосереджених у туркомплексі, які залучають аніматори тією чи іншою мірою і формою у процес задоволення потреб туристів у пізнанні, естетичній насолоді, комфорті;

4) *матеріально-технічної бази* – анімаційні технічні системи рекреаційної інфраструктури туркомплексі;

5) *обслуговуючого персоналу*, який створює, збирає, зберігає і надає туристам анімаційні послуги, прагнучи забезпечити високу якість обслуговування (рис. 2.1) [8, с. 31–32].

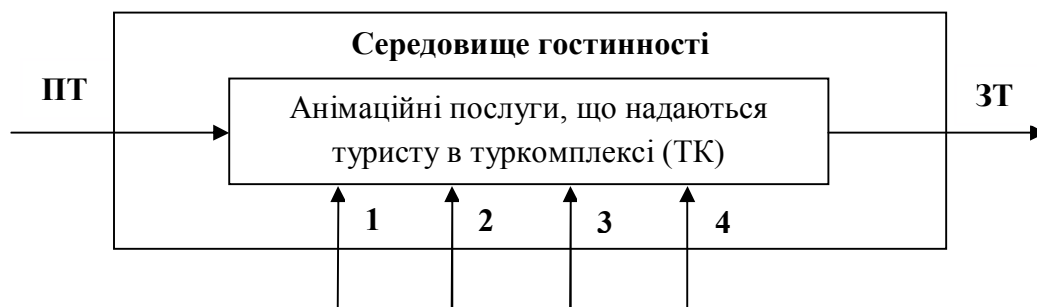


Рисунок 2.1 – Компоненти середовища гостинності, які беруть участь у процесі задоволення потреб і запитів туриста, де ПТ – потреби туриста в розвитку й удосконалюванні біологічної (фізичної) природи людини і загальної культури (соціальної природи); ЗТ – задоволеність туриста; 1 – природний і культурно-історичний комплекси; 2 – матеріально-технічні системи і засоби туркомплексу (далі – ТК); 3 – праця обслуговуючого персоналу і реально досяжний рівень обслуговування на даному етапі; 4 – менеджмент спортивно-анімаційної діяльності в ТК

Основними складовими поняття «анімаційний менеджмент» є:

- *анімація* – процес надання туристу комплексу анімаційних послуг із метою максимального задоволення його потреб;
- *менеджмент* – система управління процесом надання туристу комплексу анімаційних послуг з урахуванням стратегічної мети і місії готелю, обмежень, правил і умов, корпоративної готельної філософії.

Основні складові поняття «анімаційний менеджмент» наведено на рисунку 2.2 [8, с. 34–35].

Під **анімаційним менеджментом** розуміють систему управління процесом надання гостю комплексу анімаційних послуг, що спрямовані на досягнення стратегічної мети функціонування закладу розміщення в умовах туристського ринку [8, с. 36].

Анімаційний менеджмент з погляду системного підходу – це система управління, у якій *керуючою підсистемою* (суб'єктом керування) є керівний персонал анімаційної служби туркомплексу, що виступає як системоутворювальний фактор.



Рисунок 2.2 – Складові поняття «анімаційний менеджмент»

Керованою підсистемою (об'єктом керування) є туристи і стан їхнього здоров'я (фізичного, психічного, морального, соматичного), а також виконавчий персонал анімаційної, технічної та іншої служб готелю, що бере участь у процесі анімаційного обслуговування (рис. 2.3).

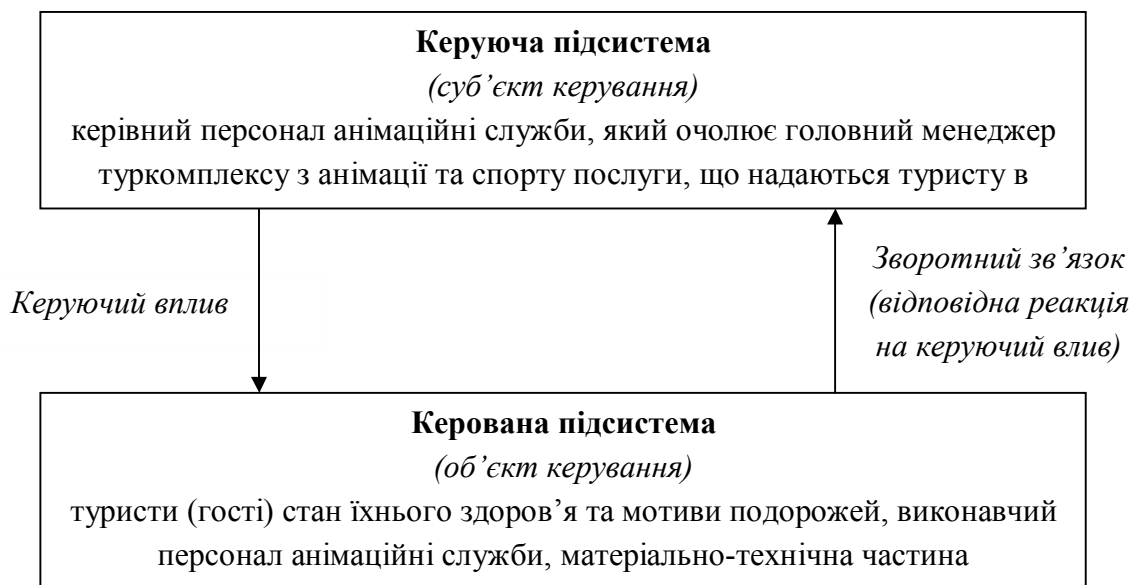


Рисунок 2.3 – Суб'єкт і об'єкт управління в анімаційному менеджменті закладу розміщення

Анімаційний менеджмент охоплює стратегію та тактику управління (рис. 2.4) [8, с. 37].

Стратегічна мета управління анімаційним процесом полягає в тому, щоб витримати загальний напрямок діяльності туркомплексу із забезпечення максимального задоволення потреб туристів, особливо щодо емоційно-психологічного комфорту як складової середовища гостинності, а також виконати комплекс умов, правил і глобальних обмежень в анімаційній діяльності з погляду факторів зовнішнього і факторів внутрішнього середовища та з погляду прибутковості готельного бізнесу.

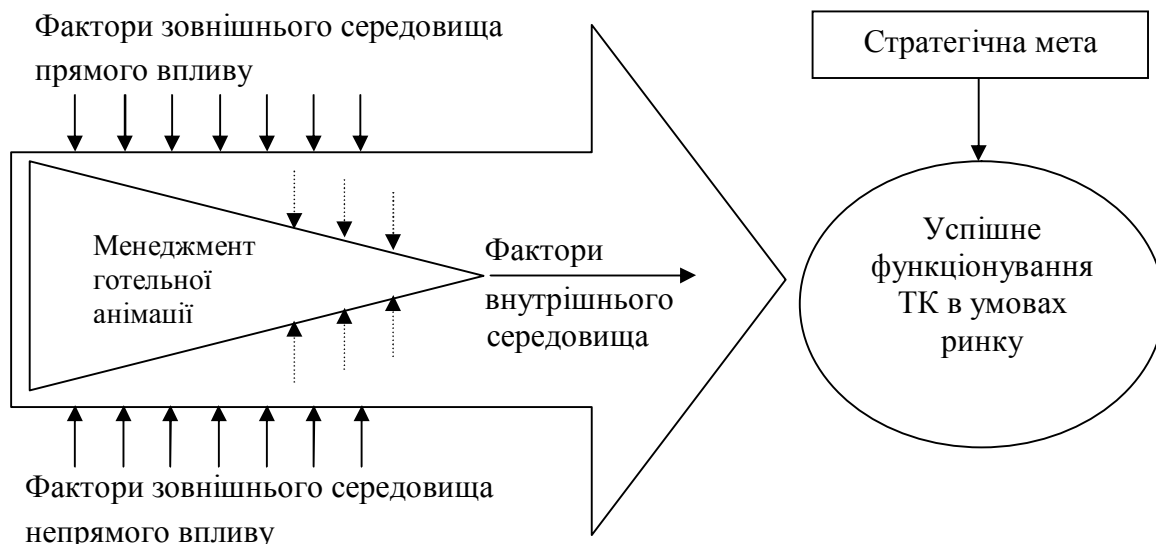


Рисунок 2.4 – Анімаційний менеджмент як система управління процесом надання туристу комплексу анімаційних послуг

Тактика – це конкретні методи і прийоми досягнення мети в межах прийнятих обмежень.

Специфіка анімаційного менеджменту визначається тим, що:

- 1) предмет праці (діяльність керованих анімаційних систем і служб) і знарядь (анімаційна програма) є специфічними;
- 2) результатом праці є задоволеність туристів проведенням дозвіллям;
- 3) анімаційні послуги, що розроблюють, мають враховувати широкий спектр споживачів (за віком, статтю, матеріальним, соціальним станом і безліччю інших ознак);
- 4) час спілкування аніматорів із контингентом, який обслуговується, обмежений тривалістю туру;
- 5) аніматор має враховувати постійну ротацію контингенту, тому що початок і закінчення путівок може в різних туристів не збігатися;
- 6) необхідне постійне відновлення анімаційних програм або їхніх елементів тощо.

З обліком сприятливих зовнішніх умов формула реалізації анімаційного проекту виглядає в такий спосіб (рис. 2.5) [17, с. 372].

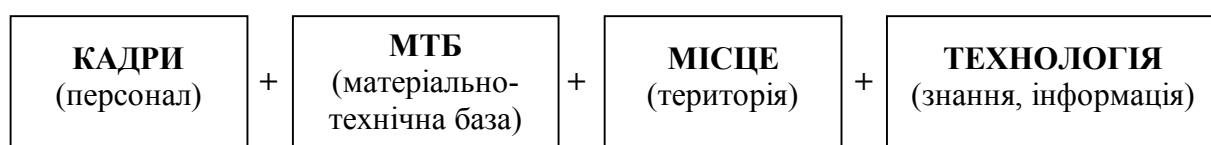


Рисунок 2.5 – Формула реалізації анімаційного проекту

Анімаційний менеджмент – це своєрідний управлінський механізм, робота якого обумовлена виконанням взаємозалежних і взаємопроникних у часі основних функцій менеджменту.

2.2 Функції анімаційного менеджменту

Як один із видів спеціалізованого менеджменту, анімаційний менеджмент здійснюється за допомогою виконання взаємозалежних функцій – планування, організації, мотивації і контролю анімаційної діяльності готельного підприємства, що реалізуються під час вирішення відповідних завдань.

Характеристика основних функцій анімаційного менеджменту наведена в таблиці 2.1 [18, с. 402–404].

Таблиця 2.1 – Характеристика основних функцій анімаційного менеджменту

Назва функції	Зміст функції
1	2
<i>Планування</i>	– розроблення анімаційної стратегії і концепції готелю, погодженої з його маркетинговою стратегією; – розроблення типових анімаційних програм і алгоритмів (методик) їхньої адаптації до визначених груп й окремих туристів; – аналіз факторів, що впливають на повноту й ефективність здійснення анімаційного менеджменту і кон'юнктури готельного ринку району, регіону, країни; – участь у формуванні цінової політики з урахуванням комплексу питань анімаційних послуг та анімаційного менеджменту готелю; – довгострокове і короткострокове планування анімаційної діяльності готелю, включення заходів щодо удосконалювання анімаційної діяльності в його бюджет й бізнес-план
<i>Організація</i>	– організація та управління відносинами готелю у зовнішнім середовищі з питань анімаційного менеджменту; – оптимізація використання ресурсів готелю під час виконання цілей і завдань анімаційного менеджменту; – формування ефективної організаційної структури анімаційного менеджменту готелю, підбір, розміщення, підготовка, виховання кадрів, фахівців різного рівня кваліфікації для анімаційного обслуговування; – організація взаємодії з іншими службами готелю з питань анімаційного обслуговування: із технічною службою (зі питань експлуатації технічних анімаційних установок, систем, споруджень), службою прийому і розміщення (з щоденних питань роботи з клієнтом і з вивчення споживчого попиту), із фінансовою службою (із питань фінансів), а також із транспортною, туристсько-екскурсійною, допоміжною й іншою службами, з якими необхідно взаємодіяти в процесі анімаційного обслуговування;

1	2
	– розробка інвестиційної політики з питань реалізації анімаційної концепції (проводиться спільно зі службою фінансового менеджера), участь у формуванні інвестиційного портфеля з цього питання; – ризик-менеджмент – розроблення шляхів зниження анімаційних ризиків і організація системи заходів щодо їхньої профілактики і мінімізації
<i>Мотивація</i>	– творча робота з розвитку особистості співробітників анімаційної служби, їхньої здатності до внутрішньої мотивації удосконалювання анімаційної майстерності; – розробка способів зовнішньої мотивації праці аніматорів, морального і матеріального заохочення за його професіоналізм і результати; – формування принципів зацікавленості; визначення параметрів задоволеності працею з анімаційного обслуговування туристів; – перетворення будь-якого працівника готелю на часткового співробітника, морально і матеріально зацікавленого в результатах не тільки анімаційної діяльності, але і комплексу в цілому; – підвищення кваліфікації та професійного зростання кадрів, створення і підтримка престижу анімаційної і готельної діяльності; – створення сприятливих умов для самореалізації людини в справі, яка керується високими мотивами, гуманістичними й естетичними цінностями
<i>Аналіз і контроль</i>	аналіз анімаційної діяльності готелю і представлення його показників, включаючи й економічні, вищій управлінській ланці в будь-який момент часу для оперативного і стратегічного управління цією діяльністю; – корегування концепції, тактичних цілей, анімаційних програм і методик відповідно до реальних обставин і результатів діяльності й аналізу; – корегування планів і проектів готелю та його підрозділів із погляду анімаційного обслуговування туристів; – контроль виконання управлінських рішень у межах анімаційного менеджменту; контроль технічної й іншої служб готелю з питань експлуатації анімаційних технічних засобів

Успішне виконання зазначених вище функцій менеджменту анімації персоналом анімаційної служби та засобу розміщення в цілому сприятиме забезпеченню підвищення якості надаваних послуг, готельного сервісу, створенню позитивного іміджу тощо.

2.3 Забезпечення ефективності анімаційної діяльності

Успішну діяльність підприємства визначає ефективний менеджмент.

Ефективність відбиває співвідношення витрат і отримання результатів. Отже, з економічного погляду, під **ефективністю** (від лат. *effectivus* – дієвий,

той, що надає певний ефект) розуміють досягнення максимальних результатів за найменших витрат. Традиційно показник розраховують за формулою:

$$E = P/B, \quad (2.1)$$

де P – результат;

B – витрати на отримання певного результату.

Економіку туризму визначають туристські витрати, що зумовлено сутністю туризму як споживчої діяльності. **Потенційну можливість отримання доходів шляхом збільшення потоків туристів забезпечують такі показники:**

1. *Частота поїздок* – кількість поїздок, що відбулись за звітний період (наприклад, рік).

2. *Інтенсивність поїздок* – відношення кількості туристів, що відвідали DESTINATION, до чисельності населення регіону.

3. *Середня тривалість поїздки* – відношення кількості ночівель, проведених туристами у DESTINATION, до кількості поїздок.

Конкретна величина витрат туристів складається з таких витрат: на розміщення, транспорт, харчування й напої, товарні витрати і витрати, пов'язані з різними видами розваг.

Посилення менеджменту можна звести до таких напрямків, як:

- 1) зниження власних витрат на туристську діяльність усередині DESTINATION;
- 2) збільшення витрат туристів, які відвідують DESTINATION [12, с. 29].

Для ефективної реалізації анімаційної діяльності потрібні три складові: 1) концепція готельної анімаційної діяльності з наявністю бази типових анімаційних програм і сценаріїв, методик їх адаптації до реальних споживчих груп і персоналій; 2) матеріально-технічна база для організації та проведення спортивно-оздоровчих і розважальних заходів; 3) кваліфіковані кадри – талановиті аніматори, які здатні втілити концепцію, програми і методики у життя, і обслуговуючий персонал (рис. 2.6).

Центральну і системоутворювальну роль у цих складових має виконувати головний анімаційний менеджер (шеф-аніматор), що керує штатом аніматорів і побічно (через технічного директора) керує обслуговуючим персоналом, а також працівниками інших служб, які так чи інакше беруть участь в анімаційному обслуговуванні туристів та мають бути скеровані на створення у туриста гарного настрою, атмосфери комфортного відпочинку, відчуття задоволення від перебування у певному готелі.

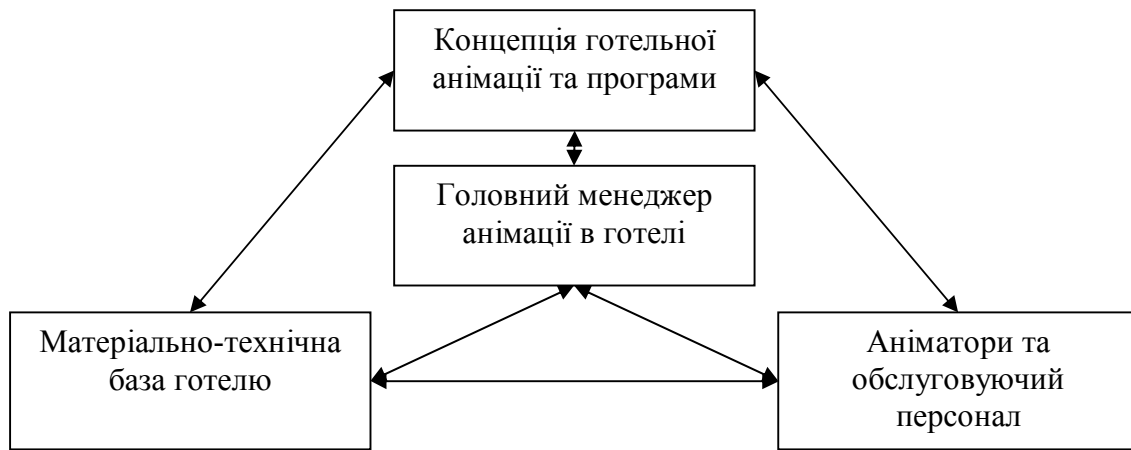


Рисунок 2.6 – Складові готельної анімаційної діяльності [8, с. 34]

Менеджмент анімації є окремим випадком менеджменту в туризмі. Отже, використовує специфіковану низку критеріїв ефективності: критерій оцінки діяльності підприємства, постійні і змінні витрати, якість послуги, коефіцієнт обсягу надання послуг, оцінка ефективності праці фахівців анімаційної служби.

Для оцінки ефективності діяльності анімаційного відділу використовують [12, с. 32–33] критерій оцінки ефективності анімаційної діяльності закладу (K_o), який розраховують за формулою:

$$K_o = \Pi_{on} \times \Pi_{яп} / B, \quad (2.2)$$

де Π_{on} – показник, що характеризує обсяг наданих послуг;

$\Pi_{яп}$ – показник, що характеризує якість послуг;

B – витрати на виконання цих послуг за рік.

$$B = B_n + B_z, \quad (2.3)$$

де B_n – постійні витрати, пов'язані з обов'язковими платежами, що забезпечують життєдіяльність закладу;

B_z – витрати змінні (додаткові), що забезпечують високий рівень надання послуг.

$$\Pi_{яп} = P / \mathcal{C}, \quad (2.4)$$

де P – результат;

$\mathcal{C}$ – цільовий показник, поданий в кількісному вигляді ($\mathcal{C} = 1$);

B – витрати на виконання цих послуг за рік.

$$П_{он} = \Delta П_{яп} / B, \quad (2.5)$$

де $\Delta П_{яп}$ – зміна обсягу наданих послуг порівняно з минулим періодом.

Ефективність праці в менеджменті анімації обумовлена специфікою роботи аніматорів, пов'язаною з високим ступенем навантаження, і залежить від рівня працездатності людини.

Завдання менеджменту анімації – створення умов праці, що дозволять подовжити фазу високої сталої працездатності шляхом зменшення фази зниженої працездатності.

Основні критерії економічної ефективності анімаційного менеджменту: зростання продуктивності праці аніматорів і зниження витрат на організацію анімаційної діяльності. Зазначені показники можуть бути оцінені за такими параметрами: 1) відносна економія чисельності працівників; 2) економія робочого часу завдяки непродуктивним витратам; 3) економія завдяки зниженню собівартості заходів; 4) зменшення плинності кадрів завдяки оптимізації організації й умов праці.

Особливого значення набуває питання оцінки внеску кожного співробітника анімаційної служби в розроблення і проведення анімаційних програм.

Підприємства туристичної готельної індустрії, зокрема готельні підприємства, у практиці своєї діяльності використовують такий індивідуальний критерій оцінки, як ступінь потенційних можливостей індивіда. Зазначений критерій складається з таких компонентів: 1) знання, які має співробітник (як фундаментальна, так і додаткова професійна освіта, зокрема перепідготовка, курси, тренінги, семінари); 2) практичні навички співробітника; 3) міцне фізичне здоров'я та здоровий спосіб життя, що його підтримує; 4) енергійність – якість, що притаманна людям з активною життєвою позицією; 5) стресостійкість – якість, життєва необхідна для усіх, кому доводиться стикатися в роботі з великою кількістю людей; 6) репутація, імідж співробітника; 7) особистісні можливості співробітника, пов'язані з його родинними й дружніми зв'язками, знайомствами з необхідними людьми, використання їх з корпоративною метою тощо [12, с. 34–35].

Оцінити роботу персоналу служби анімації можна за допомогою методу асесмент-центр (від англ. *assessment center*) – одного з методів комплексної оцінки персоналу, заснованого на використанні взаємодоповнювальних методик та орієнтованого на оцінку реальних якостей працівників, їхніх психологічних і професійних особливостей, відповідності вимогам посадових

інструкцій, а також виявлення потенційних можливостей фахівців.

Прийнято виділяти два фактори, що визначають успішну роботу: 1) знання, уміння й навички, які можна придбати в процесі навчання й підтвердити дипломами, сертифікатами; 2) особистість (англ. *Performance*) – це якості, які дозволяють користуватися знаннями, приймати рішення, справлятися зі складними завданнями, мобілізуватися, спілкуватися з людьми тощо.

Асесмент-центр використовують для:

- 1) підбору персоналу;
- 2) навчання й розвитку;
- 3) просування співробітників;
- 4) управління кар'єрою й наставництва;
- 5) мотивування співробітників, одержання від них зворотної реакції [19].

Перед проведенням оцінки персоналу компанії за методом «асесмент-центр» визначають компетенції. Виявлення необхідних для посади компетенцій спирається на проведення аналізу діяльності на певній посаді [20].

Стандартна процедура асесмент-центру зазвичай містить дослідження співробітників компанії або кандидатів на вакансії за 5–10 компетенціями. Відповідно до компетенції кожна дія може оцінюватися як позитивна/негативна, в результаті людина одержує підсумкову оцінку по всій компетенції. В асесмент-центрі найпоширеніші п'ятибальні й дев'ятибальні шкали.

Склад процедур асесмент-центру:

1. Підготовка матеріалів до робочої зустрічі з розроблення компетенцій. Формування портфеля компетенцій для визначення ідеального профілю співробітника.

2. Розроблення профілю ключових компетенцій співробітника (на певній позиції) у групі з експертами замовника й консультантами (робоча сесія).

3. Формування ідеального профілю, опис поведінкових проявів успішного співробітника.

4. Розроблення оцінних процедур.

5. Вибір і навчання спостерігачів (спостерігачі повинні мати досвід аналогічної роботи. На групу з 7 чоловік необхідно 3–4 спостерігача).

6. Розробка оцінних аркушів.

7. Проведення асесмент-центру (інтерв'ю з експертом, у ході якого йде збір даних про знання і досвід співробітника; психологічні, професійні та загальні тести; коротка презентація учасника перед експертами та іншими

учасниками; ділова гра (під керівництвом спостерігача група співробітників або кандидатів розігрує бізнес-ситуацію за заздалегідь підготовленим сценарієм); біографічне анкетування; опис професійних досягнень; індивідуальний аналіз конкретних ситуацій (*case-study*). Учаснику пропонується вибрати певну стратегію і тактику дій у запропонованій ситуації).

8. Обробка й аналіз результатів оцінки.

9. Підготовка підсумкового звіту й індивідуальних експертних оцінок учасників асесмент-центру й презентація звіту керівникові.

10. Індивідуальний зворотний зв'язок для учасників за результатами асесмент-центру. Цей етап необхідний для розроблення плану розвитку співробітника, а також для формування мотивації до розвитку й навчання.

11. Розроблення програми навчання співробітників.

12. Розроблення індивідуальних планів розвитку співробітників.

Складові таймінгу процедури асесменту [19]:

1) збір учасників, чай/кава – 15 хв;

2) привітальне слово організаторів або ведучого про процедуру – 5 хв;

3) заповнення професійних або особистісних опитувальників – 30–60 хв;

4) презентації учасників – 30–60 хв. залежно від кількості учасників;

5) проведення ділової гри: 3 хв на пояснення завдання, 15 хв – індивідуальна робота, 20 хв – групова робота, 10 хв на презентацію підсумків, тобто приблизно 50–60 хв;

6) підведення підсумків асесмента й інформування про подальші дії – 10 хв.

Отже, правильно підготовлений асесмент можна провести за три години. Точність результатів асесмент-центру складає 68 % [20].

Як зазначає Т. І. Власова, «головною відмінністю туризму порівняно з іншими видами економічної діяльності є той факт, що основною ланкою не є виробник, а в як споживач виступає турист» [12, с. 29].

Мета розвитку туризму на регіональному рівні – це збільшення доходів регіонального бюджету від туризму. Зі свого боку, критеріями ефективності є: мінімізація фінансових коштів, матеріальних, інформаційних і трудових ресурсів на одиницю туристського продукту та збільшення кількості робочих місць.

Важливим критерієм, який визначає здатність турресурсу приносити прибуток є *аттрактивність*, тобто привабливість для потенційного туриста. Економічна оцінка цього параметру може бути здійснена за допомогою розрахунку коефіцієнта обсягу надання турпослуг [7, с. 533]:

$$Q_{\text{послуг}} = \Delta Q_{\text{послуг}} / C, \quad (2.6)$$

де $Q_{\text{послуг}}$ – коефіцієнт обсягу надання турпослуг;

$\Delta Q_{\text{послуг}}$ – приріст обсягу надання турпослуг порівняно з аналогічним показником минулого періоду, грошових одиниць;

C – витрати на надання турпослуг у звітному періоді, грошових одиниць.

Для оцінки ефективності типово застосовують розрахунок мультиплікатора. Зважаючи на це, визначення доцільності анімаційних заходів та наявної концепції анімації, пропонуємо використати такий коефіцієнт:

$$M = \frac{\Delta TR}{\Delta VC_A}, \quad (2.7)$$

де M – мультиплікатор;

ΔTR – приріст валового доходу закладу;

ΔVC_A – приріст частини змінних витрат підприємства, що спрямовані на здійснення анімаційних заходів.

Мультиплікатор дозволяє визначити, скільки грошових одиниць валового доходу отримує установа в результаті спрямування 1 грн. видатків на фінансування анімаційних заходів. Отже, для аналізу економічної ефективності анімаційної діяльності пропонується визначення мультиплікатору та коефіцієнта обсягу надання турпослуг; а соціальної – можливість вирішення соціальних проблемних питань, набуття необхідних морально-етичних правил поведінки людини у соціумі.

Ефективність надання турпослуги безпосередньо залежить від її суб'єктивної оцінки споживачем, тобто можливості задоволення його індивідуальної корисності. Важливим фактором впливу на оцінку споживача анімаційних послуг залишається також їхня якість.

Фактори, що визначають високу якість готельної анімації:

- наявність та активність професійно підготовлених анімаційних команд;
- ненав'язливість анімаційного сервісу;
- проведення анімаційних заходів у суворо відведених для цього зонах (без контакту з неохопленими анімацією гістьми);
- урахування мовного фактору, а також включення анімаційних послуг до основного пакету обслуговування;
- наявність у структурі анімаційної програми підпрограм для дорослих і дітей;

- анімація з навчанням або освоєнням нових видів дозвіллєвої діяльності, спортивно-оздоровча анімація й анімація у творчості, а також анімація через релаксацію, що призводить до гармонізації психоемоційного стану;
- опора в анімації на «місцевий колорит» (традиційну культуру регіону), проведення заходів у різному тематичному «ключі».

Параметри аналізу ресурсів готелю для розвитку анімації:

- відповідність концепції розвитку анімаційних послуг меті діяльності підприємства, заявленими в стратегії його розвитку (прийом й обслуговування гостей за якісного й повного задоволення їхніх потреб у готельних послугах з одержанням прибутку);
- забезпечення роботи підприємства за повних виробничих можливостей;
- завоювання й утримання частки ринку готельних послуг (що відповідає виробничим можливостям);
- аналіз розташування, інфраструктури, МТБ й діяльності готелю, що дозволяє виділити основні групи ресурсів організації готельної анімації на базі готелю й оцінити ступінь їхнього освоєння (залучення до ефективного цільового використання).

Цінова політика впровадження анімаційних послуг у план маркетингу:

1) *анімаційні послуги, надавані на базі готелю гостям без окремої (додаткової) оплати* – входять у базовий пакет перебування в готелі, поряд із проживанням, сніданком, користуванням басейнами, джакузі (із дитячою зоною); відвідуванням комплексу саун, тренажерного залу; користуванням Інтернетом, паркуванням;

2) *неприбуткові анімаційні послуги*, постійні й змінні витрати на надання яких свідомо закладені до структури вартості готельного продукту (з метою уникнути неконкурентоспроможності у зв'язку з подорожчанням пакету послуг), оскільки стратегічна мета впровадження анімаційного сервісу в готелі – зростання завантаження готелю й одержання прибутку від перебування гостей у готелі;

3) *додатково оплачувані послуги виїзної екскурсійної анімації* – екскурсії з анімаційним (інтерактивним) компонентом.

Ефективна реалізація анімаційних програм у менеджменті готельної анімації передбачає постійне відстеження зв'язку між показниками доходів та витрат (наприклад, використання моделі *ROI*) [21, с. 120].

Ефективність залучення гостей до анімаційних програм можна визначити за правилом простої пропорції. Якщо з 250 відпочиваючих за підсумками дня до анімаційних заходів звернулися 30 осіб, то ефективність роботи анімаційної служби складає 12 %. Ведення щоденної звітності дозволить відстежити зміни у попиті гостей, урізноманітнити їхній відпочинок шляхом розроблення та впровадження додаткових анімаційних шоу-програм та спортивних ігор.

Реалізація анімаційної програми має певні ризики, аналіз і заходи для мінімізації яких наведено в таблиці 2.2 [22].

Таблиця 2.2 – Основні ризики реалізації анімаційної програми: аналіз і заходи для їхньої мінімізації

Найменування ризику	Причини виникнення	Можливі наслідки	Антиризикові заходи
1	2	3	4
Недостатній відсоток завантаженості готелю для повноцінного проведення анімаційних заходів	Дестабілізація політичної й соціально-економічної ситуації в країні й регіоні	Недостатня кількість гостей для проведення групових програмних заходів. Нерентабельність змісту анімаційної служби	Розроблення варіантів проведення основних заходів для різного кількісного складу аудиторії учасників. Посилення цілеспрямованої рекламної діяльності із залучення гостей
Недостатня активність гостей готелю – пасивна позиція щодо участі в анімаційних заходах	Негативні враження від проведення анімаційних заходів у гостей готелю, заснованих на особистому досвіді відпочинку в інших готелях. Зниження рівня культури дозвілля в населення	Недостатня кількість гостей для проведення групових анімаційних заходів. Підвищена складність роботи аніматорів (за пасивного ставлення учасників)	Відбір і застосування психологічних засобів активізації людей різного віку в умовах готелю
Низький рівень розвитку професійних якостей у аніматорів (не варіюються заходи залежно від настрою й ступеня активності учасників, немає адаптивності до побажань клієнтів)	Недостатньо критичний відбір на посади в службу анімації керівництвом готелю. Нестача досвіду професійної діяльності в аніматорів	Недостатній ступінь задоволеності або невдоволення гостей готелю якістю надаваних їм анімаційних послуг	Постійна робота з підвищення рівня кваліфікації аніматорів, проведення тренінгів та ігор, що моделюють складні ситуації взаємодії із клієнтами. Мотивація співробітників до самоосвіти

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4
Недостатній відсоток відповідності пропонованих програмних заходів дійсним потребам і перевагам гостей	Відсутність системи «зворотного зв'язку» з гостями готелю – моніторингу їхніх смаків, інтересів, переваг	Недостатній ступінь задоволеності або невдоволення гостей готелю якістю надаваних їм анімаційних послуг	Активне налагодження «зворотного зв'язку» з гостями готелю, обговорення переваг і недоліків анімаційних заходів, анкетування, систематичне ознайомлення з відгуками гостей готелю в Інтернеті
Калькування змісту анімаційної програми готелю готельними підприємствами-конкурентами	Неетична конкурентна боротьба на ринку	Пропозиція гостям готелю недостатньо оригінального готельного продукту	Рекламний анонс програми без деталізації її змісту в ЗМІ. Систематичне відновлення програми

Ефективність роботи анімаційної служби можна оцінити:

- 1) за обсягом доходу барів під час вечірніх вистав;
- 2) за обсягом доходу від продажів білетів на міські шоу або екскурсії;
- 3) за обсягом продажів сувенірів з фірмовою символікою;
- 4) за кількістю позитивних відгуків гостей на адресу анімаційної команди під час заповнення анкет під час від'їзду або відповідних туристських сайтах і порталах у мережі Інтернет тощо.

Важливим показником успішної роботи анімаційної команди в готелі є відповідні відгуки в Інтернет-ресурсах (табл. 2.3), які регулярно моніторять турагенства, відділ із роботи з гостями (*Guest Relation*), генеральний менеджер і власник готелю.

Таблиця 2.3 – Провідні туристські веб-портали, які визначають рейтинг готельних підприємств

Назва Інтернет-ресурсу (відгуки відпочиваючих, рейтинг готелів)	Оцінка (min – max), од. вим.
TripAdvisor.com	1–100 %
HolidayCheck.com	1–6 балів
Booking.com	1–10 балів
Zoover.com	
Otpusk.com	

Позитивні відгуки істотно впливають на рейтинг і популярність готелю й надають переваги серед конкурентів. Аніматори мають можливість делікатно, але відчутно впливати на відгуки в Інтернеті та анкети, які туристи заповнюють в номерах, оскільки мають постійний контакт із відпочиваючими й дружні стосунки, що дозволяють ненав'язливо використати прихильність і позитивні враження туристів на користь покращення іміджу і популярності готелю.

Проблема утримання клієнтів сьогодні стає переважаючою для багатьох засобів розміщення, особливо це стосується санаторно-курортних послуг. Відповідно до законів маркетингу, 80 % прибутку компанія одержує від 20 % постійних клієнтів. Системи знижок найчастіше не працюють для створення бази постійних клієнтів, адже знижки можна одержати практично скрізь, зокрема й у конкурентів.

На думку В. Курашина, директора готелю «Бристоль» (м. Ялта), мірилом якості сервісу можуть бути повторні звернення клієнтів і звернення за рекомендацією. Готельний бізнес завжди буде залежати від якості сервісу.

За даними західних аналітиків, створення системи роботи з постійними клієнтами дозволяє підвищити кількість повторних продажів не менш, ніж на 15 %.

Варто зазначити, що, згідно з даними санаторію «Форос», із початком роботи анімаційної команди кількість повторних клієнтів зросла на 28 %. Із моменту впровадження своєї програми анімації санаторій «Чорноморець» Бахчисарайського району спостерігає збільшення доходу на 51,6 % за збільшення кількості клієнтів на 15,4 %.

Відповідно до досліджень аналітичної служби мережі турагентств «Куда.ру», встановлення довгострокових відносин із клієнтами формує прихильність споживача до компанії, тим самим сприяючи збільшенню прибутків. Відповідно до західних досліджень, підвищення лояльності покупців на 5 % може збільшити прибуток на 50–75 % [9, с. 16].

Отже, менеджмент готельної анімації має бути спрямований на досягнення:

- прямого (економічного) ефекту;
- непрямого ефекту (ефекту очікуваного задоволення);
- соціальних наслідків (репутації призначення) [23].

Контрольні запитання

1. Сутність поняття анімаційного менеджменту.
2. Охарактеризуйте складові ефективної анімаційної діяльності.
3. Основні етапи анімаційного менеджменту.
4. Назвіть основні функції менеджменту туристської анімації.
5. Охарактеризуйте вплив різних систем середовища гостинності на процес перетворення потреб туриста на його задоволеність. Яку роль у цьому процесі відіграє персонал анімаційної служби?
6. Критерії ефективності праці менеджера з анімації.
7. Яких вимог необхідно дотримуватись під час здійснення управління анімацією в готелі?

Перелік тестів для засвоєння матеріалу

Тест 1. *Якісна оцінка стану туриста після здійснення відпочинку, характеристика повноти досягнення свідомих і підсвідомих цілей подорожі з огляду на його особисте розуміння і сприйняття навколишнього світу, цінності життя, безпеки, якості обслуговування і гостинності – це:*

- а) задоволеність туриста;
- б) потреби туриста;
- в) бажання туриста;
- г) жодної правильної відповіді.

Тест 2. *Які види анімаційних послуг включають до плану маркетингу в процесі розроблення цінової політики готелю?*

- а) анімаційні послуги без додаткової оплати;
- б) неприбуткові анімаційні послуги;
- в) додатково оплачувані екскурсійні анімаційні послуги;
- г) всі відповіді правильні.

Тест 3. *До змісту якої з функцій менеджменту анімації зараховують розроблення типових анімаційних програм і алгоритмів (методик) їхньої адаптації до визначених груп і окремих туристів?*

- а) планування;
- б) організація;
- в) мотивація;
- г) аналіз і контроль.

Тест 4. *Якісна характеристика стану туриста перед здійсненням подорожі, що свідомо або несвідомо відбиває його прагнення змінити цей стан на кращий для нього бік, – це:*

- а) задоволеність туриста;
- б) потреба туриста;
- в) бажання туриста;
- г) жодної правильної відповіді.

Тест 5. *Сукупність матеріальних, нематеріальних культурних та історичних цінностей, зосереджених у готельному комплексі, які залучаються аніматорами тією чи іншою мірою і формою до процесу задоволення потреб туристів у пізнанні, естетичній насолоді, комфорті – це:*

- а) природний комплекс;
- б) культурно-історичний комплекс;
- в) туристський комплекс;
- г) жодної правильної відповіді.

РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ І ТУРИСТСЬКИХ КОМПЛЕКСАХ

3.1 Організація готельної анімації

Організація анімаційних послуг у засобах розміщення має власну специфіку. Готельна анімація – поняття вузьке, оскільки передбачає організацію дозвілля тільки в місцях розміщення туристів: туркомплексах, готелях, турбазах. Іншими словами, готельна анімація – це діяльність з організації дозвілля, пропонована готелями, туркомплексами [8].

Мета готельної анімації полягає в реалізації нової філософії готельного обслуговування – підвищення якості надання послуг і рівня задоволеності туриста відпочинком.

Готельна анімація є одним з ефективних засобів залучення гостей в готель, що значною мірою впливає на репутацію та позитивну оцінку його роботи. Це своєрідні додаткові послуги клієнту, мета яких збудити в них позитивні емоції, відчутти задоволення від відпочинку і бажання приїхати в цей готель ще раз. Кінцевою метою туранімації є задоволеність туриста відпочинком – його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил.

У процесі споживання сучасним споживачем анімаційних послуг задоволення керують наступні потреби:

- пізнавальні потреби (на що вказує також інтерес до традиційної форми анімації – екскурсійної);
- потреба в оздоровленні організму й зміцненні його функціональних можливостей;
- потреба в гармонізації психоемоційного стану на відпочинку (за рахунок релаксації, підвищення психоемоційного тону);
- потреба в творчій самореалізації;
- потреба в якійсь організації дозвілля дітей засобами анімації (за умови спільної подорожі з дітьми).

У комплексі програмний анімаційний вплив на людину під час його відпочинку тією або іншою мірою вирішує проблему становлення, розвитку, збереження й відновлення її здоров'я: соматичного, фізичного, психічного, морального (табл. 3.1) [8].

Таблиця 3.1 – Комплексний програмний анімаційний вплив на людину під час відпочинку

Компоненти здоров'я	Типи анімаційних готельних програм		
	Однородні	Комбіновані	
Соматичні	Комплексні комбіновані		
Фізичні	Спортивні	Спортивно-оздоровчі	
Психічні		Спортивно-розважальні	Спортивно-пізнавальні
Моральне			

Створення комфортного психологічного клімату у готелі – основна мета діяльності аніматорів. Враження гостей залежать від кваліфікації, таланту й харизми спеціалістів-аніматорів. Щоденне спілкування туристів з аніматорами та їхня участь в анімаційних програмах завершують процес формування для них комфортного, безпечного середовища гостинності. Відчуття безпеки у гостя настає в тому випадку, коли він починає відчувати дружню атмосферу в готелі навколо себе та інших. Тут реалізується адаптаційна функція анімації, яка дозволяє перейти від повсякденної обстановки до вільної, і стабілізуюча, що створює позитивні емоції і психічну стабільність – базові відчуття комфорту і безпеки. Отже, настрої й задоволеність клієнта відпочинком залежить від поведінки персоналу готелю.

Готельна анімація вносить вагомий вклад у виконання всіх умов позитивного перетворення потреб туриста (гостя) на його задоволеність. Актуальність дослідження цього аспекту підтверджується оцінкою експертів – працівників готелів та турфірм: 82 % туристів висувують високі вимоги до рівня проведення анімаційних програм, 68 % вважають анімацію видовищним видом мистецтва, 73 % споживачів туристських послуг очікують на культурно-пізнавальні анімаційні програми у туристському дозвіллі [9, с. 13].

Підвищення ступеня задоволеності туриста якістю обслуговування, створення позитивного іміджу готелю, розширення активного туристського сезону, підйом престижності професій сфери гостинності, що досягається професійною, інтелектуальною, ефективною роботою талановитих аніматорів є закономірним наслідком вдало організованих анімаційних послуг та заходів.

Анімаційна послуга – це така ж послуга суб'єкта туристської діяльності, як послуги з розміщення, харчування, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги установ культури, спорту, побуту тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Анімаційна послуга дозволяє залучити туриста до активних дій шляхом особистого контакту аніматора з туристом. Взаємодія туриста з аніматором

здійснюється відповідно до заздалегідь розробленої програми. Водночас турист сам обирає ті заходи, які для нього є найбільш прийнятними, від яких він одержує максимальне задоволення і позитивні емоції.

Анімаційний захід (активіті – від англ. *activity*) є складовою анімаційної програми (спортивні змагання, вечірня розважальна програма, ігри на пляжі і т. д.).

Класифікація анімаційних заходів за ознаками об'єкта організації дозволяє:

1. Класифікація анімації за соціальним складом учасників.
2. Класифікація анімації за місцем проведення.
3. Класифікація за кількістю учасників.
4. Класифікація анімаційних заходів щодо складності організації й наявності технічного оснащення.
5. Класифікація анімації за типом заходу.
6. Класифікація за видами анімаційних програм.

Тип і вид анімаційних заходів повинен відповідати потребам і можливостям туристів (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Відповідність типу і видів анімаційних заходів потребам і можливостям туристів

Тип заходу	Параметр	Види відпочинку
<i>Санаторно-оздоровчий</i>	стан здоров'я туриста	спеціальні оздоровчі програми в ігровій формі; прогулянки по теренкурах
<i>Природно-рекреаційний</i>	місцезнаходження (турист обирає сам)	пікнік на природі з елементами поживлення відпочинку; спілкування з домашніми і екзотичними тваринами; спостереження за дикими тваринами; фелінотерапія тощо
<i>Спортивно-видовищний</i>	захоплення туриста	заняття спортом; спостереження за спортивними змаганнями, спортивними танцями
<i>Культурно-розвиваючий</i>	бажання пізнати навколишній світ через твори мистецтва	історичний, культурний і музейний туризм (звертання до добутоків мистецтва, знайомство з історичними пам'ятниками, відвідування міжнародних кінофестивалів, театральних видовищних заходів і ін.); кінотуризм; анімація міських пам'ятників і скульптур
<i>Видовищно-розважальний</i>	прагнення відволіктися від повсякденності	подієвий туризм (карнавали, фестивалі, шоу)

В індустрії гостинності та туризмі під **анімаційною програмою** розуміють об'єднаний загальною метою або задумом план проведення

туристських, фізкультурно-оздоровчих та культурно-масових, пізнавальних і аматорських занять.

Механізм реалізації анімаційної послуги наведений на рисунку 3.1.



Рисунок 3.1 – Механізм реалізації анімаційної послуги

Приклад типової програми туранімації в буденний день на курортах Туреччини наведено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Типова програма анімації на курортах Туреччини

№ з/п	Назва заходу	Час проведення	Стисла характеристика
1	2	3	4
1	Ранкова гімнастика (<i>Morning Gym</i>)	10 ¹⁵	спеціально підібраний комплекс вправ, спрямований на стимулювання організму з ранку: глибоке дихання, пробудження, легке навантаження повільними рухами, розтяжка. Йога, пілатес, бодіфлекс (на вибір або за наявністю спеціаліста)
2	Боча (<i>Bocha</i>)	10 ³⁰	командна гра з кидання шарів. Кількість учасників не менше двох. Обмеження за віком відсутні
3	Волейбол (<i>Volleyball</i>)	10 ³⁰	–
4	Дартс (<i>Darts</i>)	11 ⁰⁰	кидання дротиків по мішені
5	Стрільба з луку (<i>Archery</i>)	11 ⁰⁰	–
6	Стрільба з рушниці	11 ³⁰	–

Продовження таблиці 3.3

1	2	3	4
7	Аква-аеробіка (<i>Aqua Aerobics</i>)	11 ³⁰	комплекс активних вправ (стрибки, удари тощо) у воді, направлений на укріплення м'язів; боротьба з зайвою вагою
8	Розважальні ігри (<i>Entertaining games</i>)	12 ⁰⁰	шахи, твістер, монополія та ін.
9	Водне поло (<i>Water Polo</i>)	15 ⁰⁰	–
10	Боча	15 ⁰⁰	–
11	Аква-аеробіка	15 ³⁰	–
12	Дартс	16 ⁰⁰	–
13	Волейбол	16 ⁰⁰	–
14	Стрільба з рушниці	16 ³⁰	–
15	Курси турецької мови (<i>Turkish Language Courses</i>)	16 ³⁰	курс вивчення турецької мови
16	Зумба-фітнес (<i>Zumba</i>) або степ- аеробіка (<i>Step Aerobics</i>)	17 ⁰⁰	танцювальна аеробіка, в основі рухів якої лежать різні танцювальні напрямки: латина, східний танок, хіп-хоп. У степ-аеробіці – всі кроки й стрибки виконують з використанням степ- платформи (для підвищення навантаження і ефективності кардіотренування)
17	Танцювальний курс (<i>Dance Course</i>)	17 ⁰⁰	популярним є курс східних танців (Орієнталь). Прості танцювальні рухи поєднуються в композиції, повторювання яких приносить естетичне задоволення
18	Футбол (<i>Football</i>)	17 ⁰⁰	–
19	Анонс вечірніх шоу-програм (<i>Entrance</i>)	19 ⁰⁰	костюмований анонс вечірніх шоу перед входом у ресторан
20	Клубний танець (<i>Club Dance</i>)	20 ⁰⁰	танець, що виконує анімаційна команда після закінчення денних ігрових програм, вечірніх шоу-програм, на дискотеці
21	Міні-диско (<i>Mini-disco</i>)	20 ³⁰	проводять працівники міні-клубу протягом 30–40 хв. Найчастіше на сцені амфітеатру діти стають у коло з аніматорами і повторюють за ними нескладні рухи під музику улюблених, спеціально підібраних інтернаціональних дитячих пісень (відповідно до національностей туристів, що відпочивають у готелі-ресорті на цей момент). Проста й цікава хореографія – різна для кожної пісні. В рухах беруть участь усі частини тіла, проговорюються хором букви, кольори, назви за текстом пісень. Хореографію дитячих танців аніматори вивчають заздалегідь. Важливі синхронність і весела атмосфера

Закінчення таблиці 3.3

1	2	3	4
22	Шоу-тайм (<i>Show-time</i>)	21 ³⁰	вечірня анімаційна програма: гумористичні сценки, уривки відомих мюзиклів, плей-беки – пародії на популярних зірок шоу-бізнесу або екстра-шоу, програми, оплачені менеджером за участю професійних акторів
23	Диско (<i>Disco</i>)	23 ⁰⁰	танцювальні вечірки на пляжі

Порівняльна характеристика набору типових анімаційних послуг у провідних готелях Туреччини та України подана у таблиці 3.4 [7, с. 533].

Таблиця 3.4 – Порівняльна характеристика набору анімаційних послуг в готелях України та Туреччини

Назва анімаційних заходів	Набір готельних анімаційних послуг	
	турецькі готелі	українські готелі
1	2	3
<i>Культурно-розважальна програма</i>	– жива музика; – курси вивчення турецької мови; – караоке; – концерти; – шоу-програми; – конкурси, змагання; – вікторини; – лотереї з цінними призами тощо	– жива музика; – екскурсії; – караоке; – конкурси, змагання; – концерти
<i>Спортивно-оздоровчі заходи (Sport activities)</i>	– ранкова гімнастика; – футбол; – слизький футбол; – волейбол; – баскетбол; – міні-гольф; – великий теніс; – настільний теніс; – йога; – пілатес; – зумба-фітнес; – аква-аеробіка; – водне поло; – боча; – дартс; – стрільба з луку або з рушниці	– гімнастика для жайворінків; – футбол; – волейбол; – баскетбол; – настільний теніс; – аква-аеробіка тощо
<i>Спортивні конкурси</i>	1) рухливі ігри у басейні; 2) рухливі ігри біля басейну; 3) Спортландія;	–

Продовження таблиці 3.4

1	2	3
	4) квести; 5) конкурси: – на кращого плавця; – на кращого бігуна; – на кращий стрибок у басейн; – на кращого танцівника; – на реакцію, увагу і т. д.	– естафети; – конкурси
<i>Дитяча анімація – міні-клуб</i>	дозовані заходи з огляду на особливості дитячого організму (фізичні вправи, цікаві ігри, прикладні заняття, які не перенавантажують дітей, але розвивають їх) із професійними дитячими педагогами й тренерами	цікаві й повчальні ігри, розвиваючі фізичні вправи
<i>Підліткова анімація (Teen animation)</i>	анімаційна програма розроблена з огляду на інтереси й характер підлітків, подібна до дорослої	– футбол; – волейбол; – водне поло; – курс із хіп-хопу тощо
<i>Вечірні програми (Night activities)</i>	– танець готелю; – танцювальні, театральні, комедійні постановки, що виконуються на сцені з участю анімаційної команди; – шоу професійних танцювальних, фольклорних і сучасних напрямів; – гостьові шоу (гест-шоу); – цирк, акробатичні шоу; – дискотека, вечірки на пляжі/території готелю – саді, біля басейну (Гала-вечір, «Турецька ніч» тощо)	– перегляд кінофільмів; – дискотека

Анімаційні програми значною мірою залежать від розміру готелю, його місця розташування, функціональної орієнтації, наявних можливостей (зокрема спектру надаваних додаткових послуг), а також від професіоналізму й ступеня універсальності та таланту аніматорів. Для того щоб задовольнити потреби гостей різних національностей, статі, віку, статків і можливостей (фізичних, інтелектуальних тощо), програми анімації повинні змінюватися протягом усього сезону за змістом, інтенсивністю, часом проведення тощо.

Фактори, що визначають якість готельної анімації для туристів:

- наявність та активність професійно підготовлених анімаційних команд;
- наявність у структурі анімаційної програми підпрограм для дорослих і дітей;

- ненав’язливість анімаційного сервісу й проведення анімаційних заходів у чітко відведених для цього зонах (без контакту з неохопленими анімацією гістьми);
- акцент в анімації на «місцевий колорит» (традиційну культуру регіону);
- проведення заходів у різному тематичному «ключі»;
- урахування мовного фактору, а також створення аніматорами позитивного емоційного настрою у гостей;
- включення анімаційних послуг до основного пакету готельного обслуговування;
- своєчасне інформування про проведення анімаційних заходів (рекламна кампанія).

Організовуючи анімаційну діяльність необхідно пам’ятати, що анімація – це генерація позитивного настрою туриста під час відпочинку. Проте окрім досягнення туристом під час відпочинку рекреаційної мети, перед керівництвом готелю постає потреба у створенні так званого WOW-ефекту від відпочинку – запоруки подальшого повернення туриста до готелю. У зв’язку з цим успішності в індустрії гостинності можна досягти за умови виконання низки умов (рис. 3.2).

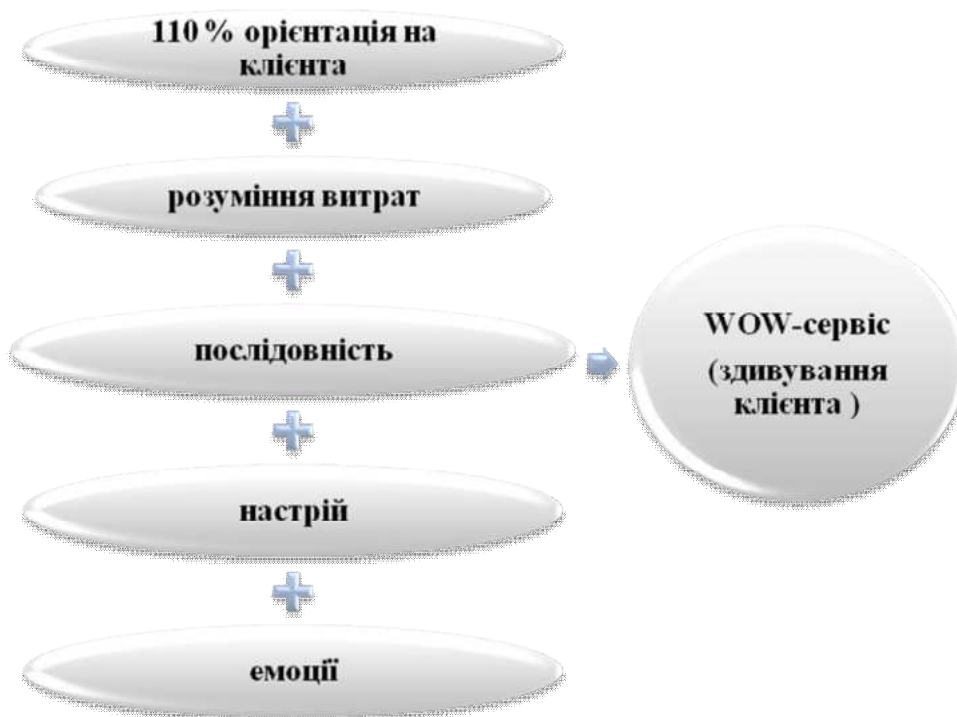


Рисунок 3.2 – «Ключ» до успіху в індустрії гостинності

Найбільш розповсюдженими прийомами індивідуальної роботи з гостями готелю є:

- привітання з пам'ятною датою;
- перше заселення туриста до готелю;
- обслуговування *VIP*-гостей;
- *Wow*-послуги/сервіс (наприклад, для дітей – дитячий *chek-in* у готелі; ігрова дитяча кімната в готельному номері; футболки-розмальовки з символікою готелю і т.д.).

Як одна з найважливіших складових готельного продукту, сукупної діяльності в готелі та вираження високого ступеня його професіоналізму **анімація має бути:** планованою, чітко регламентованою, організаційно керованою, забезпеченою матеріальними, фінансовими і кадровими ресурсами.

Організація діяльності анімаційної служби

Служба анімації створює відповідну гостинну, комфортну, дружню атмосферу в готелі; задовольняє потреби туристів у фізичному і духовному розвитку, емоційному збагаченні через приємні переживання; має комплексний характер завдяки спеціальним програмам, що охоплюють усі види і форми анімації; сприяє створенню умов для гарного спілкування, приємних особистих і спільних переживань та розваг. Вона мобільна, невимушена, приватна, діюча; має постійний характер, щоденний контакт із туристами; дозволяє врахувати їхні побажання тощо. На постійних відвідувачів готелю в комп'ютерній базі даних служби прийому й розміщення ведеться обновлюване досьє, у якому утримуються індивідуальні запити й особливості кожного туриста.

Анімаційну службу необхідно організовувати відповідно до споживчого попиту, що виявляється шляхом анкетування відпочиваючих (туристів), з урахуванням досвіду обслуговування гостей у сусідніх аналогічних готелях і туркомплексах. Водночас ураховується традиційно сформований контингент відпочиваючих за місцем проживання, віросповіданням, національністю, віком, статтю тощо.

Служба маркетингу засобу розміщення ретельно вивчає і аналізує щорічний склад відвідувачів, вивчає регіони, що віддають перевагу для відпочинку саме цьому об'єкту, щоб згодом розмістити там рекламу і забезпечити постійне завантаження підприємства. Значення служби анімації в створенні іміджу будь-якого засобу розміщення важко переоцінити. Саме аніматори створюють образ своєму підприємству, зав'язують дружні стосунки з туристами, запрошують їх зустрітися тут знову.

У невеликому просторі анімаційними програмами може займатися одна людина – менеджер туранімації; у туркомплексах середньої ланки – відділ (служба, об'єднання) анімації; у великих курортних й клубних туркомплексах – спеціалізовані анімаційні центри дозвілля й відпочинку [13, с. 63].

Структура і кількісний склад служби готельної анімації залежить від:

- концептуальних і конструктивних особливостей;
- фінансових можливостей;
- розміру закладу розміщення;
- МТБ закладу розміщення;
- обраних напрямків анімаційної діяльності.

Подана на рисунку 3.3 [9, с. 21] організаційна структура управління командою аніматорів запозичена в одного з готелів, розташованих на Середземноморському узбережжі Туреччини. Її можна видозмінювати залежно від місцевих умов.

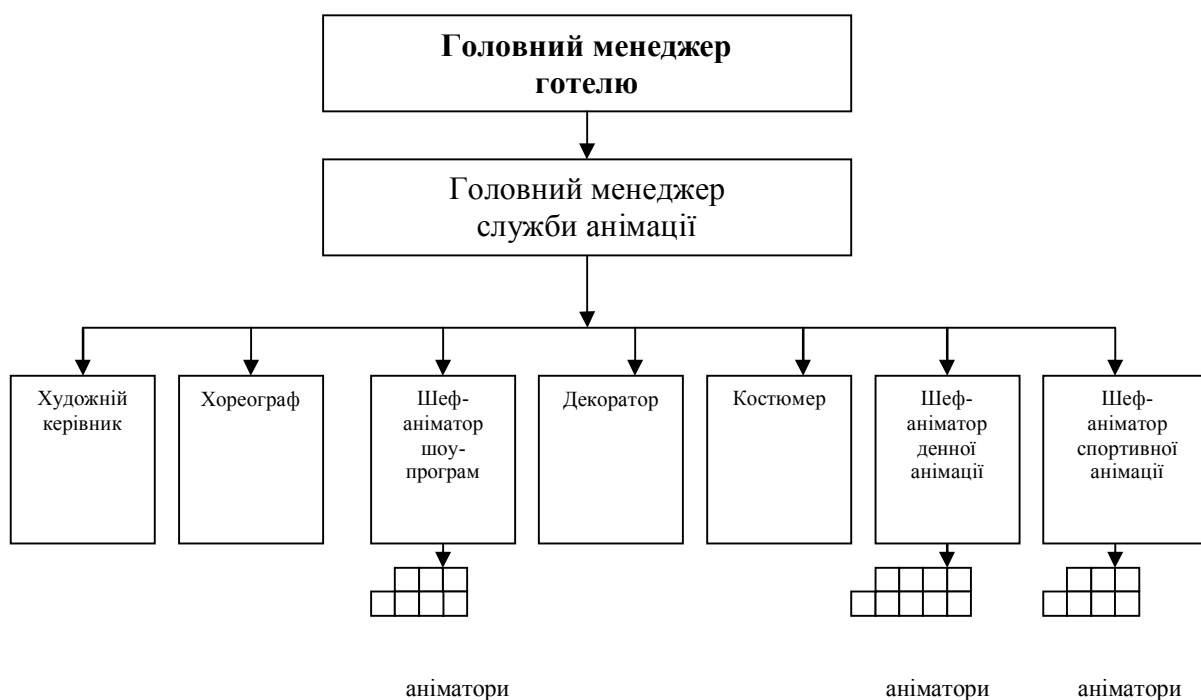


Рисунок 3.3 – Типова організаційна структура служби готельної анімації

Функціональні обов'язки фахівців з анімації (рис. 3.3) такі:

- *головний менеджер служби анімації* – керівник анімаційної команди;
- *художній керівник* – укладач, організатор і відповідальний за якість виконання денних і вечірніх шоу-програм;
- *хореограф* – забезпечує танцювальну підготовку учасників денних

танцювальних програм і вечірніх шоу-програм;

- *шеф-аніматор* – відповідає за якість роботи аніматорів, які безпосередньо йому підпорядковуються;

- *декоратор* – забезпечує шоу-програми декорацією;

- *костюмер* – забезпечує учасників анімаційної програми костюмами;

- *шеф спортивної анімації* – несе відповідальність за складання і проведення спортивних програм, йому підпорядковуються спортивні аніматори;

- *аніматори* – виконавці анімаційних заходів і програм.

Типова оргструктура менеджменту анімації наведена на рисунку 3.4.

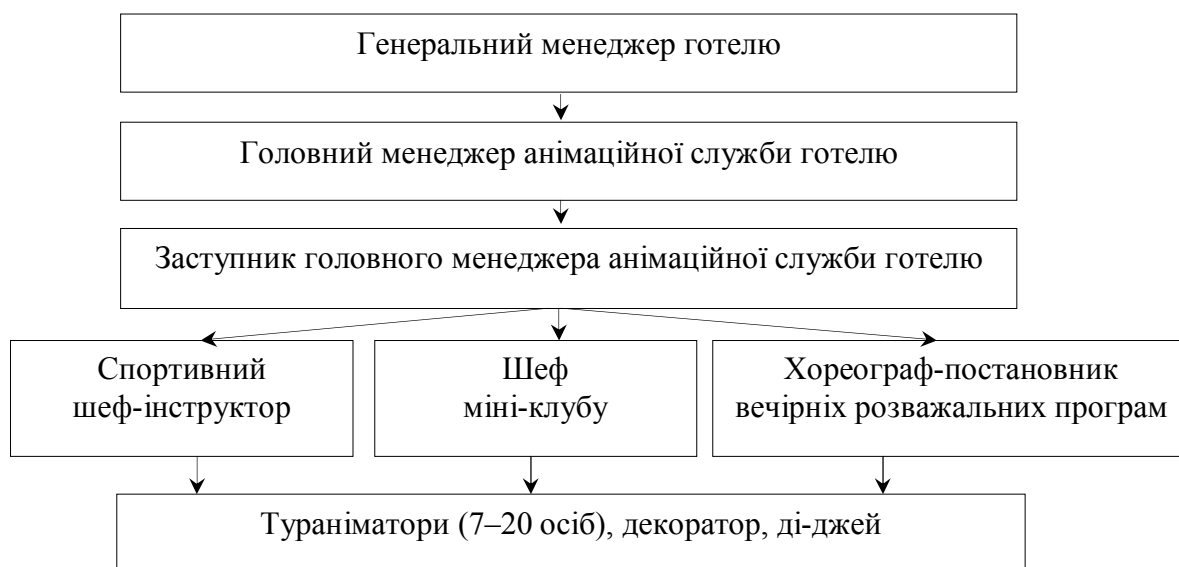


Рисунок 3.4 – Структура менеджменту анімації

До функцій менеджера з анімації входить:

1. Розроблення концепції анімаційної роботи готелю.
2. Планування роботи готельної анімації (стратегічне та оперативне).
3. Розроблення штатної структури служби анімації, підбір персоналу.
4. Виявлення, задоволення й розвиток соціально-культурних інтересів різних груп туристів.
5. Розроблення цільових типових анімаційних програм і соціальних технологій їхнього здійснення.
6. Розроблення економічних механізмів організації анімаційної діяльності з огляду на їхню інтеграцію у цінову політику готелю.
7. Управління колективом, враховуючи сезонних працівників.
8. Упровадження ефективних педагогічних методик розвитку культурно-естетичної творчості.
9. Стимулювання інноваційного руху у сфері туризму.

Варто зазначити, що в обов'язки менеджера на вітчизняних турпідприємствах входить також вирішення комерційних питань, питань організації рекламної кампанії і багатьох інших, що, звичайно, відбивається на якості роботи.

До спектру завдань тураніматорів зазвичай входить широке коло робочих **завдань:**

1. На спортивних активіті та іграх:

- контакт із гостями;
- анімаційні ігри (рухливі ігри, зокрема біля та в басейні, карточні ігри, творчість тощо);
- вечірні розваги.
- вечірні розваги (дискотека, тематичні вечірки, гала-концерти).

2. У міні-клубі:

- контакт із маленькими гостями;
- програма міні-клубу;
- вечірні розваги (міні-диско, відеопоказ мультфільмів тощо).

3. У танцювальній залі:

- контакт із гостями;
- проведення танцювальних програм (танцювальних класів за напрямками, майстер-класів).

Серед відпочиваючих аніматорів виділяють спеціальна форма одягу та бейдж із прізвищем або ім'ям. Аніматори повинні мати навички виховної і розважальної роботи з усіма шарами відпочиваючих, включаючи дітей і людей похилого віку. На курортах Середземноморського узбережжя, зокрема Туреччини, можна часто спостерігати, як аніматори грають у міні-клубі (*Kids-club*) із дітьми, працюючи з фарбами, пластиліном; дорослі ж залучені до рухливих спортивних ігор, до гри в нарди, шашки, шахи, лото, доміно, здійснюють екскурсії, морські прогулянки на яхтах тощо. Протягом усього часу занять анімаційних команд із рухливими іграми черговий аніматор знаходиться в радіорубці і повідомляє програму анімаційних заходів на найближчий час. У цей же час у готелі працюють усі кіоски з продажу сувенірів, клубних дисків, фірмових футболок, плавок, а також видають напрокат тенісні ракетки та ін.

Увечері анімаційна команда активно бере участь у проведенні тематичних вечорів або концертів, щораз організовуючи нові постановки, клоунади, танці. І вже зовсім пізно, коли діти з батьками розходяться по номерах, вони виходять працювати на дискотеку і під ритмічну музику з гарним настроєм, з посмішкою на обличчі розігрівають публіку, одержуючи

спільно щире задоволення. Розходяться відпочивати тураніматори лише тоді, коли на танцювальному майданчику не залишиться жодного гостя.

На жаль, небагато туристських і лікувально-профілактичних установ можуть дозволити собі створення повноцінної анімаційної служби. У більшості з них одна або дві людини відповідають за всі відділи анімаційної служби відразу: вони і співають, і танцюють, і спортивні змагання проводять, і самі себе рекламують по місцевому радіо тощо.

Робота підприємства індустрії гостинності – це свого роду безперервне виробництво: готелі працюють 24 години на добу, 365 днів на рік. Робочий день аніматора ненормований та характеризується великою часткою розмовних контактів, підвищеною фізичною активністю, значною нервовою напруженістю тощо. До того ж головне в роботі аніматора – залучити туриста до певного заходу, зняти з нього напругу, відвернути від щоденних турбот, намагаючись показати йому щирість своїх намірів.

Важливою для роботи аніматора є робота над самим собою. Успіх приходить не одразу. Рекомендовано прочитати узагальнені правила, розроблені з урахуванням відомого гасла «Клієнт завжди правий!» – детермінанта гуманітарної концепції гостинності (табл. 3.5).

Таблиця 3.5 – Загальні правила поведінки аніматора

Загальні правила поведінки аніматора		
1	2	3
Для аніматора, який безпосередньо спілкується з гостями, особливо важливо сподобатися, бути милим з ними (виявляти цікавість до проблем гостей)	Лояльність, терпіння, вміння тримати себе в руках, дипломатичність, чесність, подяка, дружелюбність і самостійність – базисні	Талант організації заходів, чуйність і такт у спілкуванні з гостями
Щира посмішка, що діє на гостя заразиво і не так стомлююче, як похмура обличчя	Постійний візуальний контакт і дружелюбність, що не припиняється при вітанні гостей	Саме вітання гостя повинне говорити про те, що йому раді в готелі і з справжнім інтересом будуть піклуватися про його благополуччя
Чітка вимова без діалекту і підбір слів, посилені через приємний, добре звучний голос	Наші імена – це наша особиста власність. Неправильна вимова імені гостя кривдить його	Слова подяки, добре сформульоване побажання на день і «до побачення» під час прощання
Здоров'я, відкритість, здатність захоплюватися, ретельний догляд за тілом – необхідні умови в анімації	Не тільки одяг, зачіска, але і руки постійно знаходяться у полі видимості гостя	Неприйнятні неохоча форма вітання, невиразне «Спасибі»

Продовження таблиці 3.5

1	2	3
Кожен співробітник анімації покликаний вносити нові ідеї для поліпшення сервісу, наданого гостям	Наскільки можливо, потрібно дарувати кожному гостеві повну і безроздільну увагу	Навіть за нестачі часу не можна давати гостеві привід відчувати, що його хочуть «відправити» з анімації, щоб він не заважав роботі
Гарний співробітник анімації повинен передбачати побажання гостей. Найчастіше потрібно виконувати і невимовлені побажання	За кожного гостя потрібно постійно боротися	Нові гості не повинні почувати себе відсунутими на другий план. За першого ж відвідування треба завоювати гостя для готелю
«Складні» гості – виклик для кожного аніматора. Із дружелюбністю, терпінням і почуттям такту треба уникати зіткнень із гостями і не висміювати їхніх помилки	Навіть коли на складне для гостя питання співробітник відразу ж може дати відповідь, занадто швидка реакція є недотепним кроком	Усі питання, що хвилюють гостей, є важливими, кожне побажання гостя повинне бути персональне і розглянуте як важливе
Ніколи не говорити погане з гостями про інших гостей	Ніколи конкуруючий готель не повинен бути очорнений перед власними гостями	Занадто привітні гості, що намагаються залучити співробітників до тривалих розмов, не повинні погіршувати сервіс для інших гостей
Особлива увага потрібна на остаточній стадії роботи з гостями. Останнє враження є не тільки важливим, але і вирішальним. Навіть утомлений гість повинен залишати місце заняття з посмішкою	Здатність підлаштовуватися і робота в команді входять до обов'язків аніматора	Власні зроблені помилки потрібно обов'язково обговорити зі старшим аніматором
Співробітники анімації повинні представляти гостям керівництво готелю і своєї служби	Позитивне відношення персоналу анімації до гостя полегшує успішне взаєморозуміння гостей і керівників готелю	Особливі побажання і коментарі гостей треба передавати далі старшому аніматору
Орієнтування на допомогу і попереджувальне співробітництво з усіма відділами готелю полегшує роботу аніматора	Важливою є професійна передача інформації про гостей суміжним зацікавленим підрозділам	Ідентифікація анімації з управлінням підсилює враження відпочиваючих про готель у цілому
З довірчою інформацією (гостей / аніматора) треба обходитися уважно	Непунктуальність погіршує враження гостей (регулювання перерв, початок роботи)	Кожен співробітник анімації готовий взяти відповідальність готелю на себе

Порівнюючи перелік загальних вимог щодо навичок та вмінь тураніматора закордонних та вітчизняних підприємств гостинності можна дійти таких висновків.

Перелік вимог щодо навичок та вмінь аніматора у турецьких готелях:

- більшість складу команди володіє трьома і більше іноземними мовами, що спрощує і покращує контакт і взаєморозуміння між аніматором і гостем;
- креативний і нестандартний підхід методистів і хореографів до створення заходів з огляду на індивідуальні потреби гостей готелю;
- у складі команди – професійні спортсмени та танцюристи;
- дружня атмосфера в колективі протягом усього робочого часу завдяки грамотному керівництву професійного анімаційного менеджера (зустрічі поза роботою для команди).

В Україні цей перелік значно скорочений:

- наявність гарної фізичної форми;
- володіння українською, російською, англійською мовами;
- наявність відповідних особистісних якостей (комунікабельності, доброзичливості, гостинності, дисциплінованості, стресовитривалості тощо);
- спілкування з гостями виключно в робочий час.

Аніматор повинен володіти багатьма позитивними якостями для успішної діяльності. Зрозуміло, що якщо людина не товариська, не харизматична, боїться людей, то в анімації їй робити нічого. Аніматор обов'язково має бути приємним у спілкуванні, мати гарні зовнішні дані, бути тактовним, мати смак, добре і доречно вдягатися, уміти себе подати, правильно висловлювати свої думки і, найголовніше, він має бути гарним організатором-вітівником.

Фактори оцінки якостей персоналу анімаційної служби: трудові якості, організаторські здібності, професійна компетентність, особистісні якості, психологічна сумісність.

Організація служби анімації покликана забезпечувати оптимальну взаємодію всієї анімаційної команди: погодженість, супідрядність і координацію всіх її структурних елементів. Організація анімаційної діяльності як складова частина технологічного процесу вимагає жорсткого дотримання професійної самостійності всіх фахівців і одночасно всебічного розвитку їхньої активності й ініціативи в межах конкретних завдань своїх структурних підрозділів.

3.2 Матеріально-технічна база анімації

Успішна організація роботи анімаційної служби можлива за наявності достатньої матеріально-технічної бази. Проведення шоу-програм, організація ігор та інших розваг вимагає наявності відповідних устаткування й реквізиту.

Матеріально-технічна база для анімаційних програм має охоплювати:

- спортивний інвентар та устаткування для проведення спортивних заходів (м'ячі, дартс, стіл, ракетки, кульки для настільного тенісу, пістолети пневматичні, кулі, мішені, луки, стріли, обручі, баскетбольний щит, стіл для армрестлінга тощо);
- обладнання для відпочинку на пляжі (водні атракціони, башти вільного падіння, зонти, гірки, човни);
- обладнання для дитячих майданчиків (каруселі, гойдалки, гірки, ігрові і пневматичні атракціони, фігури казкових персонажів, надувні карнавальні костюми);
- приміщення, меблі, необхідний реквізит і інвентар для міні-клубу (різні настільні ігри, фарби, книжки, пластилін, пазли, формочки, кольоровий папір, ляльки, олівці тощо);
- обладнання для рухливих ігор і тренажерних залів (спортивні тренажери, екстремальні атракціони, аксесуари для пейнтболу, бадмінтону, футболу тощо);
- приміщення, книги і меблі для бібліотеки;
- приміщення й інвентар для станцій і пунктів прокату човнів, водних велосипедів, лиж;
- приміщення, амфітеатр або спеціально обладнаний майданчик на відкритому повітрі для проведення масових видовищних заходів і розважальних шоу;
- обладнання, декорації і набір костюмів і реквізит для сцени;
- проекційне, звукове, сценічне, світлотехнічне та інше обладнання для проведення шоу, дискотек, конкурсів і змагань;
- ігрові автомати;
- обладнання і приміщення для більярду, боулінгу, казино.

Мінімальна МТБ якісного анімаційного сервісу: естрадна площадка, волейбольна площадка, дитяче містечко, басейн. За наявності достатнього обсягу інвестицій асортимент об'єктів індустрії розваг може включати: дискотеку, пневматичний тир, центр підводного плавання (дайвинг), роллердром для катання на роликових ковзанах, скейтбордах, фінгербордах,

кікбордах і велосипедах типу BMX, скалодром, пінтбол-клуб, міні-аквапарк [17, с. 374].

Загальна класифікація МТБ анімації наведена на рисунку 3.5.

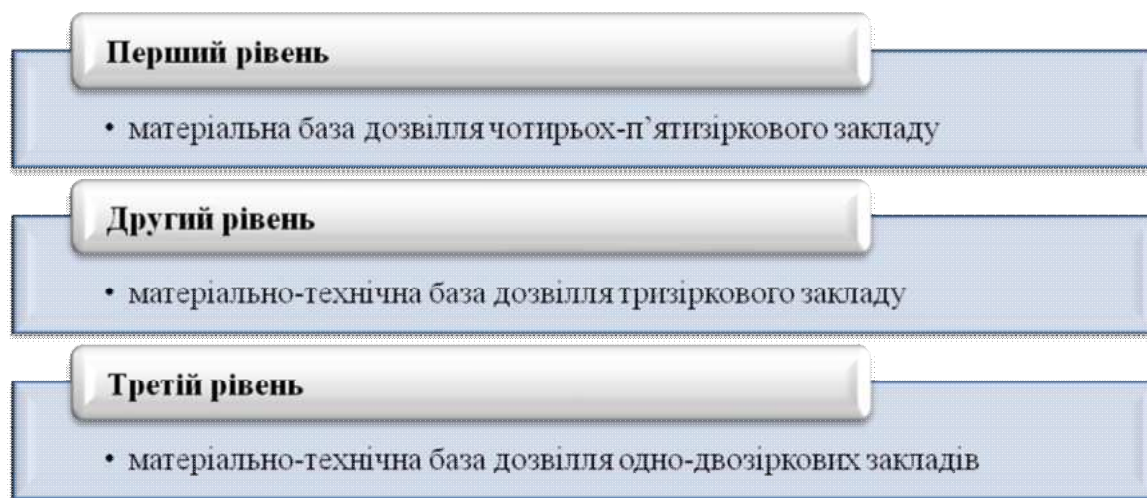


Рисунок 3.5 – Класифікація МТБ анімації

Суттєвим чинником впливу на формування матеріальної бази відпочинку, дозвілля і розваг є *сезонність роботи закладу розміщення*: у закладі, що функціонує переважно в зимовий період або протягом року, передбачаються умови для організації анімаційної діяльності в приміщенні (клуби, ігрові холи, кімнати релаксації, танцювальні, кіноконцертні зали); заклади, які працюють лише в теплу пору року, орієнтуються на організацію анімаційної діяльності просто неба, формуючи порівняно недорогу інфраструктуру дозвілля (відкриті танцювальні, ігрові, спортивні майданчики, літні кіноконцертні зали тощо).

Технічні об'єкти для проведення анімаційних програм є складною технічною і соціальною системою, успішне функціонування якої в системі гостинності залежить від низки факторів: місця розташування, досконалості і надійності обладнання. Потрібно дотримуватися правил безпеки. Під час експлуатації цих об'єктів і систем технічною службою і спеціалізованими організаціями виникає багато технічних, економічних і організаційних проблем, комплексне вирішення яких повинно починатися ще під час їхнього проектування (оптимально – під час проектування закладу розміщення), а закінчуватися – грамотним і ефективним анімаційним менеджментом.

Дитячим анімаційним заходам, складовою яких є рухливі ігри, властивий певний ризик (падіння на устаткуванні або з устаткування, забиття, зіткнення, застрягання тощо). Необхідність забезпечення безпеки дітей у міні-клубі – нагальна потреба і обов'язок аніматора.

За статистикою, більшість нещасних випадків в міні-клубі або дитячій ігровій кімнаті готелю – результат небезпечної конструкції устаткування, неправильного компонування ігрового простору або експлуатації устаткування. У зв'язку з цим розроблення і впровадження комплексу стандартів із безпеки дитячого ігрового устаткування покликане стати нормативною базою гарантування необхідного рівня безпеки, методів розрахунку і випробувань, правил вибору матеріалів і грамотного конструювання компонування усіх видів устаткування, вимог до монтажу і технічного обслуговування під час експлуатації.

1. Кожен виріб повинен супроводжуватися технічним паспортом з зазначенням: призначення, заводського номеру, правил безпечної експлуатації, монтажні схеми зборки виробу).

2. Устаткування повинне встановлюватися з урахуванням стандартів, вікових особливостей дітей і містити у наборі:

- для дітей 2–6 років: будиночки, пісочниці, гойдалки, каруселі, маленькі гойдалки, міні-гірки, навчальні елементи-рахівниці, кубики з буквами і картинками тощо;

- бруси, канати, ліани для лазіння, кільця, гірки заввишки 1,5–2,5 м;

- опорні стійки виробів мають бути виконані з клеєної деревини (не менше 100 мм × 100 мм у перерізі). Верхня частина стійки – закрита пластиковою заглушкою, закінчуватися має сталевою, оцинкованою заставною деталлю довжиною 500 мм;

- каркас гірки має бути виконаний з профільної труби перерізом не менше 50 мм × 25 мм. Скат гірки має бути виготовлений з єдиного листа, нержавіючої сталі, завтовшки 2 мм. Наявність бортів гірок заввишки не менше 120 мм;

- в устаткуванні має бути передбачений ігровий елемент у вигляді сітки, виготовленої з поліпропиленового канату з металевими сердечниками. Затиски сітки мають бути виконані з алюмінієвого сплаву.

3. Дитяче ігрове устаткування повинне відповідати таким вимогам безпеки:

- для дітей до 3-х років допустима висота ігрової поверхні до 0,6 м і бар'єр заввишки до 0,7 м;

- для дітей після за 3-х років за висоти ігрової поверхні 1–2 м мають бути оберігаючі перила (бар'єр) заввишки не менше 0,7 м;

- устаткування для лазіння не має бути вище за 4 м. Поручні повинні повністю охоплюватися рукою для підтримки діаметрів не менше 33 мм;

- устаткування має бути з підстрахуванням, щоб дорослі мали доступ для допомоги дітям, що знаходяться всередині устаткування;
- в ігровій зоні, що знаходиться на висоті, для захисту дітей від падіння мають бути передбачені оберігаючі перила (бар'єри);
- розміри отворів, тунелів, ґрат, сіток не мають бути небезпечними для застрягання кінцівок та голови дитини;
- виступні гайки і краї болтів мають бути закриті пластиковими заглушками;
- усі заставні деталі устаткування повинні кріпитися на фундаменти.

4. Вимоги до конструкцій ігрового устаткування:

- міцність і стійкість. Розміри ігрового устаткування повинні відповідати зусиллям, що виникають під час його використання згідно з приписами. Водночас береться до уваги можливість використання устаткування дорослими.
- виступні деталі устаткування, якими діти можуть поранитися, не повинні виступати на поверхню. Це не відноситься до деталей устаткування, що виконує одну ігрову функцію, де ця деталь помітна для дітей;
- отвори і тріщини мають бути закриті. Якщо це неможливо через конструктивні, функціональні або виробничі причини, захист від травм може бути досягнутий дотриманням спеціальних заходів;
- східці і перекладини. При спусках і підйомах східці і перекладини міцно сполучають зі стояками. Це вимагає надійних гарантованих від викривлень і зрушень з'єднань дерев'яних деталей. Не допустимі з'єднання за допомогою цвяхів або дерев'яних болтів.

Ігрове устаткування конструюють так, щоб ризик для дітей будь-якого віку був би очевидний і його можна було б передбачити. Не можна, щоб елементи устаткування створювали гострі кути менше 50°. У протилежному випадку ці місця закривають або екранують. Варто пам'ятати, що доручаючи свою дитину аніматору, батьки мають відчувати спокій за її безпеку, гігієну та комфорт [24].

Для підтримання МТБ анімації у робочому стані необхідно мати господарника, який би стежив за справністю обладнання та інвентарю, а за необхідності – проводив ремонт. МТБ анімаційної служби потребує постійного оновлення. Головна відповідальність за збереження МТБ лежить на аніматорах. Аніматори повинні не лише бережно ставитися до обладнання, реквізитів і костюмів, а й закликати до цього туристів і гостей готелю.

3.3 Соціально-психологічні особливості споживачів анімаційних послуг

Досвідчений аніматор під час розроблення розважальної програми має враховувати соціально-психологічні особливості гостей, знати підхід до кожного з них. Для цього потрібно навчитися відносити клієнтів до різних типів та вміти їх класифікувати.

Класифікація туристів за віком

Виокремлюють такі групи туристів за віком:

- 0–2 роки – грудні діти;
- 3–7 років – діти-дошкільники;
- 8–18 років – підлітки-школярі;
- 18–25 років – молодь, студенти;
- 26–64 років – дорослі люди;
- 65 років і більше – люди похилого віку, пенсіонери [11, с. 49–50].

Молодих людей можна розділити на дві вікові категорії: 18–24 та 25–34 років.

Вікові дитячі групи в туризмі:

- інфанти – до 2 років;
- дошкільники – до 7 років;
- школярі-підлітки – до 18 років.

Вікові дитячі групи з позиції аніматорів:

- молодша – 3–12 років (міні-клуби);
- підлітки – до 12–15 років (юніор-клуби) [12, с. 136].

Серед людей «третього» або «золотого» віку за ставленням до туризму й подорожей розрізняють основні підгрупи: 55–64; 65–74 (активні пенсіонери); 75–84 роки і від 85 років і старші.

Класифікація туристів за їхнім ставленням до влаштування дозвілля

За ставленням до влаштування дозвілля туристів можна класифікувати на певні типи особистостей (табл. 3.6).

Таблиця 3.6 – Типи особистостей відпочиваючих

Тип відпочиваючих	Характеристика	Завдання аніматора
1	2	3
Ініціативні відпочиваючі	заздалегідь планують як робочі дні, так і дні відпустки	імпровізація; у жодному разі не допустимо перехоплення ініціативи

Продовження таблиці 3.6

1	2	3
<i>Ділові люди</i>	у повсякденному житті практично позбавлені дозвілля	організація дозвілля з можливістю удосконалюватися / спокійний відпочинок з можливістю розслабитися, відпочити від стрімкого темпу життя
<i>«Вузькоспеціалізовані» відпочиваючі</i>	з наявністю захоплення (хобі)	клуби по інтересах
<i>Активні відпочиваючі</i>	надають перевагу рухливим активіті	складання програми з розрахунком на максимальну рухову активність
<i>Пасивні відпочиваючі</i>	схильні до домашніх видів дозвілля	програми, у які включені вечірні шоу й відеотека
<i>Непоправні скептики й буркуни</i>	важко чим-небудь захопити	широкий спектр програм і розваг

В. О. Квартальнов надає **класифікацію туристів за характером активності під час відпустки**: 1) любителі спокійного відпочинку; 2) любителі задоволень; 3) любителі активного відпочинку; 4) любителі спортивного відпочинку; 5) відпочиваючі з метою пізнання та вивчення; 6) любителі пригод.

М. І. Кабушкін виокремлює такі **групи туристів залежно від стилю життя**: 1) любителі насолод; 2) тенденціозні туристи; 3) сімейні туристи; 4) цілком відпочиваючі.

Важливим також залишається питання врахування національних особливостей туристів (менталітету, традицій та звичаїв).

3.4 Організація сімейного дозвілля

Важливим для будь-якого закладу гостинності є організація сімейного дозвілля.

Сімейне дозвілля – частина вільного часу, яка припускає добровільну та сумісну участь членів сім'ї в різноманітних видах як активної, так і пасивної діяльності, що сприяє об'єднанню сімейного колективу, направлена на розвиток особи, відновлення психічних і фізичних сил, а також на формування батьківських і подружніх відносин, на генерацію, зберігання, розвиток етичних і культурних цінностей, норм, зразків поведінки членів сім'ї.

Функції сім'ї: 1) репродуктивна; 2) регенеративна; 3) господарсько-економічна; 4) освітньо-виховна; 5) комунікативна; 6) психотерапевтична; 7) рекреативна.

Сімейне дозвілля виконує рекреативну функцію родини, тобто має за свою мету відновлення й підтримку здоров'я, задоволення різних духовних потреб.

Сімейні туристи відвідують готелі в будь-який час протягом року. Сімейні пари (люди у віці від 35 до 54 років) воліють витратити гроші на подорожі й розваги. Зазвичай батьки виїжджають на відпочинок разом із дітьми дошкільного й молодшого шкільного віку. У зв'язку з чим великий вплив сімейних туристів доводиться на літній період і на час шкільних канікул.

Під час організації сімейного дозвілля головне завдання для аніматора – зайняти дитину, щоб надати батькам можливість спокійно відпочити, водночас максимально об'єднуючи зовні різні інтереси й потреби дітей і дорослих під час спільного відпочинку.

Основні форми психологічної роботи з сім'єю, які може в своїй діяльності використовувати аніматор, наведені на рисунку 3.6.

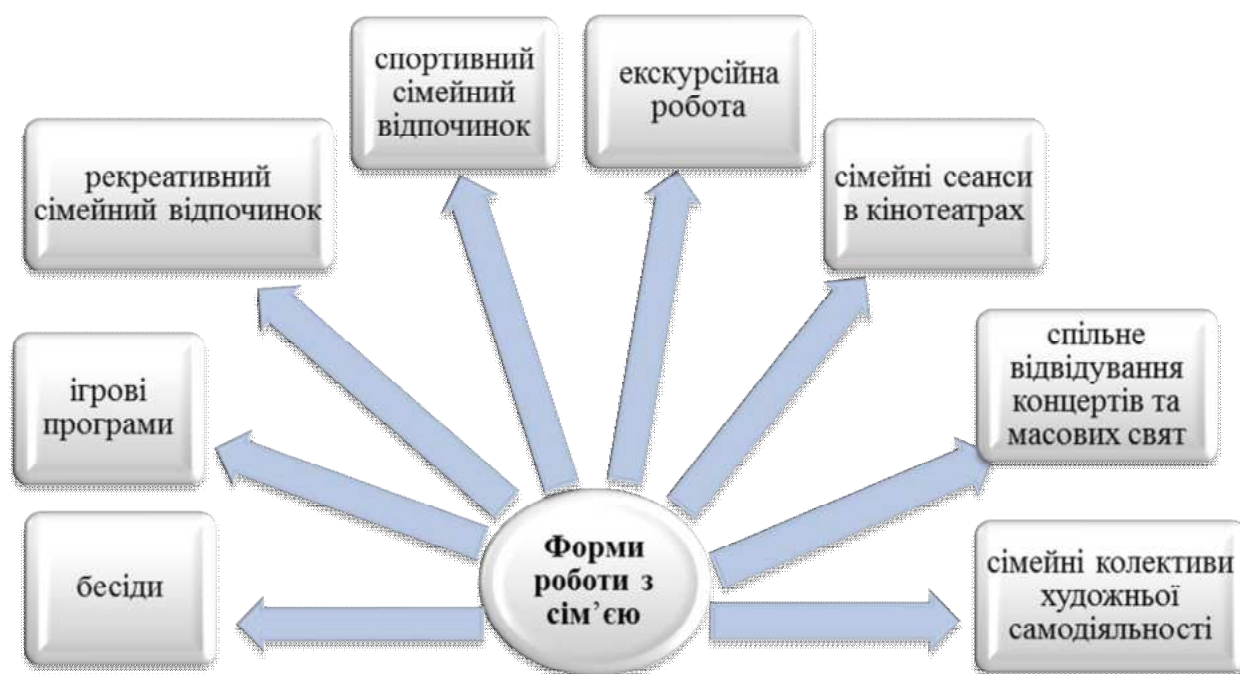


Рисунок 3.6 – Форми психологічної роботи з сім'єю

Готелі, що орієнтуються на сімейний відпочинок, працюють за принципом *Family Concept* – принципом «єдності родини». Перелік основних послуг, які мають надавати готелі, що працюють за принципом *Family Concept* наведені на рисунку 3.7.

Переваги у сфері готельної анімації для дорослих:

- 1) анімація через релаксацію;
- 2) анімація у творчості;
- 3) спортивно-оздоровча анімація;
- 4) анімація з навчанням або освоєнням нових видів дозвілєвої діяльності.

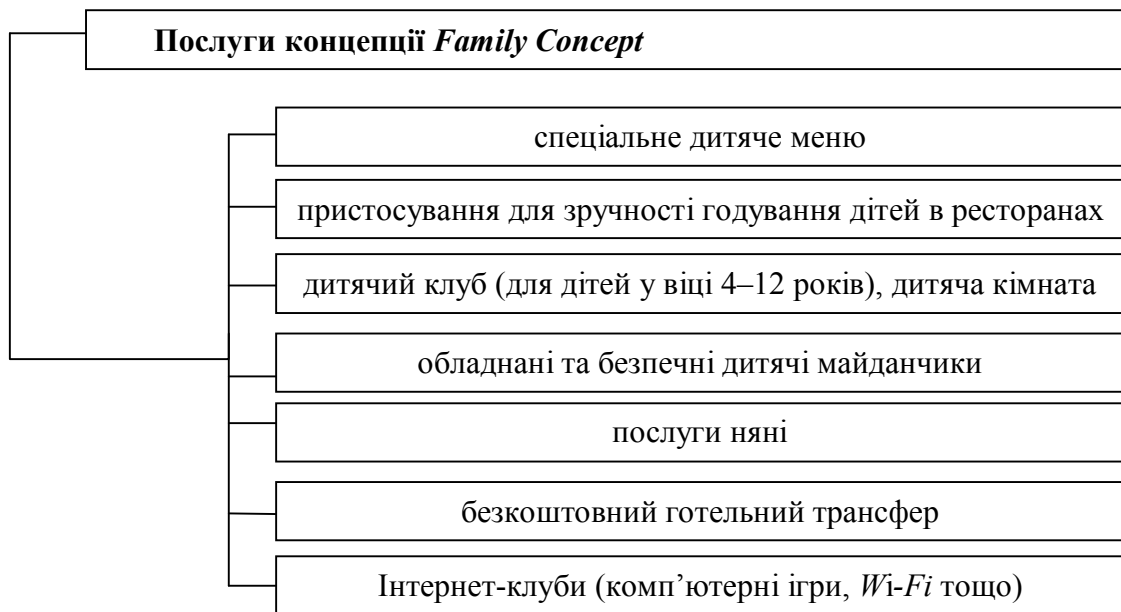


Рисунок 3.7 – Основні послуги готелю за принципом *Family Concept*

До організації сімейного відпочинку батьки висувають низку вимог (рис. 3.8).



Рисунок 3.8 – Вимоги батьків до організації сімейного відпочинку

Найпопулярніші анімаційні програми при ресторанах і кафе для сімейних туристів: музичні програми: вечори романсу (бардів, гітари) і

караоке; вар'єте; сімейні знаменні дати й корпоративні вечірки; дитячі програми, обід з персонажем з мультфільмів; лазерні й вогняні шоу; бармен-шоу; боді-арт; аквагрим; конкурси краси; покази мод і т. д.

Організація дитячої анімації

За статистикою, останнім часом усе більше наших молодих родин відпочивають за кордоном із дітьми. Прекрасні умови для цього створені в багатьох країнах, особливо в туристських комплексах Іспанії, Франції, Португалії, Єгипту, Туреччини та ін.

Дивно ласкаве море, дивна чистота і порядок у готелях, на пляжній зоні, блакить гради басейнів, які простягаються уздовж усього узбережжя, екзотичні пальми і яскраві квіти приваблюють батьків і захоплюють дітей.

Під час відпочинку діти тягнуться не тільки до батьків, але і до своїх однолітків. Тому в сучасних готельних комплексах передбачені спеціальні дитячі ігрові кімнати і майданчики для заняття з дітьми. У великих готелях для здійснення дитячої анімації організовуються дитячі клуби (*Kids-club*) на чолі з шефом цього підрозділу. В дитячому клубі зазвичай працюють дві групи аніматорів: перша обслуговує дітей у віці 3–12 років (міні-клуб), друга – дітей 12–15 років (юніор-клуб). У таких клубах іноді одночасно працює до 10 аніматорів. До їхніх обов'язків входить: проведення занять із малювання, перегляд мультфільмів, проведення рухливих ігор, постановка шоу-заходів (*mini-show*), а також катання на конях, катання по морю, гра в міні-більярд, проведення ралі в лісі, готування кулінарних «шедеврів» й ін.

Про наявність міні-клубу в готелі повідомляє великий барвистий стенд з графіком роботи і майбутніх заходів для дітей, що встановлюється у холі готелю, на вході до головного ресторану або на пляж. Мета такого інформаційного стенду – зорієнтувати гостей щодо організації дозвілля дітей під час перебування у готелі. Вибір назви міні-клубу є приватною справою туркомплексу, але вона визначає подальшу політику і девіз цього відділу (наприклад, «Золоте сонечко»).

Кожен день незмінно починається зі знайомства (діти встають у коло, називають своє ім'я, повторюють і запам'ятовують імена інших), яке має свою тему, що розкривається в ході спортивних і пізнавальних занять і змагань, спільно поставлених маленьких спектаклів, концертів і свят тощо. Для дітей у ресторані виділяються окремі столи, де вони приймають їжу і спілкуються зі своїми друзями-аніматорами. Наприкінці кожного дня дітям вручають дипломи за перемогу в різних змаганнях і заходах.

План роботи, як і загальний план анімаційної діяльності в готелі, (з огляду на стандартне двотижневе перебування туристів), складається заздалегідь і коректується в ході проведення занять залежно від присутнього контингенту дітей та за інших умов. У цьому плані повинні вдало сполучатися і мати оптимальну кількість спортивні й культурні заходи, необхідні для розвитку дитини.

Дитяча анімація має бути яскравою, святковою, ефектною – діти мають запам'ятати відпочинок надовго. Необхідно підстраховуватися альтернативними заходами на час непогоди та непередбачуваних обставин.

Дитячі анімаційні програми необхідно диференціювати за віком:

- програми для дітей 3–6 років;
- програми для дітей 6–9 років;
- програми для дітей 9–12 років.

Подібна диференціація необхідна через урахування специфіки особливостей дітей на різних етапах становлення їхньої особистості. **Вікові особливості дітей можна охарактеризувати за такими групами:**

1. *Діти молодшого віку:* допитливі, рухливі, активні, проте швидко втомлюються, що вимагає швидкої зміни діяльності. Орієнтуються на авторитет дорослих – намагаються наслідувати їхню поведінку. Із задоволенням грають, малюють, ліплять тощо. Група вимагає підвищеної уваги через швидку стомлюваність, схильність до перегріву/переохолодження, нестачу життєвого досвіду.

2. *Діти середнього віку:* характеризуються підвищеною збудженістю, емоційністю, конфліктністю. Достатньо легко захоплюються грою, змаганнями, творчістю. Важливо підтримувати інтерес шляхом яскравих заходів.

3. *Діти підліткового віку:* через початок статевого дозрівання та відповідну перебудову організму потребують діяльності, скерованої на витрату значної енергії. Часто до пропозицій аніматорів ставляться скептично. Віддають перевагу дискотекам, спілкуванню з однолітками, участі у конкурсах тощо. Доцільно залучати до розроблення та організації анімаційних заходів, підготовки ігор та змагань, надаючи можливість відчути себе у ролі «лідера».

Середземноморські курортні готелі приділяють значну увагу організації дитячої анімації. Так, мережа готелів «*Greccotel Hotels & Resorts*» пропонує маленьким гостям насичену анімаційну програму, що складеться з комплексу заходів, направлених не лише на розваги, але й ознайомлення з історією і культурою Греції (табл. 3.7).

Таблиця 3.7 – План анімаційних заходів дитячого клубу готельної мережі «Grecotel» на тиждень

День тижня	Тематична назва	План заходів
Понеділок	Місто майстрів	розмальовування каменів або плетіння вінків й майстрування прапорців, макіяж клоунів, розфарбовування футболок, малюнок власного портрету або картинки відпочинку
Вівторок	День піратів (індійців, або Астерікса та Обелікса й ін.)	створення костюму, піратського прапору, пов'язки на око; малюнок мапи скарбів, полювання за скарбами, гра в піратів на кораблі
Середа	День навколишнього середовища	навчально-пізнавальна лекція-гра про рослинний або тваринний світ країн світу, спостереження та догляд за рослинами або тваринами, годування тварин міні-зоопарку
Четвер	День міфології	пізнавальна гра «Міфи та легенди про грецьких богів і героїв», костюмований спектакль за мотивами грецьких міфів
П'ятниця	Олімпійські ігри	дитяча аеробіка, веселі змагання, ігри в міні-басейні, супер-естафета, конкурс на кращу пісочну скульптуру на пляжі, катання на «банані»
Субота	«Вихідний день для батьків»	повний нагляд за дітьми з 08.00 до 20.30
Неділя	Грецький день	приготування грецького печива або грецького салату, вивчення грецьких слів, виготовлення грецької тогі

За бажанням відпочиваючих на час їхньої тривалої відсутності в готелі аніматори можуть надавати послуги доглядальниці (няньки) (*baby-sitting*).

Робота аніматора в міні-клубі – важка праця. Дитячий аніматор повинен враховувати цілу низку фізіологічних і психологічних особливостей дітей різного віку, створювати такі умови, щоб кожна дитина була зацікавлена і мала змогу виявити і реалізувати себе як особистість. Аніматор повинен вміти вирішувати міжособистісні конфлікти, скеровувати діяльність дітей, зацікавлювати та надихати. Кожній дитині необхідно надавати можливість активної участі в заходах: у дитячих групах потрібно постійно змінювати учасників та розподіляти ролі.

Діти відрізняються від дорослої публіки своєю хитливою психікою, бажанням постійно знаходитися в русі. Тому аніматори, окрім роботи з пластиліном, малювання, співу і хороводу, пропонують батькам займатися з їхніми дітьми рухливими іграми.

Аніматори міні-клубу повинні мати спеціальну педагогічну підготовку та досвід роботи з дітьми. Перед початком роботи в міні-клубі аніматорам доцільно пройти курс практичної анімації та обов'язків інструктаж із техніки безпеки.

Особливу увагу варто приділяти організації свят для дітей. Тема свят визначається з обов'язковим урахуванням можливостей матеріально-технічної бази закладу розміщення, складу контингенту учасників, участі всіх батьків, із максимальним дотриманням правил техніки безпеки.

3.5 Методика розроблення та організації анімаційних програм

За останні роки закордонні курорти вдало переорієнтувалися з обслуговування традиційних груп споживачів – людей похилого віку – на інші вікові категорії шляхом упровадження широкого спектру розважальних (анімаційних) програм (табл. 3.8), що пропагують здоровий спосіб життя [25, с. 200]. Цей досвід сьогодні активно запозичений українськими готелями.

Таблиця 3.8 – Схема анімаційних послуг у закордонних курортних готелях

Стандарт	Додатково	Ексклюзив
Дитяче містечко	Прокат велосипедів, роликів, скутерів	Скалодром
Дитяча кімната	Тенісні корти	Пейнтбол-клуб
Гральні автомати	Стрільба з лука та арбалета	Ролердром
Волейбольний майданчик	Баскетбольний майданчик	Батут
Пляж	Парк	Комп'ютерний клуб
Басейн	Дайвінг-центр	Автодром
Танцпол	Спорклінг	Армрестлінг-клуб
Спорткомплекс	Пневмотир	Міні-аквапарк
	Клубна пісня-гімн	Танець готелю

В індустрії гостинності та туризмі під **анімаційною програмою** розуміють об'єднаний загальною метою або задумом план проведення туристських, фізкультурно-оздоровчих та культурно-масових, пізнавальних і аматорських занять.

Якість анімаційних програм залежить від правильності їхньої організації. Організаторська діяльність зумовлює наявність у фахівців уміння розподіляти роботу, персонально визначати обов'язки, права і відповідальність, встановлювати час виконання робіт, розробляти систему контролю за виконанням прийнятих рішень, вести справи так, щоб бачити і вирішувати корінні питання в перспективі.

У туранімації **анімаційні програми розподіляють на типи** [8]:

Перший тип:

– **спортивні анімаційні** – призначені для туристів, які захоплюються тим або іншим видом спорту і тих, хто приїхав до спортивно-туристського комплексу для занять спортом за визначеною системою тренувань у сполученні з відпочинком;

– **спортивно-розважальні** – орієнтовані на туристів будь-якого віку та засновані на залученні туристів до активного руху через привабливі, захоплюючі, веселі конкурси й змагання.

Другий тип:

– **видовищно-розважальні** – святкові заходи, конкурси, фестивалі, карнавали, тематичні дні, ярмарки, дискотеки, танцювальні вечори, концерти художньої самодіяльності і т. д.;

– **пригодницько-ігрові** – будуються на зіткненні туриста будь-якого віку, статі, національності, освіти з цікавим, хвилюючим, незвичайним (участь у рольових іграх і конкурсах, відвідуванні печер, піратській вилазці, вечері народних переказів і легенд, нічному поході, нічному спуску на гірськолижному курорті, у тематичному пікніку тощо).

Третій тип:

– **спортивно-пізнавальні** – будуються на залученні туристів до духовно-моральних цінностей в процесі активного відпочинку (походи, пішохідні екскурсії і т. д.);

– **екскурсійні** – складаються з різних видів екскурсій; навчальні програми допомагають туристам набути різних вмінь і навичок (різні види спортивних занять, ремесел тощо);

– **культурно-пізнавальні** – будуються на залученні туриста до культурно-історичних і духовних цінностей нації, країни, місцевого населення (відвідування музеїв, театрів, кінотеатрів, художніх галерей, парків, виставок, національних фольклорних заходів, концертів, вечорів поезії, зустрічей з відомими діячами культури);

– **аматорські (творчо-трудові)** – будуються на залученні туристів до творчості, співтворчості, змагання у виготовленні місцевих виробів, що викликає в них інтерес до національних особливостей місцевого населення (аукціон виробів із природних матеріалів, конкурс аматорської фотографії, фестиваль авторських віршів і пісень, концерт вокальних і інструментальних виконавців, виставка дитячого малюнка, піскової скульптури і т. д.).

Четвертий тип – комплексні програми, комбіновані з однорідних програм.

Проект анімаційної програми – заздалегідь розроблена модель поступових дій, що передбачає порядок, послідовність, строки виконання запланованих анімаційних заходів щодо організації, створення й реалізації тієї або іншої програми.

Під час проектного обґрунтування анімаційної програми необхідно враховувати такі параметри:

- мета, завдання, зміст, задум реалізації;
- цільова аудиторія;
- структура й логіка побудови;
- місце, період і строки реалізації;
- кадрове забезпечення;
- умови надання анімаційних послуг у межах програми;
- конкурентні переваги і критерії якості надаваних у межах програми анімаційних послуг.

Реалізація анімаційного проекту залежить від професійної майстерності постановника і режисера анімаційної програми у сфері туристської діяльності, що визначається умінням знаходити найбільш оптимальні, прийнятні способи впливу на особистість туриста, задоволення його потреб і інтересів на основі застосування універсальних, придатних для різних організаційно-економічних умов методів, які становлять визначені закономірності, стійкі і надійні правила функціонування технологічного процесу.

Формуванню анімаційної програми передують відповіді на такі запитання:

1. Яка цільова аудиторія (на кого орієнтована програма)?
2. Що становить основу анімаційної програми (головна ідея, цільовизначення)?
3. Як побудувати анімаційний захід (завдання технологічного процесу й шляхи їхнього вирішення для досягнення визначеної мети)?

Мета розроблення анімаційних програм:

- задоволення потреби туриста у самовираженні;
- заохочення туристів (гостей) у розвитку своїх умінь;
- спрямування розваг і навичок у творче русло;
- врятування від щоденних проблем і стресів;
- зміна іміджу й розслаблення напруги;
- набуття додаткових знань у галузі культури.

Методика організації процесу підготовки анімаційної програми залежить від низки факторів:

- 1) соціальна значущість і масштаби проведеного заходу;
- 2) конкретне місце проведення (парк, вулиця, площа, стадіон, садиба, архітектурний ансамбль, берег річки);
- 3) зміст заходу (художньо-історичний, спортивно-технічний, естрадно-танцювальний та ін.).

Для створення анімаційної програми недостатньо лише розбиратися в законах її драматургічної побудови. Необхідно знати і точно розуміти можливості кожного виразного засобу, вміти використовувати можливості методів художнього монтажу, ілюстрування, театралізації гри. За допомогою цих методів створюється (із проекту переходить у реальну конструкцію) анімаційна програма, у якій вирішуються соціально-педагогічні і психологічні завдання.

Основні методи, які використовують під час розроблення анімаційних програм, наведені на рисунку 3.9.

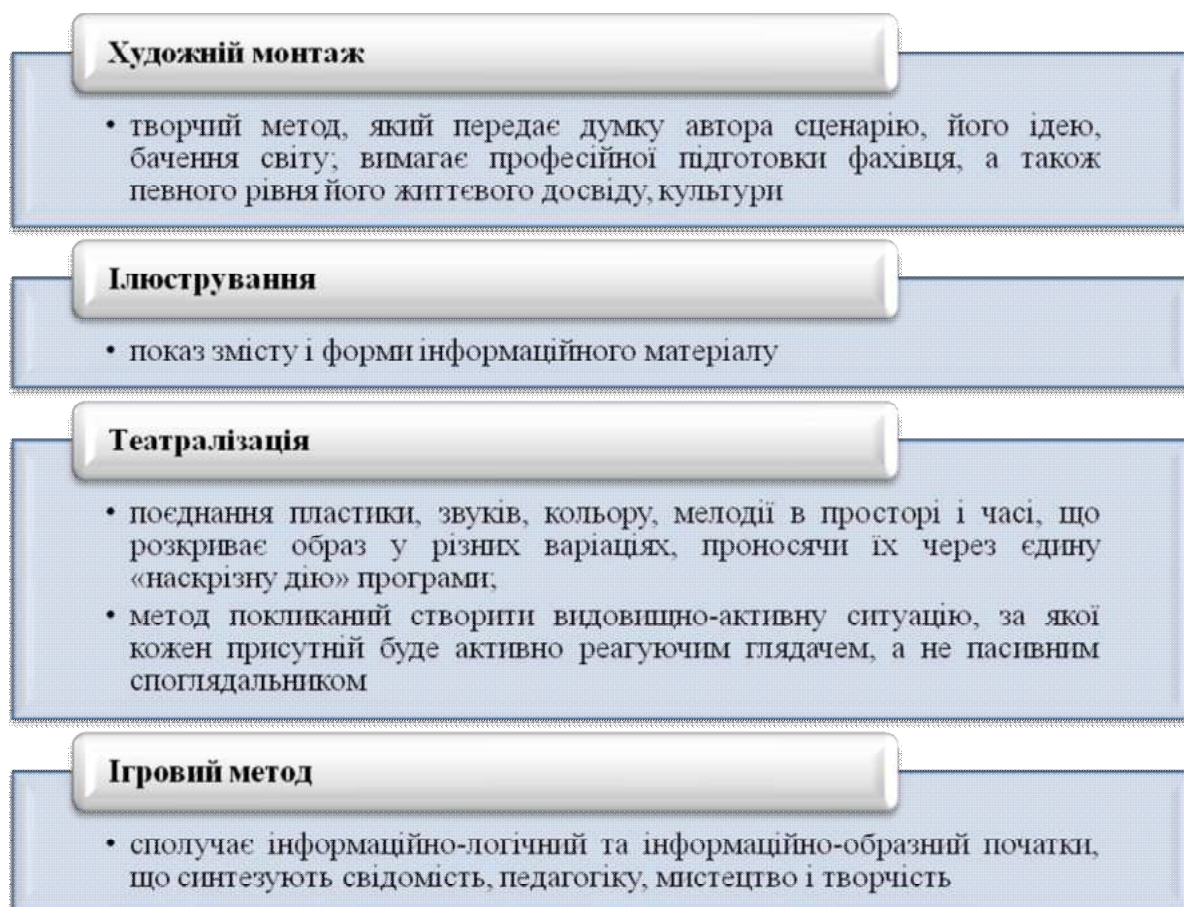


Рисунок 3.9 – Основні методи, які використовують під час розроблення анімаційних програм

Сполучення цих методів дозволять глибоко і повно розкрити та втілити на практиці анімаційні програми, що створюють передумови для розвитку туристської діяльності.

Застосування тих або інших методів неможливо без освоєння сценарно-режисерської технології анімаційної діяльності, що складає основу видовищних заходів і включає принципи драматургії (масового дійства, що створюється через вибудовування і програвання сюжетно-образного рішення програми) і режисури масових анімаційних програм.

Комплекс прийомів роботи аніматора, організація цієї роботи, використання спеціальних технічних засобів (об'єктів, споруд, інструментів тощо) є **технологією створення анімаційних програм** [9, с. 25].

Технологію створення і реалізації анімаційних програм як системи з декількох взаємопов'язаних підсистем наведено на рисунку 3.10.



Рисунок 3.10 – Підсистеми створення анімаційної програми

Складові, на яких базується технологічний процес створення анімаційних програм (об'єктно-суб'єктні поведінкові лінії), наведені на рисунку 3.11.

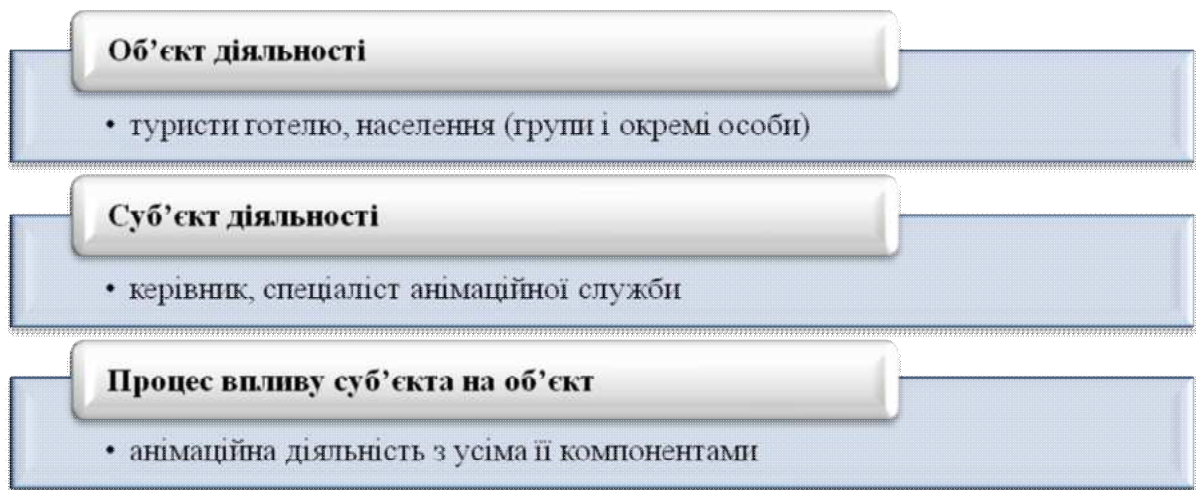


Рисунок 3.11 – Складові, на яких базується технологічний процес створення анімаційних програм (об'єктно-суб'єктні поведінкові лінії)

Основні етапи формування анімаційної програми: 1) сценарна розробка; 2) режисерське втілення сценарію на ігровому чи сценічному майданчику; 3) реалізація ідейно-тематичного задуму сценариста і режисера аніматорами.

Функцію розробки сценарію, як правило, виконують режисери-постановники (топ-аніматори, шеф-аніматори).

Підготовка анімаційної програми здійснюється декількома етапами [13, с. 38–39].

Перший етап – етап творчого проектування:

- визначення форми майбутньої анімаційної програми з орієнтацією на певну аудиторію, специфіку режисури;
- точний вибір місця проведення анімаційної програми, зважаючи на попередню сценарну заявку;
- створення повного сценарію анімаційної програми;
- складання кошторису витрат на проведення анімаційної програми;
- пошук акторів і творчих колективів на місцях проведення програм.

Другий етап – репетиційно-постановочний:

- проведення організаційних заходів на місці реалізації анімаційної програми;
- виготовлення необхідних декорацій, костюмів, реквізиту;
- оренда звукової й світлової апаратури, інших технічних засобів, виготовлення або оренда сцени;
- запис фонограми анімаційної програми в студії;

- оренда транспорту для перевезення технічних засобів, артистів;
- проведення репетицій з колективами і солістами спочатку в закритому приміщенні, а потім декількох репетицій безпосередньо на місці проведення анімаційної програми;

- проведення рекламної кампанії із висвітлення майбутнього заходу.

Третій етап – творчий результат:

- проведення художньо-історичної програми у природному ландшафті в призначений час;

- відео- й фотозйомка анімаційної програми.

Четвертий етап – підведення підсумків:

- неформальне обговорення роботи оргкомітету та анімаційної команди;

- виплата гонорарів артистам і режисерсько-постановочній групі;

- виготовлення відеофільму та фотоальбому про анімаційну програму.

Основні етапи технологічного процесу створення анімаційної програми наведено на рисунку 3.12 [9, с. 27].



Рисунок 3.12 – Технологічний процес створення анімаційної програми

Програми анімації розробляють залежно від того, наскільки це дозволяє інфраструктура відпочинку об'єкта. Якість анімаційної програми пов'язана переважно з цікавими режисерськими знахідками, багатим арсеналом сценографічних, музичних, пластичних, мовних, прийомів у розробленні та реалізації анімаційних програм. Отже, анімаційні програми створюються аніматорами для розваги гостей, відновлення їхнього здоров'я. Проте цікаво, що одна і та ж програма може викликати в одних людей позитивні емоції, а у інших – прямо протилежні.

Фактори, що впливають на процес сприйняття анімаційних програм:

- вік учасників або глядачів;
- стать індивідуального глядача та складу групи глядачів у цілому;
- етнічна приналежність;
- приналежність до релігійної конфесії;
- рівень розуміння мови, якою проводять анімаційну програму, або сприйняття пантоміми;
- рівень освіти та інтелекту індивідуума або групи індивідуумів;
- національний, груповий та індивідуальний менталітет;
- місце й час проведення анімаційного заходу;
- настрій на момент реалізації програми;
- рівень професійної й спортивної підготовки аніматора;
- харизма, талант, артистизм, комунікабельність, здатність до лідерства виконавця;
- досвід індивідуального й групового виконання елементів анімаційної програми,
- змістовність елементів програм і наявність атрибутики, спортивного реманенту, яскравих костюмів, артистичного реквізиту, звукового й світлового супроводу.

Успішність анімаційної програми у певній мірі залежить від ступеня раціональності організації рекламної кампанії. Реклама, як відомо, це інформація про споживчі властивості товарів і види послуг із метою їхньої реалізації і створення попиту на них. Це інструмент, за допомогою якого споживачу надається інформація щодо змісту, особливостей, привабливості конкретної анімаційної програми з метою зацікавити його взяти у ній участь. Для організації рекламної кампанії необхідно: розрахувати витрати на рекламу; визначити потенційних споживачів (цільову аудиторію) скласти їхню характеристику за демографічними (віком, статтю), етнічними ознаками, соціальним статусом, рівнем доходів та ін.; виявити конкурентів і визначити

переваги власних програм, на які можна звернути увагу в рекламі; обрати канали і способи поширення реклами. Комплекс заходів із просування та реалізації послуг готельної анімації наведено в таблиці 3.9 [22].

Таблиця 3.9 – Комплекс заходів із просування та реалізації послуг готельної анімації

Заходи	Строки і періодичність
1	2
Рекламна підтримка впровадження анімаційної програми з початку нового сезону	
розміщення відео-презентації і текстового анонсу з фотоматеріалами анімаційної програми на сайті готелю	перед початком туристського сезону
публікація рекламних статей про анімацію в готелі на турпорталах	
позиціонування в пошукових системах Інтернет за ключовими словами «анімація в даному регіоні» із посиланнями на сайт готелю	
електронне розсилання новин про розвиток анімації на базі готелю за клієнтською базою	
Налагодження стабільної маркетингової комунікації з аудиторією – потенційними гостями готелю	
створення на сайті готелю інтерактивного сервісу відповідей на запитання про впроваджувану програму анімації як новинки в послугах готелю з імітацією питань і відповідей, що представляють впроваджувану анімаційну програму в максимально виграшному світлі (як явна конкурентна перевага)	перед початком туристського сезону й відновлення протягом сезону – щотижня
оновлення рекламно-інформаційного контенту сайту шляхом публікації фотозвіту про проведені заходи, а також відгуків учасників заходів	щотижня, з моменту початку реалізації програми
створення електронних представництв готелю на великих турпорталах, що здійснюють системну комунікацію з гостями й налагодження комунікації з користувачами за наступною схемою: аналіз відгуків – реєстрація на порталі представника адміністрації готелю, публікація повідомлення про увагу керівництва готелю до всіх недоліків в обслуговуванні й вживанню заходів щодо їхнього усунення – анонс реалізації анімаційної програми на порталі – розсилання листів користувачам з повідомленням про впровадження	з моменту ухвалення рішення про реалізацію програми протягом календарного року
анімаційних послуг на базі готелю й посиланням на сайт готелю, де їх презентують	
Системна рекламно-інформаційної підтримки проведення анімаційних заходів щодо розробленої програми в готелі (для гостей, що перебувають у ньому)	
роздрукування одноденної анімаційної програми для всіх гостей готелю	щодня в сезон

Продовження таблиці 3.9

1	2
роздрукування повнобарвних постерів формату А1 із анонсом кожного великого тематичного заходу в межах програми на сайті готелю та їхнє розміщення на інформаційних площах території готелю	щотижня
контактна рекламно-інформаційна робота співробітників служби анімації з гостями готелю (усне оповіщення)	щодня в сезон

У готельних комплексах на видних місцях вивішуються стенди з інформацією про розваги, де зазначені анімаційні заходи, час їхнього проведення й інші необхідні повідомлення. Анімаційну програму дня необхідно повідомляти ранком по готельному радіо. У деяких готелях із метою привернути додаткову увагу гостей до анімаційних програм, наприклад, по території комплексу ходить клоун у різнобарвному костюмі та в дружелюбно-розважальній манері запрошує гостей взяти участь в анімаційному заході.

Економічне обґрунтування анімаційної програми містить:

- прогнозування обсягу продажів готельного продукту готелю на розрахункову кількість років (3–5 років);
- кошторис прямих матеріальних витрат на реалізацію анімаційної програми для гостей готелю, витрат з оплати праці, накладних витрат, собівартості надаваних анімаційних послуг, собівартості надаваних послуг на одного гостя готелю й на загальну кількість гостей (по роках), комерційних і управлінських витрат при реалізації анімаційної програми;
- загальний план доходів і витрат, пов'язаних із реалізацією анімаційної програми на базі готелю по роках і економічну ефективність програми (чистого наведеного ефекту).

Ефективність залучення гостей до анімаційних програм можна визначити за правилом простої пропорції. Якщо з 250 відпочиваючих за підсумками дня до анімаційних заходів звернулися 30 осіб, то ефективність роботи анімаційної служби складає 12 %. Ведення щоденної звітності дозволить відстежити зміни у попиті гостей, урізноманітнити їхній відпочинок шляхом розроблення та впровадження додаткових анімаційних шоу-програм та спортивних ігор [9, с. 15].

3.6 Сценарій як основний вид драматургії анімаційної діяльності

В основі тематичної анімаційної програми обов'язково має лежати *сценарій* – докладна літературна розробка змісту тематичного заходу, у якій у

чіткій послідовності викладають окремі елементи дії, розкривають тему, показані авторські переходи від однієї частини дії до іншої, наводять зразковий напрямок усіх публіцистичних виступів, вносять використовувані художні твори або уривки з них, передбачають засоби підвищення активності учасників, оформлення й спеціальне устаткування приміщень клубу. Відсутність ретельно розробленого сценарію заходу, заміна його лише сценарним або режисерським планом або так званим планом організації майбутнього заходу приведе до нерозмірності й непогодженості окремих його частин, їх механічного поєднання, збідніння виразних можливостей і недостатнього розкриття ідеї тематичного заходу. Професійний підхід до роботи, зокрема до проведення тематичних заходів, вимагає від сучасних аніматорів уміння розробляти сценарій заходу і реалізовувати його на практиці.

Сценарій анімаційного заходу – продукт синтетичний, через свою багатожанрівість, розмаїття засобів виразності й прийомів впливу на туристів. Часто сценарій комплексної програми складається з декількох блочних міні-сценаріїв, які тематично та ідейно об'єднані в один. Мета – засобами гри, театралізації, слова, музики, танцю підняти життєвий тонус людини, прискорити процес досягнення нею рекреаційного ефекту. Водночас сценарист не повинен забувати про інформаційне наповнення програми та її культурно-естетичний рівень.

За видами сценарії анімаційних програм поділяють на:

- *сценарії театралізованих програм* (капусників, вистав, театралізованих шоу тощо);
- *сценарії вербальних або інформаційних програм* (тематичних вечорів, вечорів запитань та відповідей, круглих столів, дискусійних заходів тощо);
- *сценарії ігрових програм*;
- *сценарії музичних програм* (концертів, музичних конкурсів і фестивалів, музично-салонних заходів тощо);
- *сценарії танцювальних програм* (балів, танців під живу музику, дискотек тощо);
- *сценарії комплексних заходів* (свят, фестивалів, карнавалів тощо).

Основний творчий прийом побудови драматургічного фундаменту, що об'єднує зазначені вище форми, – монтаж. Працюючи над сценарієм, режисер-аніматор повинен чітко визначити його тему та ідею, творчі можливості аніматорів, художньо-постановчі засоби, місце дії, масштаб анімаційного заходу. Сценарій – це не лише організаційний план вистави, у ньому зосереджено й виражено образне бачення теми, дії, ідеї, заради втілення яких

здійснюється той чи інший анімаційний захід.

Види сценаріїв залежно від форми заходу та його завдань:

1. **Літературний** – це послідовне, докладне, літературне викладення змісту і дії анімаційного заходу, переважно театралізованої форми (театралізованих шоу, концерту, вистави, свята). Літературний сценарій театралізованих програм має свій робочий варіант – монтажний лист – це своєрідна карта режисера, на якій розкреслена вся майбутня програма і розписані всі деталі.

2. **Режисерський** – авторський творчий задум, індивідуальне тлумачення змісту твору, що об'єднує роботу над постановкою вистави з урахуванням усіх учасників: акторів, художників, композиторів і т. д.) [13, с. 20].

Створення сценарію анімаційної програми і його втілення – процес творчої дії, що потребує вигадки, фантазії, оригінальних прийомів організації. Він повинен мати дієвість (до того ж видовище має бути захоплюючим), мати характер «зримого сценарію» – бути не просто літературно описовим, а передбачати всі епізоди, вузлові моменти дії і те, як вони будуть відбуватися. Сценарій анімаційного заходу специфічний. Його специфіка полягає в тому, що це не просто художній твір, а розгорнутий план дій, який включає різноманітні елементи, кожний з яких має свій зміст і структуру. Важливим етапом роботи над сценарієм також є *композиційне рішення*, тобто побудова, розташування компонентів, що складають дію, установлення між ними значущої і хронологічної залежностей, порядок їхнього включення в дію. Крім загального композиційного рішення в сценарії, розробляються і композиції кожного з вхідних у нього елементів – конкурсів, ігор, концертів, вистави, аукціонів тощо.

Основні етапи роботи над сценарієм тематичного заходу наведені на рисунку 3.13.

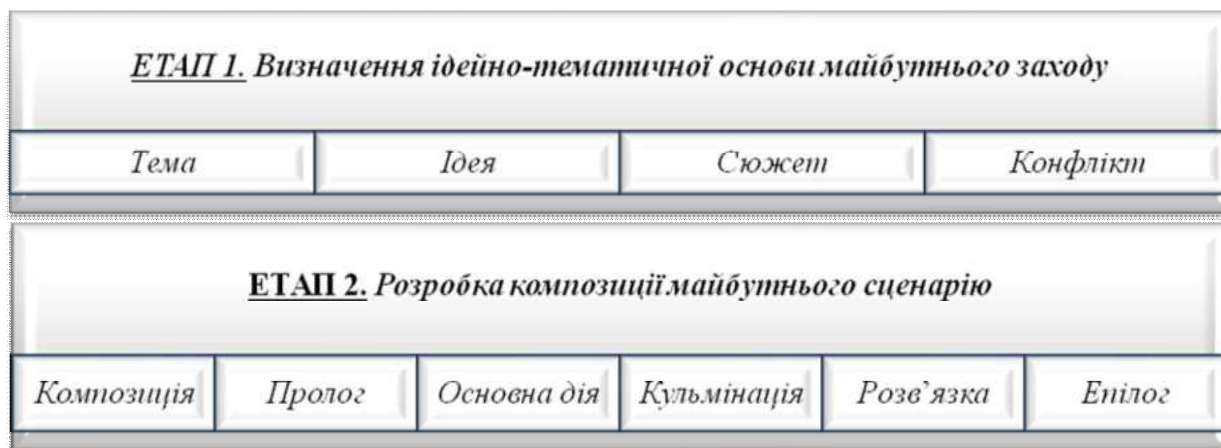


Рисунок 3.13 – Основні етапи роботи над сценарієм тематичного заходу

Етап 1. Визначення ідейно-тематичної основи майбутнього заходу.

Цей етап передбачає визначення *цільової аудиторії*, на яку орієнтований запланований тематичний захід, кількості аніматорів, задіяних в організації заходу, а також чітке визначення теми й ідеї заходу. В аніматорській практиці ці поняття часто недооцінюють, змішують, підмінюють одне іншим, що неминуче відбивається на якості сценарію.

Тема – коло життєвих явищ, відібраних і освітлених автором у сценарії. Інакше кажучи, тема – це те, про що автор хоче розповісти учасникам заходу.

Ідея – основний висновок, основна думка, авторська оцінка зображуваних у сценарії подій. Ідея – те, заради чого проводять захід. На основі ідеї вирішують методичні питання. Ідея сценарію, що стала поглядом автора, є стрижнем для підбора документального й художнього матеріалу, представляє конфлікт, композицію, образний лад, підбір акторів. Нечіткість ідеї, як правило, обертається нечіткістю сценарію, його основних значеннєвих акцентів.

Тема звичайно задана із самого початку, а до ідеї як загального головного висновку сценарист і режисер повинні підвести учасників і глядачів театралізованої дії. Типова помилка полягає в тому, що нерідко ідею подають у готовому виді із самого початку тематичного заходу. Тим часом завдання полягає в тому, щоб розбудити активне сприйняття дії, долучити кожного учасника заходу до події й самому осмислити ідею, якій передбачає розвиток дії. У цьому творчому процесі глядач стає співучасником масового заходу. Тема й ідея нерозривно взаємопов'язані і в сукупності створюють ідейно-тематичну основу сценарію. Однак для створення клубного сценарію, як і будь-якого літературного твору, недостатньо визначити його тему. У сценаріях найчастіше відсутній конкретний сюжет, тобто основні події, що розвиваються, ланцюг подій, побудованих на конфлікті.

Пошуки яскравого, цікавого **сюжету** – невід'ємна частина роботи над сценарієм, важлива вимога клубної драматургії. Обравши сюжет для масового заходу, потрібно організувати художній і публіцистичний матеріал так, щоб сюжет розвивався від події до події, у сценічній дії.

Принципи побудування сюжету: 1) літературно-оповідальний принцип; 2) драматичний принцип; 3) сюжет-зіставлення; 4) сюжет-алегорія; 5) сюжет-метафора; 6) сюжет-гіпербола; 7) сюжет-пародія; 8) сюжет-гротеск; 9) сюжет-сатира; 10) сюжет-іронія; 11) сюжет-гумор; 12) сюжет-комедія [13, с. 25–27].

Тематичний захід – це ідейно й сюжетно організована єдність, зв'язний ланцюг усних виступів, дій, зорових образів, злитих у межах сюжету сценарно-режисерським задумом. Розвиток сюжету в сценарії тематичного заходу

неможливий без визначення й розроблення *конфлікту*. Може виражатися в подоланні людьми труднощів, перешкод під час досягнення певних цілей.

Етап 2. Розроблення композиції майбутнього сценарію. Передбачає реалізацію конфлікту, розвиток сюжету в сценічній дії. *Композиція* – це організація дії, відповідне викладення матеріалу.

На початку сценарію необхідний *пролог* – своєрідний вступ до заходу, який емоційно налаштовує на сприйняття історії.

Далі формулюють *експозицію*, тобто коротку розповідь про події, що передували виникненню конфлікту та його викликали. Експозиція в сценарії звичайно переростає в *зав'язку*. Експозиція й *зав'язка* мають бути гранично чіткими, лаконічними. Вони несуть більше психологічне навантаження, тому що зосереджують увагу глядача, готують його до сприйняття дії, налаштовують на певний лад.

Наступна частина сценарної композиції – *основна дія*, тобто зображення процесу боротьби, її перипетій, ланцюга подій і зіткнень, у яких вирішується конфлікт. Основна дія зазвичай розпадається на ланцюг взаємозалежних і взаємообумовлених епізодів, кожен із яких має свою логіку, свою внутрішню композицію, через яку червоною ниткою проходять ідея й тема сценарію (антуражні події з ролями й атрибутикою, тематичною добіркою музики й місця проведення). У цьому заході гості стають безпосередніми учасниками програми, її персонажами в ретельно розроблених образах.

Дія обов'язково має бути підведена до *кульмінації*, тобто до найвищої її точки. У момент кульмінації найбільш концентроване вираження знаходить ідея клубного театралізованого подання. Після кульмінації має впливати *розв'язка* – фінал дії – важлива частина композиції. Її відсутність або незавершеність залишає відчуття незакінченості всього заходу. Фінал несе особливе смислове навантаження, тому що є найбільш вигідним моментом для максимального прояву активності учасників масового заходу. Розповсюдженою формою фіналу в масовому заході постпозиція або *епілог* – об'єднаний виступ на сцені всіх виконавців, колективний масовий спів, прийняття клятви, звернення.

Дія в сценарії підкоряється таким основним методичним вимогам:

1. *Чітка логічність побудови сюжету й розвитку конфлікту.* Кожний епізод сценарію має бути логічно обумовлений, змістовно пов'язаний з попереднім і наступним.

2. *Поступове наростання дії.* Задана експозицією-зав'язкою дія має розвиватися по наросталій лінії до кульмінації й розв'язки.

3. *Закінченість кожного окремого епізоду.* Сценарій завжди складається з епізодів, кожен із них має внутрішню логіку побудови й має бути обов'язково закінченим, перш ніж починається інший. У мініатюрі кожен епізод повинен повторити всі елементи сценарію, закінчену композицію. Із метою запобігання ефекту «рваного монтажу», важливо обробляти стики між епізодами. Вдалий монтаж створює відчуття цілісності, злитості різних елементів: пісні й кінокадрів, музики й драматургічного фрагмента, зливає воедино художню ілюстрацію й документальний виступ. Уміння монтувати різноманітний матеріал у єдиний цілісний добуток – найважливіша навичка аніматора.

Зразки оформлення режисерської документації, що забезпечують анімаційну програму, наведено в таблицях 3.10–3.12.

Таблиця 3.10 – Зразок оформлення звукової партитури сценарію

№ з/п	Фрагмент дії	Включення позиції	Вимикання позиції
1	Зустріч глядачів у фойє	Ф1 (фонограма «Маршові пісні»)	
2	Вхід глядачів до зали		Ф1
3	Команда режисера	Ф2 (фонограма «Фанфари»)	
4	Ведучий становиться до мікрофону		Ф2 (зняти гучність плавно)
5	Заключне слово монологу ведучого: «...просимо піднятися на сцену!»	Ф3 (фонограма «Вихід»)	
6	На сцену піднявся останній конкурсант		Ф3 (плавно)
7	<i>І так далі протягом усього заходу</i>		

Таблиця 3.11 – Зразок оформлення світлової партитури сценарію

№ з/п	Фрагмент дії	Включення позиції	Вимикання позиції
1	2	3	4
1	Зустріч глядачів у фойє	світло у фойє	
2	Вхід глядачів до зали	загальне світло в залі	Ф1
3	Команда режисера	увімкнення софітів № 1, 4, 6, 9 (швидкість впливання світла 10 с). Увімкнення софітів № 24, 22 (швидкість впливання світла 10 с)	загальне світло залу вимкнути
4	Ведучий становиться до мікрофону		Ф2 (гучність зняти плавно)

Продовження таблиці 3.11

1	2	3	4
5	Заключне слово монологу ведучого: «...просимо піднятися на сцену!»	ФЗ (фонограма «Вихід»)	
6	На сцену піднявся останній конкурсант		ФЗ (плавно)
7	<i>І так далі протягом усього заходу</i>		

Для організації анімаційних програм у готелі використовують календар свят і знаменних подій.

За умови постійної ротації контингенту відпочиваючих необхідним також є створення галузевого банку типових сценаріїв і циклів рекреаційних занять для складання програм туристського відпочинку на місцях із огляду на регіональні особливості, а також типові плани обслуговування турів і типові плани організаційно-технічних заходів для реалізації турів.

Контрольні запитання

1. Надайте визначення терміну «анімаційна програма».
2. Види анімаційних програм.
3. Що становить структура типових анімаційних програм?
4. Основні етапи технологічного процесу розроблення анімаційної програми.
5. Які фактори необхідно враховувати під час розроблення анімаційних програм?
6. Охарактеризуйте типи поведінки споживача анімаційних послуг.
7. Особливості процесу сприйняття особистості споживача анімаційних послуг.
8. У чому полягають гендерні розходження в психології чоловіків і жінок?
9. Вікові особливості психології споживача анімаційних послуг.
10. Етнічні особливості психології споживача анімаційних послуг.
11. Які методи використовують під час підготовки й проведення анімаційних заходів?
12. Основні завдання анімаційної служби в готелі.
13. Що розуміють під сценарним планом анімаційної програми?
14. Складіть приблизний план роботи аніматора на тиждень.

Таблиця 3.12 – Монтажний лист театралізованої вистави

№ з/п	Час	Місце	Дія	Звук	Світло	Виконавці	Відповідальний	Технічне оснащення	Примітка
1	11.00–11.30	фойє перед актовою залою	раус-зустріч	музична фонограма «Раус»	денне світло		М. Іванова	звукова партитура	
			вітання гостей і учасників			ростові ляльки (Ведмідь, Сніжна баба, Вовк, Червона шапочка)		маски і костюми	
			вікторина «Продовж казку»			Фея і Паж		костюми, ручки, листівки, анкети-вікторини	
2	11.30–11.45	глядацька зала	вхід до зали, розміщення		загальне світло	чергові по розсаджуванню глядачів – дві людини	М. Іванова		
3	11.45–12.15	сцена й зал	початок конкурсу		зал – затемнення. Світло на сцені	сцена й зал	В. Петрова (випускаючий режисер)	звукова й світлова партитури, мікрофони на стійках – 6 шт., радіомікрофон у ведучого в петличці	
			вихід ведучого (праворуч)	фонограма «Фанфари»		ведучий			
			вітання ведучого			ведучий			
			вихід конкурсантів (із зали зі своїх місць)	фонограма «Вихід конкурсантів»		6 пар конкурсантів			
			представлення конкурсантів			ведучий			
...	І так далі до закінчення всього заходу								

Перелік тестів для засвоєння матеріалу

Тест 1. *Об'єднаний загальною метою або задумом план проведення туристських, фізкультурно-оздоровчих і культурно-масових, пізнавальних і аматорських занять – це:*

- а) анімаційна послуга;
- б) анімаційна програма;
- в) анімаційний захід;
- г) анімаційне шоу.

Тест 2. *Для цільового конструювання анімаційних програм виділяють такі функції туранімації:*

- а) адаптаційна, стабілізувальна, інформаційна, удосконалююча, рекламна;
- б) адаптаційна, компенсаційна, стабілізувальна, інформаційна, удосконалююча, рекламна;
- в) адаптаційна, компенсаційна, стабілізувальна, оздоровча, інформаційна, освітня, удосконалююча, рекламна;
- г) жодної вірної відповіді.

Тест 3. *Спортивні та спортивно-розважальні програми відповідно до умовної типології напрямків і програм туранімації можна зарахувати до:*

- а) першого типу;
- б) другого типу;
- в) третього типу;
- г) четвертого типу.

Тест 4. *До якої з підсистем створення та реалізації анімаційних програм зараховують створення і розробку сценаріїв заходів, текстів екскурсій, підбір спортивних ігор і змагань, складання маршрутів походів із подальшим розробленням методичних рекомендацій?*

- а) організаційної;
- б) інструкторсько-методичної;
- в) режисерської;
- г) технічної.

Тест 5. *Метод, покликаний створити видовищно-активну ситуацію, за якою кожен присутній виступає активно реагуючим глядачем, а не пасивним споглядальником має назву:*

- а) художній монтаж;
- б) ілюстрування;
- в) театралізація;
- г) ігровий метод.

Частина II

**ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЇ
(ЗА ВИДАМИ)**

РОЗДІЛ 4 СПЕЦИФІКА ВЕРБАЛЬНОЇ АНІМАЦІЇ

4.1 Вербальна анімація: поняття, сутність, форми

У житті сучасного соціуму спілкування відіграє важливу роль. Повноцінний розвиток особистості за відсутності спілкування неможливий.

Під **спілкуванням** розуміють процес встановлення і розвитку контактів між людьми, який породжується потребами спільної діяльності і містить обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття та розуміння іншої людини [26, с. 7].

Одним із основних засобів людського спілкування є вербальне (словесне) спілкування, яке відбувається за допомогою мови (усної або письмової).

Основні функції спілкування за С. Д. Максименком наведено на рисунку 4.1 [26, с. 9].

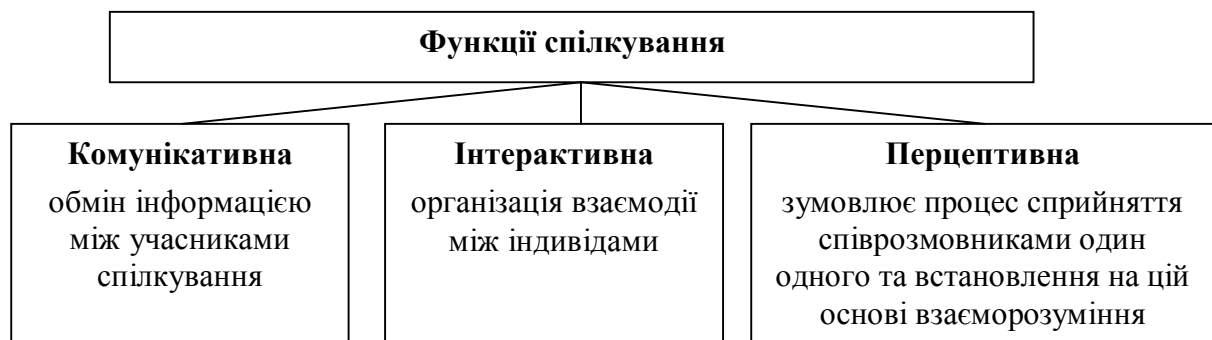


Рисунок 4.1 – Основні функції спілкування

В основі вербальної анімації полягає принцип вербального (від лат. *verbalis*, від *verbum* – слово), усного спілкування.

Вербальна анімація – це комплекс активізовувальних, комунікативних заходів, основним засобом виразності яких є слово.

Вербальна форма спілкування в умовах культурно-дозвілєвої діяльності є особливо важливою через вплив живого слова в комунікативній діяльності на інтелект, психіку, духовне начало людини. За думкою психологів, серед усіх видів спілкування, у які постійно залучається людина, до 2/3 часу припадає на його усні види. Звукова мова як універсальний засіб спілкування, безпосередньо пов'язаний зі свідомістю, виступає своєрідною матеріальною оболонкою думок людини. Усна мова здатна наблизити людей один до одного, створити атмосферу взаєморозуміння і єдності.

Сила усної мови – в її емоційній напруженості, у здатності передати найтонші відтінки думки і почуття. Сильним засобом впливу на аудиторію або

окремого слухача є *інтонація живої мови*. Під час спілкування з туристами аніматор має розуміти, що звуковий сигнал є головним каналом його зв'язку з аудиторією. При цьому на рівень сприйняття аудиторією інформації, а в кінцевому результаті – на успіх анімаційного заходу суттєво впливає те, у якій формі подається інформація, яка в аніматора культура мовлення і техніка спілкування.

Найбільш адаптивними до **функцій вербальної анімації** можна зарахувати класифікацію функцій спілкування за В. А. Семиченко [26, с. 9]:

1) *контактна* – встановлення комунікації як виявлення взаємної готовності прийняти та передати інформацію;

2) *інформаційна* – обмін інформацією;

3) *спонукальна* – стимул, спрямування активності на виконання певних дій;

4) *координаційна* – взаємна орієнтація на узгодження дій для спільної діяльності;

5) *розуміння* – адекватне сприйняття і розуміння стилю поведінки, взаєморозуміння;

6) *амотивна* – цілеспрямоване викликання необхідних емоцій, обмін емоціями, зміна у партнерів і емоційних станів;

7) *встановлення відносин* – усвідомлення та фіксація свого місця в системі;

8) *здійснення впливу* – зміна стану, поведінки; ціннісно-мотиваційної сфери; особистісно-сміслових утворень; намірів, настанов, думок, рішень, потреб, дій, оцінок.

Дуже важливим каналом зв'язку аніматора з туристами є візуальний канал або **кінетичний код** – сукупність міміки, жесту, руху.

Характерні риси вербального спілкування:

1) *пряма комунікація*, коли між аніматором і аудиторією відсутні перешкоди. Постійно спілкуючись із туристами, спостерігаючи їхню поведінку, зовнішній вигляд, реакції на зовнішні подразники, репліки, аплодисменти, сміх (зворотній зв'язок), вербальний аніматор має можливість адресно підійти до підготовки свого виступу та за необхідності скорегувати його;

2) *адресність спілкування* (диференційований – груповий, дрібногруповий, індивідуальний) підхід до потенційної аудиторії аніматора з туристами. Навіть коли відбувається масовий захід, аніматор використовує в своєму тексті знання про окремих людей; про події, що з ними пов'язані; про ситуативні спільності, що з'явилися під час подорожі чи в процесі відпочинку;

3) *особистий вплив аніматора на аудиторію живе спілкування*. Аніматор будує стосунки з аудиторією за принципом живої взаємодії (не «я» і «вони», а «ми»), створюючи стан емоційної індукції, або «експресії почуттів», коли не лише зміст промови, але й почуття, емоції, переконливість аніматора передаються слухачам;

4) *оперативність і доступність інформації*. Аніматор інформує туриста щодо розташування об'єктів відпочинку, розваг, екскурсій, план проведення анімаційних заходів тощо.

Необхідною умовою фахової підготовки аніматора є знання іноземних мов. Аніматор повинен володіти низкою інших професійних якостей, навичок і вмінь, серед яких виділяються ерудиція, висока загальна культура, відчуття міри, знання психології людини, вміння професійно підготувати текст виступу тощо. Набуті навички й вміння – своєрідна надбудова майстерності аніматора, фундаментом якої виступають природні якості – приємний, сильний голос, хороша дикція, здатність інтонувати процес мовлення, приємна зовнішність, почуття гумору.

Важливою якістю професійного аніматора є *екстраверсія* – товариськість, інтерес і потяг до людей, здатність швидко знаходити з ними емоційний контакт, завойовувати довіру.

Перед багатьма аніматорами постає проблема *імпровізації* – здатності говорити перед публікою експромтом, без підготовки. Головною умовою успішної імпровізації є глибокі знання і певний досвід публічного спілкування.

Вербальна анімація базується на *ораторському мистецтві* – одному з найдавніших мистецтв.

До основних форм вербальної анімації зараховують:

1) *монолог*;

2) *діалог* (зокрема лайки, суперечки, дискусії, диспути, круглі столи);

3) *бесіду*. На відміну від інших форм вербальної анімації бесіда характеризується діалогічністю, інтелектуальною й емоційною активністю, керівною роллю ведучого. *Структура бесіди*: вступ ведучого, колективне обговорення проблеми, підведення підсумків і заключне слово ведучого. Однією з найпопулярніших форм бесіди є *обговорення мистецької або спортивної події*. Форма обговорення передбачає залучення туристів не лише як рядових учасників, а й як ведучих;

4) *творчу зустріч* (запрошення митців, відомих акторів, художників, літераторів, музикантів, які розповідають про себе, про свою творчість, своє бачення життєвих ситуацій). Перед початком зустрічі ведучий робить вступне

слово, пропонує ставити митцю запитання (у вигляді записок, безпосередньо через мікрофони).

Серед *монологічних форм* у практиці анімаційної діяльності використовують лекції і розповіді.

Лекція – це цілеспрямований, науковий виступ фахівця з тієї чи іншої проблематики, поданий у доступній формі зрозумілою для слухача мовою. Лекція передбачає певну систематизацію матеріалу навколо теми, показ певних закономірностей, пояснення взаємозв'язку фактів, явищ, подій. Тематика лекцій має бути різноманітною. До неї входять як гуманітарні проблеми (філософські, соціальні, загальнокультурні, педагогічні), так і природознавчі. Добре сприймаються туристами лекції про місцеві етноси, флору і фауну регіону, де розташовано рекреаційний заклад. Подібні лекції, крім пізнавальної, мають ще «провокувальну» функцію. Це дуже важливо, оскільки лише чергування пасивного і активного способу відпочинку, зміна навколишнього середовища дає справжній рекреаційний ефект. *Структура лекції*: вступ, основна частина, висновки. *Засоби виразності, які використовують у лекції*: словесний матеріал, візуальний, музичний супровід, театралізовані уривки для посилення враження від тексту лекції.

Однією з найпопулярніших у середовищі туристів вербальних форм є *лекція-дегустація*. Дегустацію можна організувати в дегустаційних залах виноробних фірм, на території закладу розміщення, у приміщенні ресторану, кафе, просто неба, на ігровому чи танцювальному майданчику. В обраному для дегустації місці розставляють необхідні меблі, доставляють напої, встановлюється необхідна звукопідсилювальна апаратура. Крім ведучого дегустації (сомельє), забезпечувати захід повинні офіціанти. Текст дегустаційної лекції повинен складатися з огляду на специфіку процесу. У міру насиченості дегустації (кількості представлених напоїв), їхньої блочності або етапності (наприклад, презентація сухих, напівсухих, кріплених вин, міцних напоїв), рівень серйозності науковості лекції змінюють елементи гумору й розваг.

Розповідь присвячена конкретній події, або фактам, об'єднаним однією подією. Оповідачем може бути як учасник подій, так й аніматор, який підготував розповідь, опрацювавши літературні джерела або ж зібравши необхідну інформацію в інший спосіб. У дитячих рекреаційних закладах застосовується форма оповідей історій казкового, фантастичного, романтичного характеру. Форма розповіді дещо відрізняється від лекційної форми способами надання інформації та передбачає наявність артистичних

здібностей оповідача. Під час розповіді доцільне застосування прийомів гротеску (перебільшення), більшої ніж у лекції емоційності, інтонаційного розмаїття процесу мовлення, різноманітної жестикуляції і міміки.

Одним з обов'язків аніматора є «відстежування» – знаходження цікавих, творчих людей серед відпочиваючих або туристів із метою активізувати процес відпочинку.

4.2 Невербальні засоби спілкування в анімації

Невербальні засоби спілкування доповнюють вербальну мову, характеризують емоційні стани партнерів зі спілкування, створюючи між ними психологічний контакт.

Невербальне спілкування – процес взаємодії між людьми, що реалізується за допомогою знакових систем (міміки, жестів, пантоміміки, простору, кольору, одягу тощо) [26, с. 46].

Основні невербальні знакові системи наведено на рисунку 4.2.

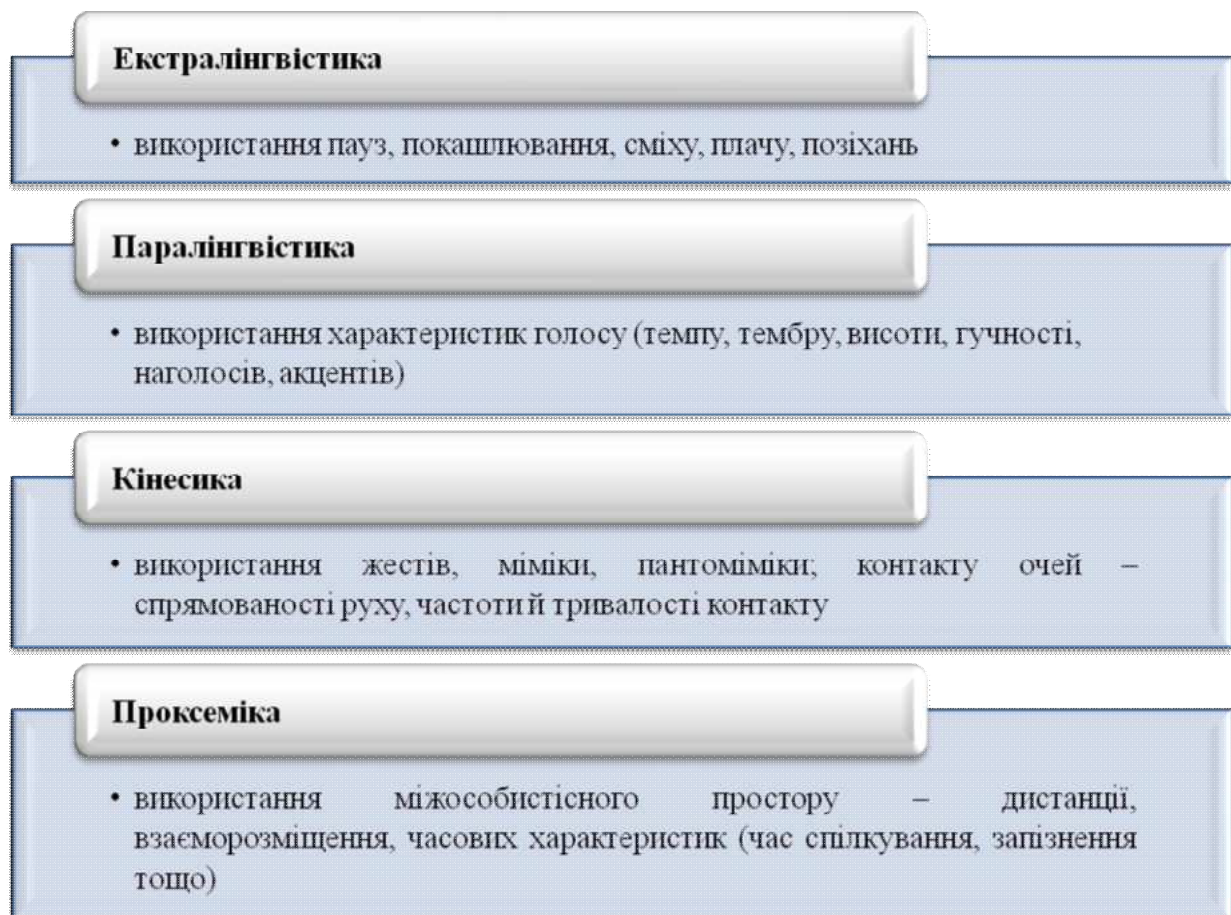


Рисунок 4.2 – Основні невербальні знакові системи

За допомогою невербальних засобів спілкування здійснюється 60 – 80 % комунікації. Першою психологічною реакцією людини на іншу людину є реакція на її зовнішній вигляд – поставу, ходу, одяг, зачіску. Будь-який публічний виступ аніматора – це жвава, яскрава суміш мовних, інтонаційних, рухових, мімічних та інших засобів виразності при чіткому і зрозумілому змісті. Костюм, міміка, пластика, жестикуляція аніматора повинні відповідати темі і формі заходу.

4.3 Акторська майстерність аніматора

Аніматору, який розважає туристів (відпочиваючих), часто доводиться з'являтися на публіці, на підмостках сцени. У цьому випадку аніматор займається акторською діяльністю. Ця роль є не чим іншим, як сумою фізичних і психологічних дій, що різко відрізняються від поведінки людини, яка знаходиться в звичайній обстановці. Багато людей, вперше потрапляючи в умови сцени, часто розгублюються. Як же перебороти цей стрес, досягти на сцені вільної поведінки, активізувати в цій обстановці пам'ять і уяву, позбутися м'язового і уявного затиску, які виникають у людини з появою на публіці? У цій справі аніматору може допомогти навчання: тренінги, спрямовані на поліпшення пам'яті й уяви, уміння за необхідності робити прості фізичні дії.

Що є головним в акторському мистецтві аніматора? Як і за допомогою якого матеріалу актор створює свої образи? Відповідь на ці питання дав у свій час автор системи акторської майстерності К. С. Станіславський. Основний принцип його системи полягає в тому, що головним збудником сценічного переживання актора є дія. Саме в дії поєднуються в одне ціле думка, почуття, уява і фізична поведінка актора-образа.

Дія – це вольовий акт людської поведінки, спрямований на визначену мету. Тому дія і є основним матеріалом у мистецтві аніматора-«актора».

4.3.1 Пластична культура аніматора

Підготовчий комплекс (розігрівальний)

Аніматор постійно знаходиться на очах у туристів (відпочиваючих): розважаючи їх, він, власне кажучи, виконує роль актора. Для досягнення надійного контакту з відпочиваючими він повинен бути підготовленим, а щоб викликати їхню довіру і симпатію, володіти акторським мистецтвом.

Оволодіння аніматором пластичною культурою є одним із основних

компонентів акторської майстерності. Саме в тій його частині, де мова йде про зовнішню техніку, аніматор зобов'язаний слухати і чути своє тіло, відчувати його, розуміти, організовувати і керувати, вміти справлятися зі станом фізичного затиску, а також уміти грамотно взаємодіяти з партнером. Фізична воля і підготовленість тіла до роботи допоможуть легше вирішити поставлені завдання. Щоденний пластичний тренінг – це «верстат» актора, з нього повинен починатися кожен день аніматора.

У підготовчий комплекс рекомендується включати декілька систем наборів вправ для розігрівання тіла.

Робота в колі

Ця частина комплексу містить у собі різноманітні види кроку, ходьбу, біг, підскоки і перебудовування з кола в лінії. Основні рекомендації до виконання вправ: зберігати заданий інтервал; максимально активізувати увагу при зміні команд; синхронність, одночасність зміни вправ.

Вихідне положення: встати у коло, в потилицю один одному на відстань витягнутої руки проти годинної стрілки, ноги разом, руки на поясі.

Вправа № 1. *Ходьба з високим підняттям коліна.*

Вправа № 2. *Ходьба по черзі* спочатку на 16 рахунків, потім на 8, на 4 і на 2 рахунки – носок, п'ята, зовнішня сторона стопи, внутрішня сторона стопи. Вправа виконується спочатку під рахунок уголос, потім – під внутрішній рахунок.

Вправа № 3. *Біг:*

- високо піднімаючи коліна;
- захльостуючи ноги назад;
- вільний біг;
- із прямими витягнутими вперед ногами;
- із прямими витягнутими назад ногами.

Вправа № 4. *Галоп:*

- із правої ноги, обличчям у коло;
- із лівої ноги, спиною в коло.

Вправа № 5. Перехід на крок і перебудовування на лінії для роботи в основному комплексі.

Основний комплекс

Ця частина комплексу спрямована на розігрівання і приведення в робочий стан усіх груп м'язів і суглобів, а також додання рухливості хребетним відділам.

Вихідне положення: ноги на ширині пліч паралельно одна одній, руки уздовж тулуба.

1. Вправи для м'язів шиї і шийного хребетного відділу:

- а) нахили голови вперед на 4 рахунки;
- б) те саме назад на 4 рахунки;
- в) поєднати «а» і «б» на 8 рахунків;
- г) нахили голови вправо на 4 рахунки;
- д) те саме уліво на 4 рахунки;
- е) поєднати «г» і «д» на 8 рахунків;
- ж) повороти голови вправо на 4 рахунки;
- и) те саме вліво на 4 рахунки;
- к) поєднати «ж» і «з» на 8 рахунків;
- л) нахили голови вперед, вправо, назад, вліво на 8 рахунків за правилом «хреста» з поверненням голови у вихідне положення;
- м) те саме у зворотну сторону;
- н) нахили голови за правилом «квадрата» на 8 рахунків без повернення у вихідне положення;
- п) те саме у протилежний бік;
- р) коло головою вправо на 8 рахунків;
- с) те саме вліво на 8 рахунків;
- т) вправа «сантрі» (висування голови) виконується за тими самими правилами:
 - по черзі з поверненням у вихідне положення;
 - за правилом «хреста»;
 - за правилом «квадрата»;
- у) виконується спіраль «сантрі» від великого кола вниз до малого нагорі й назад.

2. Вправи для рук і плечових суглобів. Важливо простежити за тим, щоб голова залишалася нерухомою, допомога спини має бути мінімальна.

Вихідне положення: основне:

- а) рух пліч нагору на 4 рахунки;
- б) рух униз на 4 рахунки;
- в) «а» і «б» на 8 рахунків;
- г) рух вперед на 4 рахунки;
- д) рух назад на 4 рахунки;
- е) «г» і «д» на 8 рахунків;
- ж) «хрест»;

и) «квадрат»;
к) обертання вперед і назад;
л) «намалювати» плічми цифри від «0» до «9» у дзеркальному відображенні.

Вихідне положення: ноги на ширині пліч паралельно одна одній, руки розведені в боки на рівні пліч, кисті стиснуті в кулаки:

- м) обертання кистей від зап'ястя вперед та назад;
- н) обертання рук від ліктя синхронно вправо і вліво;
- п) рух рук від ліктя усередину і назовні;
- р) повне коло вперед та назад від плеча;
- о) комбінація обертань: кисть, лікоть, плече, і зворотна комбінація.

3. Вправи для спинного хребетного відділу і м'язів груди і спини. Важливо стежити за нерухомістю інших відділів:

Вихідне положення: основне:

- а) прогин уперед через діафрагму на 4 рахунки (відчуття стискального «пучка» між лопаток);
- б) прогин назад на 4 рахунки («пучок» в області грудей);
- в) «а» і «б» на 8 рахунків;
- г) зсування вправо на 4 рахунки («пучок» ліворуч у пахвовій області);
- д) ті саме уліво;
- е) «г» і «д» на 8 рахунків;
- ж) «хрест» правий і лівий;
- и) «квадрат» правий і лівий;
- к) «коло» – обертання вправо і вліво.

4. Комплекс розтяжок для рук і спини. Після того, як верхній відділ розігрітий, можна розпочати розтягуватися. Ці вправи спрямовані на досягнення більшої рухливості суглобів і хребта, профілактику артритів і сколіозу, перешкоджають відкладенню солей у хребті і розвитку шийного радикуліту.

Вихідне положення: основне:

- а) підняти ліву руку нагору, злегка зігнувши в лікті, долоня розгорнута вниз; нахил вправо, потягнути м'язи ліворуч;
- б) те саме повторити з нахилом уліво;
- в) схрестити прямі руки перед собою, права рука зверху, зігнути руки в ліктях; долонею правої руки взяти долоню лівої руки і потягнути вниз;
- г) повторити те саме, ліва рука зверху;

д) підняти праву руку нагору, зігнути в лікті, долоня лежить на спині; лівою рукою взятися за лікоть правої руки, потягнути так, щоб права долоня опустилася по спині якнайнижче;

е) те саме з лівої руки;

ж) початок вправи, як у вправі «д», із правої руки, ліву завести знизу за спину, зчепити руки в замок (спина пряма);

и) те саме з лівої руки;

к) праву руку завести за спину через низ, зігнувши в лікті, долоня лежить на спині тильною стороною; лівою рукою знизу обхопити правий лікоть, потягнути; права рука повинна піднятися по спині до потилиці;

л) те саме з лівої руки;

м) обхопити себе за лікті позаду, потягнути область пліч;

н) зчепити руки в замок на потилиці, потягнути голову вниз, повільно нахиляючи вперед.

5. Вправи для тазостегнового відділу. У цих вправах так само необхідне відчуття стиснутого «пучка» у протилежній стороні, пелвіс підібраний, рух не виключений.

Вихідне положення: ноги на ширині пліч паралельно одна одній, руки на стегнах:

а) рух таза вперед на 4 рахунки;

б) рух назад на 4 рахунки;

в) «а» і «б» на 8 рахунків;

г) рух вправо на 4 рахунки;

д) рух уліво на 4 рахунки;

е) «г» і «д» на 8 рахунків;

ж) «хрест» правий і лівий;

и) «квадрат» правий і лівий;

к) «коло» праве і ліве.

б. Вправи на рухливість гомілковостопних, колінних і стегнових суглобів. У вправах, виконуваних стоячи на одній нозі, важливо тримати рівновагу, не опускаючи голови і не дивлячись униз.

Вихідне положення: ноги разом, руки на поясі:

а) переكات на стопі з носка на п'яту і з п'яти на носок;

б) переكات на стопі по колу вправо і вліво;

г) стоячи на лівій нозі, підняти праву і зігнути в коліні під кутом 90°:

– виконати обертання стопи усередину і назовні;

– виконати обертання ноги від коліна усередину і назовні, окресливши уявлюване коло носком ноги;

– виконати розкриття і закриття ноги від стегна;

д) те саме, стоячи на правій нозі.

7. Вправа «Імпульс».

Виконується розкручування за спіраллю в такій послідовності: гомілкостоп, коліна, стегна, груди, плечі, шия, голова; потім у зворотну сторону. Цією вправою перевіряється розігрітість і гнучкість тіла.

8. Розтяжки в положенні стоячи.

Вихідне положення: основне:

а) виконати нахил уперед із прямою спиною, погляд перед собою, між спиною і ногами кут 90° , потягнути спину;

б) те саме з витягнутими вперед руками, спина і руки на одній лінії, потягнутися;

в) виконується як вправа «б», відірвати п'яти від підлоги, потягнутися вперед, утримуючи рівновагу.

Основний комплекс. Портрет

Вихідне положення: лежачи на спині, ноги разом, руки уздовж тулуба:

а) потягнути стопи п'ятами вперед, затримати, скинути напругу, повторити 4–8 разів;

б) виконати цю саме вправу, потягнувши носки;

в) чергування носок – п'ятка 2–8 разів;

г) виконати цю саме вправу на праву ногу на 8 рахунків, піднімаючи її на кут 90° , на 8 рахунків опускаючи;

д) те саме на ліву ногу;

е) те саме, піднявши обидві ноги;

ж) підняти обидві ноги нагору на 90° , розвести в сторони, затримати положення, повернутися у вихідне положення;

и) вправа «берізка», руки підтримують спину;

к) та саме вправа «и», але без допомоги рук;

Вихідне положення: сидючи на підлозі.

Важливо: усі розтяжки на підлозі виконуються з прямою спиною, без різких рухів, повільно.

а) вправа «метелик» – повільно розтягуються м'язи в області паху: через відчуття нитки, що йде від коліна до підлоги, притягати, притискати коліна до підлоги, руки обхоплюють стопи;

б) ноги разом, руки перед собою; потягнутися грудьми до колін, лягти на ноги;

в) ноги розведені в боки, руки витягнуті вперед; потягнутися до правої ноги, вперед, до лівої ноги, зафіксувати кожне положення;

г) ноги разом, руками взятися за п'яту правої ноги; підняти ногу до упора, потягнути;

д) те саме з лівої ноги;

е) взятися правою рукою за п'яту правої ноги, лівою рукою за п'яту лівої ноги, підтягти ноги до себе, підняти їх нагору, розвести, потягнути;

ж) взятися обома руками за п'яту правої ноги, потягнути ногу нагору, за голову;

и) те саме з лівої ноги;

к) ноги разом, взятися за носки ніг і просуватися вперед та назад із прямими ногами;

л) та саме вправа, але з просуванням по колу на 16, 8 і 4 рахунки.

Вихідне положення: стоячи раком:

а) на рахунок 1 – спину вигнути, на 2 – прогнути (повторити 8–16 разів);

б) на рахунок 1 – корпус вправо, на 2 – вліво (повторити 8–16 разів);

в) на 4 рахунки окреслити велике коло корпусом вправо, на 4 – вліво (повторити 4–8 разів);

г) виконати підлазання під уявлювану перешкоду вперед та назад 4–8 разів;

д) махи назад по черзі правою і лівою ногою, коліна при цьому згинаються;

е) махи назад по черзі прямою ногою;

ж) сісти навпочіпки, долоні лежать на підлозі перед собою, по черзі:

– підвестися, випрямивши ноги;

– «пройти» на руках вперед;

– зігнути коліна;

– повернутися на руках назад;

– випрямити коліна;

– встати.

Примітка. В «Основному комплексі» у групах вправ № 1, 2, 3, 5, 6, 7 рухи виконувати спочатку в повільному темпі, з відчуттям крайньої точки в кожному русі, вслухуючись у мову тіла, щоб виховати, натренувати пам'ять м'язів. Лише потім можна переходити до більш швидкого темпу.

4.3.2 Комплекс вправ для носового дихання

1. Закрити лівою рукою ліву ніздрю, зробити вдих правою ніздрею; на вдиху голова від грудей піднімається нагору, на видиху повертається вниз. Повторити 4–8 разів.

2. Ту саме вправу виконати лівою ніздрею.

3. Вдих через праву ніздрю, на видиху поміняти ліву руку на праву, затиснути праву ніздрю, видихнув через ліву ніздрю.

4. Те саме, роблячи вдих через ліву ніздрю, видих через праву.

5. Виконуються як № 3, 4, видих фіксований на 4 рахунки (відриваючи руку від ніздрі, робити 4 коротких видихи).

6. Вдих в обох ніздрів на чотири рахунки, погладжуючи перенісся, видих – постукуючи по перенісся.

7. Вдих той саме, видих-«укручення» перенісся.

8. Вдих той саме, видих – фіксований на 4 рахунки (короткі видихи).

Примітки:

1. *Вправи необхідно виконувати за наявності серветки або носової хустки, видаляючи зайве мокротиння.*

2. *На вдиху голова йде від грудей нагору, на видиху підборіддя повертається на груди.*

3. *Можна рекомендувати при порушенні дихання і закладеності носа.*

Правильне носове дихання є необхідним під час виконання будь-яких фізичних вправ. Цей комплекс звільняє дихальні шляхи, насичує мозок киснем. При кисневій недостатності можливе легке запаморочення.

4.3.3 Гімнастика для м'язів обличчя, артикуляційна гімнастика

Для досягнення виразності обличчя і ясності мови необхідно провести особливу гімнастику. М'язи обличчя, і особливо губи, мають потребу в такому ж тренуванні, як і м'язи тіла. Деякі вправи можуть показатися смішними, але варто стримуватися і старанно їх виконувати.

Вихідне положення: сидючи на стільцях у півколі, ноги разом, спина пряма, руки на колінах; для правильності можна скористатися дзеркалом.

1. Зжати губи в «трубочку» і розсунути в посмішку.

2. «Трубочкою» спробувати дістати до носа, а потім до підборіддя.

3. Рухи «трубочкою» вправо і вліво.

4. Кругові рухи «трубочкою» в один й інший бік.

5. Почухати зубами верхню губу, потім різко підняти її нагору.

6. Почухати зубами нижню губу, потім різко опустити її вниз.

7. Виконати вправи в послідовності: посмішка, оскал, в оскалі підняти

верхню губу нагору, нижню опустити вниз.

8. Висунути язик вперед і погладити їм верхню губу сюди.

9. Висунути язик вперед і погладити їм нижню губу сюди.

10. Кругові рухи висунутим язиком по зовнішній поверхні губ в один й в інший бік.

11. Погладжування язиком внутрішньої поверхні губ із закритим ротом:

– верхньої губи туди-сюди;

– нижньої губи туди-сюди;

– кругові рухи.

12. «Уколи» язиком внутрішньої поверхні щоки праворуч і ліворуч по черзі.

Примітки:

1. Кожна вправа виконується 4–8 разів, після чого треба зробити паузу, під час якої губи розслаблюються.

2. Косметика неприпустима.

3. Хусткою або серветкою видаляється зайва волога з губ.

4.3.4 Вправи на досягнення м'язової свободи, зняття скутості

Ці вправи бажано виконувати з «виправданням дії» (вигуком). Потрібно згадати, що в навколишньому світі усе відповідає тому або іншому станові і варто перевести фізичний стан в якийсь образ. Приклади наведено нижче.

1. *Вихідне положення:* стоячи, ноги на ширині пліч, ступні друг до друга, руки уздовж корпусу:

а) за оплеском різко витягнутися нагору, тобто піднятися на носки, витягнути руки; напружитися, затиснувшись від пальців ніг до пальців рук.

Вигук: «Я – ракета, зараз буде оголошений старт: 5, 4, 3, 2, 1 – пуск!».

Після вигуку – миттєве скидання: упустити тіло, зігнувшись в спині. Усі м'язи (шиї, рук, спини) звільнені.

Вигук: «Обережно – дерево! Воно потрапилося мені на шляху і я лопнув. Яка прикрість...».

Коли всі учасники тренінгу виконають скидання, за оплеском потрібно піднятися в 3 прийоми: 1) спина; 2) голова; 3) плечі на вішалку.

Перш ніж переходити до вправ із вигуком, потрібно декілька разів за оплеском виконати команди:

– затискання;

– скидання;

– підйом;

б) затискання передається по команді з однієї групи м'язів до іншої.

Приклад: права долоня → праве плече → поперек → ліве коліно → ліва ступня → скидання.

Звільнення відбувається поступово, як би перетікаючи з однієї групи м'язів до іншої.

Перш ніж розпочати вправу «б», можна провести тренінг: змусити себе думати тільки про праву щоку, посилаючи туди імпульс. Зосередитися на ній, але без напруги м'язів.

2. *Вихідне положення:* лежачи на підлозі, руки уздовж тулуба, ноги разом. Виконується затискання і розслаблення тих м'язів або частин тіла, які називає тренер. Такі вправи за тривалих тренувань розвивають м'язову силу і мускулатуру змії.

3. Поза «Кучера» – вправа з максимальним затискуванням усіх м'язів виконується в такій послідовності: ноги трохи ширше пліч, руки витягнути вперед → одночасно зігнути ноги в колінах, піднятися на носки, кисті зжати в кулаки → вигнути спину, утягти голову в плечі → нахмурити брови, оширитися → максимально напружитися, утримуючись у цій позі як можна довше → скидання → підйом.

Вправа спочатку виконується в строгій послідовності. Коли учні запам'ятають положення, поза виконується різко за оплеском з миттєвим затискуванням. Можна ускладнити задачу «виправданням дії».

Примітка. Група цих вправ дозволяє знайти вогнище фізичної скутості, підсилити його, перевести в іншу площину – образного мислення або передати на інші м'язи, улаштувавши гру із самим собою, а потім скинути.

4.3.5 Пластичні етюди

Пластичні етюди – вершина акторської майстерності, але вони вимагають не тільки фізичної підготовки, але й уяви, спостережливості, емоційності. Помилково думати, що етюди потрібно розпочинати тільки після оволодіння пластичною абеткою. Етюдами потрібно займатися з самого початку заняття. Вони допомагають виявити індивідуальність кожного учасника, емоційний заряд, фантазію і багато чого іншого. А в міру просування в заняттях пластикою росте і майстерність, етюди стають цікавіше, досконаліше. Учасники самі здатні оцінити свої минулі помилки, виправити їх, додати своїм етюдам закінченість. Робота над пластичними етюдами завжди оточена ауру творчості.

Індивідуальні завдання

Перша група етюдів – відображення навколишнього світу людини (тварини, предмети, рослини тощо). Приблизні теми: паросток, муха, кішка, маріонетка, свіча, сонце, снігова баба і т. д.

Можна розглянути особливості деяких тем.

«Снігова баба» – у неї є об'єм, вираз обличчя. Ось пригріло сонце, і снігова баба почала танути. Але це не буде танення свічі. Це, насамперед, зміна обсягу, цілі шматки її «тіла» осідають, вираз «обличчя» змінюється.

«Маріонетка» – частини її «тіла» підлеглі волі лялькаря, потрібно відчувати ці невидимі нитки і рухатися відповідно до правил. Багато етюдів можна робити з музичним супроводом, він додасть сценкам темп, ритм, характер, емоційний відтінок.

Друга група етюдів – передача емоційних станів (радість, лихо, розпач, любов, скорбота і т. д.). Мовою пластики передати емоцію складно – не наділити цим станом предмет або людину, а удатися до абстрагування, піти від частки до більш загального. У таких етюдах важливо, щоб учасник пішов від себе, від своїх внутрішніх переживань і уявлень. Однак тут виникає рівнобіжне завдання – оточуючі мають настроїтися на «хвилю», зрозуміти і прийняти його переживання, внутрішній стан.

Групові завдання

У групових етюдах аніматори поєднують свої зусилля, навчаються почувати партнера, діяти узгоджено, розробляти в пластичних діалогах цілі сюжети.

Оволодіння всіма розділами акторської пластики виховує в аніматора не тільки фізичну культуру і волю. Їхні знання можна також застосовувати в щоденних заняттях з відпочиваючими:

1. Основний комплекс – у ранковій гімнастиці.
2. Вправи для шиї і спини (вправи № 1, 2, 3, 4 основного комплексу) – для занять із людьми старшого віку як профілактика артритів і радикулітів, проти захворювань спини.
3. Вправи на носове дихання можна проводити перед заняттями в басейні.
4. Людям, зайнятим багатогодинною роботою за письмовим столом або комп'ютером, можна порекомендувати вправи на поліпшення кровообігу (основний комплекс – № 1, частково № 2) і збагачення мозку киснем (носове дихання).
5. Тим, хто змушений витримувати великі розумові навантаження, перенапругу, для розслаблення можна рекомендувати вправи на досягнення м'язової свободи, зняття затискання.
6. Різні комбінації пластичних етюдів можна включати в конкурсні шоу-програми.

Форма одягу для занять: м'яке взуття або носки, обтягуюче трико однотонних темних відтінків. Волосся має бути гладко зачесаним і прибраним з обличчя і шиї, використовуйте мінімум косметики.

Поряд із необхідними в роботі навичками, які здобуваються через щоденний тренінг, потрібно виховувати в собі ще і творчу натуру. Тренінг – це самовиховання, а не демонстрація досягнень. Неодмінна умова такої роботи – творче виконання завдань. Майстерність – це уміння відмінно виконувати ту або іншу дію, довівши її до досконалості.

Контрольні запитання

1. Надайте визначення поняття «спілкування».
2. Основні функції спілкування.
3. Як впливає спілкування на розвиток індивідуальних якостей особистості?
4. У чому виявляються особливості співвідношення темпераменту й ефективності професійної діяльності аніматора?
5. Як пов'язані між собою темперамент і характер?
6. Чи завжди індивідуально-психологічні властивості людини, що виявляються в ранньому дитинстві, зберігаються в подальшому її житті? Чим це можна пояснити?
7. Як тип темпераменту формує поведінку в різних ситуаціях, а поведінка формує характер?
8. У чому полягає специфіка міжособистісної комунікації?
9. У чому полягає головна мета комунікаційного процесу?
10. Розкрийте зміст вербальних засобів спілкування.
11. Назвіть основні форми вербальної анімації.
12. Охарактеризуйте поняття «кінетичний код».
13. Якими рисами має володіти ефективний аніматор?

Перелік тестів для засвоєння матеріалу

Тест 1. *Основним засобом виразності у вербальній анімації виступає:*

- а) слово;
- б) жест;
- в) міміка;
- г) дистанція.

Тест 2. Діяльність аніматора, що здійснюється в процесі спілкування без тривалого попереднього осмислення з метою швидкого і гнучкого реагування на конкретну непередбачувану ситуацію, її швидке і ефективне вирішення – це:

- а) імпровізація;
- б) експресія почуттів;
- в) інтонація;
- г) емоційна індукція.

Тест 3. Під тривалими емоційними процесами низької ефективності розуміють:

- а) афекти;
- б) емоції;
- в) почуття;
- г) настрої.

Тест 4. Сильна й відносно короткочасна емоційна реакція, викликана різкою зміною важливих для людини життєвих обставин – це:

- а) емоція;
- б) афект;
- в) пристрасть;
- г) мотив.

Тест 5. Посмішка, бажання зайнятися активною діяльністю, яскрава жестикуляція, прискорене серцебиття, прагнення до спілкування – ознаки такої базової емоції, як:

- а) радість;
- б) зніяковілість;
- в) закоханість;
- г) інтерес-хвилювання.

РОЗДІЛ 5 ОРГАНІЗАЦІЯ ІГРОВОЇ ТА СПОРТИВНОЇ АНІМАЦІЇ

5.1 Гра: поняття, сутність, структура, функції та роль у житті людини

Згадка про гру зустрічається в індійських Ведах, у Біблії, творах древніх філософів Платона, Арістотеля. У більшості давніх народів гру ототожнювали з радіщами та веселощами.

Гра – це активна форма відпочинку, засіб ліквідації фізичної й психологічної напруги.

Значення гри визначається її мотивом, безпосереднім спонуканням до гри, яким є одержання задоволення в самому процесі ігрової діяльності. Гра сприяє формуванню фізичних і духовних здатностей людини, його пізнавальної діяльності, уяви, волі, володіння собою.

Під **анімаційною грою** розуміють особливу форму спілкування, здатну надати найрізноманітніші естетичні переживання; відчувати пластику танцю, красу співу, можливість показати свою спритність у танці або грі, ерудицію у вікторинах, кмітливість у хитромудрих завданнях, гумор у конкурсах, свою індивідуальність у несподіваних ситуаціях.

Структурно гра складається з таких елементів:

1) **сюжет** – безпосередня дія, що відтворює в грі життєві відносини або почерпнуте із прочитаної (прослуханої) казки;

2) **зміст** – центральний характерний момент діяльності й відносин між людьми в трудовому й громадському житті, взаємини в цілому;

3) **мотиви** – відбивають більш безпосереднє ставлення особистості до навколишнього. Значущість тих або інших її сторін переживається в ігровій діяльності на підставі більш безпосереднього ставлення до її власного внутрішнього змісту.

В ігровій діяльності людей відпадає можливе в їх практичній діяльності розбіжність між мотивом і прямою метою дії суб'єкта. У грі відбуваються дії, цілі яких значущі для індивіда за їхнім внутрішнім змістом.

Структура гри у дітей має певну специфіку:

1. Ролі, узяті на себе.
2. Ігрові дії як засіб реалізації цих ролей.
3. Ігрове вживання предметів.
4. Реальні стосунки між тими, хто грає.

Характерною особливістю гри є її **двоплановість**:

1. Гравець виконує реальну діяльність, здійснення якої вимагає дій,

пов'язаних із вирішенням цілком конкретних, часто нестандартних завдань.

2. Низка моментів цієї діяльності має умовний характер, що дозволяє відвернутися від реальної ситуації з її відповідальністю і багаточисельними обставинами.

Основні характеристики гри:

- мотивація;
- зміст;
- опанування певними навичками і уміннями;
- правила.

Функції гри наведено на рисунку 5.1.

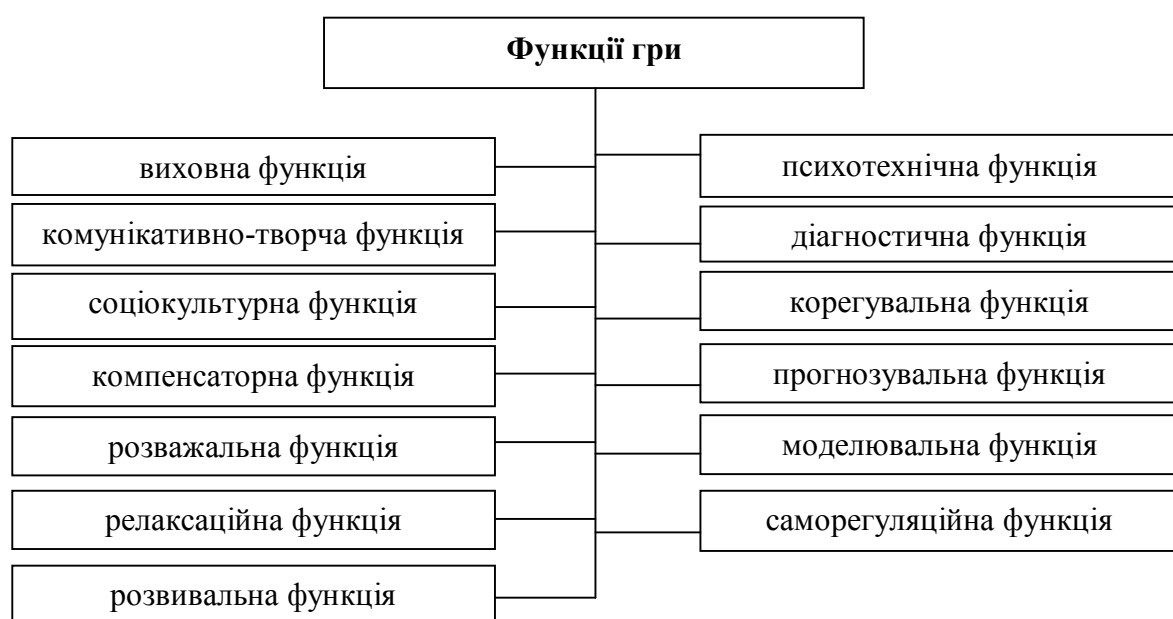


Рисунок 5.1 – Функції гри

Гра виступає одним із комплексних засобів виховання: спрямована на всебічну фізичну підготовленість (через безпосереднє оволодіння основами руху й складних дій в умовах, що змінюються, колективної діяльності); удосконалювання функцій організму; рис характеру.

Розробляючи ігрову програму варто пам'ятати, що гра для дорослого – це засіб заповнення дозвілля, а для дітей – можливість освоєння й пізнання світу.

5.2 Основні підходи до класифікації ігор

Основними формами ігрової діяльності в анімації можна вважати: спортивні ігри, дворові ігри, рухливі ігри, настільні ігри, інтелектуальні ігри,

рольові ігри, ігри з естради, віртуальні ігри, азартні ігри.

Різноманітність ігор обумовила потребу їхньої класифікації. Загальну класифікацію ігор наведено в таблиці 5.1.

Таблиця 5.1 – Загальна класифікація ігор

Критерій	Види ігор
<i>1) за принципом фізичної активності та за силою фізичного навантаження</i>	– спокійні; – малорухомі; – рухливі
<i>2) залежно від кількості гравців і способу їхньої організації</i>	– індивідуальні; – парні; – групові; – командні; – масові
<i>3) за місцем їхнього проведення</i>	– у кімнатах відпочинку; – у клубному фойє; – ігри з естради; – на ігровому полі; – ігри на воді й т. д.
<i>4) за часом дії</i>	– зимові; – літні
<i>5) за проявом здатностей</i>	– ігри-конкурси; – змагання на спритність, силу, увагу тощо
<i>6) за віковими групами</i>	– дитячі; – юнацькі; – ігри для дорослих і т. д.

Класифікацію ігор за видами діяльності людини наведено на рисунку 5.2.

Класифікація ігор за організаційно-методичним принципом:

- спортивні ігри,
- ігри хороводного типу,
- атракціони,
- настільні ігри,
- інтелектуальні ігри (вікторини, анаграми, шаради й т. д.),
- імпровізаційні ігрові конкурси,
- аукціони,
- завдання-жарти,
- ігрові тести.

До основних груп ігор зараховують:

1. *Конкурсні ігри* (рис. 5.3).

2. *Рольові (театралізовані) ігри* – передбачають включення гравцями образного, асоціативного мислення, акторських здібностей, міміки, пластики,

жесту для створення певного образу («Дочки-матері», «Козаки-розбійники», «Індіанці», «Ріпка», «Зйомка кліпу» тощо), можуть бути складовою ігрової програми. Більшість рольових ігор стають конкурсними, якщо їх вводять у конкурсну програму КВК, «Красуня готелю», «Краща пара круїзного теплоходу» тощо.

3. Ігри-активізації – використовують для поживлення пасивного відпочинку і складають суттєву частину ігрової анімації в рекреаційних закладах або на пляжах (ігри в пляжний бадмінтон, пляжний волейбол у колі, бумеранг, тарілочка тощо).

Хороводні ігри – проходять під постійним контролем аніматора. Їхнє головне завдання – одночасне синхронне виконання ритмічних рухів танцювального характеру, фігурних кроків, різного роду перебудов, вибору й переміни партнерів сороконіжка, паровозик, «Обери мене» тощо.

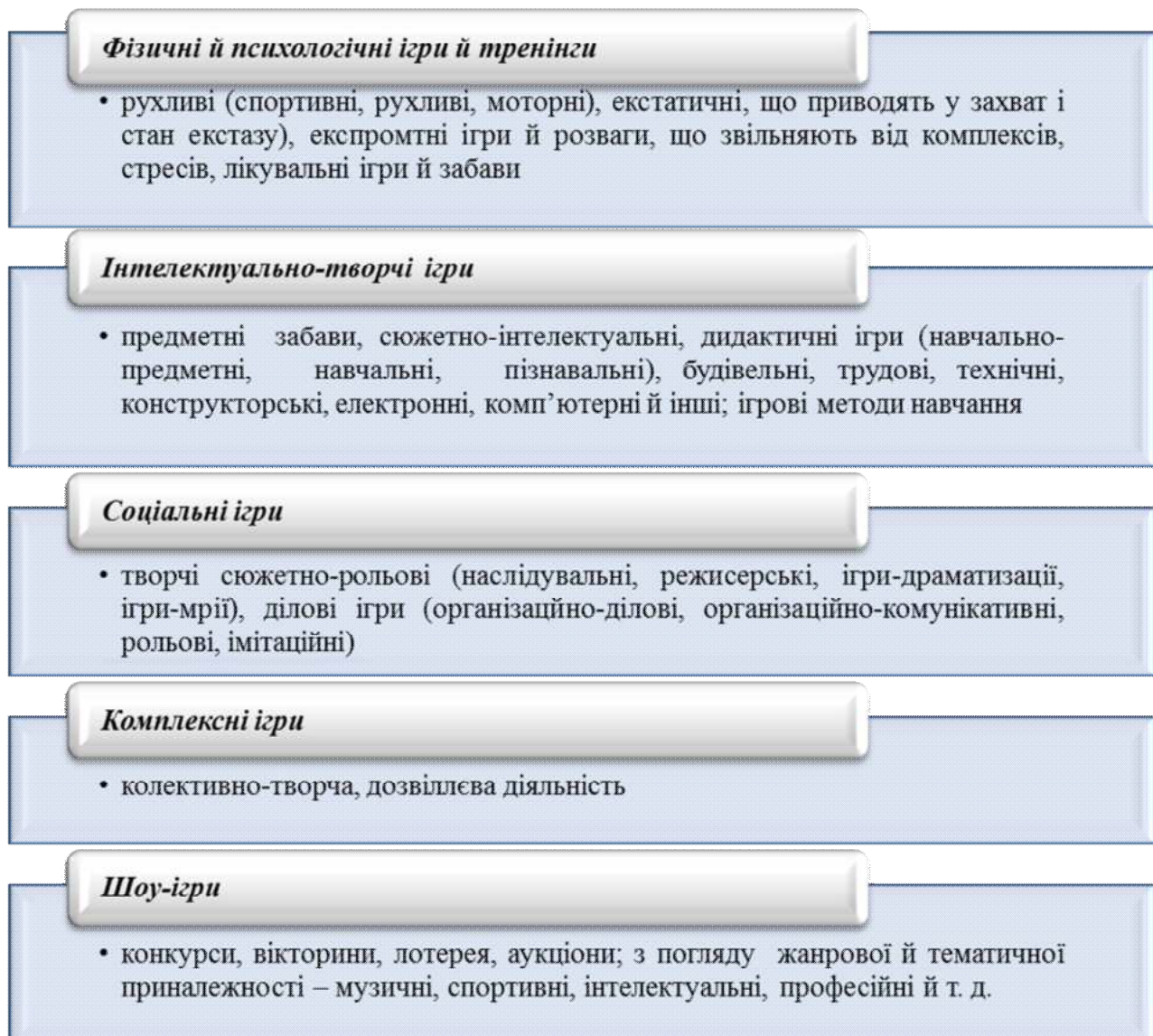


Рисунок 5.2 – Класифікація ігор за видами діяльності людини

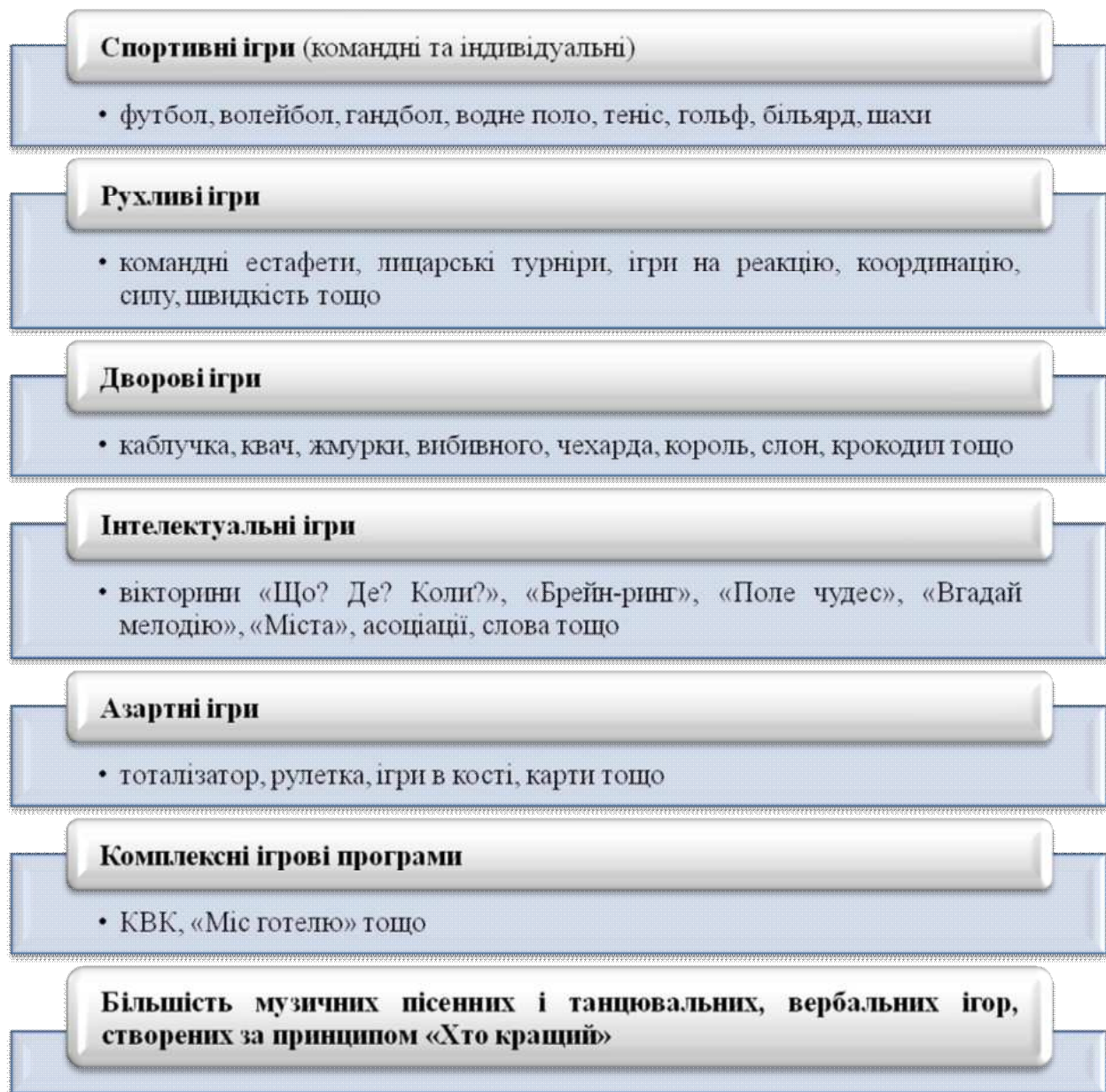


Рисунок 5.3 – Класифікація конкурсних ігор

Особливе місце в ігровій діяльності займають рухливі ігри. Рухливі ігри входять практично в усі програми анімації. Як правило, туристи – не новачки, і звідки б не прибули на відпочинок, усі вони коли-небудь вже займалися спортивними іграми і мають необхідний досвід поведінки в колективі. Динамічність, заводний характер суперництва дозволяє людям розкутися, виявити здібності та таланти, прояв яких стримується у повсякденному житті.

Аніматори в основному пропонують ігри зі швидкісними рухами, стрибками тощо. У зв'язку з тим, що, за твердженням вчених, у наш час фізичні можливості людей зросли в порівняно з їхніми однолітками в минулому, у

рухливих іграх бере участь усе більше і більше вікових груп відпочиваючих.

У практиці фізичного виховання існує п'ять **видів рухливих ігор**:

- *тренувальні ігри* – поєднують у собі вправи, які допомагають тренувати слух, уважність, спостережливість;
- *сюжетно-рольові* – припускають орієнтування по карті або азимутів, що розвиває уміння зберігати секретні відомості, проходити непоміченими межу;
- *ігри-походи* – переслідують освітню мету;
- *військово-спортивні ігри* – мають прикладний життєвий характер;
- *ігри для відпочинку і розваг*.

Рухливі ігри можна згрупувати в такий спосіб (рис. 5.4).

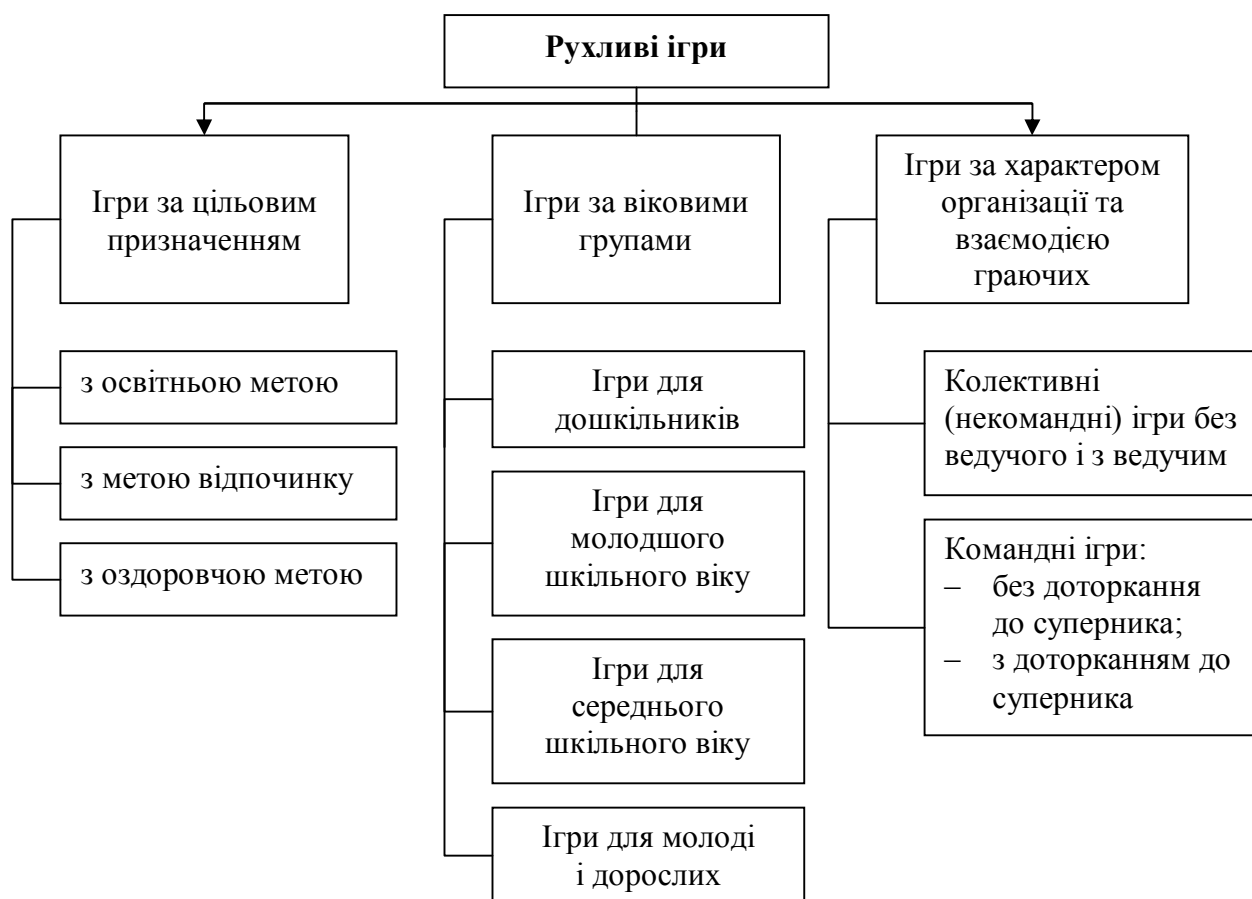


Рисунок 5.4 – Класифікація рухливих ігор

Рухливі ігри використовують у виді засобів виховання фізичних якостей людини. Це пов'язано з тим, що відпочиваючі й туристи у себе вдома ведуть в основному малорухомий, сидячий спосіб життя, який негативно позначається на їхньому зовнішньому вигляді, стані здоров'я.

Великі фізичні навантаження і монотонні численні повторення рухів під час розминок призводять до своєрідного психологічного застою, стомлюваності, втрати інтересу навіть у організованих і дисциплінованих. Це природна реакція людини на однорідність дій. Інша справа – рухливі ігри, які активізують уважність, піднімають настрій і емоційний стан, сприяють відновленню працездатності, роблять відпочинок активним. Туристи й інші відпочиваючі, граючи, забувають про стомлення, тренуються з бажанням і великим задоволенням.

Вибір ігор і ігрових видів для використання в анімації залежить від самого аніматора, його професіоналізму і підготовленості, складу анімаційної групи і, природно, від можливості інфраструктури туристського центра.

5.3 Методика проведення рухливих ігор

Ефективність використання рухливих ігор в анімації підтверджується зростанням популярності, іміджем і затребуваністю підприємств гостинності, де є анімація. Бажання грати пов'язане з потребою людини постійно рухатися опановувати нову інформацію. Гра є бажаним супутником людини, засобом для набуття спортивної форми, що зумовлено психофізіологічною природою цього виду спорту. Ігри рекомендують використовувати у виді складових частин багатофункціональної програми аніматора.

Рухливі ігри є засобом комплексного удосконалення таких рухових якостей людини, як швидкість, сила, спритність, гнучкість тощо. Метою спортивних рухливих ігор в анімації є не досягнення значних спортивних показників відпочиваючими, а скоріше надання послуг активного відпочинку, підбадьорення, спонукання туриста до активних дій, відновленню сил, розвитку швидкості, витривалості і, головне, працездатності.

Виховання сили

Із метою виховання сили необхідно підібрати ігри, що впливають на групи м'язів, які без спеціальних вправ розвиваються дуже слабо. В іграх, які сприяють розвитку сили, відпочиваючі повинні переборювати власну вагу або робити протидію своєму супернику. У цих іграх використовують такий інвентар, як набивні м'ячі, гантелі, ослони або просто партнери з групи занять. Для вправ з подолання власної ваги застосовують гімнастичні стінки, бруси, канати тощо. Дуже корисно проводити ігри з пляжного волейболу, естафети на пляжному піску, переборюючи перешкоди зовнішнього середовища з піску,

узимку – зі снігу. В ігри можна включати ті вправи, які сприяють збільшенню сили менш розвинутих кінцівок, наприклад, в іграх зі стрибками необхідно приділяти увагу менш розвнутій правій нозі, а в іграх з перетяганням канату – лівій руці. Ігри, спрямовані на виховання сили, можуть бути такими: «Вершники», «Тачка», «Біг крабів», «Регбі на колінах», «Тягни в коло» тощо.

Виховання швидкості

Ця якість гарно розвивається в іграх, у яких поєднуються такі прояви швидкості, як реакція у відповідь на сигнал аніматора і швидкість мускульних скорочень, кількість рухів на одиницю часу, швидкість пересування тіла і його частин у просторі.

Для розвитку швидкості часто використовують ігри розвитку реакції на об'єкт, який пересувається, що важливо в єдиноборствах і спортивних іграх. Вправи для розвитку швидкості в іграх за характером дуже різноманітні. Наприклад, широко використовують силові вправи. У зв'язку з тим, що швидкісні показники більш ефективні при оптимальному порушенні нервової системи, аніматору варто планувати їх на першу половину дня, до початку втоми.

Вправи на розвиток швидкості з активним змаганням двох сторін такі: «Мисливці на качок», «Боротьба за м'яч», «Карасі та щуки» і т. д.

Виховання спритності

Необхідність розвитку спритності пов'язана з освоєнням різних рухів і координації їх у різних сполученнях. Ігри на швидкість і точність, виконання дій на рівновагу і координацію створюють гарну основу для виховання спритності. Високий рівень розвитку спритності необхідний у тому виді рухливих ігор, де рухи мають ациклічний характер, а умови виконання постійно змінюються. В іграх удосконалюється «почуття розрахунку часу». Ігри, які спрямовані на виховання спритності, пов'язані з виконанням вправ, що вимагають сполучення тонких і чітких м'язових зусиль. Тому вони недостатньо ефективні при настанні втоми. Їх рекомендують застосовувати також перед перервами і проводити, коли немає ознак стомлення підопічних.

Ігри, які спрямовані на розвиток спритності, – це «Переправа на гімнастичних ослонках», «Біг командами», «Захист укріплення», «Передає – сідай», «Естафета з повзанням».

Розвиток витривалості

Такі ігри мають входити в плани аніматорів для загальнофізичної

підготовки і використовуватися перед іграми в баскетбол, футбол або ручний м'яч. У цих іграх витривалість виявляється не в статичних, а в динамічних умовах роботи м'язів, у яких чергуються періоди напруги і розслаблення. Існує низка прийомів, за допомогою яких можна регулювати навантаження в грі:

- зменшення кількості гравців за збереження розмірів ігрової площадки;
- збільшення розміру площадки, ускладнення прийомів гри і правил за незмінної кількості гравців.

Вправи для розвитку витривалості, особливо циклічного характеру, які вимагають високої активності в роботі нервової системи; можуть викликати утому, зниження працездатності. Такі вправи добре поєднувати з рухливими іграми, вони не тільки фізично, але й емоційно розвантажують учасників. У п. 5.3.1 наведено такі ігри, як «Колесо», «Почергові передачі по колу», «Не давай м'яч ведучому». Розвиткові витривалості сприяють також такі ігри: «Гонки з вибуванням», «Вмій наздоганяти» та ін.

Збереження і розвиток гнучкості

Насправді вправи для збереження і розвитку гнучкості складають основу рухливих ігор. Іноді підбираються відповідні ігри для цілеспрямованого впливу на окремі групи м'язів, зв'язки і суглоби. Такі ігри часто виконують зі спортивними снарядами за допомогою збільшених навантажень, збільшення амплітуди рухів, додаткових розтягань м'язів і зв'язок.

Активна гнучкість залежить від сили м'язів, тому доцільно включати в ігри елементи силової боротьби, перенесення ваги тощо, у яких виключені статичні навантаження. Варто розуміти, що еластичні якості м'язів можуть змінюватися під впливом центральної нервової системи. Так, при емоційних підйомах (з чим пов'язана участь у рухливих іграх) гнучкість тіла значно поліпшується.

Перед іграми, які спрямовані на розвиток гнучкості, необхідно проводити невеликі розминки, щоб уникнути розтягання зв'язок і розривів м'язових волокон. Із цією метою пропонується декілька фізичних вправ зі звичайного комплексу ранкової фіззарядки.

Непродуманий вибір рухливих ігор для розвитку гнучкості може привести до негативних наслідків. Включаючи в ігри той або інший елемент спортивної техніки, аніматор зобов'язаний стежити за тим, щоб основна частина структури рухів не порушувалася. Немає необхідності, наприклад, у грі закріплювати рухи за допомогою максимальних зусиль, якщо це не було зроблено на заняттях до того при формуванні звичок.

Для розвитку гнучкості рекомендуються такі ігри (п. 5.3.1): «Передача м'ячів», «Регбі на колінах», «Естафета з повзанням» та інші.

Спеціалісти вважають, що технічно правильне виконання рухів на високій швидкості – завдання, яке дуже важко виконати. У рухливих іграх важко не стільки надати оцінку швидкості гри та сюжету, скільки оцінити якість виконання основних технічних прийомів.

Пропонуємо перелік рухливих ігор для вибору аніматору для складання анімаційних програм на спортивних майданчиках і в басейнах.

5.3.1 Рухливі ігри на спортивних майданчиках

Рекомендовані рухливі ігри на спортивних майданчиках наведені в таблицях 5.2–5.24.

Таблиця 5.2 – «Естафета з передачею гімнастичної палиці»

Інвентар – гімнастичні палиці

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 передача палиці гравці останній біжить вперед аніматор	Перші гравці тримають перед собою за два кінці гімнастичну палицю. За сигналом аніматора гравець переступає через палицю, не відпускаючи її, та передає партнерові, який стоїть позаду. Той бере палицю і в такий же спосіб виконує вправу, передаючи палицю наступному. Останній гравець команди, який одержав палицю, біжить з нею та займає місце першого в колоні, продовжуючи передавати палицю знову	Забороняється відпускати один кінець палиці або кидати її. Виграє команда, гравці якої закінчили естафету не тільки швидше, але і з меншою кількістю помилок	Гравці кожної команди строяться по одному за загальною лінією старту. Відстань між кожною колоною повинна бути в один крок

Таблиця 5.3 – «Послідовні передачі по колу»

Інвентар – баскетбольні м'ячі

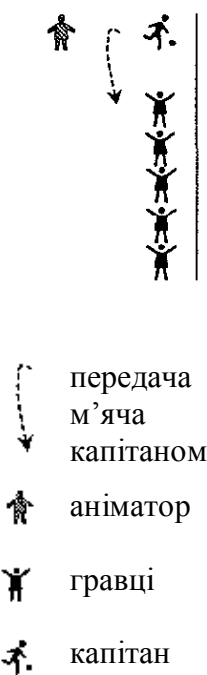
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці передача м'яча проти годинної стрілки аніматор	Аніматор подає сигнал через кожні 1–2 секунди. Гравці за кожним сигналом одночасно виконують передачу м'яча проти годинної стрілки	Якщо гравець втратив м'яч (тобто м'яч упав на підлогу), то піднімати його не можна. Гра продовжується без цього м'яча. Гравці не мають права сходити з місця, звужувати коло	Гравці кожної команди розташовуються по колу на відстані витягнутої руки. У кожного гравця в руках м'яч. Виграє команда, в якій залишається більше м'ячів

Таблиця 5.4 – «Передає – сідай»

Інвентар – волейбольний м'яч

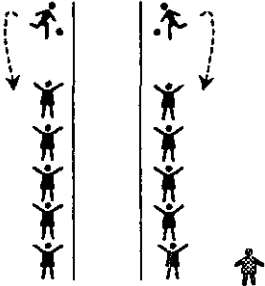
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 передача м'яча капітаном аніматор гравці капітан	Капітани одержують по волейбольному м'ячу. Після сигналу аніматора кожен капітан передає м'яч гравцеві своєї команди. Одержавши м'яч, цей гравець повертає його капітанові. Капітан кидає м'яч іншому гравцеві, третьому і т.д. Кожний з гравців, повернувши м'яч капітанові, сідає. Одержавши м'яч від останнього гравця, капітан піднімає його вгору	Виграє команда, гравці якої виконують завдання швидше та її капітан підіймає м'яч вгору першим	Учасники поділяються на дві команди. Якщо під час гри гравець втратив м'яч, він повинен підняти його з підлоги й кинути капітанові

Таблиця 5.5 – «Передача м'ячів над головою, під ногами та їх комбінація»

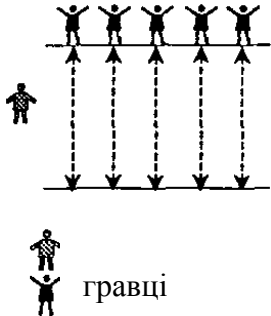
Інвентар – баскетбольні м'ячі

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 передача м'яча капітаном гравці стоять у колоні капітан аніматор	За сигналом аніматора гравці, які стоять попереду, передають м'яч над головою тим, які стоять позаду. Наступні передають м'яч тим же способом і так до кінця колоні. Щоразу останній гравець, одержавши м'яч, біжить із правої сторони своєї колоні і стає на місце першого, знову передаючи м'яч назад над головою. Так продовжується доти, поки перший гравець не повернеться на своє місце	Передавати м'яч можна тільки своєму сусідові. Не дозволяється передавати м'яч через декілька гравців. За порушення цього правила команді зараховується штрафний бал	Гравці поділяються на команди. Кожна команда вистроюється в колону по одному. Гравці кожної команди стоять на відстані витягнутої руки

Таблиця 5.6 – «Зміна місць»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці лінія будиночка лінія стрибків гравця	За сигналом аніматора всі гравці стрибають із глибоким присіданням і просуваються вперед, намагаючись швидше перебороти лінію протилежного «будиночка». Виграє команда, гравці якої першими зберуться за протилежною лінією, закінчивши стрибки. Потім усі стрибають у зворотну сторону	В інших випадках організації гри гравці можуть рухатися лежачим способом або лежачи з упором позаду, перебираючи руками і ногами. Той, хто порушив спосіб пересування, вибуває з гри	Гравці двох команд, стоячи в шеренгах обличчям друг до друга на протилежних сторонах майданчика, сідають і кладуть руки на коліна

Таблиця 5.7 – «Вудка»

Інвентар – шнур, мішок

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці ведучий рух шнура аніматор	Ведучий, стоячи в центрі кола, обертає за сигналом аніматора шнуром мішок так, щоб він ковзав по підлозі під ногами гравців, які підстрибують. Учасники гри уважно стежать за рухом мішка і підстрибують у той момент, коли мішок біля їхніх ніг. Той, хто зачепив мішок або шнур ногами, міняється місцями з ведучим	«Зловленим» вважається той, до чийої ноги доторкнеться шнур або мішок	При обертанні шнура ніхто не має права відходити від свого місця. Той, хто порушив це правило, теж вважається «зловленим»

Таблиця 5.8 – «Захист укріплення»

Інвентар – 2 м'ячі, 2 дерев'яних щитки

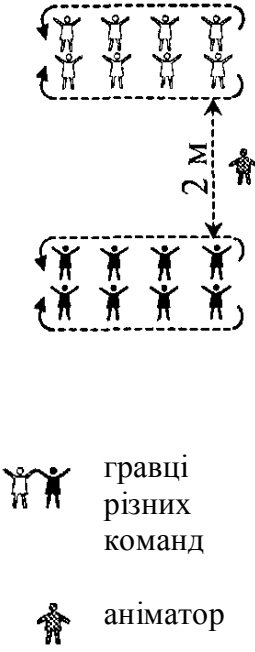
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 захисник збивання м'ячем укріплення аніматор	За сигналом аніматора гравці починають збивати м'ячем укріплення, а захисник відбиває м'яч руками і ногами. Гравець, якому вдалося збити укріплення, міняється місцями з захисником. Грають визначений час. За підсумками гри визначається кращий захисник	Гравці не повинні заходити за лінію кола. Захисник не має права торкатися укріплення руками. Якщо укріплення зрушилося м'ячем з місця і не впало, то гра продовжується	Цю гру добре проводити в двох колах двома командами. У кожному колі є своє укріплення. Захищає укріплення гравець протилежної команди

Таблиця 5.9 – «Стрибок за стрибком»

Інвентар – скакалка

Місце проведення – спортивний
майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд аніматор	За сигналом аніматора перші пари кожної колони швидко кладуть скакалки на підлогу та біжать уздовж своєї колони до її кінця, один праворуч, інший ліворуч від неї. З кінця колони вони по черзі перестрибують через підняті скакалки всіх пар, які стоять у колоні. Повернувшись на свої місця, обидва гравця стають у колону, беруть з підлоги скакалки і піднімають їх на висоту 50–60 см. Як тільки вони підняли скакалку, гравці іншої пари в колоні кладуть свою скакалку, потім оббігають свою колону до кінця, повертаються на своє місце, перестрибують через скакалки всіх пар колони і піднімають свою скакалку. Те ж саме роблять всі інші пари кожної колони. Перемагає команда (колона), що змогла першої закінчити біг з перескакуваннями	Пари можуть починати перебіжку тільки тоді, коли попередня пара візьме з підлоги свою скакалку. Перестрибувати через скакалку учасники можуть одночасно або один за одним. Скакалки тих, хто стоїть у колоні опускати на підлогу не можна	Гравці поділяються на дві команди. Кожна команда вибудовується в колону по два. Обидві колони будуються паралельно одна іншій на відстані двох метрів. Усі пари гравців тримаються за скакалки, розтягуючи їх на висоті 50–60 см від підлоги. Між парами повинна бути відстань, рівна 1 м

Таблиця 5.10 – «Естафета з повзанням і переповзанням»

Інвентар – мати і гімнастичні
ослони і стінки

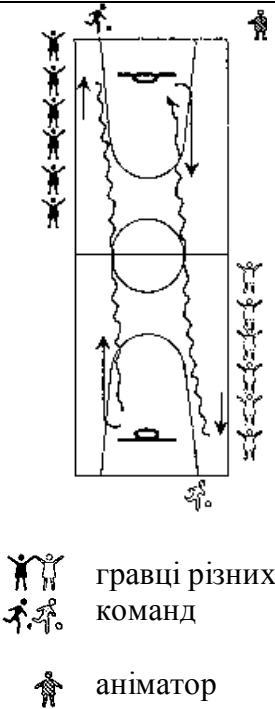
Місце проведення – спортивний
майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гімнастична стінка мати гімнастичний ослін гравці аніматор	За командою аніматора перші гравці біжать до ослона, переповзають через нього, підбігають до гімнастичної стінки, залазять наверх, торкаючись рукою верхньої рейки, спускаються вниз (не стрибаючи), вдруге переповзають через ослін і, підбігаючи до того, хто стоїть в голові своєї колони, доторкаються один до одного рукою. Гра продовжується доти, поки черга не підійде до того, хто починав. Щораз гравець, який повертається, стає наприкінці своєї колони, а останній робить півшага вперед так, щоб перший гравець став біля лінії старту. Перемагає команда, яка закінчила гру раніше за інших	Гравець, який повернувся, торкається правою рукою лівої руки наступного гравця, ліворуч обходить колону і стає наприкінці неї. Піднімаючись по гімнастичній стінці, необхідно торкнутися рукою верхньої планки	На відстані 10 м від гімнастичної стінки паралельно їй ставлять гімнастичні ослони. Гравці поділяються на 2–4 команди і вишиковуються в колону по одному. Між колонами відстань один-два кроки. Перед гравцями креслять лінію старту. Біля стінки кладуть мати

Таблиця 5.11 – «Естафета з веденням м'яча і кидком у кошик»

Інвентар – баскетбольний м'яч

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд аніматор	За командою аніматора «Увага! Марш!» перші гравці біжать вперед, ударяючи м'ячем по підлозі, підбігають до баскетбольних щитів, що стоять на протилежних кінцях майданчика, і кидають м'яч у кошик; повертаються назад, ведуть м'яч до середини майданчика і відтіля передають його кидком наступному гравцеві	Гра продовжується, поки всі гравці не виконають зазначену задачу. Виграє команда, яка першою закінчила гру і закинула більше м'ячів у кошик	Якщо м'яч не потрапив у кошик, то гравець кидає його ще раз

Таблиця 5.12 – «Не давай м'яч ведучому»

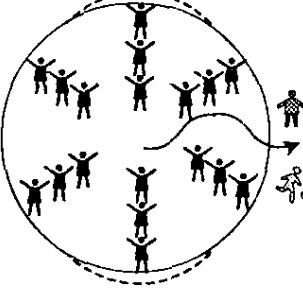
Інвентар – м'яч

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 ● м'яч ведучий гравці аніматор	Гравці перекидають м'яч по повітрю, передають по землі або підлозі так, щоб ведучий не зміг його торкнутися. Ведучі, які бігають у колі, прагнуть торкнутися м'яча. Якщо кому-небудь з них це вдалося, то його місце займає гравець, при чиему кидку ведучий зачепив м'яч. Вони міняються місцями. Після закінчення гри визначаються гравці, що жодного разу не були ведучими	М'яч можна кидати по повітрю, перекидати з відскоком від землі, перекичувати по землі. Якщо м'яч вискочив з кола, то гравці повинні швидко його підняти, стати на своє місце і продовжити гру	Гравці стають по колу на відстані витягнутої руки один від одного. Вибирають 3–4 гравці, які водять, Вони йдуть у середину кола. Якщо гравців не більш 15, вибирають одного того, що водить. Ті, хто стоять по колу, ловлять м'яч

Таблиця 5.13 – «Колесо»

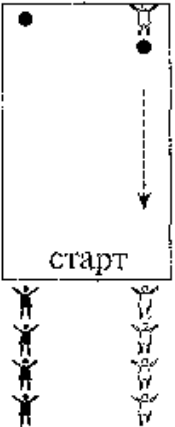
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці той, хто водить аніматор	Ведучий біжить навколо колеса, торкається гравця, який стоїть останнім у якій-небудь колоні, і зупиняється біля нього. Гравець, якого торкнувся ведучий, злегка б'є його перед тим, як той передає свій удар далі, і так до гравця, що стоїть попереду колони, говорить: «Хоп!» і біжить праворуч або ліворуч своєї колони, вибігає за колесо і, оббігши його, швидко повертається на своє місце. Усі (зокрема і ведучий), хто стоїть в його колоні, біжать за ним, по дорозі обганяючи один одного, щоб не залишитися останнім. Коли всі гравці повернуться на свої місця, гравець, що виявився останнім, стає ведучим. Гра продовжується	Бігти можна тільки тоді, коли гравець, який стоїть попереду, вигукне: «Хоп!» і побіжить у визначеному напрямку. Бігти можна вправо і вліво. Бігти через коло не можна. Не можна штовхати один одного	Вибирається ведучий. Усі інші строяться в колону по одному обличчям до центра кола. Колони стоять, як спиці в колесі. Ведучий стоїть осторонь

Таблиця 5.14 – «Передає – сідай»

Інвентар – волейбольний м'яч

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 аніматор гравці різних команд ● набивні м'ячі	За сигналом аніматора гравці в колонах біжать вперед до стовпчика, оббігають його і повертаються назад, пробігаючи стартову лінію. Під час бігу гравці обхоплюють за пояс гравців, які знаходяться попереду. Виграє та команда, гравці якої пробігли всю дистанцію не роз'єднавшись і раніше за іншу команду перетнули стартову лінію усією своєю колоною. Можна змінити гру, коли гравці один за одним приєднуються. Таку гру називають «Потяг»	1. Бігти можна тільки за сигналом аніматора. 2. Під час бігу не можна роз'єднувати руки. 3. Усі в колоні повинні оббігати м'яч-«стовпчик»	Гравці поділяються на дві команди, які стоять паралельно одна одній. Перед колонами є стартова лінія. Напроти кожної колони встановлюють м'яч. Кожен гравець колони обхоплює руками гравця, який знаходиться попереду

Таблиця 5.15 – «Перестрілка»

Інвентар – м'яч

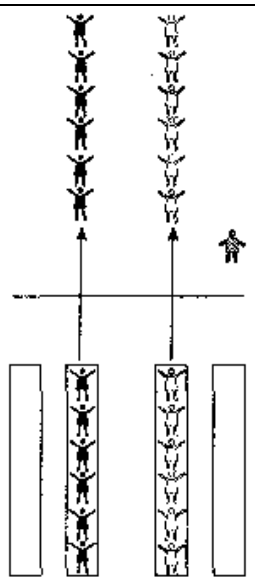
Місце проведення – спортивний
майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 коридор полону середня лінія коридор полону капітани гравці різних команд аніматор	Аніматор підкидає м'яч на середню лінію між командами. Кожен гравець намагається відбити м'яч до своїх. Піймавши м'яч, гравець прагне влучити ним у суперника, не заходячи за середню лінію. Суперник ухиляється від м'яча у свою чергу прагне влучити м'ячем у гравця-суперника. «Підстрелений» гравець йде за лінію «полону» протилежної команди і знаходиться там, поки свої гравці не дадуть йому м'яч у руки. Тільки після цього він повертається на своє місце. Грають 10–15 хв. Після цього рахують «полонених» у кожній команді. Перемогла та команда, у якої «полонених» більше	Гравці не мають права переходити середню лінію, бити м'ячем у голову. Гравець, що піймав м'яч у повітрі, не вважається «підстреленим». З м'ячем можна бігти не більш двох кроків	Посередині площадки креслять середню лінію. Майданчик розміром 6×12 м. На двох протилежних сторонах майданчика паралельно середньої лінії відкреслюється лінія «полонених» на відстані 1,5 м від зовнішньої лінії, утворюючи коридор. Гравці поділяються на дві команди і обирають капітанів

Таблиця 5.16 – «Переправа на гімнастичних ослонах»

Інвентар – гімнастичні ослони

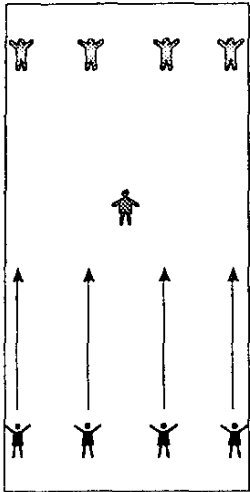
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 — лінія фінішу  гравці різних команд  гімнастичний ослін  аніматор	Учасники кожної команди вишиковуються як для зустрічної естафети. За лінією старту в одній з колон розташовані поруч паралельно один одному два ослони. На одному з них стоять гравці команд. За сигналом аніматора вони нахиляються і пересувають ослін, який стоїть поруч, вперед по ходу руху до протилежної колони. Зробивши це, вони всією групою перебираються на передній ослін і підтягують ослін, що залишився позаду. Як тільки обидві ослони будуть за лінією фінішу, місце на одному з ослонів займають гравці протилежної команди, які починають пересуватися в зворотному напрямку	Якщо гравець падає з ослона, він виходить із гри	На площадці викреслюється лінія фінішу. Перемагає та команда, яка першою займає первісне місце на майданчику

Таблиця 5.17 – 1. «Вершник», 2. «Тачка», 3. «Сухарики»

Естафета з прикладними
завданнями

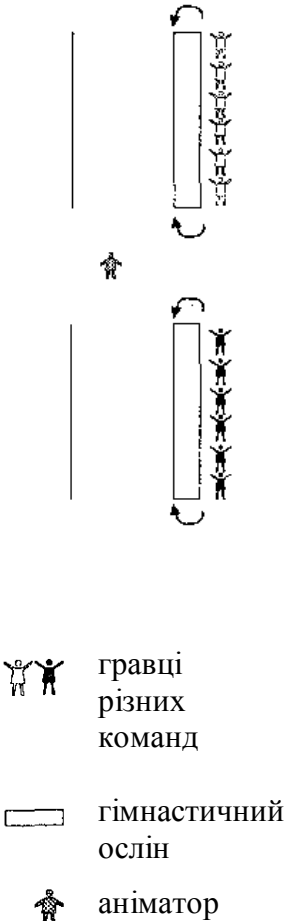
Місце проведення – спортивний
майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці судді аніматор	1. «Вершник». Один із гравців стає навпочіпки, інший сідає на нього зверху, ноги нарізно, і тримається за плечі. За командою аніматора гравці рухаються до домовленого місця, потім міняються місцями і рухаються назад. 2. «Тачка». Гравці стають спиною один до одного, один спиною, інший обличчям по напрямку бігу. Один гравець приймає вихідне положення «упор лежачи», інший бере його за ноги. За сигналом аніматора вони рухаються до домовленого місця, потім міняються місцями і рухаються назад. 3. «Сухарики». Гравці стають спиною один до одного, один спиною, інший обличчям по напрямку бігу, охопивши руки один одного. За сигналом аніматора вони починають рухатися до суддів, торкаються їх рукою і рухаються назад.	Не дозволяється: переступати умовну межу; підтримуючи ноги, підштовхувати свого партнера	Дійшовши до кінця майданчика, необхідно помінятися місцями і виконувати завдання далі. Беруть участь фізично підготовлені гравці

Таблиця 5.18 – 1. «Гонка з гімнастичним ослонем», 2. «Зміна місця в упорі на руках», 3. «Біг крабів»

Інвентар – гімнастичні ослони

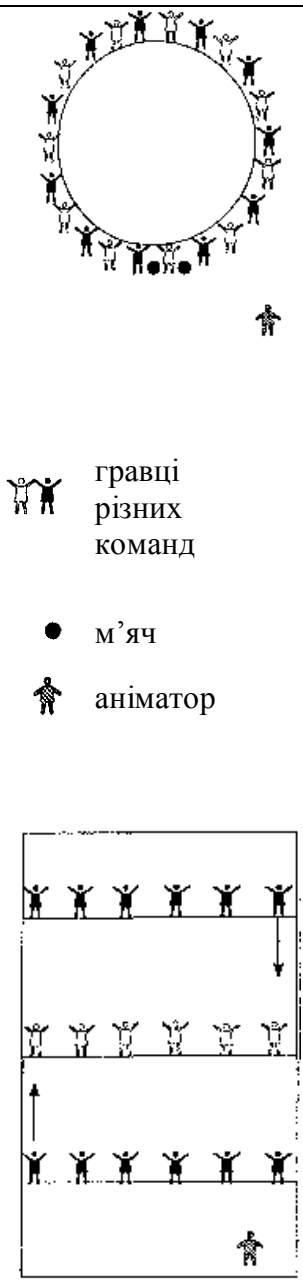
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд гімнастичний ослін аніматор	1. «Гонка з гімнастичним ослонем». Обидві команди стають лівим боком до ослонів. За сигналом аніматора вони перестрибують через ослін, нахиляються, беруть ослін двома руками і через верх переставляють його на іншу сторону, перестрибують через нього. Дійшовши до умовної лінії, гравці повертаються назад, не змінюючи вихідного положення. 2. «Зміна місць в упорі на руках». Необхідно перебороти деяку відстань, просуваючись в упорі на руках, без допомоги ніг. 3. «Біг крабів». Вихідне положення: сидючи в упорі, зігнути ноги в колінах. За сигналом аніматора, піднімаючи таз, гравці починають біг до протилежної команди по годинній стрілці, міняючись місцями в кожній підгрупі. Кожен наступний гравець починає старт, коли ноги попереднього торкаються лінії границі. Можливий варіант цієї самої гри, але біг спиною вперед	Чітко взяти ослін одночасно двома руками. Ослін не кидати, а ставити плавно	Командна гра проводиться як зустрічна естафета

Таблиця 5.19 – «Карасі і щуки»

Інвентар – два м'ячі

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд ● м'яч аніматор	1. Дві команди утворюють коло. Одну команду складають парні номери, іншу – непарні. Два капітани, що стоять поруч, тримають м'ячі в руках. За сигналом аніматора м'ячі передаються по колу в різні сторони, через одного гравця – тільки гравцеві своєї команди. Кожна команда прагне передавати м'яч швидше, щоб першою передати його капітанові. 2. На одній стороні майданчика знаходяться гравці команди «Карасі», посередині – «Щуки». За сигналом аніматора «карасі» перебігають на іншу сторону, а «щуки» їх ловлять. Зловлені (3–4 гравця) беруть один одного за руки, утворюючи «невід». Тепер «карасі» мають бігти в іншу сторону через «невід» (під руками). «Щуки» стоять за «невідом» і чекають на них. Коли зловлених гравців стає 8–10 гравців, інші утворюють коло, через яке перебігають «карасі». Якщо зловлених дуже мало, вони утворюють коридор. «Щуки» ловлять залишившихся. Той, кого зловили останнім – переможець	Якщо м'яч губиться, його піднімають і продовжують гру	Гравці утворюють коло і розраховуються на перший-другий

Таблиця 5.20 – «День і ніч»

Інвентар – м'яч

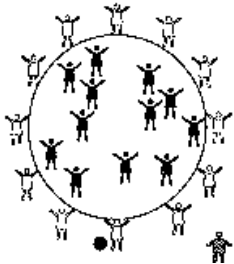
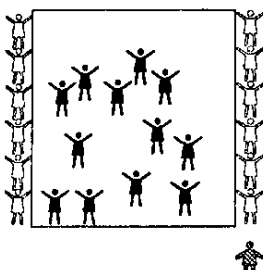
Місце проведення – спортивний
майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд аніматор	Аніматор стає біля середніх ліній і зненацька вимовляє: «День». Після цього сигналу гравці команди «Ніч» тікають у свій будинок, а гравці команди «День» їх наздоганяють і прагнуть влучити в них м'ячем. Гравців, у яких влучили м'ячем, підраховують і відпускають до своїх. Потім команди знову стають біля середньої лінії спиною до неї. Аніматор знову подає сигнал, прагнучи, щоб він був несподіваним. Можна відволікати гравців виконанням вправ, що робиться для ускладнення гри	Забороняється тікати у свій будинок до подачі сигналу. Ловити і влучати м'ячем можна тільки до будиночка. Зловлені гравці знову грають разом	Посередині майданчика креслять дві рівнобіжні лінії на відстані 1–1,5 м, а по обох сторонах від них паралельно їм – лінії будинків. Гравці поділяються на дві команди, які вишиковуються у своїх середніх ліній, спиною команда до команди

Таблиця 5.21 – «Мисливці і качки»

Інвентар – м'яч

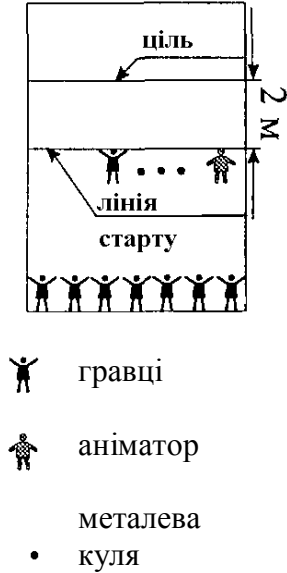
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  мисливці  качки  м'яч  аніматор 	Гравці поділяються на дві команди, одна з яких – «Мисливці» – стає по колу перед лінією, друга – «Качки» – заходить у середину кола. У «мисливців» волейбольний м'яч, яким вони повинні «вибити» «качок» з кола, потрапивши в них м'ячем. «Качки» бігають у колі, увертаючись від м'яча. Гравець, у якого влучили м'ячем, виходить із гри. Коли всі «качки» вибиті, команди міняються місцями. Виграє та команда, яка швидше «виб'є» своїх суперників. Різновид гри – гру проводять на волейбольній площадці. «Мисливці» стають із двох сторін	1. Під час кидка м'яча «мисливцеві» не дозволяється переступати границю кола. 2. Влучення в гравця м'ячем, що відскочив від підлоги, не зараховується. 3. «Качка», яка спіймала м'яч в повітрі, одержує запасний бал, тобто має право повернути вибулого гравця	Гравці утворюють коло і розраховуються на перший-другий

Таблиця 5.22 – «Французька гра з кулями – «боча»

Інвентар – металеві кулі вагою 800 м, мітки с номерами для позначення далини кидка

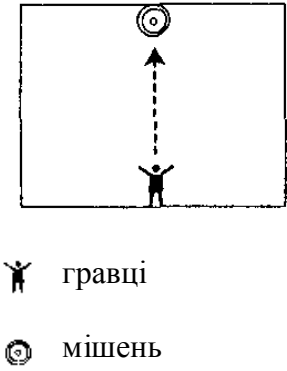
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці аніматор металева куля	Учасники гри по черзі підходять до лінії старту і за командою аніматора штовхають кулі вбік лінії цілі – до лінії або за лінію. Виграє той, хто штовхнув кулю якнайдалі за всіх	Учасники гри не повинні заступати на лінію старту, штовхати кулі без команди аніматора. Кожному гравцеві повинен бути привласнений номер, що відповідає визначеній цілі; дальність поштовху відзначає аніматор	Троє гравців, які штовхнули кулі якнайдалі за всіх, одержують 3, 2, 1 бали відповідно та оголошуються переможцями

Таблиця 5.23 – «Стрілянина з лука»

Інвентар – мішень, лук, стріли

Місце проведення – спортивна зала або майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці мішень	Гравець встає на вихідну позицію, встановлену довільно залежно від умінь гравців. Мета – набрати якнайбільшу кількість балів, влучивши в мішень	Гравці не мають права сходити з місця	Виграє той, у кого більша кількість балів

Таблиця 5.24 – «Дартс»

Інвентар – гра «Дартс»

Місце проведення – спортивна зала
або майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці  мішень  аніматор	1. Простий (класичний) дартс. Перший гравець, який набрав 210 балів, оголошується переможцем. 2. Складний (<i>killer</i>) дартс. Кожному гравцеві надається «три життя» – три спроби набрати 210 балів. Якщо в який-небудь зі спроб гравець за встановлену кількість кидків не набирає 210 балів, то ця спроба анулюється, всі бали з цієї спроби і це «життя» згорають. Гравці, у яких залишилося хоча б одне життя, виходять у фінал. У фіналі необхідно також набрати 210 балів, той, хто не набрав їх – вибуває. 3. <i>Killer-2</i>. Проводять за попередньою наведеною схемою, але зі значними ускладненнями. Наприклад: – збільшується кількість балів; – кидки виконують із зав'язаними очима або лівою рукою, або спиною до мішені через плече тощо	Переможець визначається за сумою балів, набраних протягом трьох спроб і у фіналі. Гравець, який не набрав потрібну кількість балів вибуває	Виграє той, в кого більша кількість балів

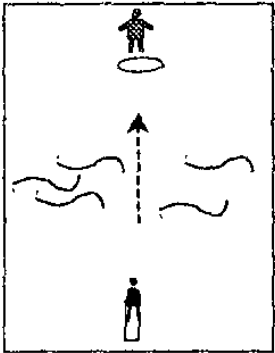
5.3.2 Рухливі ігри в басейні

Рухливі ігри, які пропонують проводити в басейні готельного або туркомплексу наведено в таблицях 5.25–5.31.

Таблиця 5.25 – «Баскет-серф»

Інвентар – дошка серф, кільце, баскетбольний м'яч

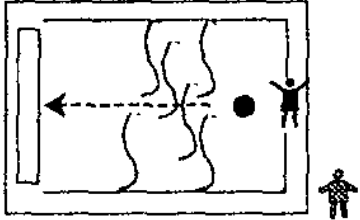
Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравець  аніматор  кільце  дошка	Аніматор і учасник стають на протилежні поперечні сторони басейну один напроти одного. Гравець із бортика з м'ячем стрибає на дошку і пливе в напрямку до протилежного бортика, стоячи на дошці. Аніматор тримає кільце перед собою на витягнутих руках. Гравець, допливаючи до середини басейну, робить кидок у кільце	Завдання: влучити м'ячем у кільце. За кожний влучний кидок гравець одержує приз	Виграє той, хто більшу кількість разів влучив у кільце

Таблиця 5.26 – «Гольф»

Інвентар – ключка, тенісний м'яч, ворота від водного поло

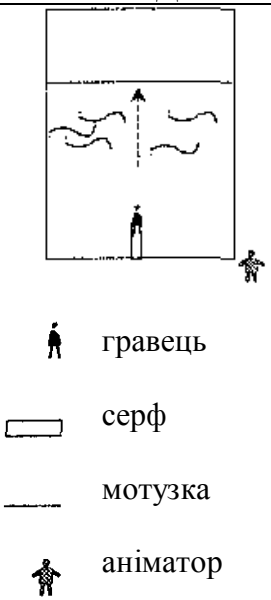
Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравець  ворота  м'яч  аніматор	За сигналом аніматора гравець займає зазначену позицію на бортику поперечної сторони басейну. Напроти нього устанавлюються ворота. Гравець ударяє м'яч ключкою і посилає його у ворота	Кожен м'яч, що потрапив у ворота, зараховується, а гравець одержує приз	Мета – влучити м'ячем у ворота

Таблиця 5.27 – «Перебір перешкоди»

Інвентар – дошка для серфа, мотузка, яка може змінювати рівень висоти

Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравець серф мотузка аніматор	Учасник стає на поперечний бортик басейну. На відстані 2/3 довжини басейну поперек нього на зазначеній висоті напинається мотузка. Гравець стрибає на серф і рухається уздовж басейну. Допливаючи до перешкоди, перестрибує її. Дошка в цей час пропливає під перешкодою	За необхідністю гра ускладнюється підвищенням рівня висоти перешкоди	Мета – перестрибнувши перешкоду, стати на дошку

Таблиця 5.28 – «Серф-таксі»

Інвентар – дві дошки для серфа, мотузка, або канат з поплавцями

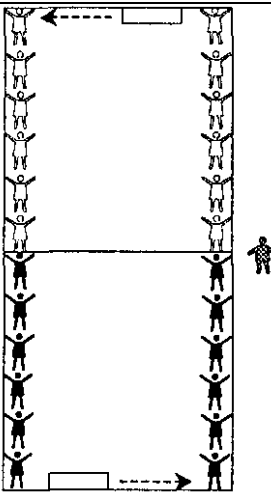
Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд аніматор мотузка	В естафеті беруть участь дві команди з рівною кількістю осіб. Посередині басейну поперек нього напинається розділова мотузка. Команди стають в одну лінію, кожна на своїй половині уздовж басейну. За сигналом аніматора учасники обох команд сідають на серф, рухаються по колу, на своїй половині басейну, допомагаючи собі руками, і передають по черзі серф	Учасник номер один підпливає до учасника номер два і віддає йому серф, той також пливе по колу і передає серф учасникові номер три і т.д., до останнього гравця	Команда, яка припливла першою на борт, виграє

Таблиця 5.29 – «Збери сідоків»

Інвентар – дві дошки для серфа, мотузка або канат з поплавцям

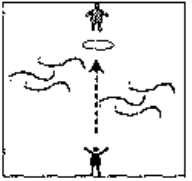
Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці різних команд  серф  мотузка  аніматор	В естафеті беруть участь дві команди з рівною кількістю осіб. Посередині басейну поперек нього напинається розділова мотузка. Команди займають свою половину басейну, розподілившись на дві підгрупи. Члени команди встають на свої місця на подовжніх бортиках басейну друг напроти друга. За сигналом аніматора перші учасники естафети з обох команд сідають на серф і, допомагаючи собі руками, плывуть на протилежну сторону до гравця номер два. Гравець номер два сідає на серф, і вже два учасники рухаються до гравця номер три і т.д.	Зібравши всіх учасників своєї команди на серф, гравці відправляються на „базу” – до місця старту першого учасника	Команда, яка припливла першою без втрати „сідоків”, виграє

Таблиця 5.30 – «Серф-теніс»

Інвентар – серф, кільце, три тенісних м'ячі

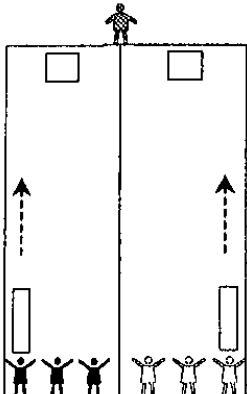
Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравець  аніматор	Гравець і аніматор стають один напроти одного на бортику подовжніх сторін басейну. Аніматор тримає кільце перед собою на витягнутих руках. Гравець повинен кинути м'яч і влучити в кільце	Учасникові надається три спроби	Влучення м'ячем у кільце нагороджується призом

Таблиця 5.31 – «Серф-балон»

Інвентар – дві дошки серф, два стільці, повітряні кулі по числу учасників, канат з поплавцями

Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд аніматор серф стілець	В естафеті беруть участь дві команди з однаковою кількістю осіб. Уздовж басейну напинається розділова мотузка. За сигналом аніматора учасники обох команд під номером один сідають на серф і пливуть до протилежного бортика, допомагаючи собі руками. На протилежному бортику встановлюють по одному стільцю для кожної команди. Допливши до стільця, гравець сідає на нього, бере одну з лежачих під стільцем кульок і надуває її. Потім гравець повинен лопнути кульку, сівши на неї. Після цього гравець на дошці швидко повертається назад і передає естафету учасникові номер два і т. д.	Гравець повинен лопнути кульку, швидко повернутися назад і передати естафету учасникові номер два і т. д.	Команда, яка завершила естафету першою, виграє

5.3.3 Рухливі ігри для дітей

Медики постійно повторюють, що під впливом рухів у дітей поліпшується функція серцево-судинної і дихальної системи, зміцнюється опорно-руховий апарат, регулюється діяльність нервової системи і низка інших фізіологічних процесів. Використання основних рухів (біг, стрибки, ходьба й ін.) поглиблює дихання, поліпшує вентиляцію легень. Однак усе це повинно робитися в дозуванні, доступному дітям і відповідно до їх вікових можливостей. У разі правильної організації фізичних вправ і ігор у дітей підвищується розумова і фізична працездатність, без яких надалі важко буде займатися спортом.

Навчання основним видам рухів необхідно здійснювати з урахуванням нарощування вимог. Під час підбору тих або інших вправ варто не тільки враховувати досягнутий дітьми рівень рухових умінь, але і передбачати ускладнення цих рухів. Так, якщо діти переборюють стрибком у довжину 50 см, треба збільшити перешкоду або ввести додаткові завдання, наприклад, ляснути в польоті в долоні або енергійно змахнути руками при відштовхуванні. Це дозволяє зберегти в дітей інтерес до завдань, прагнути поліпшити свої показники, не зупинятися на досягнутому. Кожний новий рух варто пропонувати після міцного засвоєння подібного з ним, але більш простого. Наприклад, після засвоєння підскоків на місці можна перейти до стрибків із просуванням уперед; після оволодіння метанням у нерухому ціль, було б добре запропонувати дітям потрапити в мішень, яка рухається.

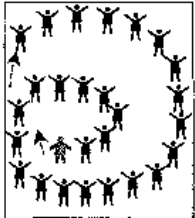
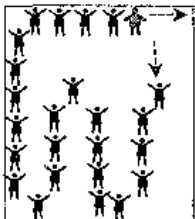
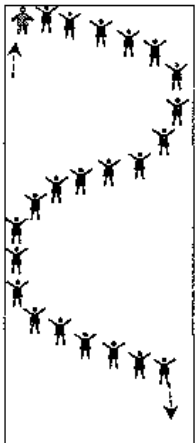
Аніматору необхідно знати основну техніку рухів, уміти показати їх з огляду на вік дітей, підібрати відповідні ігри для удосконалювання рухів. Наведемо приблизні вправи в ходьбі, по бігу і стрибках за віковими групами. (У цьому навчальному посібнику використані ігри зі збірників укладачів і розроблювачів З. М. Богуславської, С. Ю. Подніб'якіної, М. М. Контерович, Л. І. Михайлова, В. Г. Яковлевої, О. Н. Вавілової, С. В. Савінової, В. А. Савінова, С. В. Тітова та ін., що вдало використовувалися в дитячих садках у різний час).

Рухливі ігри для дітей, які використовують у дитячих клубах готельних або туристських комплексах наведено в таблицях 5.32–5.60.

Українські національні дитячі ігри наведено у додатку Б.

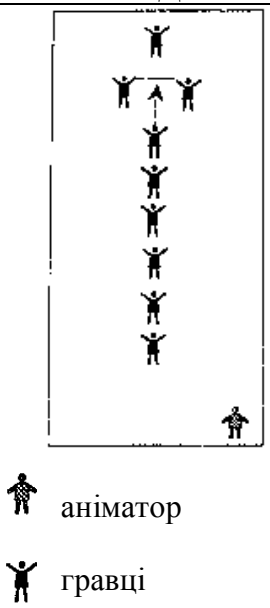
Таблиця 5.32 – «Фігурна ходьба»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
    гравці  аніматор	1. «Равлик». Діти вишиковуються в шеренгу, беруться за руки і, повернувшись вліво (вправо), йдуть за аніматором спочатку по колу, а потім равликом, тобто роблячи концентричні кола один в іншому. Відстань між кільцями спіралі повинні бути не менше 1 м. 2. «Змійка». Діти йдуть у колоні від однієї сторони майданчика до іншої. Потім повертаються за аніматором, йдуть у зворотну сторону і так декілька разів. 3. «Голка і нитка». Діти тримаються за руки, утворюючи ланцюжок. Обвівши ланцюжок навколо майданчика, аніматор зупиняє дітей, пропонує їм підняти нагору зчеплені із сусідами руки, утворити ряд воріт. Аніматор веде ланцюжок далі за собою в зворотному напрямку під руками в хлопців, обходячи по черзі одного праворуч, іншого – ліворуч. У той момент, коли ланцюжок дітей проходить під воротами, дитина, яка піднімала руки для утворення воріт, повертається навколо своєї осі і продовжує йти ланцюжком	Зберігати в ходьбі зазначену побудову, інтервали між собою	Необхідно повторювати рухи за аніматором, зберігаючи при цьому інтервали

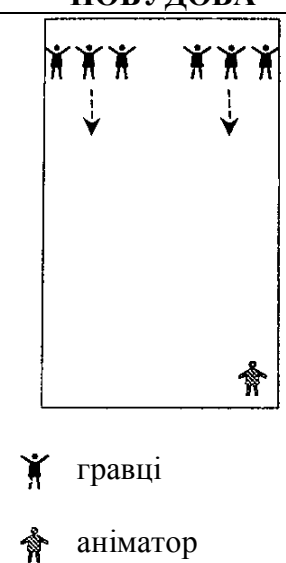
Таблиця 5.33 – «Пройди безшумно»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 аніматор гравці	Декільком дітям зав'язують очі. Вони стають парами один навпроти одного на відстані витягнутих рук. Інші гравці намагаються по одному проходити через ворота, безшумно, обережно, можна пригнувшись або поповзом. При найменшому шурхоті ті, хто стоять у воротах піднімають руки, щоб затримати минаючого. Перемагає той, хто зумів благополучно пройти через ворота	Не стояти без руху, проходити у ворота. Якщо ті, хто стоїть у воротах зловлять граючого, вони відразу ж опускають руки вниз	Виграє той, хто тихо пройде через ворота

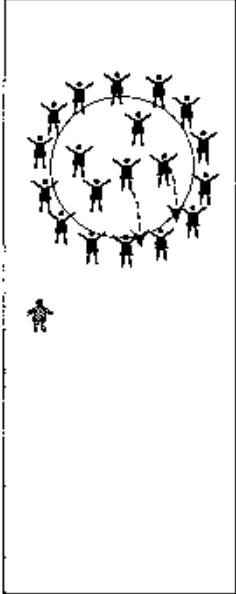
Таблиця 5.34 – «Трійка»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці аніматор	Діти стають по три, тримаючись за руки. Відстань між трійками – не менш 1 м. У кожній трійці середня дитина стоїть обличчям за напрямком руху, двоє інших, із правої і лівої сторони від неї, стоять спиною. За сигналом аніматора трійки рухаються по майданчику, за сигналом «Стій!» зупиняються, міняються місцями в трійках	Варто йти по три, допомагаючи один одному, узгоджуючи рухи; зберігати інтервал між трійками	Виграє той, чия трійка якнайрівніше пройде дистанцію

Таблиця 5.35 – «Сіра качка»

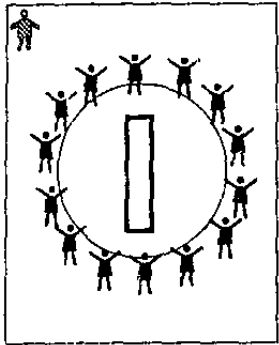
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 аніматор гравці	Один з гравців – «мисливець», другий – «качка», декілька дітей – «каченята». Інші, взявшись за руки, утворюють коло – ставок, у якому плаває «качка» з «каченятами». Діти, які стоять у колі, йдуть по колу і говорять: «Ось плавала сіра качка по воді, закликала малих дитинчат до себе. Ви, каченята, бережіться, далеко не розходьтесь». У цей час «качка» і «каченята» ходять усередині кола, «мисливець» – навкруги. На останніх словах «качка» стає попереду «каченят», вони йдуть за нею вервечкою. Діти ведуть хоровод в інший бік: «Ось загавкав собака в очеретах, чи не сидить там мисливець у кущах? Він виловить малих дитинчат, малих дитинчат-каченят». Коло розпадається на декілька маленьких (по 3–5 дітей – це «кущики», у яких ховаються «каченята» (по одному або декілька в кожному). «Мисливець» голосно вигукує: «Раз, два, три!». Після цього «каченята» повинні перебігти від одного «кущика» до іншого. Під час перебіжки «мисливець» намагається їх піймати. «Качка» захищає «каченят»: розставляє руки в сторони, як би змахує крилами, перепиняючи шлях «мисливцеві»	«Мисливець» ловить тільки «каченят»; «каченята», зловлене «мисливцем», встає в коло, що зображує «кущик». Після рахунка «мисливця» «каченята» не повинні залишатися в тому «кущику», де ховалися, треба обов'язково перебігти в інший	Чим більше «мисливець» зловить «каченят», тим краще

Таблиця 5.36 – «Опецьок»

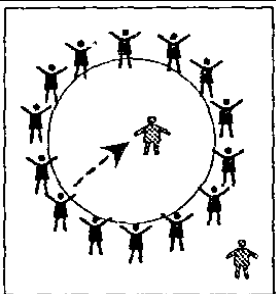
Інвентар – колода

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 аніматор гравці опецьок	У середині майданчика ставиться опецьок (поліно, високий кубик). Гравці встають по колу, беруться за руки і говорять: «Стоїть опецьок, не заважає нам. Хто опецьок зіб'є, з кола піде!» Після цього усі починають рухатися навколо опецька. При цьому кожен намагається підтягти своїх сусідів до опецька так, щоб вони його звалили	Руки відпускати не можна; грають не більше 6–8 дітей	Хто звалить опецьок, виходить з кола

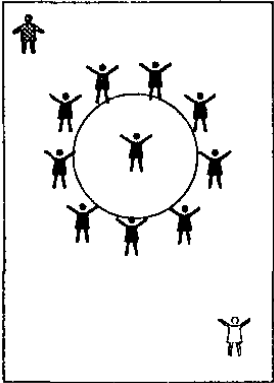
Таблиця 5.37 – «Хто підходив»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 аніматор гравці ведучий	Один з учасників гри вибирається ведучий, стає в коло і закриває очі. За вказівкою аніматора хтось з тих, хто стоїть по колу підходить до ведучого, торкається до його плеча рукою і називає його по імені, змінивши свій голос. Потім гравець повертається на своє місце, після чого керівник пропонує ведучому відкрити очі і сказати, хто до нього підходив	Ведучому не можна відкривати очі доти, поки керівник не скаже «можна». Якщо він відкриє очі раніше, то продовжує водити. Повертатися треба на своє місце, але не обов'язково прямим шляхом	Якщо ведучий відгадав, його місце займає гравець, який до нього підходив, якщо ні, то він знову водить. Якщо ведучий не відгадав три рази, вибирають нового ведучого

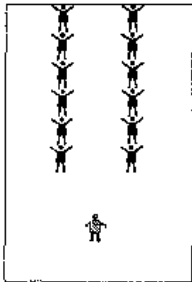
Таблиця 5.38 – «Відгадай, чий голосок»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 аніматор гравці ведучий	Гравці стають у коло. Один з них стає в середині і закриває очі. Аніматор указує на того, хто буде співати або говорити: «Скок, скок, скок». Усі гравці йдуть по колу вправо і співають (або говорять): «Ми склали усі коло, повернемося разом раптом!» На останніх словах усі повертаються навколо себе: «Скок, скок, скок». Ці слова співає або говорить один, кому заздалегідь запропонував керівник. Пісню закінчують словами: «Відгадай, чий голосок?»	Слова «скок, скок, скок» співає або говорить тільки один гравець. Ведучий не має права відкривати очі доти, поки не закінчиться пісня	Той, хто стоїть у центрі з закритими очима повинен відгадати, хто співав, або ж указати той напрямок, відкіля йому почувся голос

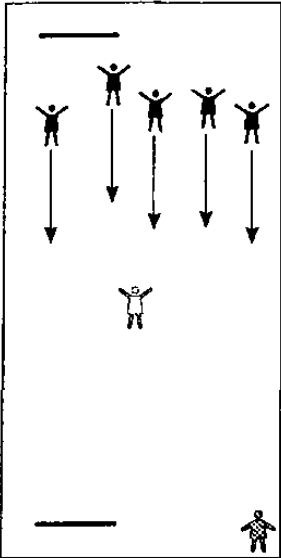
Таблиця 5.39 – «Швидко по місцях»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці аніматор	Усі гравці вишиковуються в одну або дві колони по одному і витягують руки вперед, злегка торкаючись ними пліч тих, хто стоїть попереду	За сигналом аніматора «На прогулянку!» всі діти розбігаються в різні сторони. За другим сигналом «Швидко по місцях!» усі повинні побудуватися у вихідне положення, поклавши руки на плечі того, хто стоїть попереду	Хто швидше стає на своє місце, той переможець

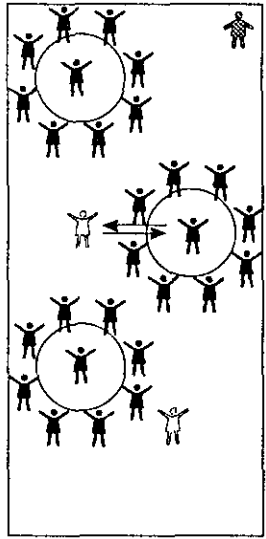
Таблиця 5.40 – «Спритні хлопці»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці  будинок  ведучий  аніматор	На протилежних боках майданчика або залу відзначають лініями два «будинки». Відстань між ними – 15–20 кроків. Між будинками знаходиться ведучий (посередині майданчика). Усі інші гравці знаходяться на 1-й стороні майданчика, за лінією будинку. Ведучий, знаходячись посередині, голосно говорить: «Раз, два, три». Усі гравці вимовляють хором: «Ми веселі хлопці, любимо бігати і грати. Ну, спробуй нас наздогнати!» Після цього всі діти перебігають на протилежний бік за лінію «будинку». Ведучий ловить тих, що перебігає. Зловлені відходять убік. Потім, коли діти перебігли, ведучий знову говорить: «Раз, два, три», і всі, прочитавши речівку, біжать у свій 1-й «будинок»	Перебігати на інший бік можна тільки після слів «нас наздогнати». Не можна, вибігши через лінію, бігти назад. Гравець, який допустив таку помилку, вважається зловленим. Зловити – торкнутися рукою до граючого	Після підрахування зловлених вибирають нового ведучого з незловлених, а зловлені стають до всіх граючих. Гра продовжується 3–4 рази, після чого відзначають кращих хлопців і кращих ведучих

Таблиця 5.41 – «Заєць без будиночка»

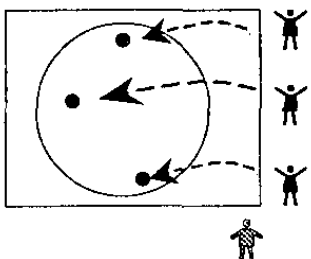
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці ведучий аніматор	Гравці, крім двох ведучих, поділяються на групи по 3–5 чоловік. Кожна група утворює коло. Ці кола розміщуються в різних місцях на відстані 3–9 кроків один від одного. Кожне коло – «будиночок». У кожному «будиночку» 1-й номер стає в середині його і зображує «зайця». Один із ведучих стає «мисливцем», другий – «зайцем» без «будиночка». Ведучий розташовується осторонь від кола	«Мисливець» може ловити «зайця» тільки тоді, коли він знаходиться поза «будиночка». Пробігати «зайцем» через «будиночок» не можна. Як тільки новий «заєць» вбіг у «будиночок», то «заєць», що знаходиться там, повинен негайно вибігти	Аніматор дає команду для початку гри: «Раз, два, три!» На «раз» ведучий «заєць» починає тікати, а на «три» – «мисливець» починає його ловити. «Заєць», рятуючись від «мисливця», може вбігти в будь-який «будиночок». Тоді «заєць», який знаходиться там, повинен вибігти, і «мисливець» починає переслідувати його. Якщо «мисливець» піймає «зайця», то вони міняються ролями

Таблиця 5.42 – «Блинки»

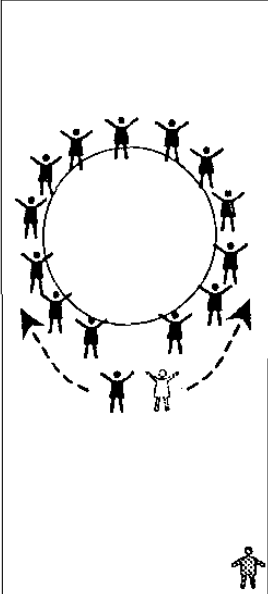
Інвентар – камінчики

Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравець аніматор камінчик	У воду кидають плоский камінчик так, щоб він полетів паралельно поверхні води. Камінчик буде то торкатися води, то відскакувати від неї: по воді підуть круглі «блинки»	Повинні обов'язково виходити «блинки»	Хто зуміє кинути камінчик так, щоб на воді вийшло найбільше число «блинків», той і виграв

Таблиця 5.43 – «Порожнє місце»

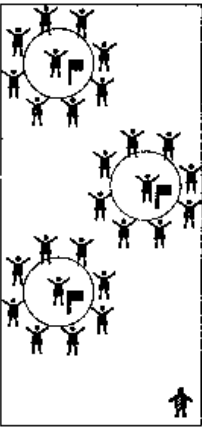
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці  ведучий  аніматор	Усі гравці, крім ведучого, стають у коло на відстані не більше півшага один від одного. Ведучий стає поза кола. Усі гравці за командою аніматора складають руки за спиною. Ведучий біжить навколо кола, торкається до когонебудь із граючих і після цього продовжує бігти навколо кола в будь-який бік. Гравець, якого він торкнувся, біжить навколо кола в зворотну сторону, прагнучи швидше ведучого прибігти на своє місце. Зустрічаючись на шляху, вони вітаються: потискують один одному руки або присідають один перед одним	Ведучий повинен торкнутися рук граючого, коли викликає його на змагання з бігу. Коли гравці оббігають коло, ніхто не повинен їм заважати. При зустрічі обоє повинні виконати домовлене завдання. У протилежному випадку той, хто не виконує його, стає ведучим	Хто з гравців раніше займе «порожнє» місце, той там і стає, а залишившийся водить. Грають 3–5 хв

Таблиця 5.44 – «До своїх прапорців»

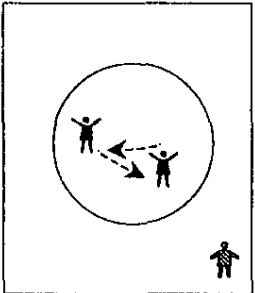
Інвентар – різнобарвні прапорці

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці  аніматор	Гравці поділяються на групи по 5–6 чоловік, стають у кола, за командою аніматора розташовуючись по всій площадці. У центрі кожного кола стає один граючий із прапорцем. Гравці, крім тих, хто стоїть із прапорцями, за сигналом аніматора розбігаються по майданчику, стають обличчям до стіни і закривають очі. У цей час гравці, що стоять із прапорцями, тихо і швидко змінюють свої місця за вказівкою аніматора. Аніматор подає сигнал: «Усі до своїх прапорців!» Гравці відкривають очі та шукають свій прапорець	Гравцям не можна відкривати очі до сигналу. Якщо гравець відкрив очі раніше, то група, у якій він знаходився, вважається тією, що програла. Гравці з прапорцями повинні обов'язково змінити свої місця	Переможцями вважаються ті, хто раніше прибігли до своїх прапорців і вишикувалися в коло

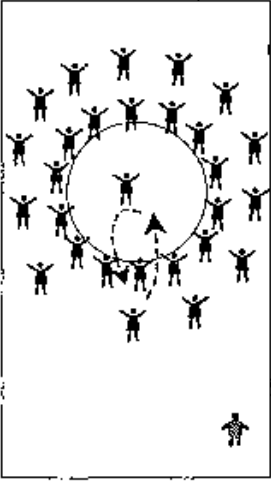
Таблиця 5.45 – «Бій півнів»

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці  аніматор	У коло стають два гравця. Кожен із них згинає одну ногу в коліні і підтримує її рукою, іншу руку тримає за спиною. За сигналом аніматора гравці плечем намагаються виштовхнути один одного з кола	Не можна опускати ногу. Не можна штовхати рукою	Переміг той, хто залишився у колі

Таблиця 5.46 – «Птахи і клітка»

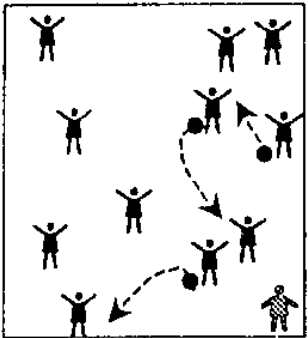
Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці  аніматор	Для гри потрібно підібрати дві музичні мелодії: галоп або марш (для стрибків) і польку (для підскоків-перебіжок). Половина гравців, взявшись за руки, утворює коло («клітку»). Інша половина гравців – «птахи» – розташовуються вільно по зовнішньому колу. Під музику внутрішнє коло («клітка») рухається кроком або підскакуючи вправо, а гравці зовнішнього кола – вліво. За сигналом «клітка» зупиняється, а гравці піднімають нагору з'єднані руки. Музичний супровід змінюється, виконується друга мелодія. «Птахи» починають пробігати під руки всередину «клітки» і вибігати з неї. Аніматор зненацька дає 2-й сигнал – музика припиняється і «клітка» «закривається». Гравці внутрішнього кола присідають і опускають руки вниз. «Птахи», які опинилися всередині «клітки», вважаються зловленими. Вони встають, тримаючись за руки з гравцями внутрішнього кола. Таким чином, «клітка» розширюється	«Клітка» може захоплюватися тільки за сигналом аніматора. Якщо гравці опустять руки раніше за сигнал, то «птахи» не вважаються зловленими. Якщо в момент сигналу «птаха» виявиться під руками граючих, або якщо голова її буде усередині «клітки», «птаха» вважається зовленою; вільною, – якщо голова «птахи» буде зовні. Всі «птахи» під час 2-ї музичної мелодії повинні пробігати через «клітку». «Птахи», які ухиляються від пробіжок, вважаються зловленими	Гра відновлюється і продовжується, поки не переловлять усіх «птахів», а потім гравці міняються ролями

Таблиця 5.47 – «Мисливці»

Інвентар – м'ячі

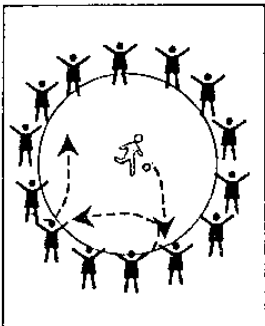
Місце проведення – спортивний
майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 ● м'ячі гравці аніматор	Гравці розбігаються по майданчику. Три мисливці стоять у різних місцях, тримаючи в руках по маленькому м'ячу. За сигналом аніматора «Стій!» усі гравці зупиняються, і мисливці з місця ціляться в кого-небудь з них м'ячем	Гравці мають право ухилятися від м'яча, але не можуть сходити з місця. Якщо гравець після команди «Стій!» зійшов з місця, він замінює мисливця	«Вбиті» замінюють мисливця

Таблиця 5.48 – «Не давай м'яч ведучому»

Інвентар – м'яч

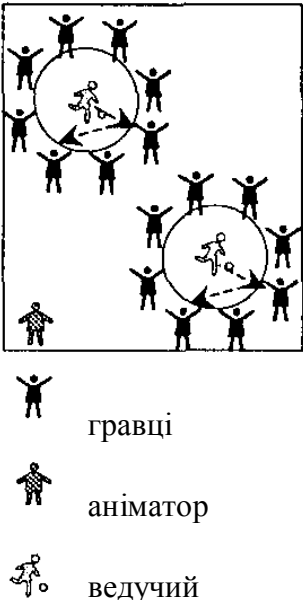
Місце проведення – спортивний
майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці ведучий аніматор	Гравці утворюють коло і перекидають руками один одному м'яч у будь-якому напрямку, не даючи його ведучому, який стоїть у колі	М'яч можна передавати в будь-якому напрямку. Ведучий може бігати за м'ячем, підстрибувати за м'ячем	Якщо ведучий піймав м'яч або зачепив його рукою, то гра починається знову, а ведучим стає той, хто неточно передав м'яч

Таблиця 5.49 – «М'яч середньому»

Інвентар – м'яч

Місце проведення – спортивний майданчик

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці аніматор ведучий	У середину кожного кола стає ведучий з м'ячем. За сигналом аніматора ведучі кидають м'яч одному з гравців, а той, піймавши, кидає м'яч ведучому. Так ведучий кидає м'яч підряд усім гравцям команди. Одержавши м'яч від останнього, ведучий піднімає його нагору	Не можна пропускати когось з учасників команди	Виграє те коло, гравці якого закінчили перекидання м'яча раніше

Таблиця 5.50 – «Тир на воді»

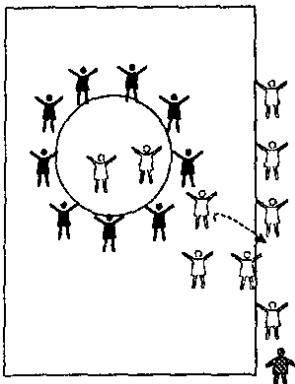
Інвентар – обруч, камінчики

Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці аніматор камінчик	У воду кидають обруч на 5–6 кроків від берега	Гравці йдуть по березі і по черзі кидають камінчики всередину обруча, що спливає	Виграє той, хто, кинувши 10 камінчиків, найбільшу кількість разів влучить у ціль

Таблиця 5.51 – «Рибалки і рибки»

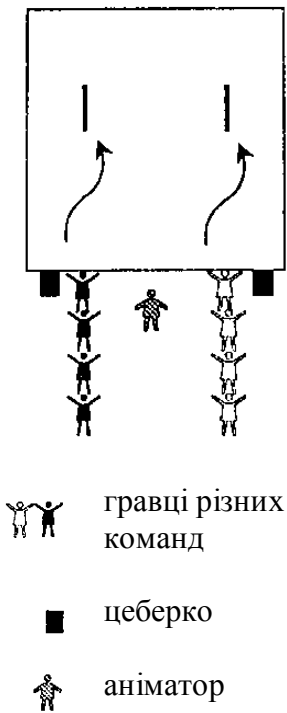
Місце проведення – дитячий басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд аніматор	Призначається 10–12 «рибалок». Вони стають у ряд на березі і беруться за руки, утворюючи «невід». Така ж кількість гравців відправляється у воду. Вони заходять у воду по груди і стоять групою. Це «рибки»	«Рибки» не можуть розбігатися, поки аніматор не подасть сигнал свистком або голосом, а зробити це потрібно раніше, ніж рибалки ввійдуть у воду і заведуть кінці невода, утворивши напівкільце. З'єднані руки «рибалки» повинні тримати над водою і ні в якому разі не опускати їх у воду. За сигналом «рибки» починають рятуватися – ідуть із «невода». Вони або випливають на берег, поки кільце ще не замкнулося, або поринають під з'єднаними руками «рибалок». Пробиватися по верху, розриваючи силою ланцюг зімкнутих рук, не можна. Порешник все рівно буде вважатися зловленим	Коли крайні в ланцюзі візьмуться за руки і замкнуть кільце, «рибки» вже не можуть врятуватися втечею і стають видобутком «рибалок». «Виллов» виводять на берег і підраховують, приєднуючи до нього і тих, які втекли не за правилами. Зловлені залишаються на березі, а «рибалки» вдруге закидають «невід». Незловлені «рибки» знову збираються групою, очікуючи сигналу, коли можна буде розбігтися. Тепер граючі повинні помінятися ролями. «Рибалки» стають «рибками», а їх супротивники перетворюються на «рибалок». Чий вилов буде багатший, тому і присуджується перемога

Таблиця 5.52 – «Водоноси»

Інвентар – цеберко, металеві кружки

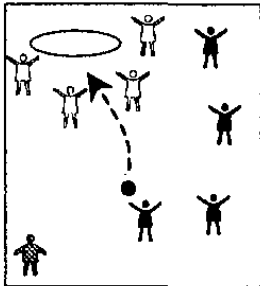
Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд цеберко аніматор	Потрібно запастися двома цеберками, рівними між собою по обсязі, і двома металевими кружками однакової місткості. Гравці поділяються на дві команди і вишиковуються на березі колонами в одну лінію. Інтервал між командами – 5–6 кроків. Проти ціпків ставлять на березі цеберку. Відстань між ціпком і цеберкою – 20–40 кроків. За цеберками, на 3 кроки далі, відзначають лінію – старт. Гравцям, які стоять попереду, аніматор дає кухлі, а сам займає місце на межі, проведень між цеберками	За сигналом аніматора гравці першої пари починають змагання. Кожен з них біжить до ціпка, обгинає його, черпає повний кухоль води і повертається на берег. Тут гравець виливає воду в цеберку, на старті передає кружку своєму товаришеві по команді і стає на останнє місце в колоні. Другий гравець, узявши кухоль, зараз же тікає зі старту	По черзі гравці приносять воду. Виграє та команда, яка швидше супротивників наповнить свою цеберку до країв

Таблиця 5.53 – «М'яч у кошик»

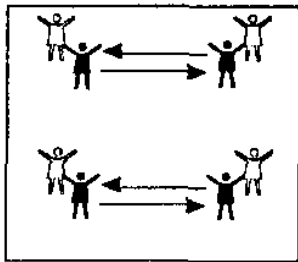
Інвентар – кошик із грузилом,
волейбольний м'яч

Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд аніматор м'яч кошик	Потрібен плаваючий кошик, кошик із грузилом, гумовий або волейбольний м'яч. Одна команда обороняє кошик, інша її атакує, намагаючись закинути м'яч	Гра триває 5 хв. Потім команди обмінюються ролями, і гра відновлюється знову на 5 хв	Виграє команда, яка змогла за час гри закинути м'яч у кошик якомога більшу кількість разів

Таблиця 5.54 – «Бій вершників»

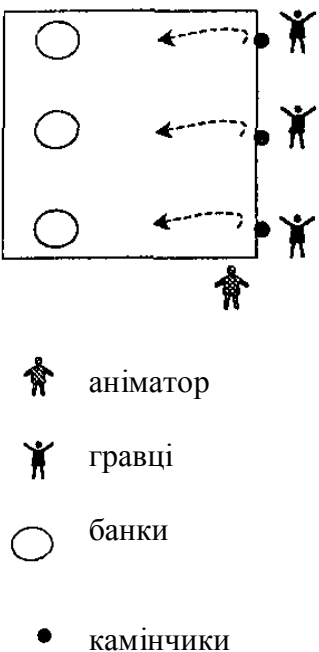
Місце проведення – дитячий басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці різних команд аніматор	На глибині води по пояс дві команди вишиковуються шеренгами обличчям друг до друга. У кожній команді партнери сідають верхи друг на друга	За сигналом ведучого починається бій. Шеренги сходяться, а вершники намагаються стягнути у воду суперників	Перемогу одержує та команда, у якої за сигналом «Стоп!» залишається більше вершників. У грі приймають участь діти старшого віку

Таблиця 5.55 – «Потопи корабель»

Інвентар – консервні банки,
камінчики

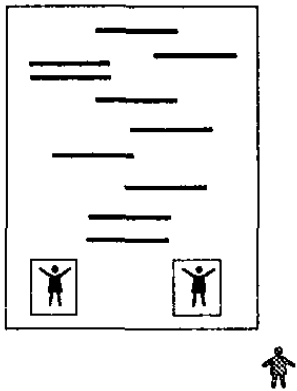
Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 аніматор гравці банки камінчики	Для гри необхідно покласти на воду на невеликій відстані від берега декілька консервних банок. Напроти кожної з банок на березі стоять 3–4 чол.	Гравці намагаються закидати в банки камінчики, щоб якомога швидше потопити їх	Виграє та команда, яка швидше потопила «корабель». Банку, що затонула, треба дістати і винести на берег

Таблиця 5.56 – «Пропливти через ворота»

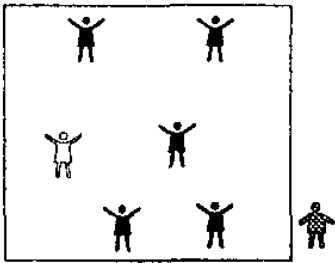
Інвентар – матраци

Місце проведення – басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
 гравці аніматор матраци	Учасники повинні пропливти на матраці через 10 воріт	Не можна пропускати ворота	Виграє той, хто пропливе швидше за всіх

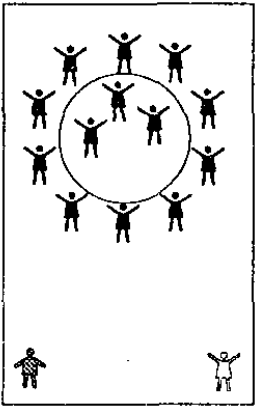
Таблиця 5.57 – «П'яточки»

Місце проведення – дитячий басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  аніматор  гравці  ведучий	Гра проводиться на дрібному місці. Призначається ведучий, який після сигналу, що сповіщає про початок гри, намагається наздогнати кого-небудь і доторкнутися до нього рукою. Граючі тікають і увертаються від ведучого	Зловлений піднімає руку і кричить: «Я п'яточок!», після чого вже сам починає ловити. Не можна «п'ятнати» гравця, який занурився у воду з головою!	Гра триває скільки завгодно

Таблиця 5.58 – «Чапля і жаба»

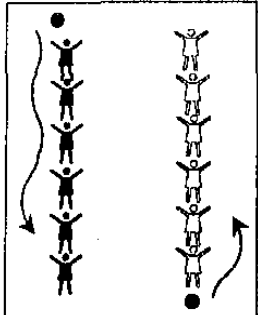
Місце проведення – дитячий басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці  ведучий  аніматор	На глибині по пояс усі гравці утворюють коло і беруться за руки; один призначається «чаплею», а троє – «жабенятами»	«Чапля» ловить «жаб», яким дозволяється виходити з кола, тільки пірнаючи під руками гравців, у різних напрямках і знову повертатися в коло. «Чапля» може виходити з кола і повертатися в коло, тільки перестрибуючи через руки граючих (для цього вони трохи присідають)	Заплямована «жаба» міняється з «чаплею» ролями, і гра продовжується

Таблиця 5.59 – «Передача м'яча»

Інвентар – м'яч

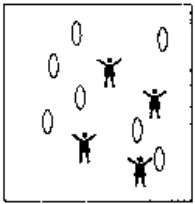
Місце проведення – дитячий басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці різних команд  аніматор  м'яч	На глибині по груди дві команди по 5–6 чоловік вишиковуються в дві рівнобіжні колони по одному, ноги на ширині пліч	Перші номери одержують м'ячі. За сигналом вони нахиляються, занурюючись з головою у воду, і передають м'яч між ногами другим гравцям. Ті у свою чергу нахиляються, щоб прийняти м'яч, і передають третім і т.д. Коли м'яч дійде до останніх гравців, вони біжать з ним, стають попереду команд і піднімають м'яч високо над головою	Виграє команда, яка першою виконала завдання

Таблиця 5.60 – «Перлини»

Інвентар – камінчики, фольга

Місце проведення – дитячий басейн

ПОБУДОВА	ЗМІСТ	ПРАВИЛА	ПРИМІТКИ
  гравці різних команд  аніматор  камінчики-перлини	Заготовити 30–50 огорнених фольгою камінчиків-«перлин». Розкидати їх на неглибоке місце	За командою аніматора учасники починають збирати камінчики-«перлини»	Треба знайти якнайбільше камінчиків-«перлин»

5.4 Методика складання і проведення ігрових анімаційних програм

Під *ігровою програмою* розуміють комплексний анімаційний захід, у якому різноманітні ігрові форми об'єднуються ідейно-тематичним задумом.

Технологія проведення гри

1. Підготовка до гри.
2. Оцінка потенційної аудиторії:
 - за принципом спеціалізації рекреаційного чи турзакладу;
 - методом попереднього спостереження.
3. Оцінка розмірів, форми й акустичних характеристик ігрового майданчика.
4. Оцінка наявності й якості необхідних технічних засобів і реквізиту. Підготовка інвентарю та обладнання.
5. Вибір гри. Оголошення назви гри; розміщення гравців, команд; вибір ведучих.
6. Пояснення гри.
7. Проведення гри.
8. Підсумки гри.

Види сценаріїв анімаційних ігрових програм: 1) тематичні; 2) видовищно-розважальні; 3) сюжетно-рольові; 4) театралізовані.

Компонування сценарію ігрової програми залежить від теми, форми, кількості й якості гравців, особливостей ігрового майданчику.

Складання сценарію ігрової програми передбачає:

- 1) наявність віршів, прозаїчних уривків, текстів ведучого й виконавців ролей;
- 2) зазначення всіх музичних і шумових фрагментів із вказівкою композиторів й авторів слів;
- 3) наявність світлових ефектів, технічних прийомів, художньо-образотворчих засобів, ігрового реквізиту, засобів активізації глядачів;
- 4) зазначення місця проведення, дати написання, жанру сценарію, аудиторії, автора або укладача сценарію; діючих осіб, ігрового реквізиту, надання порад режисерові-постановникові або організаторові програми;
- 5) композиційна вибудова (експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка-фінал).

Педагогічні вимоги до організації й проведення ігор:

1. Безпека гри.
2. Безпека, зручність, гігієнічність ігрового інвентарю.
3. Уникання емоційної перенапруги граючих і вболівальників.
4. Розподіл ролей (за принципом: хто ким хоче бути; розподіл ролей організатором; жеребкування).
5. Рівність за силами в команді.
6. Пояснення правил і умов гри.
7. Суддівство ігор.
8. Підведення підсумків гри.
9. Посильність ігрових знань.
10. Послідовність і логічність завдань.

5.5 Організація спортивної анімації

Здоровий спосіб життя є основою спортивної анімації. Збереження і зміцнення здоров'я – це головні функції спортивної анімації. Особливе значення в комплексі заходів, спрямованих на розвагу туристів, приділяється спортивним заняттям, змаганням, конкурсам, рухливим іграм тощо.

В іграх аніматори безпосередньо беруть участь як гравці, ведучі та судді. В їхнє завдання також входить зацікавлення гравців і контроль за ходом гри, улагоджування можливих конфліктних ситуацій.

Під час гри аніматор чітко викладає правила, забезпечує її безперервність, безпеку, організований початок і закінчення з обов'язковим підведенням підсумків і оголошенням переможців.

Необхідно зазначити, що рухливі ігри супроводжують людину з самого народження і до глибокої старості. Через гру ми пізнаємо світ, навчаємося взаємодіяти в колективі, знайомимося з різними моделями поведінки, виявляємо свої знання, активність і багато чого іншого. Однозначно неможливо відповісти на запитання: «Що змушує людину грати?» Бажання активно відпочити? Одержати заряд гарного настрою? Побути у центрі уваги? Очевидно, всі ці відповіді, напевно, і ще багато інших будуть правильними. Але є мотив, про який потрібно пам'ятати завжди, і, мабуть, він буде одним із основних. Адже кожен граючий хоче одержати приз. Людину незмінно вабить можливість побути переможцем, прилюдно «бути увінчаним лавровим вінком».

Аніматор повинен завжди ретельно підходити до вибору призів. Вони повинні бути такими, щоб ними хотілося володіти і зовсім необов'язково дорогими.

Цікавий, забавний або престижний приз завжди буде слугувати могутньою мотивацією для гри. Під час вибору подарунків варто враховувати аудиторію: що добре старому, то не підходить дитині.

Помітний, яскравий або незвичайний реквізит теж найчастіше викликає інтерес до гри. Вгадати бажання аудиторії, зрозуміти, що їй необхідно в цей момент, який мотив керуватиме нею до участі в грі, – це і є завдання аніматора.

Спортивна анімація – це комплекс активізуючих програм, сформованих із використанням спортивних ігор.

Суб'єктом спортивної анімації виступає керівник, менеджер спортивної анімації, об'єктом – група та окремі особистості, для яких розробляють анімаційну програму, призначену для задоволення їхніх духовних і фізичних потреб, предметом – спортивні анімаційні програми, в основі яких полягає здоровий спосіб життя. Збереження й зміцнення здоров'я – це основні функції спортивної анімації. Цілісний погляд на здоров'я можна подати у вигляді чотирикомпонентної моделі: соматичне, фізичне, психічне й моральне (рис. 5.5).

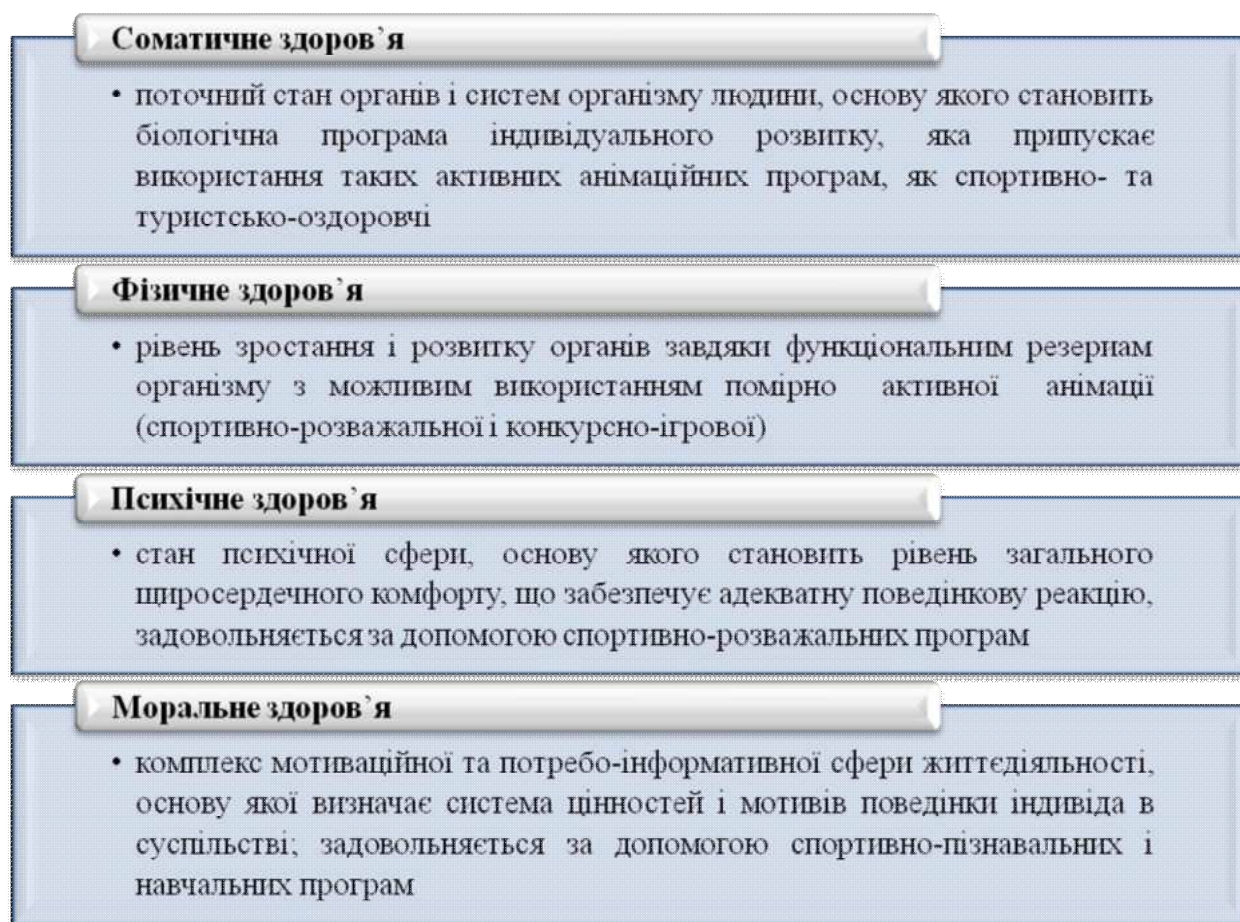


Рисунок 5.5 – Чотирикомпонентна модель цілісного погляду на здоров'я людини

Спортивна гра будується на принципі змагальності – «хто кращий». Організація спортивно-ігрової діяльності передбачає наявність відповідної матеріальної і прокатної бази.

Справжньою рушійною силою анімаційної діяльності є професійно підготовлені кадри. **Склад команди спорт-аніматорів:**

- капітан-аніматор (шеф-аніматор);
- спеціалісти командно-ігрових видів спорту;
- плав-аніматори;
- інструктори з аеробіки і шейпінгу;
- інструктори з гри в гольф, теніс, бадмінтон, більярд тощо.

Результат спортивної анімації:

- підтримка гармонійного фізичного та функціонального розвитку; розвиток рухових здатностей, витримки, сили, спритності, рухливості, удосконалювання й поглиблення основних рухових умінь і навичок;

- розвиток і зміцнення фізичних ресурсів людини під час дозвілля, зняття стомлення, відновлення втрачених сил, надання психологічної розрядки за допомогою ігор і розваг;

- зміцнення й розширення знань із питань фізкультури і спорту в профілактиці захворювань і зміцненні здоров'я населення шляхом активізації пропагандистських компаній і профілактики асоціальної поведінки;

- вироблення та зміцнення позитивного ставлення до фізичної культури через зміцнення навички до регулярної рухової активності, диференціювання спортивних інтересів для того, щоб вони стали складовою повсякденного життя;

- використання фізкультури й спорту як важливого компонента морального та інтелектуального розвитку, патріотичного виховання; розвиток естетичного смаку до рухової активності, здатності виробити красу рухів; розвиток творчих здібностей; виробництво, нагромадження й зберігання нових знань, норм, цінностей, орієнтацій, значень; відтворення духовного процесу через підтримку його наступності;

- залучення до занять фізкультурою і спортом усіх категорій населення, використання фізкультури й спорту в соціальній і фізичній адаптації осіб послабленого здоров'я, інвалідів, дітей-сиріт; зміцнення гігієнічних навичок, здатностей вести здоровий спосіб життя;

- комунікативне забезпечення знакової взаємодії між суб'єктами діяльності, їх диференціацію і єдність, створення спеціалізованої структури взаємин, опосередкованих культурними компонентами [27].

Пляжна спорт-анімація передбачає залучення рекреантів до пляжних турнірів із футболу, слизького футболу, волейболу, бадмінтону, кидання тарілок, дарцу тощо.

Популярним засобом активізації відпочинку гостей готелю біля басейну є аква-аеробіка, аква-джоггінг, водне поло.

5.6 Аеробіка

Слово «аеробіка» вперше з'явилося в американській армії в 60-і роки минулого сторіччя. У той час лікар Кеннет Купер проводив дослідницькі роботи для військово-повітряних сил США з аеробного тренування. Основи цього тренування, орієнтовані на широке коло громадян, були викладені в книзі «Аеробіка», виданої в 1963 році.

У фізіології термін «аеробний» використовують при визначенні хімічних і енергетичних процесів, які забезпечують роботу м'язів. На думку Кеннета Купера, процеси розщеплення складних молекул на більш прості тісно поєднані з процесами відновлення (синтезу) багатих енергією речовин. Один із цих процесів може відбуватися тільки в присутності кисню, тобто в аеробних умовах. Виявляється, що при аеробних процесах виробляється значно більша кількість енергії, ніж при аеробних реакціях, які здійснюються в м'язах, що знаходяться в спокої. Вуглекислий газ і вода є основними продуктами розпаду при аеробному способі вироблення енергії і легко віддаляються з організму за допомогою подиху і поту. Різні циклічні рухи, виконувані під час занять аеробікою, тривалий час стимулюють підвищення споживання кисню організмом.

Відомо, що загальнорозвиваючі і танцювальні вправи, об'єднані в безупинно виконуваний комплекс, добре стимулюють роботу серцево-судинних і дихальних систем. Це і дало підставу використовувати термін «аеробіка» для різноманітних програм, виконуваних під музичний супровід із танцювальною спрямованістю. Це напрямок оздоровчих занять одержав величезну популярність в усьому світі.

5.6.1 Класифікація аеробіки

У зв'язку зі специфічними цілями і завданнями, які розв'язуються в різних напрямках сучасної аеробіки танцювальної спрямованості, класифікацію аеробіки можна подати в такий спосіб: 1) оздоровча; 2) спортивна; 3) прикладна.

Оздоровча аеробіка – один із напрямків масової фізичної культури з регульованим навантаженням. Над розробкою і популяризацією різних програм, що синтезують елементи фізичних вправ танцю і музики для широкого кола споживачів, активно працюють різні групи фахівців, які входять в Американську асоціацію аеробіки, Американську аеробічну асоціацію здорового способу життя, Міжнародну асоціацію спортивного танцю та ін. Характерною рисою оздоровчої аеробіки є наявність аеробної частини заняття, протягом якої на визначеному рівні підтримується робота кардіореспіраторної системи. У 70-ті роки минулого сторіччя основною метою занять аеробікою було зниження ваги. На початку 80-х років минулого століття широко поширилася система *Workout*, популяризатором якої з'явилася Джейн Фонда. Потім виникли й інші системи (*funk, step*). Значний внесок у підготовку програм для людей з різним рівнем фізичної підготовки і в складанні програм для навчання фахівців зробила Національна школа аеробіки (США), а також заснований в 1993 році Університет Рібок (США).

В оздоровчій аеробіці можна виділити достатню кількість різновидів, які відрізняються змістом і побудовою занять.

Класифікація аеробіки залежно від змісту програм:

- програма без предметів, приладь (високої і низької інтенсивності *Hight, Low impact*, для вагітних, *Fank, Sity (street)-jam* та ін.);
- програми з використанням предметів і приладів (з утяжувачами, гантелями, амортизаторами, *Step-up, Slide, Fitbol* та ін.);
- програми змішаного типу (*aeroboxing*, каратебика, його-аеробіка, *Workout* та ін.).

Існує також класифікація оздоровчої аеробіки для осіб різного віку і рівня підготовленості:

1. Для дошкільників, школярів, юнацького віку, для дорослих – молодіжного, середнього і старшого віків.
2. За статтю: для жінок (для вагітних), для чоловіків.
3. За рівнем підготовленості: початківці, 2-й, 3-й рік навчання і т. д.

Спортивна аеробіка – це вид спорту, у якому спортсмени виконують безперервний і високоінтенсивний комплекс вправ, що включає сполучення ациклічних рухів зі складною координацією, а також різні за складністю елементи різних структурних груп і взаємодії між партнерами (у програмах змішаних пар, трійок і груп). Основу хореографії у цих вправах складають традиційні для аеробіки «базові» аеробні кроки та їхні різновиди.

Наразі у спортивній аеробіці існує декілька варіантів правил змагань, які мають як загальні положення, так і серйозні розходження у вимогах до змагальної програми і критеріїв оцінювання різних параметрів. У кожному з існуючих напрямків спортивної аеробіки проводяться чемпіонати світу, матчеві зустрічі й інші види змагань. В Україні розвиваються два напрямки правил змагань: за версією ФІЖ (FI) і ФІСАФ (FISAF).

У широкому розумінні цього слова до аеробіки належать веслування (на човні, байдарці, каное), ходьба, біг, плавання, катання на велосипеді, лижах, кониках й інші види рухової активності.

Прикладна аеробіка одержала визначне поширення як додатковий засіб у підготовці спортсменів інших видів спорту (аеробоксинг), а також у виробничій гімнастиці, у лікувальній фізкультурі (кардіофанк) і в різних рекреаційних заходах (шоу-програми, групи підтримки спортсменів).

Усе різноманіття сучасних напрямків базується на основах, запозичених із систем оздоровчих занять, особливості проведення яких будуть розглянуті нижче.

Оздоровчі програми аеробіки залучають широке коло осіб своєю доступністю, емоційністю і можливістю змінити зміст уроків залежно від їх інтересів і підготовленості; основу будь-якого уроку складають різні вправи: ходьба, біг, стрибки, а також вправи на силу і гнучкість, виконувані з різних вихідних положень.

5.6.2 Вправи для занять аеробікою

Вибір вправ для конкретного уроку залежить, насамперед, від віку і рівня підготовленості людини. В аеробіці розрізняють вправи, виконувані з низьким (ударним) навантаженням (*Low impact*, або *Lo*) і високим (ударним) навантаженням (*Higt impact*, або *Hi*). У цьому випадку слово «*impact*» позначає поштовхове навантаження, яке робиться на суглоби і хребет під час виконання різних варіантів ходьби, бігу і стрибків. Під час виконання вправ із низьким (ударним) навантаженням (*Lo*) як мінімум одна стопа повинна знаходитися на підлозі, а руки не повинні підніматися вище рівня пліч (у горизонтальній площині). При рухах з високим (ударним) навантаженням (*Hi*) обидві ноги на короткий час відриваються від підлоги (тобто рух виконується з фазою польоту), а руки піднімаються вище рівня пліч. В аеробіці часто використовуються різні комбінації рухів рук і ніг із різним навантаженням. Наприклад, *Lo*-рухи ногами і *Hi*-рухи руками.

Однак позначення *Low* і *Hi impact* не обов'язково свідчать про інтенсивність тренування. При описі вправ для оздоровчих програм указується

кількість рухів (частота) на хвилину, що повинно відповідати кількості рахунків тактових часток. Для *Low impact* рекомендують використовувати музичний супровід із частотою 120–130 акц на хв, а для *High impact* від – 130 до 160 (дуже рідко більше 160 акц на хв).

Перелік вправ для аеробіки

У зв'язку зі специфікою найбільш типовими для уроку аеробіки є такі вправи:

1. Загальнорозвиваючі вправи в положенні стоячи:

- вправи для рук і плечового пояса в різних напрямках (піднімання й опускання, згинання і розгинання, дуги і кола);
- вправи для тулуба і шиї (нахили і повороти, рухи по дузі і вперед);
- вправи для ніг (піднімання й опускання, згинання і розгинання в різних суглобах, напівприсідання, випади, переміщення центра ваги тіла з ноги на ногу).

2. Загальнорозвиваючі вправи в положенні сидючи і лежачи:

- вправи для стоп (почергові та тимчасові згинання і розгинання, кругові рухи);
- вправи для ніг у положенні лежачи і в упорі на колінах (згинання і розгинання, піднімання й опускання, махи);
- вправи для м'язів живота в положенні лежачи на спині (піднімання пліч і лопаток, те ж з поворотом тулуба, піднімання ніг);
- вправи для м'язів спини в положенні лежачи на животі й в упорі на колінах (невелика амплітуда піднімання рук, ніг або одночасних рухів руками).

3. Вправи на розтягування:

- у напівприсіданні для задньої і передньої поверхонь стегна;
- у положенні лежачи для задньої, передньої і внутрішньої поверхонь стегна;
- у напівприсіданні або в упорі на колінах для м'язів спини;
- у положенні стоячи для грудних м'язів і плечового пояса.

4. Ходьба:

- розмахуючи руками (кисті в кулак, пальці нарізно та ін.);
- сполучення ходьби на місці з різними рухами рук (одночасними і послідовними, симетричними і несиметричними);
- ходьба з ударами;
- ходьба з просуванням (вперед, назад, по діагоналі, по дузі, по колу);
- основні кроки та їхні різновиди, використовувані в аеробіці.

5. Біг – можливі такі саме варіанти рухів, як і при ходьбі.

6. Підскоки і стрибки:

- на двох ногах (у фазі польоту ноги разом або в іншому положенні) на місці і з просуванням у різних напрямках (з обережністю виконувати переміщення в сторони);

- зі зміною положення ніг: у стійку ноги нарізно, на одну ногу у випад і ін. (не рекомендується виконувати більше чотирьох стрибків на одній нозі підряд);

- сполучення стрибків і підскоків на місці або з переміщеннями з різними рухами руками.

У зв'язку з тим, що в оздоровчій аеробіці велика частина рухів робить навантаження на суглоби і хребет, під час вибору вправ особливу увагу приділяють правильній техніці і безпеці умов виконання. Багато вправ, які надають визначений тренувальний ефект, але підібрані без обліку підготовленості людини, за тривалого, інтенсивного повторення можуть представляти визначений ризик для здоров'я і привести до травм або ушкоджень. Розглянемо найбільш важливі положення, які потрібно враховувати при підборі вправ. В усіх вправах заборонені балістичні «хльостообразні», «ривкові» рухи.

5.6.3 Структура занять із класичної і степ-аеробіки

Загальновизнаною формою проведення занять з аеробіки є урок і в ньому традиційно виділяють три частини: підготовчу, основну і заключну.

Підготовча частина занять

На уроці аеробіки підготовча частина представлена *розминкою (warm up)*. Мета розминки – підготувати опорно-руховий апарат і всі системи організму до майбутньої роботи. Для досягнення цієї мети необхідно підвищити температуру тіла і швидкість метаболічних процесів в організмі. Критерієм ефективності розминки є поява перших крапель поту. Відповідно, тривалість розминки буде залежати від температури навколишнього середовища і складати від 6 хв, за умови теплої погоди або добре опалювального приміщення – до 10 хв. Розминка на уроках аеробіки складається з трьох частин: вступної, аеробної і престретч (*prestretch*).

Основне завдання вступної частини розминки – створення так названої кінестетичної зібраності, тобто моральної підготовки осіб до майбутнього навантаження, абстрагування від побутових проблем і зосередження на власних м'язових відчуттях.

Засобом вирішення цього завдання у вступній частині заняття є виконання низькоамплітудних, ізольованих рухів, вироблених у повільному темпі за принципом «зверху вниз»: нахили голови в сторони і вперед, кругові рухи в плечовому суглобі, руху таза вперед – назад, підйоми п'ят тощо. Під час вступної частини розминки повинна відбуватися фіксація правильного положення корпусу і постановки ніг.

Після вступної впливає аеробна частина розминки, яка складається з базових і найпростіших основних «кроків» класичної аеробіки. «Кроки» виконуються з наростаючою амплітудою і акцентом на правильну техніку. Водночас вони можуть поєднуватися в найпростіші зв'язки або впливати один за одним за принципом лінійної прогресії. *Grape wine* і *Lunge* у розминці не використовуються, тому що при нерозтягнутих підколінних сухожиллях виконання «кроку» на пряму ногу може привести до травми. У степ-аеробіці, крім «кроків» класичної аеробіки, у розминку включають низькоамплітудні «кроки» степ-аеробіки: *Tap up*, *Mambo*, а також специфічні розминкові «кроки»: *Tuch hill* – торкання степ-платформи п'ятою і *Tuch toe* – торкання степ-платформи носком.

Під час аеробної частини розминки необхідно створити «ефект репетиції», тобто надати можливість тілу звикнути до рухів, аналогічно яким будуть виконуватися в основній частині уроку. Тому доцільно включати в аеробну частину розминки рухи, які виконуються за основними напрямками залу – зі сторони убік, по діагоналях, вперед-назад, по квадрату тощо.

Якщо аеробна частина розминки інтенсивна, то в організмі відбуваються такі процеси:

- підвищується частота серцевих скорочень (ЧСС);
- підвищується частота подиху;
- збільшується систолічний і хвилинний обсяг крові;
- перерозподіляється кровотік: кров відливає від внутрішніх органів і поступає до м'язів;
- підсилюється діяльність дихальних ферментів у м'язах, тобто підвищується здатність м'язів споживати кисень.

Усе це сприяє збільшенню можливості кардіореспіраторної системи переносити кисень до м'язів, переходові в процесі розминки до аеробного механізму енергозабезпечення організму. Заключною частиною розминки є *prestretch* – попереднє розтягування м'язів, які будуть задіяні в основній частині.

Завдання класичної аеробіки і степ-аеробіки:

- збільшити розтяжність м'язів і еластичність синовіальних утворень;
- збільшити рухливість у суглобах;
- підсилити кровонаповнення м'язів.

Засобами вирішення цих завдань є вправи динамічної розтяжки, переважно м'язів ніг і попереку. Використовуються як повноамплітудні рухи (наприклад, почергові згинання ніг у позиції стійки ноги ширше пліч із нахилом і опорою руками об підлогу), так і пружні рухи, виконувані для різних суглобів з різних вихідних положень.

Основна частина уроку класичної аеробіки і степ-аеробіки

Традиційно основна частина годинного заняття аеробікою містить у собі й аеробний, і силовий сегменти, однак, залежно від спрямованості уроку, послідовність і тривалість складових основної частини уроку сегментів може бути різною. В окремих типах уроків, які мають переважно аеробну спрямованість, силовий сегмент основної частини уроку може бути або цілком відсутнім, або складатися тільки з вправ на зміцнення м'язів черевного преса. Завдяки цьому збільшується тривалість аеробного сегменту.

В інтервальних уроках (*total body workout, step interval*) аеробні вправи виконуються інтервалами тривалістю 3–10 хв між серіями силових вправ. При проведенні занять з початківцями, а також із клієнтами старших вікових груп і/або тими, що мають відхилення у стані здоров'я, рекомендується збільшити частку силових вправ в уроці, насамперед тих, що виконують у положенні лежачи на підлозі (у партері).

Тривалість основної частини стандартного годинного заняття, що містить аеробний сегмент, затримку і силовий або, як його часто називають, калістенічний сегмент, складає не менше 45 хв.

Аеробний сегмент основної частини занять

У цій частині заняття вирішуються такі завдання:

- підвищуються функціональні можливості організму;
- розвиваються координаційні здібності;
- змінюється склад тіла у бік зниження жирового компонента його маси;
- поліпшується емоційний стан осіб, які займаються аеробікою.

Під час аеробного сегменту відбувається розучування «кроків», зв'язок, блоків і комбінацій, а також багаторазове повторення розучуваних рухів – прогін. Необхідно регулювати навантаження так, щоб показники ЧСС

коливалися в межах цільової зони помірної потужності: від $(220 - \text{вік}) \times 0,6 \times 1,15$ до $(220 - \text{вік}) \times 0,75 \times 1,15$. Візуальною оцінкою оптимальності навантаження є рясне потовідділення і помірне почервоніння шкірних покривів людини. Однак єдиним точним критерієм інтенсивності навантаження є пульс.

Аеробна затримка

Після численних повторень фінальної комбінації впливає аеробна затримка, що складається з двох частин: 1) кулдаун (*cool down*); 2) постстретч (*poststretch*).

Основна мета *cool down* – знизити частоту серцевих скорочень і відновити дихання. *Cool down* може складатися з тих же «кроків» і зв'язувань, що й аеробна розминка, з тією лише різницею, що амплітуда «кроків» від початку до закінчення *cool down* зменшується. Потім впливає перехід на марш. На марші виконуються дихальні вправи, що сприяють відновленню подиху і супроводжуються повноамплітудними рухами рук.

За *cool down* впливає *poststretch*. Його мета – відновити довжину м'язів до первісної. *Poststretch* базується на статичній розтяжці, яка може проводитися в тих же вихідних положеннях, що і *prestretch*, але кожна поза фіксується і утримується близько 6 с. Тривалість *cool down* разом із *poststretch* – близько 3–4 хв.

Силовий сегмент основної частини (калістеніка)

У стандартному годинному занятті калістеніка, або силовий сегмент основної частини, займає близько 20 хв, починається після постстретч у позиції стоячи і містить у собі вправи для більшої частини м'язових груп.

Завдання калістеніки:

- підвищити рівень розвитку силової витривалості;
- поліпшити силові кондиції;
- сформувати м'язовий корсет;
- скорегувати фігуру шляхом цілеспрямованого впливу на проблемні зони.

Силові вправи в уроці аеробіки можуть виконуватися:

- із вільними обтяженнями: гантелями від 1 до 3 кг, бодіардом (штанга в м'якій оболонці) від 5 до 12 кг, утяжувачами і т. д.;
- у подоланні опору пружних предметів: гумових амортизаторів (*ecstertubs* – довга гума з ручками, *rababens* – кругла гума), м'ячів, всіляких еспандерів і т. д.;
- у подоланні ваги власного тіла і його частин.

Велика частина вправ силового сегмента взяті з атлетичної гімнастики, крім тих, які можуть негативно впливати на стан суглобів і хребта. Найчастіше пророблення м'язів у силовій частині починають із великих м'язів ніг, сідниць і спини (вправи «глобального» впливу) і закінчують більш дрібними м'язами рук і пояса верхніх кінцівок (вправи «локального» і «регіонального» впливу).

Частка вправ у партері, щоб уникнути зниження інтенсивності уроку, не повинна перевищувати 20 % від загальної кількості силових вправ. Це не поширюється на групи, у яких займаються клієнти з обмеженнями щодо фізичного навантаження.

Заклучна частина заняття

Заклучною частиною заняття є стретч (*stretch*), що покликаний вирішити такі завдання:

- відновити довжину м'язів до вихідного стану, тому що під час виконання силових вправ м'язи мають тенденцію до скорочення;
- помірно розвинути гнучкість – можливість виконувати рухи в суглобах з найбільшою амплітудою (збільшити рухливість суглобів і еластичність м'язів понад вихідний стан);
- створити емоційну розрядку після фізичного навантаження і полегшити психологічний перехід до повсякденного життя;
- перейти в положення стоячи.

Заклучний стретч містить у собі вправи, які розтягують групи м'язів, що у більшості осіб, які займаються, розтягнуті слабо і можуть спровокувати травму за наступних занять.

Так, недостатня еластичність м'язів і синовіальних утворень пояса верхніх кінцівок приводить до порушення постави («округлення спини»), що під час заняття створює додаткове навантаження на хребет. Погано розтягнуті м'язи попереку, згин стегна (біцепс стегна, напівсухожилля і напівперетинчасті м'язи), а також нееластичні підколінні сухожилля можуть стати причиною порушення правильної, травмобезпечної техніки рухів і можуть спричинити травму попереку. За недостатньої гнучкості ікроножних м'язів виникає ефект «приволокування стопи», який особливо яскраво спостерігається під час рухів у фронтальній площині (*Step-touch*, *Grape wine*) і провокує різні травми нижніх кінцівок. На відміну від усього уроку, заклучний стретч створюється структурно-хореографічним методом і виконується під обраний тренером музичний добуток ліричного характеру.

Стретч починається з положення лежачи на спині, у якому виконуються статичні розтяжки для м'язів ніг. Кожне положення фіксується й утримується протягом 8–10 с, виконуються почергові підтягування ніг руками до корпусу як прямих, так і зігнутих, з фіксацією в кінцевому положенні, розведення ніг у сторони і т. д. Закладання ніг за голову («поза плуга»), а також стійка на лопатках категорично заборонені, щоб уникнути травм шийного відділу хребта. Далі здійснюється плавний перехід у сет. На відміну від силової частини, заключний стретч може включати сет, тому що при статичній розтяжці він не робить травмуючого впливу на поперекову область хребта. У сеті і сиді ноги нарізно розтягують м'язи ніг (приводящі, відводящі і біцепс стегна), а також косі і бічні м'язи тулуба. Виконуються нахили вперед і в сторони з утриманням кінцевого положення, а також розтягування привідних м'язів стегна у положенні сидючи, стопи разом, коліна нарізно.

Через можливе травмування колінного суглоба неприпустиме використання розтяжок у позі бар'єрного кроку.

Із сету впливає продуманий перехід у положення стоячи, у якому виконуються всілякі статичні розтягування у випадках, нахилах, а також вправи на рівновагу з опорою на одну ногу. Заключне розтягування м'язів – дуже важлива частина уроку. Як остання, вона залишає враження про урок у цілому, тому має бути добре продуманою: усі переходи з одного положення в інше повинні бути логічні, красиві, закінчені і відповідати спеціально підібраній музиці. Останній рух мають припадати на останній акорд фонограми. Це необхідно для створення відчуття закінченості уроку. Після цього тренерові варто подякувати групі за увагу.

5.7 Аква-аеробіка

Вправи у воді – це дієвий засіб для підтримання фізичної форми різних категорій осіб, які прагнуть займатися спортом. Оздоровчі заняття аква-аеробікою допомагають не лише поліпшити фізичну форму, але й зняти стрес, нормалізувати психоемоційний стан людини, підвищити самооцінку. Завдяки властивостям водного середовища заняття аква-аеробікою мають не тільки високу ефективність, але і мало протипоказань.

Тіло у воді знаходиться майже в невагомому стані, що знімає навантаження з хребта і суглобів. Тиск води сприяє поліпшенню кровообігу; стимулює видих, але затрудняє вдих, розвиваючи дихальну мускулатуру; щільність води здійснює масажуючу дію, термічні властивості діють як загартовувальний фактор.

Заняття аква-аеробікою мають такі позитивні властивості:

- зміцнення психічного і фізичного здоров'я людини;
- досягнення результатів без навантаження на суглоби і хребет;
- можливість змінити середовище і внести різноманітність у тренувальний процес;
- більше можливостей для ігор і різних видів активності;
- темп виконання рухів у воді помірний, що дозволяє невідготовленим людям займатися і почувати себе впевнено;
- аква-аеробікою можуть займатися і повні люди, для яких інші види занять практично недоступні;
- використання різного устаткування дозволяє підібрати прийнятне навантаження і досягти необхідних результатів;
- спеціальні пристосування розвивають м'язову силу і витривалість без підняття ваги;
- збільшуються аеробні можливості, м'язова сила, витривалість, гнучкість;
- відбувається підвищення рівня метаболічних процесів, що сприяє виведенню шлаків з організму;
- нормалізується кров'яний тиск;
- відбувається посилення відтоку крові від ніг до серця, полегшуючи його роботу; відбувається перерозподіл м'язової й жирової маси у бік зменшення останньої.

5.7.1 Класифікація і термінологія вправ

Підготовчі вправи – основні рухи, на базі яких можна виконувати всі вправи аква-аеробіки. Їх здійснюють в мілкій і глибокій воді, з опорою і без опори, їх можна доповнювати і видозмінювати під час складання програми занять.

До підготовчих вправ відносяться такі:

- 1) ходьба, біг;
- 2) удари ногами, махи;
- 3) ножиці;
- 4) велосипед;
- 5) стрибки, виштовхування;
- 6) перекати, розгойдування;
- 7) елементи плавання.

Підготовчі вправи поділяють на: 1) аеробні; 2) силові – з устаткуванням і без устаткування.

Класифікацію підготовчих вправ наведено у таблиці 5.57.

Таблиця 5.57 – Класифікація підготовчих вправ

Опис вправи	Основна дія	Робоче положення	Напрямок руху	Положення тіла	Методичні вказівки
1	2	3	4	5	6
<i>Ходьба, біг</i>	Аеробне	Нейтральне. Опорне. Підвішене. У бортика	На місці. З поворотом навколо себе. З просуванням. Вперед. Назад. Боком. По діагоналі	Вертикально. Горизонтально. Із нахилом корпусу. У положенні сидячи	Стопа на себе. Можлива різна робота рук
<i>Ножиці (велосипед)</i>	Аеробне	Нейтральне. Опорне. Підвішене. У бортика	На місці. Із поворотом навколо себе. Із просуванням. Уперед. Назад. Боком. По діагоналі	Вертикально. Горизонтально. Із нахилом корпусу.	Стопа на себе. Різна робота рук. Обертання вперед. Обертання назад
<i>Стрибки, виштовхування</i>	Аеробне	Нейтральне. Опорне. Підвішене. У бортика		Вертикально. Горизонтально. Із нахилом корпусу. У положенні сидячи	На одній нозі. На двох ногах. Різна робота рук. Із виходом із води. На виштовхуванні – видих, у момент занурення – вдих
<i>Удари ногами, махи</i>	Силове	Нейтральне. Опорне. Підвішене. У бортика	На місці. Із поворотом навколо себе. Із просуванням. Уперед. Назад. По діагоналі нахресно	Вертикально. Із нахилом	Стопа на себе. Із різною роботою рук
<i>Елементи плавання</i>	Аеробне	Підвішене. У бортика	На місці. Із поворотом навколо себе. Із просуванням. Вперед.	Вертикально. Горизонтально. Із нахилом корпусу	Стопа на себе. Імітація рухів плавання. Робота тільки ногами.

Продовження таблиці 5.57

1	2	3	4	5	6
			Назад. Боком. По діагоналі		Робота рук і ніг у різних варіаціях. Кріль (на спині). Брас (почергова робота ніг, одночасна робота ніг). Дельфін
<i>Переكاتи-розгойдування</i>	Силове	Нейтральне. Опорне. Підвішене. У бортика	На місці. Із поворотом. Із просуванням. Уперед, назад. Зі сторони убік. По діагоналі	Зміна положення тіла. Перехід із горизонтального у вертикальне	Із ноги на ногу. Двома ногами одночасно. Зі спини на живіт. Із боку на бік. Різна робота рук

Спеціальні пристосування й устаткування для аква-аеробіки

Спеціальне устаткування, застосовуване в аква-аеробіці, розділяється на дві групи: підтримувальне і що збільшує опір.

Аква-пояс – підтримує тіло в глибокій воді.

Аква-канат – використовується для страховки і роботи з опором.

Лопатки – застосовуються при силовій роботі, підсилюють ефект опору.

Аква-гриф – для виконання силових вправ.

Аква-весло – для виконання силових вправ.

5.7.2 Підбір програми занять, створення потрібної інтенсивності

Використання властивостей води в аква-аеробіці

Розробляючи комплекси вправ для аква-аеробіки, необхідно враховувати властивості водного середовища. Не можна механічно переносити вправи, виконувані на суші, у заняття аква-аеробікою і розраховувати на однаковий ефект. При підборі вправ варто використовувати особливості впливу води на організм людини. Так, наприклад, використовуючи особливості водного середовища, можна змінювати інтенсивність виконання вправ. Вправи, виконувані стоячи на місці, менш інтенсивні, ніж вправи, виконувані з просуванням. Швидкість просування у воді знаходиться в прямій залежності від

потужності рухів. Різні форми опору, площа працюючої поверхні тіла і довжина важеля будуть теж впливати на інтенсивність виконуваних вправ.

На занурене у воду тіло діє гідростатичний тиск, тому людині під час дихання доводиться переборювати тиск води. Це створює додаткові труднощі під час виконання вправ, що необхідно враховувати при визначенні величини навантаження. Під час занять особливу увагу необхідно приділяти диханню. Під час підйому грудної клітки робиться вдих, а під час опускання – видих. Підрахунок і команди потрібно давати з огляду на ці особливості.

Навчання навичкам, які забезпечують безпечне виконання вправ

Як вже було відзначено вище, утримання рівноваги у воді ускладнене і залежить від індивідуальних особливостей людини. У зв'язку з цим дуже важливо навчитися основним навичкам прийняття безпечної вихідної позиції в тому випадку, якщо вони втратять рівновагу в мілкій воді.

Вертикальне положення тіла в мілкій воді є найбільш зручним і безпечним. Саме в цьому положенні є можливість відчути опору об дно й уникнути паніки. Горизонтальне положення тіла, навпроти, є найбільш небезпечним, особливо для людей, не впевнених у своїх навичках. Ця вправа дозволяє тренерам перевірити рівень впевненості на воді кожного з учнів групи. Щоб опанувати цю навичку, людина повинна рухатися з горизонтального положення у вертикальне. Якщо ж вона боїться лежати на спині або животі, це повинно бити тренерів сигналом про те, що спортсмен не впевнений в собі і може розгубитися у випадку втрати рівноваги.

Показ вправ

Одним з найбільш важливих і складних моментів у проведенні занять з аква-аеробіки є показ. Вправи, виконувані у воді, найчастіше неможливо продемонструвати на суші. Але якщо тренер спуститься у воду, то учні не будуть бачити його рухів. Крім того, це суперечить правилам безпеки басейну. Вправи з використанням плавучості потрібно показувати на стільці. Викладання аква-аеробіки складне ще і тому, що в момент показу тренер не випробує того ж навантаження, як його учень. Тому тренер повинен розуміти рівень складності вправ і вміти модифікувати навантаження залежно від підготовленості групи. Запропоновані вправи мають бути заздалегідь випробувані у воді і тільки потім їх можна винести з води на сушу, інакше нерозуміння динаміки води може привести до нездійснених рухів, знизити ефект заняття і рівень запланованого навантаження не буде досягнутий.

Підбір і використання глибини для занять

Для правильного вибору глибини для занять необхідно дотримуватися балансу між гравітаційною компресією, яка зменшується, і необхідним навантаженням. Глибина води в аква-аеробіці – це рівень лінії води відносно тіла. Вправи, виконувані на глибині вище мечоподібного відростка груднини, повинні розглядатися як заняття в глибокій воді, оскільки легені занурені у воду і сила виштовхування зростає, що спричиняє зміну реакції серцево-судинної системи. При зануренні тіла у воду до рівня шиї сили гравітації зменшуються на 90 %. Таким чином, чим глибше вода, тим важче контролювати ефект впливу сили виштовхування. Отже, мілка вода – це рівень води від пояса до середини грудей, глибока вода – рівень води вище мечоподібного відростка, коли більша частина легень занурена у воду. Оптимальна робоча глибина залежить від композиції тіла. Люди з різною статурою будуть по-різному реагувати на глибину. Залежно від індивідуальної плавучості на кожне тіло діє різна сила виштовхування.

Розуміння різниці між рухами на суші і рухами у воді дуже важливо для досягнення максимального результату при заняттях у воді. На суші основною силою, яка діє на людину, є сила ваги. У воді ж головна – виштовхувальна сила, яка виникає при зануренні в рідину. Сила ваги завжди спрямована вниз, а сила, що виштовхує – нагору. Взаємодія цих сил визначає принципове розходження занять у воді і на суші, що виражається в підборі вправ для занять аква-аеробікою. У воді навантаження створюється при зміні робочого положення і глибини занурення. Зміна глибини впливає на динаміку рухів. У аква-аеробіці використовують три основні *вихідні положення*, у яких виконуються вправи: опорне, нейтральне і підвішене.

Опорне положення дозволяє виконувати потужні відштовхування від дна басейну, аналогічні стрибкам на суші. Виштовхувальна сила і опір води знижують навантаження на суглоби в момент приземлення. Чим нижче присідання при відштовхуванні, тим вище амплітуда рухів. Чим більше сила відштовхування, тим вище швидкість і сильніше опір води.

Нейтральне положення – тіло занурене у воду до рівня пліч. Основні робочі рухи виконуються в горизонтальній площині з використанням бічного опору води.

Підвішене положення – тіло утримується на плаву без опори об дно. Рівновага і зависання без опори підтримується шляхом енергійних рухів рук і ніг. Люди, які мають меншу плавучість, повинні працювати з більшою потужністю й інтенсивністю, ніж ті, хто більш вільно утримується на воді.

Порівняльний аналіз занять у мілкій і глибокій воді

Вправи в глибокому басейні

Сили ваги і тертя практично відсутні. Для підтримки у воді використовуються спеціальні пристосування. Вихідне робоче положення без опори об дно.

Відсутність опори створює додаткові труднощі під час пересування. Важко контролювати стабільне положення тіла у воді, необхідні спеціальні навички або деякий час для адаптації.

Виштовхування корпусу з води відбувається з опорою об воду з наступною точкою зависання, що запобігає зануренню під воду. Виштовхування підвищують інтенсивність вправи.

Приклади виконання вправ: ходьба, біг, махи, ножиці, виштовхування з води, перекати в підвішеному положенні.

Вправи в мілкому басейні

Мається на увазі наявність певної сили ваги.

Факультативне використання пристосування. Вихідне робоче положення з опорою об дно. Навантаження створює наявність певної сили ваги.

Стабільне положення тіла у воді легше контролювати завдяки торканню дна.

Виштовхування корпусу з води відбувається з опорою об дно. Зміна інтенсивності може бути досягнута за допомогою зміни робочого положення або переходу в більш глибоку воду.

Приклади виконання вправ: ходьба, біг, махи, ножиці, виштовхування з води, перекати, стрибки з опорою на дно.

Рекомендації з прийняття правильної вихідної позиції

На міліні

Зберігати вертикальне положення. Підборіддя трохи підняте, шию не напружувати. Плечі злегка відведені назад, живіт і сідниці підтягнуті.

Уникати прогину в попереку.

У глибокій воді

Зберігати вертикальне положення.

Спочатку допускається невеликий нахил тулуба вперед, поки відбувається звикання до нового середовища і плавучості.

Поступово виправляти корпус, допомагаючи рухами рук і ніг для утримання правильної позиції корпусу.

Важливо попрактикуватися як на суші, так і у воді.

При використанні такого інтерактивного середовища, як вода з'являється можливість оперувати деякими змінними величинами, впливаючи на інтенсивність занять. Такими змінними величинами можуть бути: глибина води, швидкість, потужність, амплітуда руху і тіло, що рухається у воді.

У воді рухи звичайно уповільнені порівняно зі швидкістю виконання рухів на суші. У басейні тренери часто основну увагу приділяють швидкості виконання рухів, щоб підвищити інтенсивність, але насправді ступінь навантаження залежить від амплітуди рухів. Щоб у воді при глибині «по пояс» затратити стільки ж енергії, скільки на суші, рекомендується зменшити швидкість рухів, збільшуючи опір.

Програми занять повинні включати ходьбу як один із основних елементів заняття. Це зробить активний вплив на всі системи організму і підвищить інтенсивність вправ. Вправи для рук доцільніше виконувати при їх положенні під водою. Рухи рук під водою будуть інтенсивнішими завдяки подоланню опору середовища. Крім того, коли руки підняті над головою, пульс трохи перевищить природну реакцію серцево-судинної системи на інтенсивність тренування. Для підтримки тепла й інтенсивності вправ одночасно з рухами рук необхідно виконувати ходьбу.

Підтримка теплового балансу під час занять

Дуже високі теплопровідні властивості води задають тренерам із аквааеробіки нелегку задачу: допомогти людині, яка вирішила займатися цим видом спорту, зберегти необхідну температуру тіла протягом усього заняття, іншими словами, тримати їх у «комфортній зоні».

Звідси випливає висновок, що скласти програму занять треба, дотримуючи таких положень:

- знання про взаємозв'язок тепла і холоду свідчать, що людина в три рази більш чуттєва до холоду, коли її шкіра охолоджена, тому варто розпочинати заняття з розігрівання і підтримувати постійний темп, не допускаючи охолодження організму;
- чергувати роботу малої інтенсивності, що утягує малі м'язові групи (наприклад, біцепс, трицепс), із роботою більшої інтенсивності, коли задіяні великі м'язові групи, такі, як передня і задня поверхні стегна;
- використовувати одночасну роботу рук іноді, щоб бути упевненим, що учень постійно знаходиться в русі;
- підвищувати швидкість, силу, амплітуду рухів для підтримки високого навантаження, що дозволить виділити більше тепла;

- підтримувати постійний рух, наприклад, при роботі на силову витривалість верхньої частини корпусу;
- виконувати біг; уникати пауз і зупинок на уроці; без зволікання починати урок;
- закінчивши заняття, не затримувати групу у воді; по можливості займатися аква-аеробікою на сонячній стороні басейну, закривши вікна і двері, щоб уникнути протягів і не допустити охолодження повітря;
- не вживати слово «холод», краще так формулювати питання: «Вам тепло?»;
- носіння спеціального взуття для занять забезпечує краще зчеплення з дном і дозволяє рухатися швидше, що збільшує вироблення тепла;
- при звиканні до холодної води треба занурити грудну клітку і пахви у воду, це попередить або знизить скутість верхнього плечового поясу і дозволить вільніше рухатися; при вправах на розтягування верхнього плечового поясу постійно підтримувати ходьбу, а розтягуючи м'язів ніг, додавати рухи руками;
- використання як «ізолятора» додаткового одягу під час занять допоможе зберегти тепловий баланс навіть у прохолодній воді.

5.7.3 Побудова програми уроку з використанням музичного супроводу

Розминка 5–10 хв

Ходьба в басейні, рухи з невеликою амплітудою. Поступово збільшується швидкість і амплітуда рухів. У розминку також можна включати приставні кроки, біг, рухи рук під водою.

Музика: енергійна, ритмічна, з темпом близько 130 уд./хв для виконання простих рухів.

Попередня розтяжка м'язів 2–3 хв.

Аеробна частина 20–30 хв

Основна частина заняття містить у собі виконання безперервних аеробних вправ. Зміна інтенсивності регулюється швидкістю, потужністю, робочою глибиною. Для збільшення навантаження використовується спеціальне устаткування.

Музика: 130–160 уд./хв залежно від виду вправ.

Силова робота 10–15 хв

Силова робота полягає у виконанні вправ для основних м'язових груп. Навантаження варіюється залежно від рівня підготовленості людини. Рекомендується виконувати:

- для початкового рівня: 1 сет з 10 поворотів для м'язів рук і 20 – для м'язів ніг;
- для середнього рівня: два сети з 10 поворотів для рук і 20 – для ніг.

Музика: невисокий темп для виконання силової роботи 110–124 уд./хв з короткими проміжками відпочинку.

Заключна частина 5–10 хв

Зниження темпу і зменшення амплітуди рухів для відновлення пульсу і подиху. Глибока розтяжка для основних груп м'язів.

Музика: 110–120 уд./хв, що заспокоює і розслаблює.

Контрольні запитання

1. Поясніть, чому гру вважають складним соціокультурним явищем.
2. Охарактеризуйте основні форми ігрової анімації.
3. Як гра допомагає особистості адаптуватися в колі родини та соціумі?
4. Назвіть основні функції гри.
5. Класифікація ігор.
6. Які особливості необхідно враховувати під час підготовки аудиторії до участі в ігровій анімації?
7. Особливості розроблення сценарію ігрової анімації.
8. У чому полягає виховна роль народних рухливих ігор?
9. Які риси характеру здатні розвинути ігри у дитини?
10. Які фактори необхідно враховувати під час проведення ігор із дітьми та підлітками?
11. Які ігри рекомендують проводити аніматору для розвитку сили?
12. У який час рекомендують проводити ігри для розвитку швидкості?
13. Назвіть методику проведення рухливих ігор для виховання спритності.
14. Які вправи варто включати в програму аніматора для виховання гнучкості?
15. Які рухливі ігри використовують у виді розминки перед іграми в баскетбол, футбол, ручний м'яч?

16. Що становить спортивна аеробіка?
17. Що таке прикладна аеробіка, для чого вона застосовується?
18. Від чого залежить вибір вправ для занять аеробікою?
19. Які найбільш типові рухи використовують під час занять аеробікою?
20. Які вправи включають в основну частину класичної аеробіки і степ-аеробіки?

Перелік тестів для засвоєння матеріалу

Тест 1. *Під «грою» розуміють:*

- а) активну форму відпочинку;
- б) засіб ліквідації фізичної й психологічної напруги;
- в) фізичний розвиток людського організму;
- г) усі відповіді правильні.

Тест 2. *До структури гри зараховують:*

- а) сюжет;
- б) зміст;
- в) мотиви;
- г) усі відповіді правильні.

Тест 3. *За яким із критеріїв поділяють рухливі ігри:*

- а) за цільовим призначенням;
- б) за віковими групами;
- в) за характером організації та взаємодією граючих;
- г) усі відповіді правильні.

Тест 4. *За принципом фізичної активності ігри поділяють на:*

- а) спокійні, малорухомі, рухливі;
- б) індивідуальні парні, групові, командні, масові;
- в) дитячі, юнацькі, для дорослих;
- г) ігри-конкурси, змагання на силу тощо.

Тест 5. *Поточний стан органів і систем організму людини, основу якого становить біологічна програма індивідуального розвитку, яка припускає використання таких активних анімаційних програм, як спортивно- та туристсько-оздоровчі, – це здоров'я:*

- а) соматичне;
- б) фізичне;
- в) психічне;
- г) моральне.

РОЗДІЛ 6 МУЗИЧНА ТА ТАНЦЮВАЛЬНА АНІМАЦІЯ

6.1 Поняття та особливості емоційного впливу музики

Музичне мистецтво – одне з найдавніших в історії людства – формується завдяки поєднанню двох складових: мелодії і ритму, які, зі свого боку, базуються на звуковій палітрі навколишнього світу. Музика безпосередньо передає звуковий бік дійсності, а інші її прояви – опосередковано, асоціюючи звукові враження з зоровими, смаковими тощо.

Під **музикою** (від грец. μουσική – мистецтво муз) розуміють мистецтво організації музичних звуків, передовсім у часовій (ритм), звуковисотній і тембровій шкалі [28].

Музика відображає дійсність у звукових художніх образах. **Основними засобами музичної виразності** є: темп, тембр, регістр, ритм, жанр, лад, мелодійний рисунок, інтонаційні нюанси (динаміка звуку) [29].

Музика базується на особливій системі логічного відбору і комбінування звуків за допомогою ладу, ритму, гармоній, тембрів. Музика передає великий спектр емоцій, настроїв, почуттів, образів: радість, захоплення, екстаз тощо.

Для режисури анімаційних театралізованих програм значущими властивостями музики є її *образність* та *емоційна виразність*. Мелодіко-ритмічний малюнок музичного твору здатний задовольнити естетичні потреби людини. Завдяки емоційному напруженню, мелодії і ритму музики аніматор може впливати на емоційний стан як окремої людини, так і всієї аудиторії заходу.

Процес осягнення різноманітного змісту музики складний та обумовлений специфікою природи музичного мистецтва, психофізичними особливостями людини, умовами, що створені для сприйняття музики.

Сприйняття музики – це низка психологічних процесів, які відбуваються у свідомості слухача: фіксація музики, слідкування за її розвитком, співставлення й оцінка, емоційна реакція на звучання.

Особливості процесу сприйняття музики: 1) специфіка природи музичного мистецтва; 2) психофізичні особливості людини; 3) індивідуальні якості людини; 4) умови, що створені для сприйняття музики (акустика залу, температура повітря у приміщенні, якість звуку тощо).

Видатний диригент Л. Стоковський визначає такі **типи музичного сприйняття**:

- 1) насолода фізичною красою звучання;

- 2) реакція на емоційний ряд музичного твору;
- 3) створення паралельного ряду зорових уявлень;
- 4) слідування за формою, ритмом, аранжуванням, інтонацією.

Враховуючи різні типи сприйняття музики людиною, можна керувати процесом прослуховування залежно від загальної мети анімаційного заходу або переключаючи режими сприйняття у процесі шоу-програми.

Механізм психофізіологічного впливу музики на людину наведено на рисунку 6.1.



Рисунок 6.1 – Механізм фізіологічного впливу музики на людину

Сьогодні в арсеналі анімаційних служб наявні звукотехнічні засоби, які дозволяють досягти високоякісного звучання музики за значної потужності відтворення, що робить музичний «фізичний вплив» майже матеріальним. Такий психофізіологічний вплив аніматори активно використовують для активізації моторно-рухового апарату та варіювання емоційним станом (короточасні зміни позитивних емоцій підвищують ефективність рекреаційного процесу). Окрім психофізіологічного впливу, музика виконує низку соціокультурних функцій (рис. 6.2) [28].

Плануючи програму музичного заходу, необхідно врахувати її орієнтацію на конкретні **музичні запити аудиторії**: жанр музики; конкретні твори у музичному (пов'язаному з музикою) творчому процесі; самостійна участь у музичному (пов'язаному з музикою) творчому процесі.

Музична анімація передбачає диференційований підхід аніматорів до організації та проведення музичних заходів. Засоби управління сприйняттям аудиторії обираються залежно від теми заходу, форми його проведення,

контингенту потенційної аудиторії (вік, освіта, соціальне становище, географічні національні особливості).

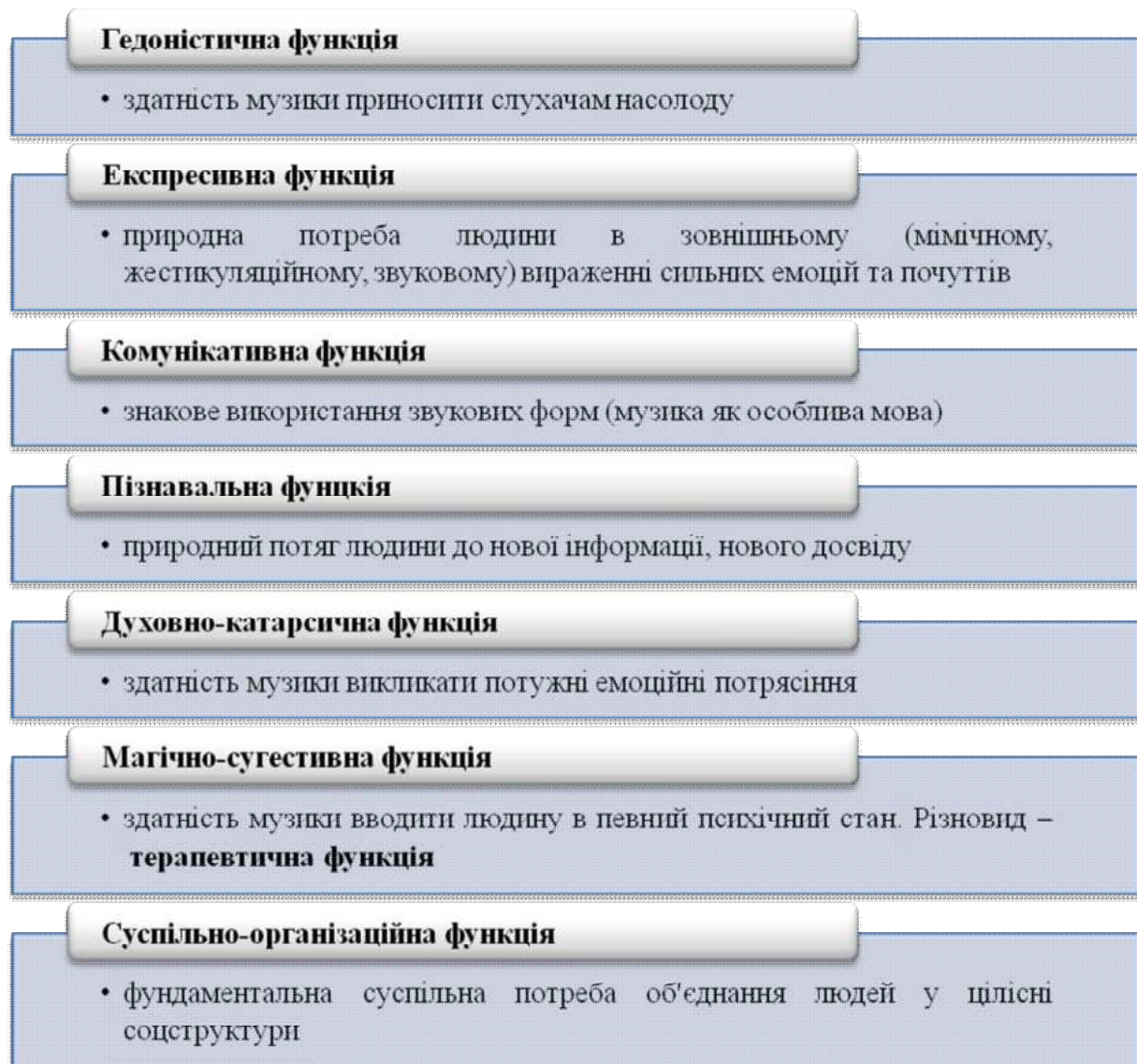


Рисунок 6.2 – Функції музики

Якість музичної анімації залежить від музично-пісенної підготовки кадрів служби анімації. Необхідно формувати професійний склад анімаційної команди за принципом вузької спеціалізації. До початку турсезону ді-джеї, співаки, музиканти, музичні аніматори-ігровики мають пройти тестування на профпридатність. Претенденти на посаду музичного аніматора повинні продемонструвати свої природні здібності до музики (слух, відчуття ритму, вокальні дані) і набуті вміння і навички (рівень музичних знань, володіння інструментом, володіння методикою організації музичних заходів). Музичний аніматор має бути психологом, знати особливості впливу музики на психіку

людини, володіти здатністю відчувати аудиторію, її настрої і потреби.

Розподіл аудиторії за музичними смаками: 1) шанувальники академічної (оперної, балетної, камерної, симфонічної) музики; 2) шанувальники неакадемічної (джазової, рок, популярної) музики. Народна музика є своєрідним фундаментом для обох напрямів музичного мистецтва.

На організм людини також впливають музичні стилі (табл. 6.1).

Таблиця 6.1 – Вплив стилю музики на організм людини

Стиль музики	Дія на організм
<i>Класика (бароко)</i>	активізація роботи і дій; створення відчуття безпеки і стабільності; профілактика низки соматичних захворювань; засіб полегшення страждань, реабілітації після перенесених захворювань або травм
<i>Романтизм</i>	сприяє залученню у життя любові, покращенню настрою, створенню позитивних легких емоцій
<i>Музика імпресіоністів</i>	надання імпульсу до творчості і нових ідей
<i>Джаз, реггі, блюз</i>	покращення настрою; створення відчуття легкості і безтурботності; сприяння розвитку почуття гумору і набуття навичок комунікабельності
<i>Поп-музика</i>	надання енергії руху і створення відчуття внутрішнього благополуччя
<i>Рок</i>	різний вплив на людей: від джерела натхнення і способу зняти нервову напругу і стрес до роздратування та агресії
<i>Панк, реп і хіп-хоп</i>	створення збудливої дії і спонукання до активності, антистресова дія, джерело відновлення енергії
<i>Етнічна музика (фолк)</i>	омолодження організму і нормалізація всіх процесів

Більшість людей віддає перевагу легкій для сприйняття музиці, що відповідає сучасній естетиці подачі музичного матеріалу (поп-музика (танцювальна) і традиційна естрада).

Засоби музичної виразності, які використовують аніматори: відтворення фонограм за допомогою високоякісної апаратури; різноманітні звукові й шумові ефекти (скрегіт диску, гомін залу, оплески, синтезовані звуки тощо); експерименти з образним рядом («театр тіней», відео, кіно, слайди); синхронне накладання тексту ведучого на ритмічний малюнок твору; хореографія; пантоміма тощо.

6.2 Форми музичної анімації

Становлення музичних форм анімації відбувалося протягом тисячоліть. Колискою музичної культури Європи і світу можна вважати Стародавню Грецію, де з'явилась *триєдина хорея* – об'єднання трьох видів мистецтв: музики, співу і танцю. Триєдину хорею застосовували під час релігійних свят, у побутових ритуалах, вихованні молоді, а з V ст. до н. е. – у театральних виставах.

Епохи розвитку людської цивілізації привносили власний внесок у розвиток музичного мистецтва. Суттєво впливала на розвиток музичного мистецтва церква: духовна музика стала невід'ємною складовою життя людини. На сучасну музичну анімацію найбільше вплинула світська, народна, розважальна музика.

Становлення однієї з перших музичних форм анімації – концерту – наведено на рисунку 6.3.

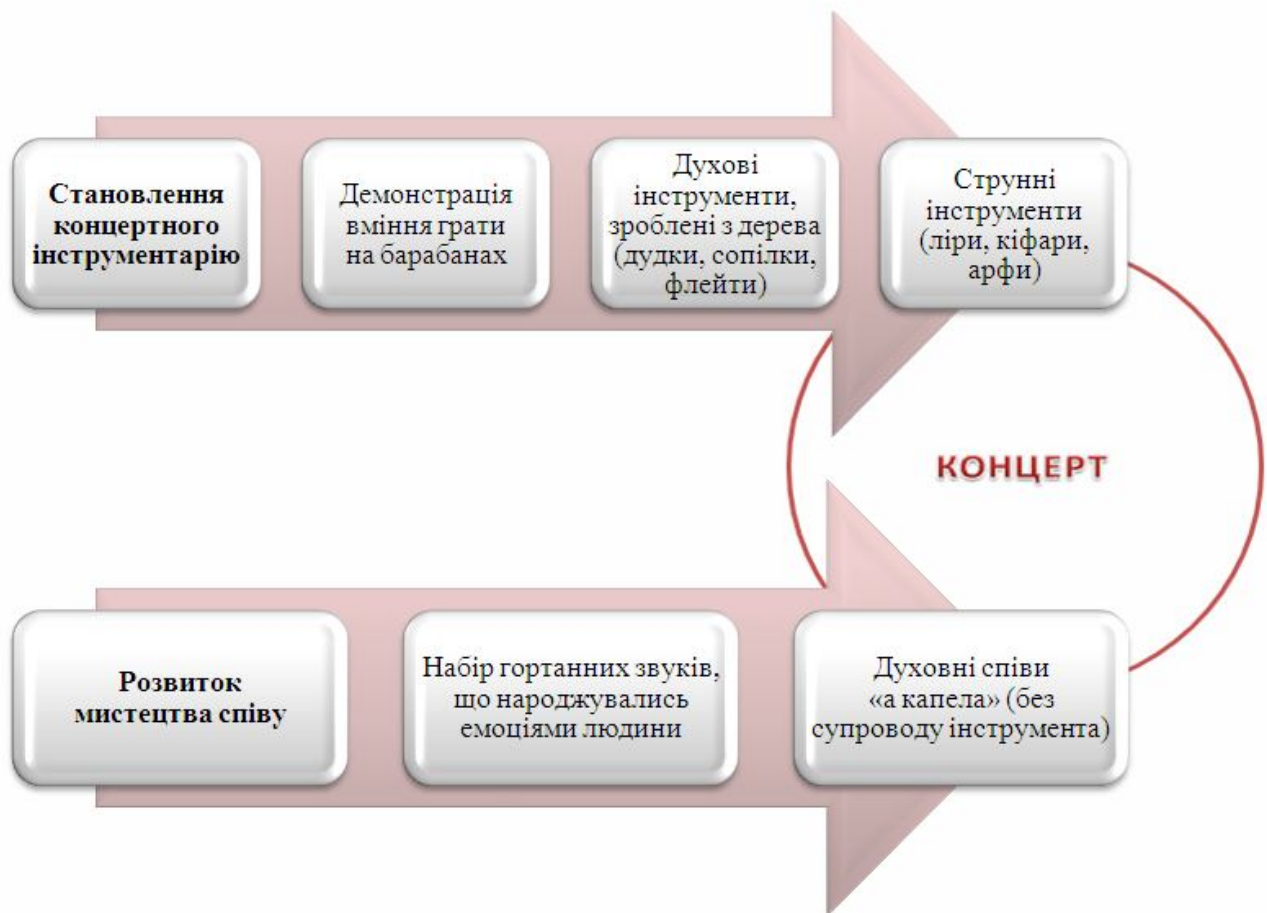


Рисунок 6.3 – Становлення концерту як першої форми музичної анімації

Основні форми сучасної музичної анімації наведено на рисунку 6.4.



Рисунок 6.4 – Основні форми сучасної музичної анімації

Музичний фестиваль (фр. *festival* та лат. *festivus* – святковий, веселий) – масовий захід, святкування, показ досягнень професійної та самодіяльної музичної творчості. Як форма сучасної музичної анімації фестиваль є комплексною анімаційною програмою, основний засіб виразності якої – музика.

Функції музичних фестивалів: 1) популяризація певного стилю музики; 2) залучення до регіону або країни туристів; реклама продукції спонсорів; 3) накопичення коштів для некомерційних або благодійних програм; 4) активізація культурного життя регіону тощо.

Класифікацію музичних фестивалів наведено в таблиці 6.2.

Таблиця 6.2 – Класифікація музичних фестивалів

Критерій	Види
1	2
1. за віковим цензом	– дитячі, – молодіжні, – фестивалі майстрів (відомих виконавців)
2. за жанром музики	– симфонічна, – камерна, – джазова, – народна, – авторська
3. за рівнем професійності виконавців	– аматорські, – професійні

1	2
4. за охопленою територією	– місцеві; – регіональні; – всеукраїнські; – глобальні
5. за національною приналежністю учасників	– національні; – міжнародні
6. за місцем проведення	– на відкритій місцевості (<i>Openair</i>); – у зачиненому приміщенні
7. за вартістю входу	– платні; – безкоштовні

Фестивалі авторської пісні можна назвати пісенно-туристськими акціями. Однією з демократичних форм активізації відпочинку туриста є *фестивалі самодіяльної творчості*, під час яких туристи демонструють свої здібності у різних видах творчої діяльності: образотворчій, танцювальній, музичній, театральній, вербальній.

Популярною формою сучасної музичної анімації сьогодні є **караоке** – розвага, що полягає в непрофесійному співі з використанням пристрою, що дозволяє співати під заздалегідь записану музику (фонограму). Пристрій винайдено в 1971 р. Дайсуке Іноуе.

Професійні музичні конкурси можуть бути однією зі складових фестивальних програм, а можуть виступати як самодостатні заходи, що приваблюють туристів. У межах туристсько-рекреаційного закладу музичні конкурси мають переважно ігровий характер.

Різновиди музичних конкурсів:

1. Професійні і напівпрофесійні конкурси музикантів і співаків.
2. Музично-ігрові конкурси в межах туристсько-рекреаційного закладу.

Концерт (від лат. *concerto* – змагатися) – публічне виконання музичних творів, балетних, естрадних і т. п. номерів за певною, заздалегідь складеною, програмою. **Види:** 1) за віковим; 2) професійним рівнем виконавців; 3) за жанром музики, що виконується.

В умовах концерту зазвичай використовують такі **прийоми активізації публіки**: запрошення публіки до спільного виконання пісні або її приспіву; створення ефекту залу, що рухається (синхронні рухи – імітація вітру, хвилі; світлова ілюмінація (якщо дозволяють правила пожежобезпеки); проведення музично-пісенних ігор із публікою у паузах між виступами артистів (змагання

між двома частинами аудиторії на вправність виконання тематичних пісень, наприклад, які починаються на «Ой», або мають у текстах імена, або присвячені темі кохання); проведення немузичних активізацій (ігри з надувними кульками, паперовими літаками тощо). Салонні музичні заходи, що відбуваються в музичних салонах і вітальнях.

Салон – затишне приміщення для елітного відпочинку з урахуванням особливостей рекреаційної культури (пастельні кольори, м'які меблі, зелений куточок, акваріум тощо), обладнане музичними інструментами (гітара, рояль, фортепіано), відеопроєкційною або звуковідтворювальною апаратурою. Зазвичай салон відвідують регулярно одні і ті ж люди, що створюють ситуативну спільність (шанувальники музичного мистецтва, яким до снаги самотійно, без втручання аніматорів, організовувати своє дозвілля, використовуючи матеріальну базу салону).

Організація заходів у салонах і вітальнях має певну специфіку [29]:

- готують і проводять аніматори, запрошуючи гостей на них або за допомогою реклами, або ж надсилаючи запрошення;
- салон і вітальня можуть розташовуватись в одному і тому ж приміщенні (різниця між ними полягає в особливостях організації заходів і у формі залучення гостей);
- специфіка відпочинку полягає в невеликій кількості (до 100) гостей і в більш глибоких, одухотворених, інтелектуальних темах, що пропонуються;
- передбачають безпосередню участь гостей у дозвіллевих діях (музичування, хорові й сольні співи, обговорення музичних новин, обмін ексклюзивною інформацією, розповіді про музику і музикантів, прослуховування творів, перегляд уривків концертів, опер, фестивалів тощо).

Близькі за формою до салонних **клубні заходи**: клуби меломанів; фанклуби окремих виконавців або стилю музики; клуби любителів пісні.

Отже, структура музичної анімації у туризмі є розгалуженою, проте більшість масових анімаційних заходів мають музичну складову, поєднуючись з танцем.

6.3 Форми сучасної танцювальної анімації

Танець відображає дійсність у ритмічних рухах.

Як складний та багатогранний феномен людської культури, що піддається розумінню лише в єдності біологічного, психологічного, соціокультурного, соціально-психологічного та філософського аспектів танець історично мав декілька етапів становлення (табл. 6.3).

Таблиця 6.3 – Етапи становлення танцювальної культури

№ з/п	Назва етапу	Стисла характеристика
1	2	3
1	<i>Первісний танець</i>	люди «спілкувалися» з духами природи, пізніше – богами за допомогою ритмічних рухів.
2	<i>Формування багатожанрової танцювальної культури</i>	у часи Стародавніх Греції і Риму танець ґрунтувався на суворому дотриманні ритму, синтезі ритмічного кроку та відповідної жестикуляції.
3	<i>Становлення вулично-площового танцю Середньовіччя</i>	початок етапу розшарування танцю за класовою приналежністю. Народна танцювальна культура розвивалась завдячуючи народному мистецтву і мистецтву мандруючих акторів (жонглерів, менестрелів, скоморохів)
4	<i>Формування світського, куртуазного танцю</i>	в епоху Ренесансу з'являються трактати і практичні поради з хореографії, збірки танцювальної музики, до яких входять популярні танці (бас-данс, бранль, павана, гальярда, лендлер – передвісник вальсу)
5	<i>Становлення бального елітного танцю нового часу</i>	у XVIII–XIX ст. формуються танцювальні групи в трактирах, ресторанах, мюзик-холлах, кабаре і вар'єте. Набуває популярності циганське мистецтво танцю. В елітних військових училищах до навчальної програми входять уроки танцю. На європейських балах танцюють пишні менуети, запальні мазурки, вальси
6	<i>Професіоналізація танцювального мистецтва</i>	танець як художньо-творчий товар (кінець XIX–початок XX ст.)
7	<i>Посилення впливу науково-технічного прогресу на формування складових танцювальної культури</i>	із другої пол. XX ст. популярні: імпровізація в танцювальних формах (вільна пластика, класичний, народний, бальний танець); синтез балетної традиції кінця XIX ст. (створення балету: <i>libretto</i> , музичне оформлення, хореографія та постановка – <i>pas de trois</i> , <i>divertissements</i> , <i>danse d'action</i> , класичний, характерний танець, танцювальна пантоміма, художнє оформлення (сценографія, костюми), профнавчання на основі класичної системи танцю – <i>danse d'ecole</i>) з танцювальними інноваціями першої пол. XX ст. (модерн-танець, джаз-танець, хіп-хоп танець, імпровізація з тканиною, відтворення миттєвості, показ потворного, еротизація, символізація та асоціативний образ, перфоманс); новітні форми взаємодії хореографії з іншими мистецтвами (синтез, симбіоз, концентрація, трансляційне сполучення); синтез всіх видів хореографії: народної – російського, українського, іспанського, польського, італійського,

1	2	3
		угорського, давньоруського, давньоєгипетського, східного, індійського танцю тощо; класичної – академічних балетних зразків, <i>pas de deux</i> (<i>entrée, adagio, variations, coda</i>); бальної – європейського стандартного танцю (повільний вальс, танго, віденський вальс, фокстрот, квікстеп; латино-американського танцю (самба, ча-ча-ча, румба, пасадобль, джайв); синтез інших видів мистецтва: образотворчого (живопис, скульптура, дизайн), музики (опера, церковна, рок, популярна, романс), театру (ляльковий, оперета, пантоміма, театр тіней, інтерактивний), принципів поетики кіно (стоп-кадр, зворотній рух дії), відео-арт [30]

Пишні танцювальні заходи при дворах почали влаштовувати європейські королі наприкінці XVII ст. Спочатку бали не мали сталого статусу і були більше схожі на маскаради: придворні танцювали інколи фривольні танці, ховаючи своє обличчя під маскою. Так з'явився різновид балу – *бал-маскарад*.

У танцювальній культурі виокремлюють такі **види танцю** (рис. 6.5).

Найпопулярнішим танцем світу через свою демократичність (вільний вибір партнера) є **вальс** (від фр. *valse*, нім. *walzer* від *valzen* – кружляти). **Види:** 1) повільний і прискорений; 2) європейський (вальс-фантазія, вальс-мазурка); 3) американський (вальс-бостон).

Найпопулярнішою формою танцювальної анімації у людей середнього і старшого віку є **танці під «живу музику»**, які передбачають спілкування музикантів із рекреантами під час проведення заходу, замовлення пісень або мелодій. Програми подібних заходів планують з урахуванням потреб рекреантів конкретної вікової категорії. Групу музикантів, що забезпечують музичний супровід, можуть складати виконавці фольклорної музики, акордеоністи, баяністи, піаністи.

Дисотека – танцювальний вечір, музичний супровід якого забезпечує звукове відтворення фонограм (музичних творів, записаних на електронні носії звуку).

Особливості проведення дискотеки:

- «жива» та електронна обробка музики;
- швидкий темп від 120 уд/хв;
- динаміка світла має відповідати ритму музики;
- традиційний порядок проведення заходу передбачає безперервне відтворення музичної програми з коментарями ведучого на тлі музики. Можливе переривання відтворення, але паузи не повинні перевищувати 25 с (у протилежному випадку такі паузи призводять до порушення ритму).

Народний танець

- жок, жемжурка, класичні індійські танці, танець живота, зіка, краков'як, гопак, лезгінка, атан, болеро, гальярда, фламенко

Історичний танець

- павана, гальярда, контрданс, менует, мазурка, полонез, кадрили

Балет

- танц-модерн, сучасний балет, контемпорарі-денс

Бальні танці

- Стандартна програма – повільний вальс, квікстеп (швидкий фокстрот), танго, фокстрот, віденський вальс; Латиноамериканська програма – ча-ча-ча, джайв, румба, самба, пасадобль

Танці Латинської Америки

- танго, самба, капоейра, румба, сальса, бачата, мамбо, ча-ча-ча, маренго, марінера

Вуличний танець

- Hip-Hop, брейк-данс, поппінг, нью-стайл, хауз, крампінг, C-walk, DnB Step

Ритуальний танець

- хака, зар, сама, кечак, сакральний танець, священні рухи Гурджієва

Сучасний танець

- джаз-модерн, тектонік, шафл, джампстайл, транс, хауз

Рисунок 6.5 – Види танцю

Основні форми сучасної танцювальної анімації наведено на рисунку 6.6.

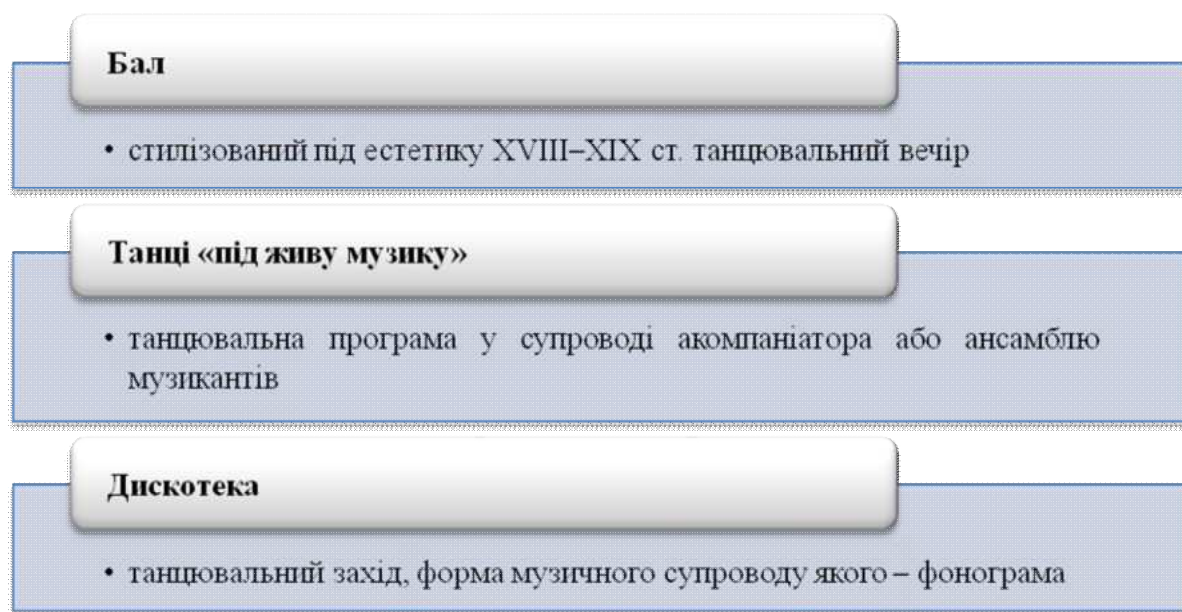


Рисунок 6.6 – Основні форми сучасної танцювальної анімації

Соціальні характеристики проведення дискотек: зміна емоційного стану учасників; соціальний контроль поведінки учасників; розвиток ціннісних інтересів.

Серед найпопулярніших танців у готельній анімації можна назвати: сальсу, кізомбу, клубний танок готелю, танок живота, зумбу.

6.4 Матеріально-технічна база танцювальних заходів

Важливою складовою організації танцювальної анімації залишається матеріально-технічна база танцювальних заходів:

1. Спеціалізоване приміщення або танцювальний майданчик.
2. Сцена.
3. Кімната/пульт ді-джея.
4. Комплекс звуковідтворювальної і світлової апаратури.
5. Необхідні меблі.

Технічна підтримка (музичне й світлове оформлення) під час проведення танцювальних шоу-програм. Звуковий супровід і освітлення – важлива частина створення атмосфери затишку й комфорту. Якість музики, освітлення сцени й залу впливають на відвідуваність заходу. Важливими є рівномірне озвучення простору та сприйняття акустичних систем як

невід'ємної частини інтер'єра приміщення. Високотехнологічні лазерні прилади, зенітні прожектори, акустичні системи об'ємного звучання великої потужності дозволяють домогтися неймовірних звукових і світлових ефектів дискотеки.

Особливу увагу необхідно приділити благоустрою території дискотеки. Стіни приміщення під проведення дискотек мають бути покриті шумопоглинальним матеріалом. Територія танцполу має бути вкрита зносостійким нековзним матеріалом (ламинат, камень). Сцена для шоу-показів – піднесена (як правило, від 10 до 50 см) частина танцполу з дерев'яним покриттям. Особливості конструкції сцени залежать від місця розташування (закрите приміщенні, відкритий майданчик) і призначення.

Для виступів невеликих колективів і сольних концертів можна обмежитися невеликою сценічною площадкою, для постановки й організації великих заходів і шоу потрібне спорудження масивної конструкції сцени, а також блока металевих ферм.

У курортних зонах під час сезону популярністю користуються відкриті дискотеки на морському узбережжі. З погляду опору вітру й підвищення стійкості конструкції, а також дизайну найбільш ефективні сценічні площадки аркового типу. Інтер'єр має бути витриманий в одному стилі, сполучення колірної гами, матеріалів і форм – гармонічним.

Кабіну ді-джея варто розташувати таким чином, щоб оператор танцювальних програм мав можливість візуально контролювати всю територію дискотеки. Доступ до кабінки під час проведення анімаційного заходу має бути обмежений.

У гримувальній кімнаті повинні бути набір гриму, дзеркала, столи, стільці [17, с. 375–376].

Важливим також залишається питання гучності проведення танцювально-музичних заходів.

Види акустики залу: жорстка; м'яка; оптимальна.

Якщо танцювальний вечір відбувається в санаторно-курортному закладі, де лікуються і відпочивають переважно люди середнього і старшого віку, то рівень звуку має бути помірним. У молодіжному центрі відпочинку гучномовці можуть бути потужними, але все одно рівень гучності звуку не має перевищувати 90 дБА, оскільки це шкідливо для здоров'я.

Допустимі рівні звуку в закладах гостинності наведені в таблиці 6.4.

Таблиця 6.4 – Рівні звуку в закладах гостинності

Приміщення	Характеристика звуку	
	L екв., дБА	L макс., дБА
кафе та ресторани	74–94	81–102
концертні зали (рівень звуку в перших рядах партеру при виконанні популярної музики)	80–100	106
фестивалі рок-музики (перші ряди партеру)	106	118
дискотеки в закритих приміщеннях і на відкритих майданчиках, в садах і парках (близько електроакустичних систем (динаміків))	91–106	101–116

Музика активізує емоційну сферу і моторно-руховий апарат, слово утримує увагу, розважає, дає позитивну інформацію, динамічне світло створює потрібну атмосферу. Усі ці засоби впливу на свідомість і підсвідомість туристів під час їхнього відпочинку роблять дискотеку ефективним засобом досягнення рекреаційного ефекту.

Контрольні запитання

1. У чому полягає особливість впливу музики на людину?
2. Визначте особливості музично-пісенної анімації.
3. Аудиторія музичних анімаційних заходів.
4. На які види за цільовим призначенням поділяють концерти?
5. Специфіка танцювальної анімації.
6. У чому полягає відмінність танцювально-розважальної дискотеки від тематичної?
7. Як будується робота над конкурсно-ігровою програмою?
8. У чому полягає підготовка сценічного майданчика для концерту або театралізованого вечору?
9. Вимоги до матеріально-технічної бази танцювальної анімації.

Перелік тестів для засвоєння матеріалу

Тест 1. *До танцювальної анімації зараховують?*

- а) бал;
- б) танці під живу музику;
- в) дискотека;
- г) усі відповіді правильні.

Тест 2. *Що в музичній анімації найчастіше виступає порогом, який обмежує глибину сприйняття музики?*

- а) емоційна виразність музики;
- б) мелодіко-ритмічний малюнок музичного твору;
- в) гармонійна структура твору;
- г) усі відповіді правильні.

Тест 3. *Яка з функцій музики відповідає за її здатність приносити слухачам насолоду?*

- а) гедоністична;
- б) експресивна;
- в) духовно-катарсична;
- г) магічно-сугестивна.

Тест 4. *Масовий захід, що включає огляд або демонстрацію досягнень у певних видах мистецтва:*

- а) фестиваль;
- б) ярмарок;
- в) концерт;
- г) конкурс.

Тест 5. *Прилюдне виконання музичних творів, балетних, естрадних номерів за певною програмою – це:*

- а) фестиваль;
- б) ярмарок;
- в) концерт;
- г) конкурс.

РОЗДІЛ 7 ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ШОУ

7.1 Шоу: поняття, різновиди, ознаки

Яскравою естрадною виставою, розважальною програмою, дещо показною та розрахованою на голосний зовнішній ефект вважають одну з найпопулярніших форм організації дозвілля – шоу.

Шоу (англ. *show* – показ, демонстрація) – це особлива форма масового видовища, характерною рисою якого є використання елементів театралізації, сучасних технічних і комп’ютерних засобів.

Організатори культурно-дозвілдової діяльності перейняли телеекранні форми шоу й почали активно використовувати їх у клубній діяльності, зокрема під час організації анімаційних шоу-програм [31].

Основні види шоу-програм наведено на рисунку 7.1.

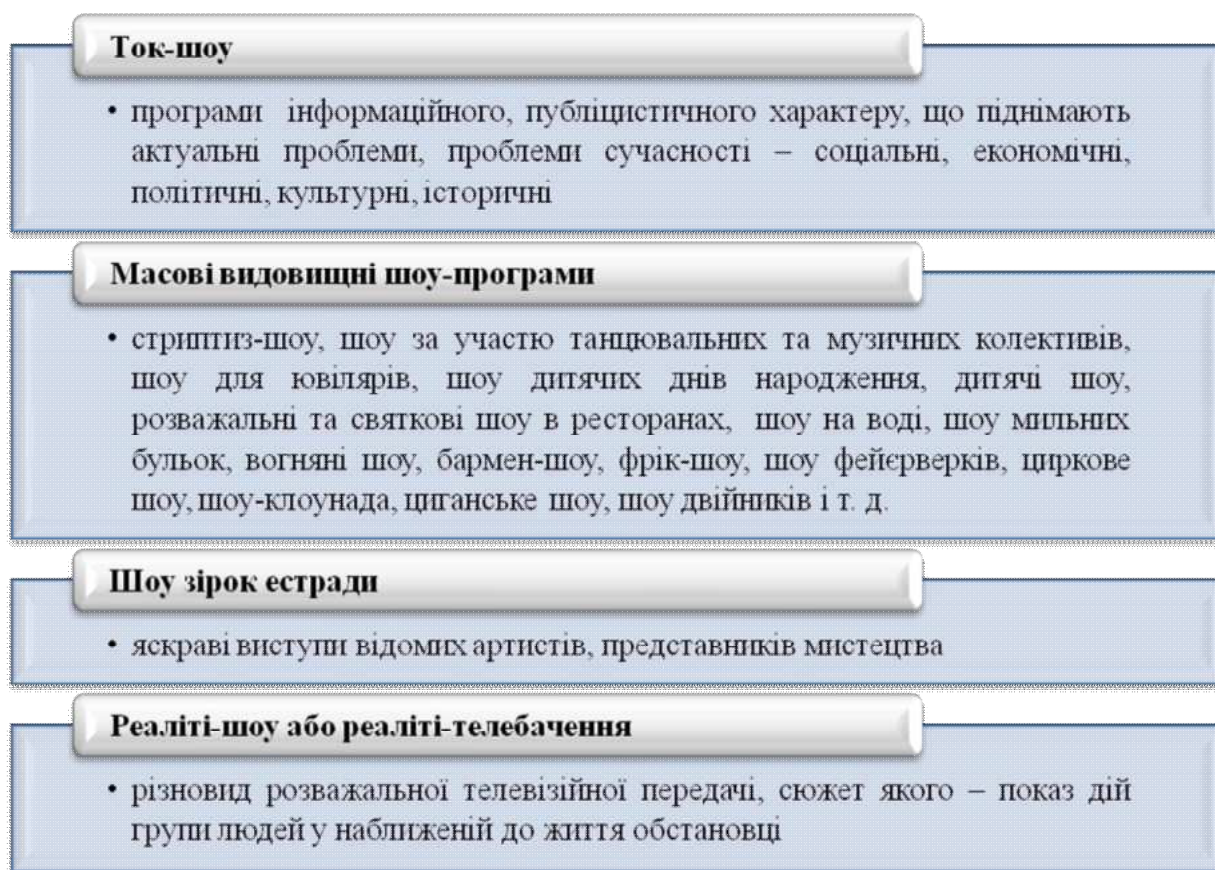


Рисунок 7.1 – Види шоу-програм

Головною метою шоу-програми є досягнення максимального рівня видовищності, привабливості, створення такої психологічної аури серед туристської аудиторії, емоційна пам’ять від якої залишається на все життя.

При організації шоу використовують такі **засоби виразності**: театралізація, танець, музика, яскрава сценографія, сценічний костюм, світло та звук і піротехнічні ефекти.

Важливу роль під час проведення шоу відіграє ведучий. Основні категорії ведучих шоу наведено на рисунку 7.2.

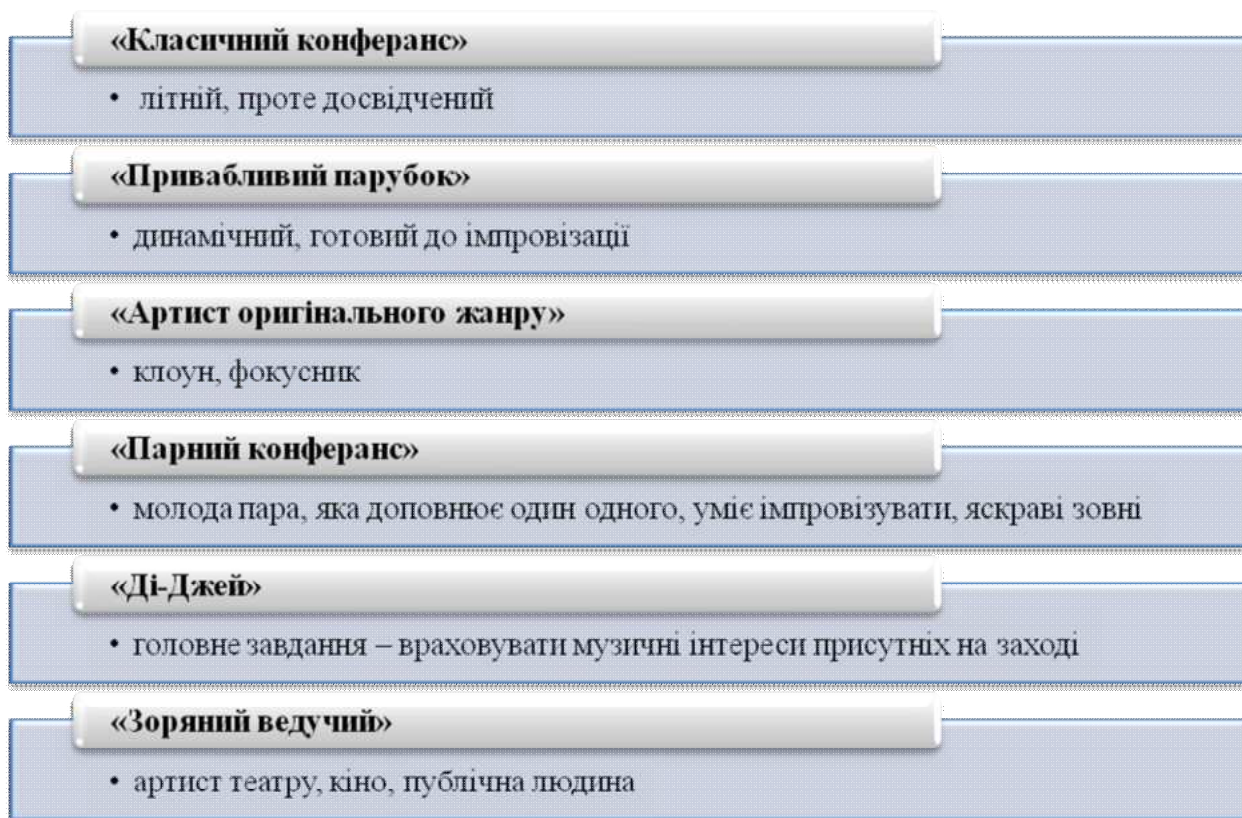


Рисунок 7.2 – Основні категорії ведучих шоу

Ведучий заходу – зазвичай професійний драматичний актор, відомий шоумен або ведучий ТВ-програм. Ведучий шоу-програми розробляє сценарій шоу-програми відповідно до загальної концепції заходу. Під час шоу ведучому допомагають аніматори. Функціонально ведучий шоу-програми виступає зв'язуючою ланкою між усіма частинами заходу, його головна мета – залучити глядачів до загального процесу програми.

Важливим видом анімаційної діяльності в туризмі є *шоу-анімація*.

Різновиди анімаційних шоу:

- 1) *сценічне шоу*;
- 2) *технічне шоу*.

Характеристики сценічного шоу:

– різновид театралізованої вистави, що відбувається на театральній,

концертній сцені;

- головні дійові особи – люди (музиканти, танцюристи, актори, аніматори);
- декорації, звуко- і світлотехніка створюють необхідний фон;
- інколи влаштовують в умовах реальних декорацій, тобто історичних, архітектурних, природних об'єктів;
- може базуватися на різножанровій музиці або театралізації.

Найвідомішими сценічними шоу світу можна назвати: оперу Верді «Аїда» в Єгипті; «Цирк дю Солей» («*Cirque du Soleil*»); японський традиційний театр Кабукі; Чорний театр у Празі. Популярними сьогодні залишаються такі шоу, як шоу мильних бульок, шоу ростових ляльок, шоу піскової анімації, шоу товстушок.

Особливої популярності в туранімації набуває **шоу історичної анімації** – частина театралізованої анімації, що становить інсталяцію історичних подій або будь-який захід за історичною тематикою.

Особливості технічних шоу:

- основний засіб виразності – візуальний ефект (ефекти), створені за допомогою технічних засобів;
- ідея заходу, право керування технікою належить людині, але публіка бачить лише технологічний результат втілення цих ідей;
- ефективність безпосередньо залежить від розвитку науково-технічного прогресу.

Найвідоміші технічні шоу: космічні шоу; авіаційні шоу; автомобільні шоу; морські шоу; вогняні шоу (*Fire-show*); льодові шоу; шоу феєрверків; світлові шоу; лазерні шоу та ін.

Основні стилі лазерного шоу: об'ємне шоу, змішане шоу, лазерна графіка, мультимедійне шоу.

Часто під час анімаційних шоу з метою підсилення візуального ефекту використовують сценічну піротехніку – спеціальні піротехнічні ефекти, безпечні феєрверки тощо, які встановлюють на концертних майданчиках або в закритих приміщеннях. Вибір піротехніки відбувається індивідуально відповідно до специфіки заходу та умов техніки безпеки.

Сценічні (концертні) фонтани – особливі феєрверки, які інтенсивно б'ють вогняними струменями, пререломлюються вгорі й у вільному польоті стрімко спадають вниз. Такі фонтани ще називають холодними: під час їхнього виготовлення використовують речовини, які миттєво згорають, що унеможливорює загоряння. Висота підйому – 50 см – 6 м. Час вигорання – 5–40 с.

Сценічний вогнеспад складається зі зв'язки фонтанів-вогнепадів, розміщується на висоті 4–5 м. Висота падіння – 1–6 м. Час вигорання – 40 с.

Сценічні спалахи (фонтан-спалах) – різкий викид іскор на висоту 2–8 м, тривалість – 1–5 сек. Зазвичай використовують як кульмінаційний ефект закінчення заходу.

За умови заборони використання піротехнічних елементів активно використовують **пневмохлопавки з електрозапалом** – пневмохлопавки з пластиковим або паперовим корпусом у вигляді циліндру з двох частин: пневматичного балону зі стисненим повітрям і циліндру з наповнювачем (конфетті, серпантин, метафонові сердечки, тканинні пелюстки квітів тощо). Відмінність хлопавки з електроприводом – приведення в дію на відстані.

7.2 Характеристика та форми анімаційних шоу

Структурно шоу-програма складається з офіційної частини, яка переходить у розважальну програму. Зазвичай формат шоу-програми залежить від таких факторів: площа закладу, фінансування заходу, рівень майстерності анімаційної команди, уява і вигадка арт-директора, що спостерегає і координує дії творчого колективу.

До основних характеристик анімаційного шоу зараховують: відкритість, лаконізм, мобільність, святковість, оригінальність, різноманітність.

Анімаційні шоу завжди приваблювали легкістю їхнього сприйняття завдяки спрощенню структури твору, його змісту і форми. Тема шоу може бути й серйозною (культура народу, екологія), але від того, що вона не обтяжується іншими темами, дійство буде сприйматися легко. Інший шлях спрощення змісту – відхід від глобальних і драматичних тем, що дозволить адекватно їх сприймати в умовах розважального дозвілля [29].

Спрощення форми в анімаційних заходах відбувається шляхом: 1) відкритого, відвертого, взаємного спілкування аніматора і публіки, що не потребує додаткових компонентів; 2) видовищності, оригінальності режисерських рішень. Це зумовлює необхідність жанрового пошуку, використання особливих прийомів режисури в побудові композиції дійства, оригінальності в дизайні сценічних костюмів.

Підсилити емоційний вплив на глядача шоу можна завдяки: звукопідсиленню, звукозапису, відеопроєкції та різноманітної світлової апаратури.

Класифікація анімаційних театралізованих шоу наведена в таблиці 7.1.

Таблиця 7.1 – Класифікація анімаційних театралізованих шоу

Ознака	Види
за місцем проведення	– у приміщенні; – під відкритим небом
за ступенем театралізації	– заходи з мінімальним ступенем театралізації; – театралізовані вистави

Основні види анімаційних шоу наведено на рисунку 7.3.

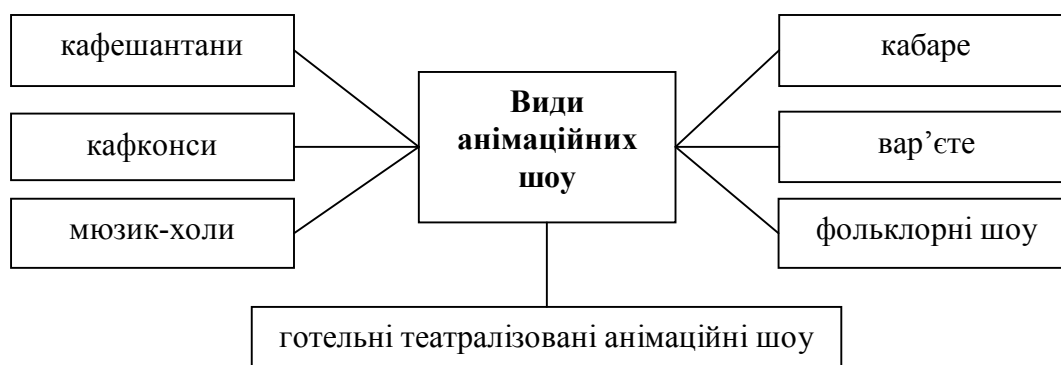


Рисунок 7.3 – Види анімаційних театралізованих шоу

Форми закритих розважальних вистав з'явилися ще в Стародавній Греції (пісенні агони в спеціально збудованих приміщеннях – одеонах). Перші розважальні вистави почали формуватися в Європі з середини XVIII ст. у кафешантанах.

Кафешантани (від фр. *cafe chantant* – кафе зі співами) – невеликі кафе, де для залучення більшої кількості клієнтів влаштовувались концерти шансоньє (*chanson* – пісня) – авторів і виконавців своїх пісень.

Із середини XIX ст. дрібні кафешантани почали витіснятися більш масштабними видовищними закладами з покращеними умовам і для концертування, підвищилась і платня за вхід – **кафконсами** («Ельдорадо», «Зимовий Альказар» та «Амбасадор» (відомі нині як популярні кабаре). Розважальні програми, що пропонувались у цих закладах, називались кафе-концертами.

Кафе-концерти (від фр. *café concert*) – розважальний заклад із подачею закусок, де проводили концерти. Одне з перших кафе-концертів – «*The Alcazar*» («*Alcazar d'Hiver*») – відкрите в Парижі в 1858 р.

Мюзик-холи – музичний зал при постійних дворах і готелях Англії. Мандрівники, що зупинялись у готелях, за більш високу платню отримували

розваги разом із вечерею. Поява концертних програм у великих залах ресторанів при готелях в Англії та Франції у 30–40-х рр. XIX ст. спричинили нове масштабне театралізоване видовище – довгий час програма складалась із виступів комедійних співаків і артистів цирку. Виставою керував ведучий, який сидів у кутку сцени і представляв артистів, виконуючи роль конферансьє. Першим мюзик-холлом вважають заснований у 1832 р. «Стар-мюзік-хол» у м. Болтон.

У 70-80-х рр. XIX ст. найбільші паризькі кафе-концерти стали також називатись мюзик-холами, а на сценах звична дивертисментна програма змінилася на **виставу-ревю** (від фр. *Revue* – огляд) – різновид музичного театру, який поєднує музику, танець і обмін репліками між артистами в цілісну сценічну виставу з елементами підкресленого еротизму, що відбувалася на великій сцені з завісою і рампою.

Вар'єте – вид розважальної програми, естрадного концерту, який складається з низки коротких номерів різних жанрів: пісень, танців, акробатичних номерів та номерів оригінального жанру, комічних сцен, реприз тощо, які представляє конферансьє. Назва походить від театру «Вар'єте», заснованого у 1720 р. у Парижі.

Кабаре (фр. *cabaret* – кабачок) – невеликий розважальний заклад (невеликий ресторан з естрадою, а також невеликий естрадний театр у ресторані, кафе) із певною художньо-розважальною програмою, яка складається зі співу пісень шансон, одноактних п'єс, скетчів, танцювальних номерів, об'єднаних виступами конферансьє. З'явилося у 1881 р., коли на Монмартрі відкрився кабачок «Чорний кіт» («*Le Chat noir*») (1887–1897 рр.). Власник – Родольф Салис. Виступи мали видовищну та інтелектуальну спрямованість: дискусії, полеміка, виступи артистів різних жанрів (пародія, гумор, сатира), співали шансоньє, силуетний театр Анрі Рив'єра.

Різновидом розважального театрального еротичного шоу, близького за жанром до мюзиклів, кабаре і водевілю, є **бурлеск** (від фр. *burlesque*, італ. *burla* – жарт). Основні елементи: танцювальні, циркові, комедійні й розмовні номери. Бурлеск з'явився в Європі в середині XI ст. На початку XX ст. шоу поступилося за популярністю музичній комедії. Перше знамените бурлеск-шоу – «Британські блондинки» Лідії Томпсон (1868 р.). Бурлеск є прообразом сучасного стриптизу. На початку 1990-х років завдяки зусиллям Діксі Еванс, яка заснувала на своєму ранчо в штаті Невада музей бурлеску «*Exotic World*» розпочалось відродження жанру – нео-бурлеску. Сьогодні проводять бурлеск-фестивалі в більшості великих міст Європи, США, Канади, Австралії та Нової

Зеландії (*London Burlesque Festival, World Burlesque Games; Paris Burlesque Festival; Berlin Burlesque Festival; Viva Las Vegas*).

Сьогодні найрозповсюдженішими є *сценічні театралізовані шоу*, що влаштовують анімаційні команди туристсько-рекреаційних закладів.

Практично кожен курортний готель високого класу має у програмі вечірньої анімації декілька подібних шоу. Репертуар і тематика анімаційних вистав визначається залежно від кваліфікації аніматорів, кількості виділених на організацію шоу-програм коштів та можливостей матеріально-технічної бази анімації закладу.

Добре підготовані анімаційні команди влаштовують шоу для туристів із розрахунку 5–7 заходів на 14 днів, тобто приблизно через день.

Найпопулярніші готельні анімаційні театралізовані шоу наведені в таблиці 7.2.

Таблиця 7.2 – Найпопулярніші готельні анімаційні театралізовані шоу

Назва шоу	Сюжет
« <i>Notre-Dame de Paris</i> »	театралізована постановка за мотивами роману В. Гюго «Собор Паризької богоматері»
« <i>Moulin Rouge</i> »	вистава на основі французького кабаре « <i>Moulin Rouge</i> »
« <i>Cats</i> »	вистава за мотивами відомого бродвейського мюзиклу-містерії про кота, який був обраний проводирем усіх котів та історія його кохання
« <i>Queen Show</i> »	тема, нав'язана творчістю групи « <i>Queen</i> »
« <i>Легенда про Тіля Уленшпінгеля</i> »	яскраве шоу, створене за мотивами народного епосу
<i>Шоу Коперфільда</i>	невеликі сценки з елементами пантоміми, клоунади, показом фокусів
« <i>Тисяча і одна ніч</i> »	вистава за мотивами східних казок із використанням східного колориту, музики і танців

Провідні готелі надають свою базу для проведення розважально-видовищних заходів: конкурсів краси, показів мод, спортивних шоу тощо. За цих умов важливою є організація маркетингової діяльності з просування і підтримки заходів.

Основні елементи маркетингової стратегії побудови шоу-програми: масова реклама в ЗМІ, організація заходів, спонсорство, PR-підтримка.

Просування анімаційних заходів передбачає використання клієнторієнтованої маркетингової стратегії. Так, для сприйняття потенційним

клієнтом рекламного звернення його перетворюють на подію або свято.

7.3 Способи театралізації анімаційних шоу-програм

Під заходом розважального характеру, що проводять із метою передачі публіці ідей у вигляді сценічних образів, розуміють **шоу-програму**. Зазвичай це готовий концертний продукт тривалістю від 15 хв та більше – чергування концертних номерів, об'єднаних однією концепцією та оснований на танцювальному, музичному, комедійному або цирковому жанрі, який зазвичай представляють один або група артистів.

Організація шоу-програм має бути погоджена зі сценарієм усього свята в цілому.

Механізм впливу шоу-програми наведено на рисунку 7.4.

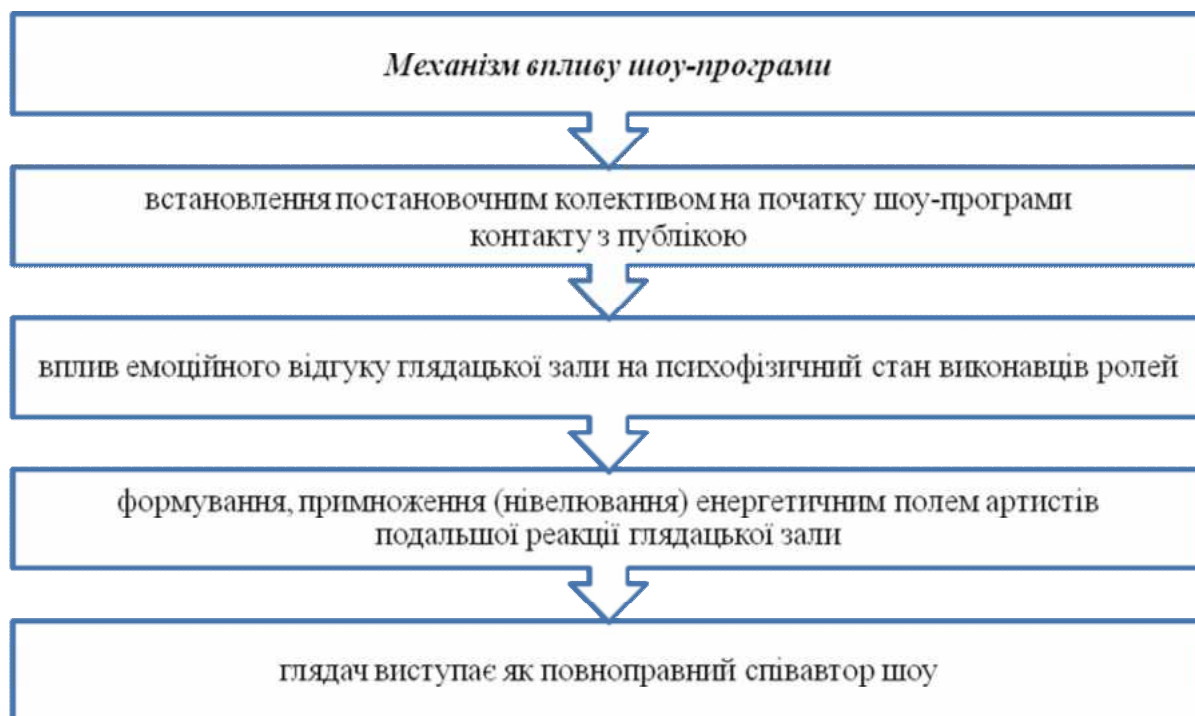


Рисунок 7.4 – Механізм впливу шоу-програми

Впровадженням в анімаційну програму сюжетної лінії, побудованої на конфлікті певних сил або героїв, які ці сили уособлюють, є театралізація.

Театралізація – це частина культурно-розважальної анімації туробслуговування в готелях, яка полягає у використанні різноманітних прийомів (образність, символічність, метафоричність, стилізація) і всіх видів мистецтва (живопис, музика, література), водночас хід дійства визначають сценарієм.

Метод театралізації покликаний створити видовищно-активну ситуацію, за якої кожен є активно реагуючим глядачем, а не пасивним споглядальником.

Анімаційна команда на початку шоу-програми має встановити контакт із публікою – вступити до двостороннього багатоступінчастого процесу: емоційний відгук глядацької зали впливає на психофізичний стан виконавців ролей, а енергетичне поле артистів формує й помножує подальші дії зали. Отже, глядач певною мірою виступає як повноправний співавтор шоу. За зміни настрою глядацької зали зазвичай змінюється і сама шоу-програма.

Прийоми для залучення учасників до театралізованого дійства:

1) *костюмування учасників*, дозволяє прискорити процес адаптації учасників завдяки рольовому спілкуванню, що імпонує як дорослим, так і дітям різного віку;

2) *колективна імпровізація* – спонтанна художня реакція людини на події, дійство;

3) *різні форми змагань у вигляді ігрового конкурсу* (інтелектуальної, спортивної, музичної спрямованості);

4) *ритуальна дія* (історична подія) як обов'язковий структурний елемент, специфічна особливість будь-якого театралізованого заходу, що спирається на народні традиції;

5) *створення історичного тла за допомогою особливостей* (архітектурних, географічних та ін.) *місця проведення заходу*.

Організація шоу-програми вимагає від анімаційної команди професійного досвіду, знань і креативного підходів.

Більшість анімаційних програм можуть мати театралізовану форму.

7.4 Різновиди сцени під час розроблення шоу-програм

Витоки театрального мистецтва, частиною якого є шоу-програма, лежать у давніх обрядових іграх і святах (календарних, мисливських, сільськогосподарських) за участю персоніфікованого божества, для якого розігрувались ключові події життя первинного суспільства. Ще під час пратеатральної дії відбувся розподіл на виконавців і спостерігачів – акторів та глядачів. Із розвитком театрального мистецтва театр, вивільнившись від ритуальної функції, у повній мірі відобразив ідею шоу як суспільно значущого феномену, здатного одночасно розважати і виховувати людину.

Розподіл театрального простору на сцену та глядацький зал дещо змінив форму участі глядачів у театральному дійстві. Жива реакція зали на події, що

відбуваються на сцені (сміх, сльози, аплодисменти тощо) формують потужне емоційне поле. Індивідуальні глядацькі реакції значною мірою нівелюються, коректуються колективним характером сприйняття: глядацька зала виступає єдиним організмом, що підпорядковується власним законам та відчуває спільні почуття.

Специфіка театрального простору

Глядацький і сценічний простір у сукупності становлять **театральний простір**, в основі будь-якої форми якого лежать два принципи розташування акторів і глядачів стосовно один до одного:

- 1) **осьовий** – сценічний майданчик розташовують перед глядачами фронтально й вони перебувають як би на одній осі з виконавцями;
- 2) **центровий** (променевиий) – місця для глядачів оточують сцену із трьох або чотирьох боків.

Основним для всіх видів сцен є й спосіб комбінації обох просторів:

- чіткий поділ обсягу сцени й залу для глядачів (зал для глядачів і сцена містяться як би в різних приміщеннях, що стикаються один з одним);
- часткове або повне їхнє злиття в єдиному, нерозділеному просторі (і зал, і сцену розташовують в єдиному просторовому обсязі).

Основні типи сцени наведено на рисунку 7.5.

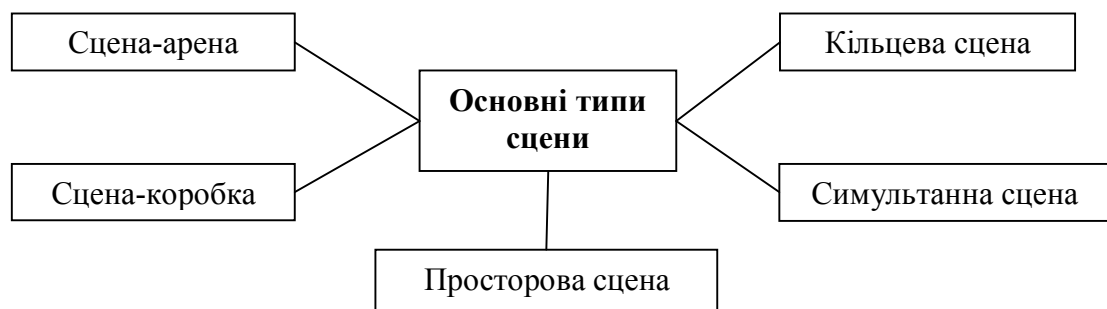


Рисунок 7.5 – Основні типи сцени

Найдавнішим типом сцени, що становить майданчик у формі кола або напівкола, є **сцена-арена**. Цей вид сцени з'явився у Давній Греції під час святкувань Великих або Малих Діонісій у вигляді природного амфітеатру. Сучасним варіантом є арена цирку.

Просторова сцена – це сцена просто неба у формі прямокутника, що розташовують на території рекреаційного закладу, парку, замку, фортеці. **Види:**

- *стаціонарна* (головна сцена «Артеку»);
- *тимчасова* (сцена фестивалю «Таврійські ігри»).

Прообраз просторової сцени – імпровізовані підмостки середньовічних жонглерів, які мандрували у спеціально збудованих фургонах. Фургон влаштовувався таким чином, щоб за потреби, одна його стіна, після того, як її поставлять паралельно землі, слугувала сценою.

Сцена-коробка – найрозповсюдженіший тип сцени, який з усіх боків оточується стінами і дахом, а в стіні, що відділяє сцену від глядацького залу, робиться великий виріз – портал сцени.

Кільцева сцена – сценічний майданчик, виконаний у вигляді рухливого або нерухливого кільця, усередині якого розташовані місця для глядачів. Більша частина цього кільця може бути схована від глядачів стінами, і тоді кільце використовують як один зі способів механізації сцени-коробки. У найбільш чистому вигляді кільцева сцена не розділяється із залом для глядачів, перебуваючи з ними в єдиному просторі. Сцену зараховують до розряду осьових.

Симультанна сцена – сцена, яка передбачає одночасний показ різних місць дії на одній або декількох майданчиках, розташованих у залі для глядачів, завдяки чому досягається найбільш повне злиття сценічної й глядацької зон, межі яких часом важко визначити.

Основними модифікаціями сцен є:

– **сцена-подіум;**

– **сцена-шашка** – естрада (від франц. *estrade* – поміст, настил) у формі шашки, що здійснюється посеред залу.

У зв'язку з тим, що анімаційні шоу передбачають відкритість, максимальну наближеність до публіки, можливість залучення до дійства туристів, сценічні майданчики для анімаційних театралізацій мають бути відкритими, не дуже високими зі спрощеною комунікацією між залом і сценою. Відкритий майданчик передбачає відкритість дій виконавця (аніматор не відділений від публіки ні завісою, ні рампою). На естраді дійство відбувається на очах у публіки. Відповідно й аніматори повинні бачити і відчувати публіку, вступати з нею у безпосередній контакт.

У випадках, коли аніматори недосвідчені і не готові до безпосереднього контакту з публікою, шеф-аніматори пропонують альтернативу – *ревю* (яскраву сценічну дію з танцями і музикою, акцент в якій робиться на видовищність). Простота сюжетів театралізованих ревю (казкових або любовних історій) зазвичай компенсується костюмами аніматорів, декораціями, звуковим і світловим оформленням.

Анімаційне шоу вбирає в себе всі форми і жанри, що легко сприймаються публікою: кабаре (яскравість, різноманітність), мюзик-хол (музичний зал), бурлеск (жарт, пародія) тощо.

Контрольні запитання

1. Назвіть форми шоу-анімації.
2. Основні засоби виразності, які використовують під час організації шоу.
3. Прийоми активізації аудиторії. Прийоми для залучення учасників до театралізованого дійства.
4. Назвіть основні напрямки реаліті-шоу.
5. Різновиди анімаційних шоу.
6. Особливості сценічних та технічних шоу.
7. Основні типи сцени.
8. Характеристики анімаційного шоу.
9. Класифікація анімаційних театралізованих шоу.
10. Види анімаційних шоу.
11. Розкрийте сутність поняття «готельне анімаційне сценічне шоу».

Перелік тестів для засвоєння матеріалу

Тест 1. *Під особливою формою масового видовища, характерна риса якого – використання елементів театралізації, сучасних технічних і комп'ютерних засобів, розуміють:*

- а) шоу;
- б) шоу-програму;
- в) анімаційне видовище;
- г) усі відповіді правильні.

Тест 2. *Популярне шоу «Україна має таланти» зараховують до:*

- а) ток-шоу;
- б) масових видовищних шоу-програм;
- в) шоу зірок естради;
- г) реаліті-шоу.

Тест 3. *Впровадження в анімаційну програму сюжетної лінії, побудованої на конфлікті певних сил або героїв, які ці сили уособлюють – це:*

- а) художній монтаж;

- б) ілюстрування;
- в) театралізація;
- г) ігровий метод.

Тест 4. *Невеликі кафе, де з метою залучення більшої кількості клієнтів влаштовують концерти шансоньє – це:*

- а) кафешантани;
- б) кафконси;
- в) мюзік-холи;
- г) кабаре.

Тест 5. *Прообразом якої сцени стали імпровізовані підмостки середньовічних жонглерів, які мандрували в спеціально збудованих фургонах?*

- а) сцена-шашка;
- б) сцена-арена;
- в) просторова сцена;
- г) сцена-коробка;
- д) сцена-подіум.

РОЗДІЛ 8 СВЯТО ЯК ОСНОВА КОМПЛЕКСНОЇ АНІМАЦІЇ. КАРНАВАЛЬНА АНІМАЦІЯ

8.1 Свято: поняття, сутність, історія виникнення, класифікація

Аналіз феномену свята має складний багатоаспектний характер. Закордонні дослідники цієї проблеми К. Жигульський, М. Мізов розглядають свято в руслі культурології; Д. Марко, Є. Тайлор, Д. Фрезер – етнографії й соціокультурної антропології. Вони пов'язують святкову культуру з ритуалом і міфом.

Вагомий внесок у вивчення соціальної ролі ритуалу зробили представники французької соціологічної школи: Р. Бенедикт, Р. Барт, Є. Дюркгейм, Б. Малиновський, М. Мід, М. Мосс, А. Радкліфф-Браун.

Теоретичне осмислення свята як гри представив І. Хейзинга. Великий інтерес представляють праці закордонних вчених Р. Генона, Г. Коксу, Й. Пипера, Р. Стронга, Д. Томпсона, Г. Янга й ін.

Вивчення свята у вітчизняній науковій традиції ведеться давно. Початок цьому було покладено ще в XIX ст, а потім продовжилося в 20-ті роки XX ст. У цей період з'явилося чимало цікавих ідей щодо природи свята. Однак ні в 1920-ті роки, ні в наступний період не була створена обґрунтована методологія наукового вивчення свят. На думку О. Л. Орлова, у 1940-ві й 1950-ті роки вчені не проявляли ініціативи в розробці своїх вистав про свято [32–34].

В останні роки, насичені різними святковими торжествами, проблема свята набула особливої актуальності. У зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу, а також з поліпшенням умов побуту в людини з'явилося більше вільного часу, який вимагає раціонального використання.

Слово «свято» у широкому побуті, у популярній і науковій літературі має безліч різних значень, що часом суперечать один одному.

Термін «свято» часто вживають для характеристики емоційних станів (свято почуттів, емоцій, душі, серця). Ототожнення свята з почуттями показує лише одну його грань: святковий, емоційно забарвлений стан, викликаний особливим піднятим настроєм.

Слово «свято» означає певний період часу (година, день або дні), коли людина не займається справами. Воно характеризує такий вільний час, коли щось відзначають. Наприклад, певну подію, яку необхідно виділити з потоку інших подій. Останнє досягається у святковому обряді або ритуалі, тобто в певній символічній дії, яка художньо-виразно оформлена, а до того ж завжди

пов'язана із чимось надзвичайно радісним або урочистим.

Свято потребує особливої щиросердечної або психологічної налаштованості, у прагненні до святкового настрою (назріла певна святкова ситуація), крім того значення цієї налаштованості зводиться до того, щоб здійснити у структурі свідомості якісь перетворення, неможливі в буденні, зайняті працею дні.

«Святкувати» – означає вільно спілкуватися, колективно переживати. Життєдіяльність у ситуації свята дає людям задоволення в тій його надлишковій формі, яка в буденних умовах пригнічується або ігнорується. Завдяки цьому вона приносить людям розрядку від тієї неприємної напруженості, яка накопичується в них у результаті дій повсякденного характеру [35].

Підходи до розуміння природи свята:

1. Свято виникає завдяки святковому стану душі людини – календарне свято вторинне (підхід більшою мірою стосується індивідуальних переживань кожної людини).

2. Свято або святковий настрій є конкретним відгуком кожної людини на святкову подію (підхід виводить на колективні реакції соціуму).

Святковість завжди мала суттєве відношення до часу. В основі свята лежить певна і конкретна концепція природного космічного біологічного та історичного часу. Водночас свята на всіх етапах свого історичного розвитку були пов'язані з кризовими, переломними моментами в житті природи, людини і суспільства [36].

Свято дає людині можливість:

1. Прийняти себе і нарешті повірити, що можна ставити цілі і обов'язково їх досягати.

2. Побачити, що її чують, що вона цікава. Це проявляється через подарунки, які людина отримує від людей, знаючи, що вони про неї думають, люблять і пам'ятають.

3. Зрозуміти, хто твій друг, хто суперник, хто ворог, так як у момент свята люди як маленькі діти – відкриті, наївні і беззахисні (невипадково в свята витрачається так багато грошей).

4. Побачити, як вона сама ставиться до грошей, як їх витрачає.

5. Побачити з боку, як вона ставиться до своїх близьких. Проявляє щиру любов або хоче підкупити партнера грошима і дорогими подарунками.

Свято – це комплексний захід, у якому як засоби виразності представлені музика, пісня, танець, слово, елементи театралізації, гра тощо. Усі ці види

мистецтва презентують культуру народу в особливій образно-виразній формі.

Свято завжди виконувало важливі суспільні функції, мало глибокий сенс, у ньому людина відчувала себе особистістю, членом колективу.

Прояв усіх форм і видів культури будь-якого колективу, починаючи від прийнятих форм поведінки, закінчуючи демонстрацією нарядів і виконанням традиційних обрядів, йде через свято.

Отже, **свято виконує низку функцій** (рис. 8.1).

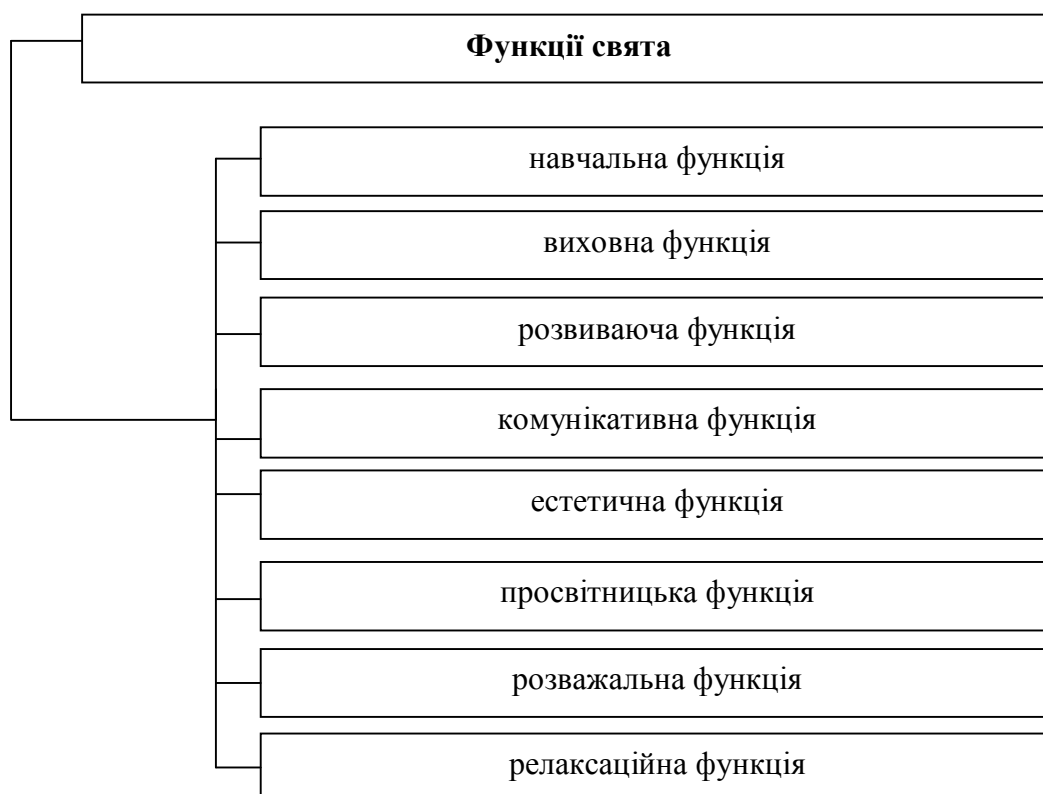


Рисунок 8.1 – Основні функції свята

Отже, святковий захід виконує такі функції:

1) *навчальна функція* – створення сценаріїв, сценічний рух, вправи для дикції, вокальні, танцювальні заняття, робота над декораціями, пантоміма, правильне використання жестів і міміки, мистецтво діалогу, перевтілення, експромту;

2) *виховна* – прояв особистості в ігрових моделях життєвих ситуацій;

3) *розвиваюча* – гармонійний розвиток особистісних якостей під час підготовки виступу, розширення кругозору, розвиток інтелекту, створення умов для самоствердження й самореалізації;

4) *комунікативна* – об'єднання в колектив, спілкування між однолітками в процесі підготовки свята, установлення емоційних контактів із застосуванням вправ із спілкування, організація творчого співробітництва з іншими колективами;

5) *естетична* – розвиток смаку, уміння бачити прекрасне в повсякденному;

6) *просвітницька* – розвиток інтересу до навколишньої дійсності, телебачення, кінофільмів, радіопередач, читання;

7) *розважальна* – створення сприятливої атмосфери на репетиціях і під час гри, перетворення заняття в захоплюючу подорож, проведення міні ігор і експромтів;

8) *релаксаційна* – зняття напруги, викликаної підвищеному навчальним навантаженням, за допомогою ігрових приймачів і самої гри.

У «чистому» вигляді зазначені функції не зустрічаються, вони взаємозалежні, взаємодоповнюють один одного. Наприклад, реалізація функцій дитячого святкового заходу забезпечує вирішення таких проблем:

1. Об'єднання педагогічних зусиль.
2. Формування міжособистісних відносин.

Свято – це складне, багатобічне явище, яке не має єдиної класифікації. Складність класифікації полягає в тому, що ті самі свята можна включити як в одну групу, так і в іншу. Зробити вичерпну класифікацію свят практично неможливо.

Одним із перших класифікацію масових свят ще в XIX ст. запропонував І. М. Снегірійов, який розділив свята на:

- 1) рухливі і нерухливі (що мають або не мають точної дати);
- 2) виняткові, тобто пов'язані з особливою подією;
- 3) сільські й міські;
- 4) вітчизняні й запозичені.

Ця класифікація не має методологічної основи, однак відбиває найперші кроки науки про свято, містить у собі витoki багатьох, пізніших класифікацій.

Політичні, соціальні й культурні зміни, що відбуваються в процесі історичного розвитку, часто досить різко, іноді супроводжувалися зміною літочислення, введенням нового календаря й нових періодичних свят, на думку К. Жигульського, є обґрунтуванням для розподілу свят на старі й нові, свята старої й нової віри, старого й нового режиму, старого й нового ладу.

Не всі дослідники свят у своїх роботах дають розгорнуту, докладну класифікацію свят, наприклад А. В. Беніфанд у своїй роботі «Праздник: сущность, история, современность» писав так: «Класифікація свята будується за релігійними і безрелігійними, особистісними і груповими, масовими, сімейними і суспільними підставами. Як один із принципів класифікації можна взяти загальнолюдський і класовий характер свята, тоді до одного типу варто

зарахувати свята, пов'язані з природою, часом року, із сільськогосподарськими й міськими професіями, сімейно-особистісні, фізкультурно-спортивні, а так само святкування ювілеїв діячів мистецтва, культури, науки, миротворчого характеру, фестивалі, форуми, дні культури і т. д. В іншу групу потрібно включити свята політичні, партійні, суспільні» [37, с. 34].

Друга лінія, що йде від особистості й суспільних груп, містить у собі особисті, сімейні, племінні, народно-національні, класово-партійні, міжнародні свята. Проте й ця класифікація не досконала, тому що вона «розриває» громадське життя й конкретні соціальні спільності людей.

Більш прийнятним принципом класифікації масових свят є класифікація за типом святкової ситуації.

Узагальнена класифікація свят наведена на рисунку 8.2 [38].



Рисунок 8.2 – Узагальнена класифікація свят

Усі свята проходять через сімейний колектив, що входять до кожної оселі. Сімейні свята містять багаті можливості для розумового виховання дитини, для розвитку всіх його дарувань. Для повноцінного розвитку дитини йому необхідний свято як повітря.

«Нехай кожен пригадає своє дитинство, і він побачить, що свято для дитини зовсім не те, що для нас, що це дійсно подія в дитячому житті й що дитина вважає свої дні від свята до свята сіро було б дитинство, якби з нього викинути свята..» – писав К. Д. Ушинський [37].

Сімейні свята – це організований відпочинок для всіх членів сім'ї. Сімейно-побутові свята й обряди тісно пов'язані з найважливішими подіями в житті людини, сімейним побутом [38].

Основне завдання сімейних свят:

1) нагадати про цінність сімейного щастя, необхідність прояву поваги, терпіння і солідарності по відношенню до всіх членів сім'ї;

2) вони дозволяють висловити свою любов, почуття і вдячність близьким і рідним людям, зміцнити відносини між різними поколіннями і посприяти культурному та інтелектуальному розвитку дітей.

Передчуття свята – це початок святкового духа, який повинні підтримувати дорослі. Людина сприймає світ почуттями і потрібно, щоб кожне почуття в дітях прокинулося через колір, звуки, запахи та інше. Необхідно надати дитині простір для самостійної активної дії, але водночас необхідно пам'ятати, що свято – це повсякденна педагогіка.

Навчити дітей відпочивати, вести себе на дозвіллі – це важливе завдання батьків і педагогів. Але всі свята, а дитячі особливо, вимагають не стільки часу і грошей, скільки душевного тепла і любові. У дитини має бути щасливе дитинство. Без цієї умови, людина не зможе навчитися любити. Дитина як губка, вбирає в себе все, від того, яким емоційним станом будуть забарвлені його святкові дні, буде залежати його особисте життя, його майбутня сім'я.

У класифікацію сімейних свят можуть входити вікові, соціальні та тематичні принципи:

1) свята для членів сім'ї різного віку (дитячі, дорослі);

2) свята для членів сім'ї з різними соціальними ролями (для сина, доньки, матері, батька, бабусі, дідуса та ін.);

3) свята різноманітної тематики (день народження, хрещення дитини, 1 вересня, «Вітання переможця» та ін.) (рис. 8.3).



Рисунок 8.3 – Класифікація сімейних свят

Найпопулярніші сімейні свята: народження дитини, хрестини, весілля, ювілеї сімейного життя тощо. Це приклади свят, основа яких – подія життєвого циклу. У кожній родині свої традиції і свята. І кожна родина святкує їх по-різному: хтось святкує у сімейному крузі вдома, на природі, у кафе або взагалі їдуть на відпочинок до іншої країни; хтось запрошує друзів і відпочиває у великій компанії.

Останнім часом популярним видом організації сімейних свят є святкування на території готельних підприємств. Це надає широкий спектр можливостей для організації відпочинку: зручність розташування великої кількості гостей, можливість відсвяткувати у затишній атмосфері відповідно обраній тематиці заходу. Ці проблеми з підготовкою святкового столу, сервірування тощо лежать на працівниках готелю.

Організація свят надає готельному підприємству чудову нагоду вирішити проблему недозавантаження закладу під час несезону або протягом тижня. Часто для організації святкування сімейних свят залучують спеціалізовані івент-агентства. Детальніше питання організації свят як інструмента просування послуг готелю буде розглянуте в п. 8.6.

8.2 Особливості карнавальної анімації

Карнавал з'явився в IX–X ст. До цього часу зараховують найбільш ранні згадки про періодичні міські свята в різних містах Західної Європи. Перші карнавали з'явилися в Італії, де раніше всього виникли великі незалежні міста. Потім – у Франції, найпізніше – у Німеччині: Майнці, Дюсельдорфі та Кельні. Свято проходило за 40 днів до Страсного тижня й було своєрідним рубежем, за

яким починався Великий піст. Витоки карнавалу лежать в язичницьких церемоніях на честь давньоєгипетського бога Осириса й у Римських Сатурналіях – свята, коли всі люди були щасливими і рівними між собою. Рабам давали «вільну», вони могли кепкувати з господарів, але щоб уникнути небажаних наслідків, ховали своє обличчя під маскою. У програмі свята також була хода до храму Сатурна.

У Середні віки, борючись з утисками з боку інквізиції, анімаційно-карнавальні форми розваг виявлялися у народно-сміхових святах «Віслюка», «Дурня», «свята Невинних», «свята Короля бобів», храмових або релігійних святах.

У цілому карнавал можна вважати основою обрядово-видовищної форми народної культури Середньовіччя. Приблизно до XV ст. в Європі створилася цілісна структура карнавалу, сформувалися його зміст і засоби виразності.

Основні характеристики середньовічного карнавалу:

- відміна ієрархічних відносин на час святковостей;
- амбівалентність карнавальних дійств (одночасове заперечення і ствердження, смерть і народження, висміювання і возвеличення);
- розподіл людського тіла на дві його складові (усе, що вище шлунку – від Бога, що нижче – від чорта);
- спрямованість карнавалу у майбутнє.

У процесі зародження і розвитку карнавалів були сформовані основні види і форми анімаційної діяльності.

У Російську імперію європейські карнавали були «завезені» Петром I. Цар сам складав реєстри, писав сценарії, стежив за підготовкою до карнавального заходу як одного із засобів досягнення політичних цілей. Петро I активно впроваджував європейську культуру, гнобячи автентичну культурно-дозвілєву традицію. Перший російський карнавал для простолюдинів був влаштований у 1721 р. на честь перемоги в Північній війні.

У 1781 р. відбувався один із найбільших карнавалів в імперії, присвячений перемозі Росії над Туреччиною. За ідеєю Катерини Великої, архітектор Баженов створив на великому полі вакаційну зону – об'ємну «мапу», на якій були розташовані макети Азова, Керчі і Кривого Рогу з вежами, бійницями, мінаретами і мечетями, а на штучному морі стояли на рейді кораблі. Протягом декількох днів для сотень тисяч глядачів розігрувалися театралізовані вистави – реконструкції військових баталій.

Існують певні розходження в етимології поняття «карнавал»:

- 1) від лат. *carrus navalis* – ритуальний візок-корабель, на якому в Європу в бронзовому столітті возили на свята ідолів родючості;
- 2) слово складається із двох латинських корінь – *carno* (м'ясо) і *vale* (прощай) [39, с. 113].

Карнавал скерований на задоволення таких потреб людини:

- 1) потреба в неформальному спілкуванні;
- 2) візуально-естетичні потреби (радісні люди, красиві костюми, фейерверки, шоу);
- 3) духовно-мистецькі (танець, музика, фольклор, театр);
- 4) потреба у творчій самореалізації (участь у карнавальних дійствах);
- 5) потреба у грі (участь у конкурсних-ігрових заходах);
- 6) гедоністичні потреби (постійне відчуття радості і насолоди від життя).

Карнавал – святкове дійство, спрямоване на отримання насолоди від неформального спілкування в умовах гри, театралізації, більшої, ніж у повсякденному житті, свободи дій.

Мета карнавалу: актуалізація моральних (духовних, щиро-сердечних) потреб його учасників і організація їхнього дозвілля, стимуляція творчої активності учасників.

Характер карнавалу можна розглядати у двох аспектах:

- 1) *самостійний захід «з приводу»* – тематика карнавалу пов'язана з приводом до його організації);
- 2) *захід у межах фестивалю (концерту)* – тематика карнавалу пов'язана з темою свята в цілому як підтема.

Типи карнавальних дійств наведені на рисунку 8.4.

Особливості аудиторії, які необхідно враховувати під час вибору тематики карнавалу: вік, соціальний статус, середовище, менталітет.

Ідея карнавалу формується з його теми. Відповідно до ідеї й теми підбирають карнавальні костюми, вибудовують декоративно-художнє оформлення, пишуть сценарій і організовують діючий ряд. На образне рішення впливають жанрові особливості того або іншого карнавалу. Головними діючими особами карнавалу можуть бути заздалегідь підготовлені учасники (актори), які будуть задавати емоційний стан усього процесу, координувати дії учасників і формувати образну структуру заходу [40].

Ефект карнавального видовища полягає в прийомі *інверсії* (перестановки) членів універсальних, символічних протиставлень (цар – раб; пан – слуга; чоловік – жінка; президент – виборець і т. д.).

Класифікація карнавалів за формою:

1. Карнавали, які мають форму ходи.
2. Карнавали, які не мають форму ходи.
3. Змішані типи карнавалів.

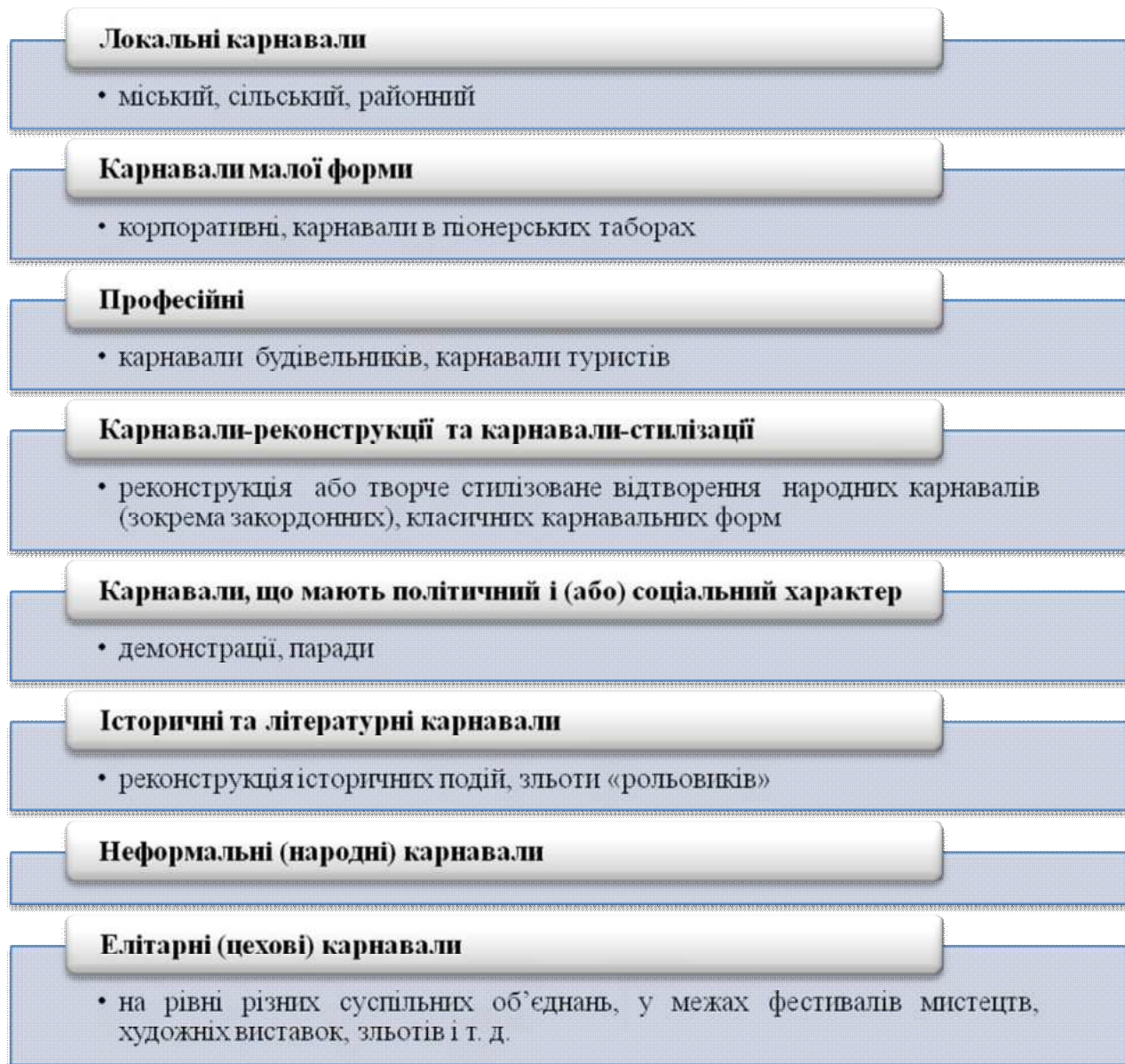


Рисунок 8.4 – Типи карнавальних дійств

Види карнавалів за їхньою метою наведено на рисунку 8.5.

Напрямки сучасних карнавалів:

- 1) *європейський* – традиції найдавніших карнавалів на стику римських і німецьких звичаїв;
- 2) *карибський* – карнавали, що виникли на основі європейських під впливом негро-африканської культури.

Найпопулярнішими країнами світу за показником відвідання з метою подієвого туризму є: Італія (Венеціанський карнавал); Німеччина (гастрономічні тури); Франція (карнавали); Іспанія (фестивалі); Бразилія (карнавали в Ріо-де-Жанейро).

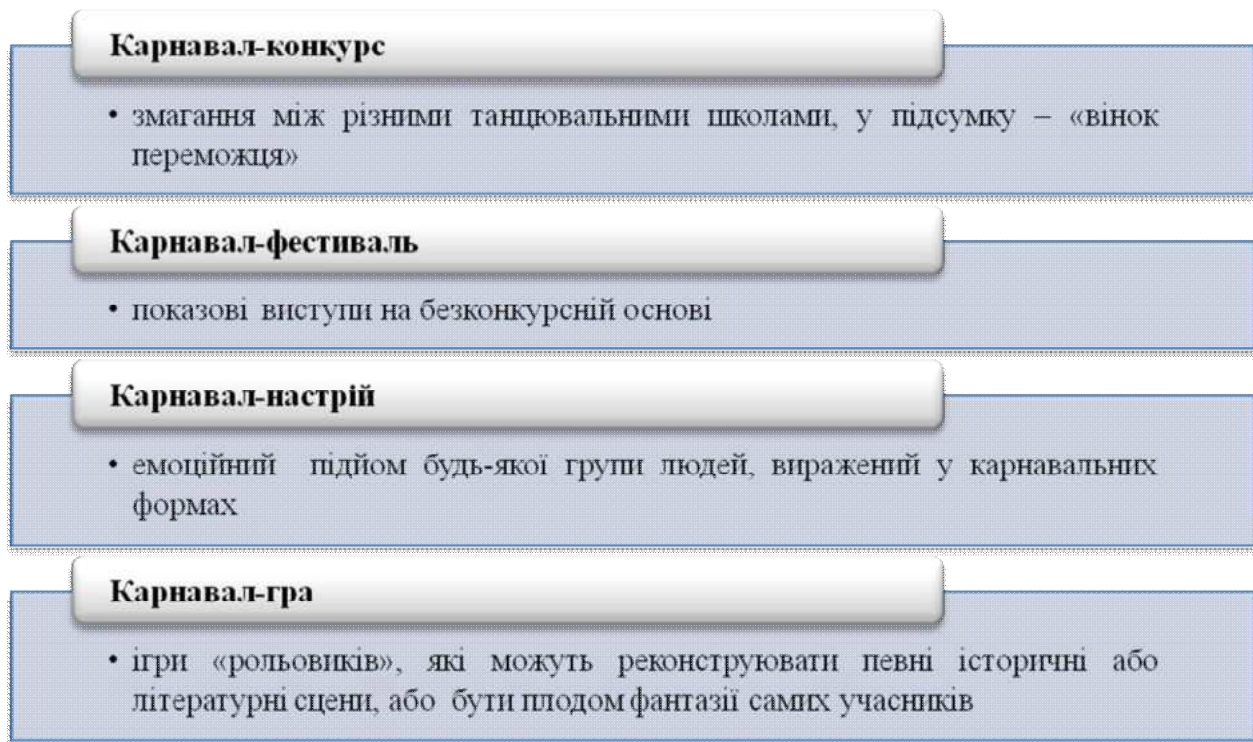


Рисунок 8.5 – Види карнавалів за їхньою метою

Популяризація карнавалу зумовила створення асоціацій як регіонального, так і міжнародного рівнів, покликаних займатися збором коштів для їхнього проведення, гарантування безпеки, створення умов для обміну досвідом, накопичення необхідної інформації тощо.

Найвпливовішою у Північній Америці є Вест-Індійська карнавальна асоціація (*WIACA*), наймасовішою у світі є Асоціація європейських карнавальних міст (*FECE – Foundation European Carnival Cities*), яка об'єднує 100 міст з 52 країн світу [41].

Найбільшими та найцікавішими карнавалами народів світу вважають: Бразильський карнавал у Ріо-де-Жанейро, Марді Гра в Новому Орлеані (США), Венеціанський карнавал (Італія), Карнавал у Ніцці (Франція), Фуншал, Мадейра (Португалія), Бельгійський карнавал у Бенше, *Bremer Karneval* (Німеччина) [42].

Карнавал передбачає свято, що пов'язане з перевдяганням. Фестиваль спрямований на показ визначеної події глядачу, а карнавал – на участь глядача у цій події, включаючи використання костюмів, масок.

8.3 Свята як об'єкт подієвого туризму

Історія івент (англ. *Event* – «подія») уходить у глибоку стародавність. Заходи, свята, спеціальні події існували завжди, навіть під час палеоліту й неоліту. Людство протягом усієї своєї історії супроводжували різні церемонії й ритуали, присвячені важливим подіям: народженню, досягненню полової зрілості, одруженню, смерті тощо.

У релігійному світі існує наука про історію та теорію свята – *еортологія* (від гр. – «свято») розуміють свято ведення, частину літургики (науки про богослужіння), що має за свій предмет дослідження церковних свят. Еортолог вивчає питання історії виникнення свят, питання їхнього розвитку, розширення їхніх обсягів і кількості, а також історією виникнення календаря й типів календарів, розвиток Типікона (Богослужбовий Статут Православної Церкви) як регулятора повсякденного й святкового церковного життя [43]. Теорія святкування язичеських свят передавалася з покоління в покоління. Кардинальні зміни, які розпочалися після реформ Петра I, вимагали адекватного втілення нових ідей і найважливіших подій у яскравих, ефектних і вкрай ефективних за ступенем свого впливу видовищ. Так, наприкінці XVII – першій половині XVIII століть стали з'являтися масові й всестанові свята.

«З формальної точки зору індустрія свята народилася в 1800-их роках, коли розпочався продаж квитків на професійні спортивні заходи, і пізніше вона поступово трансформувалася. Вважається, що професія організатора сформувалася в 1950-х роках», – так звучить думка про «нову» історію івентів одного з найвідоміших івент-менеджерів світу Джо Голдблатта [45].

У цілому під заходом розуміють вид людської діяльності, що передбачає зустріч і взаємодію різних людей, обмежений за часом і пов'язаний з реалізацією будь-яких спільних цілей. Основні складові поняття «*event*» наведені на рисунку 8.6.

До основних стійких характеристик поняття «event» зараховують: сприйняття заходу як виняткової події з погляду відвідувачів, спонукання відвідувачів до активності через позитивне сприйняття заходу, ретельну організацію і сплановане інсценування заходу як запорука успіху.

Для заходів характерні такі особливості: 1) захід як результат зусиль – його неможна ні відстрочити, ні виправити; 2) результат унікальний, успіх залежить від суб'єктивного сприйняття відвідувачів; 3) результат неможливо зберегти незмінним або запасти про запас; він повністю знецінюється, якщо учасників занадто мало; 4) у порівнянні з результатом підготовка набагато масштабніша як за витратами часу, так і за витратами коштів.

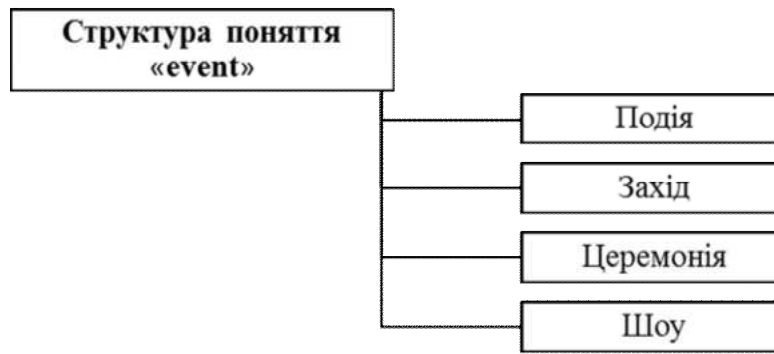


Рисунок 8.6 – Структура поняття «event»

До видів івенту можна зарахувати: фестивалі, карнавали, паради, святкування; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; освітні заходи: семінари, тренінги, курси підвищення кваліфікації; спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри); концерти, покази фільму, театральні постановки; ювілеї, весілля, торжества; ділові події: виставки, ярмарки, торговельні шоу, презентації, відкриття підприємств, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням торговельної марки і т. д.

Event можна класифікувати за безліччю критеріїв (рис. 8.7) [44].

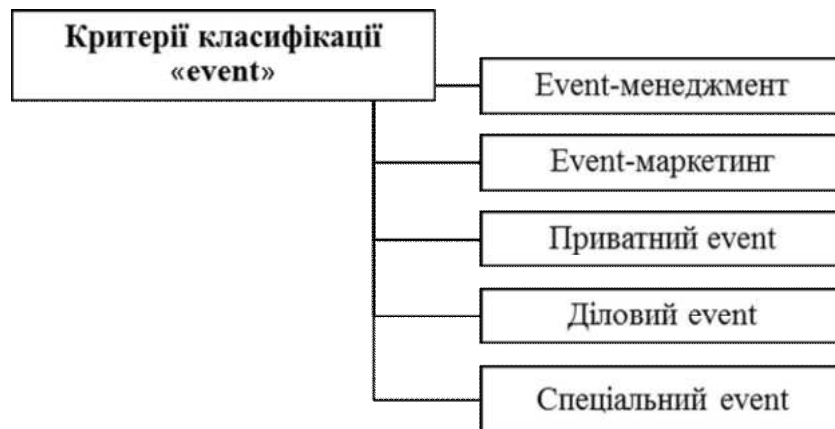


Рисунок 8.7– Критерії класифікації event

На сучасному етапі розвитку суспільства не існує єдиної класифікації івентів. Отже, доцільно розглянути основні підходи до класифікації івентів.

Типова класифікація подій наведена в таблиці 8.1.

Таблиця 8.1 – Типова класифікація подій

Ознаки класифікації	Тип заходу
1. За характером самої події	діловий, розважальний, <i>team-building</i>
2. Залежно від персони замовника	державний, корпоративний, приватний
3. За місцем проведення	приміський відпочинок, свята на відкритих і на закритих майданчиках

Узагальнений варіант класифікації заходів наведений у таблиці 8.2.

Таблиця 8.2 – Узагальнена класифікація заходів

Група заходів	Вид	Приклад
1 група <i>Розважальні заходи</i>	<i>Масові</i>	свята в торгових точках (рекламні та промо-кампанії), презентації, календарні свята, клубні вечірки, спортивні заходи, концерти, міські свята, церемонії і т. п.
	<i>Корпоративні</i>	календарні свята, внутрішні свята, заміський відпочинок і т. п.
	<i>Приватні заходи</i>	весілля, дитячі свята, дні народження, календарні свята і т. п.
2 група <i>Ділові заходи</i>	<i>Власне ділові заходи</i>	виставки, презентації, «Круглі столи», конференції, PR-заходи, зокрема прес-конференції, церемонії і т. п.
	<i>Корпоративні ділові заходи</i>	<i>team-building</i> , тренінги, зустрічі та обіди з діловими партнерами, ділової та інсентив-туризм і т. п.
	<i>Спонсоринг</i>	підбір заходи для спонсорства, організація event для спонсора і т.п.

Таблиця 8.3 – Класифікація подій за Калгарі Дональд Гетцем

№ з/п	Тематика	Подія
1	2	3
1	<i>Культурні урочистості</i>	фестивалі
		карнавали
		релігійні події
2	<i>Політичні та державні події</i>	зустрічі на вищому рівні
		офіційні візити
		вибори
3	<i>Події у галузі освіти і науки</i>	конференції
		семінари
		наукові премії
		студентські олімпіади
4	<i>Події в мистецтві та розважальні події</i>	концерти
		церемонії нагородження
		виставки, ярмарки

1	2	3
		бізнес, торгівля
5	Спортивні події та конкурси	професійні змагання (Олімпіади, чемпіонати тощо)
		аматорські змагання
6	Соціальні події	свята в країні
7	Приватні події	весілля та інші свята

У таблиці 8.4 наведена типологія основних категорій івентів за критерієм їхньої форми, що становить очевидну різницю у їхніх цілях і програмах [46].

Таблиця 8.4 – Типологія івентів

Культурні урочистості	Політичні і державні	Бізнес і торгівля	Мистецтво та розваги
– фестивалі; – карнавали; – пам'ятні церемонії; – релігійні свята	– саміти; – політичні події; – візити VIP-персон	– зустрічі, – наради; – ярмарки, виставки	– концерти; – церемонії
Освітні і наукові	Спортивні змагання	Розважальні	Приватні івенти
– конференції; – семінари; – практичні заняття	– серед професіоналів та аматорів; – для глядачів та учасників	– спорт та ігри для розваги	– весілля; – вечірки; – зустрічі

Отже, організація свят у структурі івентів займає значну частку.

У сучасному світі сформувалася ціла індустрія щодо організації подій, яка поділяється за характером події та кінцевою метою. Значення подієвого туризму зводиться до відвідання подій, які відбуваються в інших країнах, тобто, основна мета подорожі присвячена події, у якій турист бере пасивну (роль спостерігача) або активну участь. За даними звіту Всесвітньої Туристської Організації «*UNWTO Tourism Highlights 2014*» [47] у комплексі надходжень від міжнародного туризму в 2013 році подорожі від свят, дозвілля та інших форм відпочинку склали більше половини всіх міжнародних туристських прибуттів (близько 52 %). За оцінками UNWTO подієвий або івент-туризм є одним із перспективних напрямів туризму. Основні завдання подієвого туризму наведено у вигляді схеми (рис. 8.8).

Як поїздка, приурочена до певної події (культурної, спортивної, ділової або етнографічної), подієвий туризм за класифікаційною ознакою зараховують до мети поїздки.

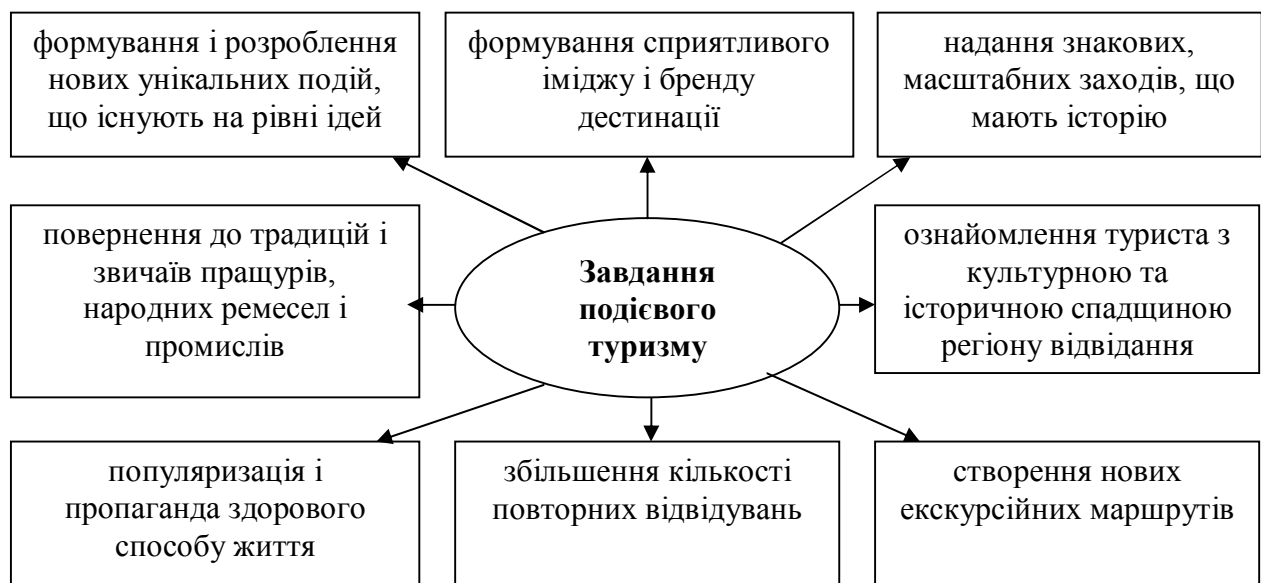


Рисунок 8.8 – Основні завдання подієвого туризму

Як підвид пізнавального туризму, подієвий туризм розпочав свій розвиток у 1980-х рр. в Європі.

Спочатку подієвий туризм був частиною таких напрямків туризму, як пригодницький, екологічний, гастрономічний туризм і деяких інших. Проте саме явище подієвого туризму має глибоке коріння: в основі більшості сучасних фестивалів лежать історичні події, свята, традиції.

Подієвий туризм спрямований на отримання задоволення та яскравих незабутніх вражень шляхом перебування та безпосередньої участі туристів у певних розважальних подіях. Його можна розглядати як спеціалізований вид туризму, де основною метою є поїздка, приурочена культурній, спортивній, діловій або етнографічній події, у якій турист обов'язково повинен брати безпосередню участь.

Класифікація подієвого туризму наведена на рисунку 8.9.

У сучасному світі сформувалася індустрія організації подій, яка поділяється за характером події та кінцевою метою.

Значення подієвого туризму зводиться до відвідання подій, які відбуваються в інших країнах, тобто, основна мета подорожі присвячена події, у якій турист братиме пасивну (роль спостерігача) або активну участь.

У науковій літературі всі події, що сприяють розвитку подієвого туризму згруповують і класифікують за трьома напрямками (табл. 8.5) [48].

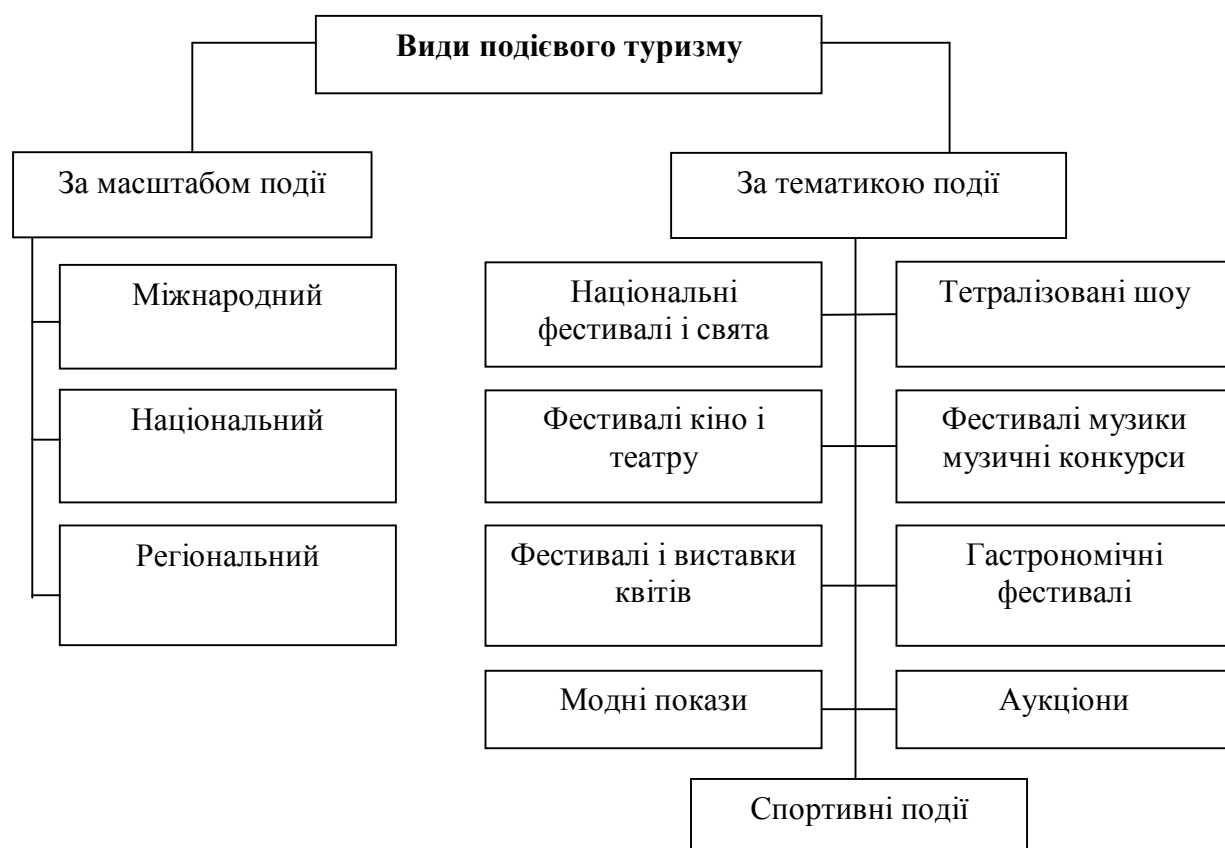


Рисунок 8.9 – Класифікація подієвого туризму

Таблиця 8.5 – Основні напрямки подієвого туризму

Напрямок	Подія
<i>1. Спортивний</i>	Чемпіонат
	Олімпіада
	Ігри
	Індивідуальні спортивні зустрічі
	Кубки
	Престижні змагання
<i>2. Діловий</i>	Виставка
	Конференція
	Семінар
	Форум
<i>3. Культурно-пізнавальний</i>	Зарубіжна прем'єра
	Театральна постановка
	Фестиваль
	Концерт
	Перфоманс
	Карнавал
	Шоу

Доцільно виокремити четвертий напрямок – *релігійний*. Наразі окремі туроператори розробляють турпродукт на честь святкування релігійних свят

(Водохреща, Пасхи та ін.), де туристи мають можливість духовно-культурного збагачення та ознайомлення з обрядами, традиціями й звичаями святкування у певних народів. При цьому справжня організація масштабних подій, що збирала велику кількість туристів, проводилася ще в стародавньому світі (Олімпійські ігри у Греції, гладіаторські бої у Римській імперії, рицарські турніри у Середньовічній Європі тощо). Серед релігійних подій, які стали також основою розвитку паломницького родієвого туризму, можна виокремити: 1) відкриття храму на честь язичницького бога; 2) вшановування язичницьких богів із жертвоприношенням, що проводилися систематично; 3) поховання фараона; 4) канонізація християнських святих; 5) обрання і висвячення Папи Римського. Розвитку певних видів сучасного подієвого туризму сприяли масові гуляння, які влаштовували на честь зустрічі воїнів-переможців (наприклад, тріумфи у Давній Греції).

На рисунку 8.10 подана схема організаційної системи подієвого туризму.



Рисунок 8.10 – Організаційна система подієвого туризму

Виходячи з рисунку 8.10, подієвий туризм виконує такі **функції**: формує позитивний імідж регіону, привертає туристів, сприяє розвитку інфраструктури та реновації (відновленню) міського середовища, стимулює збільшення витрат туристів; сприяє збільшенню зайнятості населення у сферах розміщення, харчування, транспорту, відпочинку і розваг, виробництва супутніх товарів та послуг і деяких інших галузях, унаслідок чого збільшується прибуток і відбувається зростання добробуту регіону [49].

Невичерпність подієвого туризму за змістом робить його унікальним видом туризму. Подієві ресурси належать до динамічних чинників формування турпотоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія або явище. Вони охоплюють найсуттєвіші прояви сучасного суспільного буття з його модою на глобалізацію, екологію, активний і здоровий спосіб життя, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини в соціумі, включають його пропаганду та механізми реалізації.

Порівняння основних недоліків та переваг подієвого туризму наведено на рисунку 8.11.

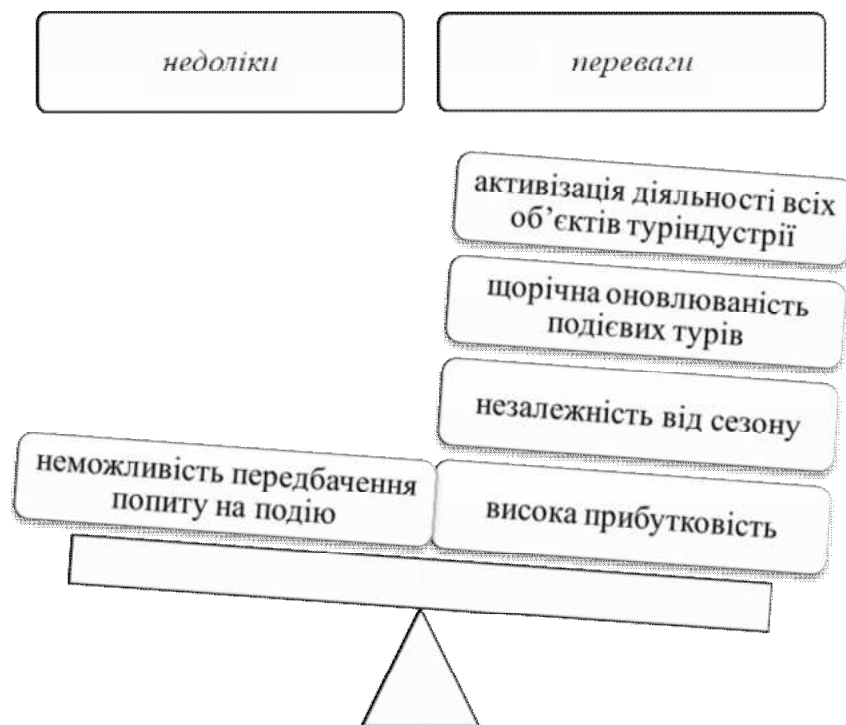


Рисунок 8.11 – Недоліки та переваги подієвого туризму

В Україні івент-індустрія бере початок з 1990-х рр. Історично склалося так, що в самостійну сферу івент виділився лише за останні двадцять років. Цей підйом викликаний відповідністю потребам людей, які у всі часи хотіли

отримати нові враження, стати частиною подій, впливати на їх хід і отримувати радісне відчуття причетності до чогось більшого.

Турпорталом «УкрТуризм» було проведено аналіз існуючих турів та запити туристів щодо подій в Україні, на основі якого було складено список найвідвідуваних внутрішніх подій [50]. Класифікація подієвих ресурсів за тематикою в Україні та світі подана у додатках Д та Е відповідно.

Подієвому туризму в цілому сприяє геополітичне розташування України, етнічний склад населення, багатство народної культури, обрядовості, особливості традицій і обрядовості. Особливо унікальною у цьому контексті постає Закарпатська область як прикордонний регіон. Проте в Україні подієвий туризм розвивається дещо повільно. За результатами досліджень [51] були виявлені найбільш привабливі для туристів види подієвих турів (рис. 8.12).

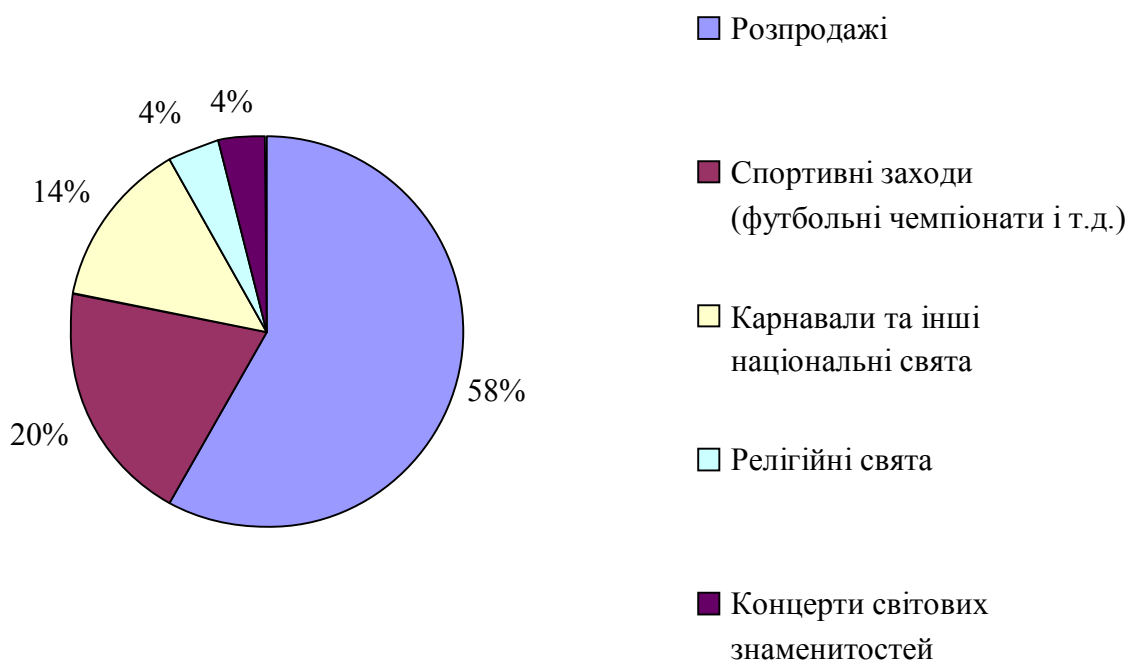


Рисунок 8.12 – Переваги туристів у виборі подієвого туру

Основною причиною повільного розвитку подієвого туризму в країні є специфіка організаційних особливостей у поєднанні з відсутністю належного рівня державного регулювання, подієвому туризму не приділяється належна увага, не використовується його потенціал для розвитку туризму, економіки регіонів. Усі заходи сприймаються у вузькому значенні, тільки як культурна, спортивна або ділова подія та не асоціюються як основа для подієвого туризму. До факторів, що перешкоджають розвитку подієвого туризму в регіонах України і формуванню конкурентоспроможного національного турпродукту на

основі подієвого туризму, належать: недостатньо розвинена туристська інфраструктура в регіонах України, зокрема інфраструктура, призначена для організації подієвого туризму; недостатнє усвідомлення потенціалу подієвого туризму, його впливу на регіональну економіку; недостатня увага місцевих і регіональних влад до подієвого туризму на своїх територіях, зокрема і при розробці стратегій і програм розвитку сфери туризму; низька інвестиційна та ділова активність місцевого населення під час організації подієвих заходів, здатних залучити українських і зарубіжних туристів; дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері туризму; нестача інформації про проведення подієвих заходів у регіонах України і низька ефективність систем просування продукту подієвого туризму на ринок [52].

За сталих темпів розвитку і за наявності грамотної стратегії просування подієвого туризму турпродукт, заснований на подієвих заходах, здатний зайняти свою нішу внутрішнього туристського продукту. Для розвитку подієвого туризму в регіонах України необхідно:

- 1) включити заходи щодо формування, просування та реалізації регіонального турпродукту на базі подієвого туризму в стратегічні документи розвитку туризму, зокрема в регіональні цільові програми розвитку туризму, передбачати в межах програм субсидування будівництва туристської інфраструктури, спрямованої на розвиток подієвого туризму;

- 2) сприяти створенню умов для розробки нових продуктів подієвого туризму з урахуванням історичних та етнокультурних особливостей регіонів, розширення спектру турпослуг для різних груп туристів, а також інтегрованого турпродукту спільно з іншими українськими регіонами;

- 3) своєчасно формувати якісний турпакет на подієві заходи, забезпечувати ведення щорічного подієвого календаря усіх регіонів;

- 4) сприяти у розробці інвестиційних проектів у сфері подієвого туризму, створенні сприятливого клімату для інвесторів;

- 5) розробити і використовувати стратегію ефективного просування турпродукту (зокрема і в мережі Інтернет), сформованого на базі подієвого туризму;

- 6) об'єднати низку фестивалів і подій в великі заходи крайового (міського) масштабу для додання їм туристської атракції, що сприятиме підвищенню відвідуваності курортів в міжсезоння;

- 7) розробити систему моніторингу і контролю якості послуг підприємств інфраструктури (проживання, громадське харчування, транспорт, екскурсії тощо) для надання учасниками подієвих турів сучасних високоякісних послуг.

Сьогодні подієвий туризм перетворюється на індустрію задоволень, які мають на увазі не стільки культурні, скільки суто фізіологічні аспекти споживання. Системна організація та розвиток подієвого туризму вимагають підтримки як на місцевому, так і на державному рівнях, фінансування в інфраструктуру, розробки низки відповідних маркетингових заходів з метою інформування і популяризації як місцевого населення, так і міжнародного співтовариства та комплексного підходу до формування дестинації подієвого туризму (рис. 8.13) [53].

Дестинація подієвого туризму містить такі компоненти: 1) подію (івент) як основу; 2) інфраструктуру; 3) рекламу і просування; 4) інформаційний турцентр, визначні пам'ятки, супутні розваги і доступність, які зі свого боку знаходяться в постійній взаємодії з факторами зовнішнього середовища.

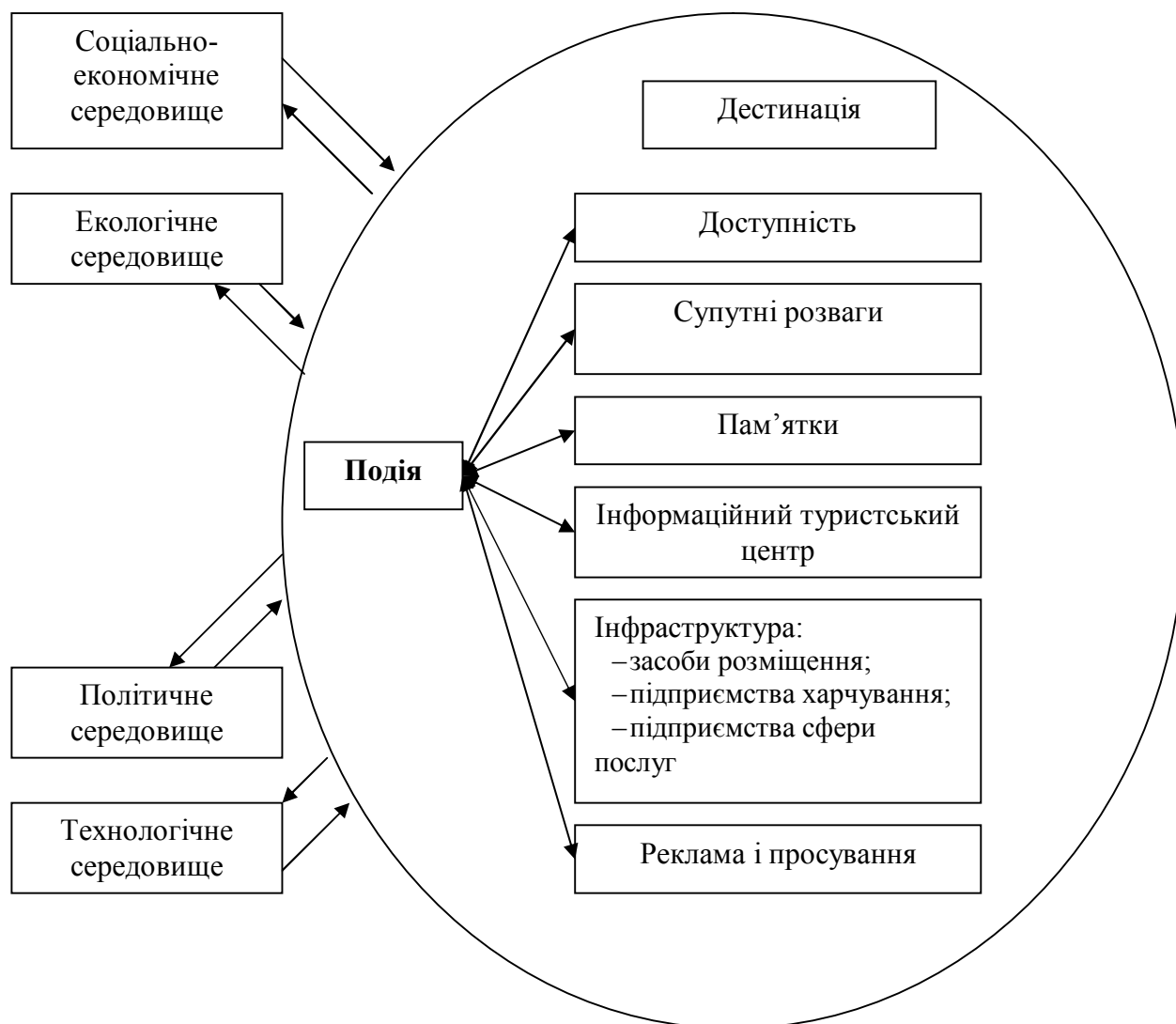


Рисунок 8.13 – Комплексний підхід до формування дестинації подієвого туризму

Із рисунку 8.13 видно, що подія – це не єдина важлива складова подієвого туризму, все має бути організовано в комплексі: має бути організована доступність, супутні розваги; огляд визначних пам'яток, інформаційний туристський центр, де туристи можуть дізнатися інформацію про всі питання щодо подорожі, які їх цікавлять, має бути якісно організована інфраструктура: засоби розміщення, підприємства харчування, підприємства сфери послуг; має бути організована правильні менеджмент і маркетинг подієвого турпродукту.

8.4 Свята як об'єкт івент-менеджменту

Під *івент-менеджментом* (*Event-management*) розуміють управління спеціальними, унікальними в своєму роді подіями (фестивалі, ярмарки, виставки, бізнес-зустрічі, конференції, особисті святкування тощо) [45].

Завдання івент-менеджменту полягає у перетворенні банального заходу на справжню подію, яку будуть згадувати і після її закінчення.

Івент-менеджмент як нова індустрія в сфері управління та економіки набуває дедалі більшого розвитку, оскільки позиціонується як комерційно значиме явище, як засіб підприємницької комунікації та активізації цільових груп. Незважаючи на те, що організація заходів, подій – event-технології як специфічна форма діяльності існує з незапам'ятних часів, у самостійну галузь вона виділилася не так давно – приблизно 15–20 років тому, а до цього довгий час була складовою частиною інших галузей економіки: готельного бізнесу, туризму, шоу-бізнесу. Частину функцій з організації заходів була покладена на відділи продажу, професійні асоціації, що гальмувало розвиток івент-технологій, як окремої форми діяльності. Поступово організація заходів стає визнаною індустрією зі своїми технологіями, гравцями ринку, легендами і традиціями [45].

Івент-технологія означає перетворення заходів за допомогою допоміжних ефектів на щось абсолютно виняткове з погляду відвідувачів. В основу успіху івент-технології покладено ретельне планування і бездоганна організація кожного заходу. Винятковість події приносить і додаткову вигоду, яка проявляється з часом, коли стає ясно, що можливі збої і невдачі вдалося попередити, і підтверджується виправданість заходу.

Івент-менеджмент – це повний комплекс заходів щодо створення корпоративних (спрямованих в основному на зміцнення внутрішньо-корпоративного духу) та масових подій (орієнтованих на потужну підтримку рекламним і PR-кампаніям). Event-менеджмент – не просто робота

організаторів. Він передбачає вивчення торгової марки, бізнесу чи колективу, з яким доведеться працювати, визначення цільової аудиторії, розробку концепції заходу, а також планування технічних аспектів майбутньої події.

Івентор (організатор) або івент-менеджер – фахівець із планування, організації та проведення івент-проектів, експерт із творчих, технічних та організаційних питань івент-бізнесу [54].

Як вид діяльності івент-менеджмент включає вивчення бренду, цільової аудиторії, розробку концепції заходу, планування логістики та координацію технічних аспектів перед безпосереднім виконанням умов заходу.

За своєю суттю івент-менеджмент – це програма управління заходом, яка залежно від поставлених цілей передбачає виконання івент-менеджером різнопланових дій – побудову логістики, драматургії, сценографії заходу. При чому організація заходу – кожного разу новий проект.

Основні функції event-менеджменту наведені на рисунку 8.14.

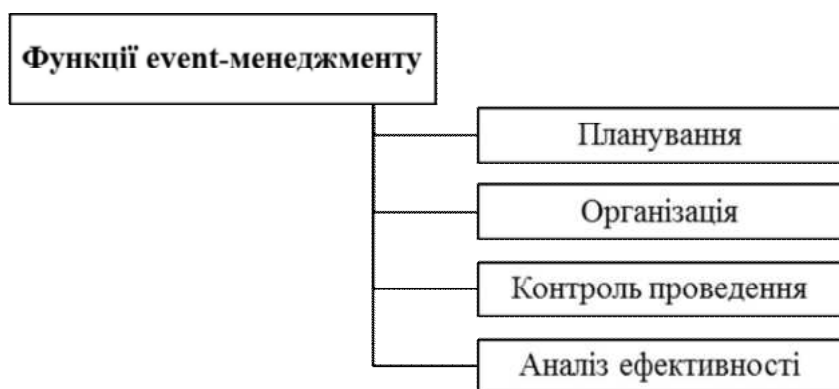


Рисунок 8.14 – Основні функції event-менеджменту

Організація будь-якої події передбачає відповідність поставленим заздалегідь цілями, які необхідно врахувати на етапі планування заходу (наприклад, відпочинок або розвага з одночасним підвищенням лояльності співробітників компанії до керівництва, згуртування колективу).

Організація заходу також передбачає ретельну підготовки інформації щодо кількості учасників, вікової категорії аудиторії, відсоткове співвідношення чоловіків та жінок, врахування вибору музики, артистів, тематики заходу, інтерактивних розваг тощо. Зазначена інформація є основою розробки концепції заходу. Як правило, івент-менеджер пропонує декілька варіантів проведення заходу, один із яких у майбутньому стане сценарієм із похвилинним розкладом дій та текстом ведучого.

Успішне проведення заходу залежить також і від вибору місця проведення, програми, учасників та підрядників. Разом із початком заходу для івент-менеджера розпочинається контролююча функція, яка включає стеження за вчасною подачею фонограми звукорежисером, виходом артистів, виступом ведучого та ін. [55].

Отже, підготовка і планування заходу вкрай важливі. Можливості із забезпечення контролю та управління заходом, що претендують на те, щоб стати винятковою подією, безпосередньо під час його проведення, доволі обмежені – усе повинно бути передбачено і визначено заздалегідь.

В управлінні заходами особливо значущі такі моменти: 1) з погляду менеджменту проекту підсумком проекту є власне захід; його терміни чітко визначені, а внести зміни до результату вже неможливо. Основні передбачені проектом витрати зараховують до етапу планування та підготовки; 2) у цілому безліч людей виявляються пов'язаними між собою, що підсилює роль логістики; 3) захід життєздатний завдяки тому, що його відвідують. Своєчасне оголошення про його проведення, маркетинг, реклама і *PR* мають зрештою вирішальне значення для досягнення успіху; 4) у такого роду виняткових подіях із високим ступенем ризику варто приділяти велику увагу управлінню ризиками і забезпеченню надійності. Підготовчий процес повинен планомірно охоплювати різні сфери діяльності (логістика, навчання, монтаж і демонтаж обладнання) [45].

Основним способом залучення глядача на фестиваль або карнавал є якісна та цікава програма їх проведення, складання якої лежить на команді організаторів та аніматорів.

Невід'ємною частиною будь-якого виду подієвого туризму є анімація, оскільки призначена для розваг людей, пожвавлення їх відпочинку, підвищення загального враження про подію і, як наслідок, повторного залучення до події. В анімаційних програмах подієвого туризму часто беруть участь співаки та актори, політики, відомі люди.

Анімаційні програми на фестивалях і карнавалах можуть бути різними, але в цілому вони мало відрізняються від подібних програм у готелях та клубах. Вони включають спортивні ігри та змагання, танцювальні вечори, ігри, хобі, заняття, що входять у сферу духовних інтересів. Основне завдання аніматорів – безпосередній інтерактивний контакт із глядацькою аудиторією. Аніматори також можуть зустрічати та супроводжувати гостей, виступати у ролі співведучих заходу та працювати з групами гостей [56].

8.5 Характерні риси святкової анімації

Як вже було зазначено у п. 8.1, організація святкової анімації – чудовий інструмент залучення гостей до готелю. Сьогодні більшість готелів у своїй структурі мають спеціалізовані відділи з організації заходів: спеціалізований відділ із івент-менеджменту або службу анімації.

Основні форми анімаційних свят, які організовують у готелях:

- 1) свята казкових і міфологічних героїв (Свято Попелюшки, Свято Нептуна (додаток В));
- 2) свята природи (лісу, гір, моря, річки, квітки);
- 3) народні свята (Купала, Масляна, Русалчин тиждень);
- 4) релігійні свята (Св. Миколая, Різдво, Пасха, Свято тіла Господня);
- 5) календарні свята (Новий рік у східних слов'ян, 1 травня);
- 6) державні свята (8 березня; 23 лютого) [57].

Створення необхідних умов функціонування святкових театралізованих програм базується на принципах анімаційної діяльності:

1. Принцип пріоритету загальнолюдських інтересів у процесі освоєння духовних і моральних цінностей.
2. Принцип загальної масової культурної творчості, самоорганізації особистості як домінуючої ознаки.
3. Принцип гуманізації змісту виховного потенціалу туризму, всеосяжного підпорядкування інтересам, потребам, установкам особистості.
4. Принцип діалектичної єдності та наступності культурно-історичного, соціально-педагогічного і національного-етнічного досвіду, традицій, інновацій.

Театралізована частина свята – це масова вистава, яка на відміну від свята, завжди вписується в певну сценічну площадку, локалізується певними межами, передбачає розподіл мас на виконавців та глядачів.

Драматургію масового свята визначають як чітке розуміння свята, усвідомлення теми, основних завдань, розкриття величі події, що відбувається, прагнення мобілізувати глядачів на вирішення важливого питання.

Драматургія масового свята залежить від таких обставин:

1. Місце дії масового свята.
2. Художні засоби.
3. Тема масового свята.
4. Сценарій свята.
5. Багатоцентричність масових свят.

Основні риси проведення свята:

1. У свята є «перед святковість» – відчуття очікування, у якому живуть люди в напередодні визначної події.
2. Сценарист та постановник свята мають розробляти сценарій, до якого увійдуть вікторина, танці, пісні, конкурси, спортивні змагання.
3. Свято – це масштабне явище, яке може тривати декілька днів; проходити на декількох площадках.
4. За своїми формою та змістом свято більше за концерт пісні й танцю, фестивалів, шоу-маскарадів, карнавалів тощо.

Організацію свят сьогодні активно використовують як інструмент івент-маркетингу.

8.6 Організація свят як інструмент івент-маркетингу

Івент-менеджмент передбачає широкий спектр маркетингових комунікацій (від повідомлення співробітникам, клієнтам та контрагентам простої, але необхідної інформації до ефективної презентації бренду або продукції), що здійснюється за допомогою організації різних заходів [58]. Масштаби впливу також можуть бути різними – від одного підприємства, декількох компаній до великих громадських мас.

Event-маркетинг, або *подієвий маркетинг* – систематична організація заходів, як платформи презентації товару (послуги), яка за допомогою емоційного впливу активізує увагу цільової групи [59].

Останнім часом івент-менеджмент є одним із найдинамічніших інструментів роботи *BTL*-агентств на комунікаційному ринку. Кількість агентств, що надають послуги івент-менеджменту постійно зростає, а організація та проведення заходів досягає європейського рівня.

Івент-маркетинг – це не тільки стимулююча стратегія, що пов’язує ім’я компанії або бренд із певною подією, але й інструмент стратегічного позиціонування, одна з найефективніших технологій поліпшення іміджу, диференціації, підвищення продажів і ступені лояльності цільових аудиторій до бренду [35].

На рисунку 8.15 наведені головні цілі подієвого маркетингу [60].

Види івент-маркетингу наведені в таблиці 8.6 [59].

Класична модель комплексу маркетингу містить у собі чотири елементи (4 «Р» маркетингу): товарна політика, цінова політика, місце продажу й дистрибуція, просування товару. У сфері послуг класична модель

трансформується на модель 7 «Р», доповнену такими елементами, як люди, процеси надання послуг і фізичні характеристики.



Рисунок 8.15 – Головні цілі івент-маркетингу

Таблиця 8.6 – Види івент-маркетингу

Вид подієвого маркетингу	Цілі проведення
Заходи для партнерів, дилерів і дистриб'юторів (<i>Trade events</i>)	– наочна демонстрація переваг товару/послуг, презентація нових послуг, обмін досвідом і пошук нових стратегічних партнерів
Корпоративні заходи (<i>Corporate events</i>)	– надають керівництву компанії можливість підвищити власний авторитет, донести ідеї безпосередньо до кожного співробітника; – демонструють піклування керівництва про персонал
Спеціальні заходи (<i>Special events</i>)	– створення позитивної реакції цільової аудиторії, вираженої у підвищеній лояльності до компанії й зростанні інтересу з боку потенційних клієнтів
Приватні заходи (<i>Private events</i>)	– впровадження в корпоративну культуру компанії сімейних цінностей; – командозгуртовування; – піклування про кожного співробітника; – створення комфортних умов для посилення корпоративної ідентифікації співробітників

Оскільки основним засобом впливу на цільову аудиторію у подієвому маркетингу є спеціальні заходи, які мають нематеріальний характер, а

спрямовані на емоційний вплив, за основу побудови комплексу івент-маркетингу був взятий саме комплекс маркетингу послуг.

Комплекс івент-маркетингу наведений на рисунку 8.16 [60].

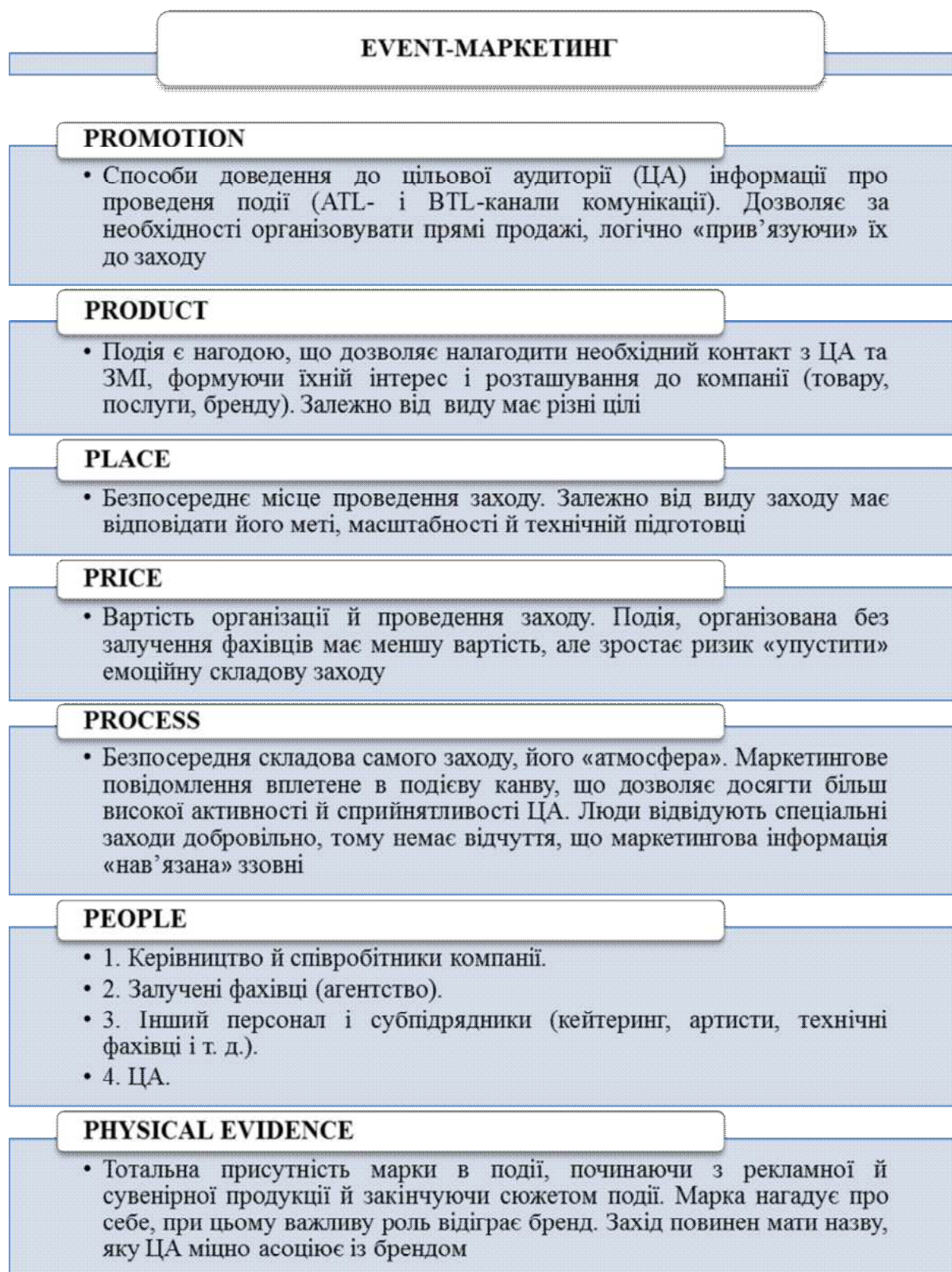


Рисунок 8.16 – Комплекс івент-маркетингу

Особливе місце у структурі івент-маркетингу займають спеціальні заходи (*Special events*) як створення позитивної реакції цільової аудиторії, вираженої у підвищеній лояльності до компанії й зростанні інтересу з боку потенційних клієнтів (фестивалі, вручення премій, заходи для преси, спортивні заходи, свята, концерти, призначені для широкої аудиторії, ювілеї, весілля).

Умови, необхідні для організації спеціального заходу наведені на рисунку 8.17.

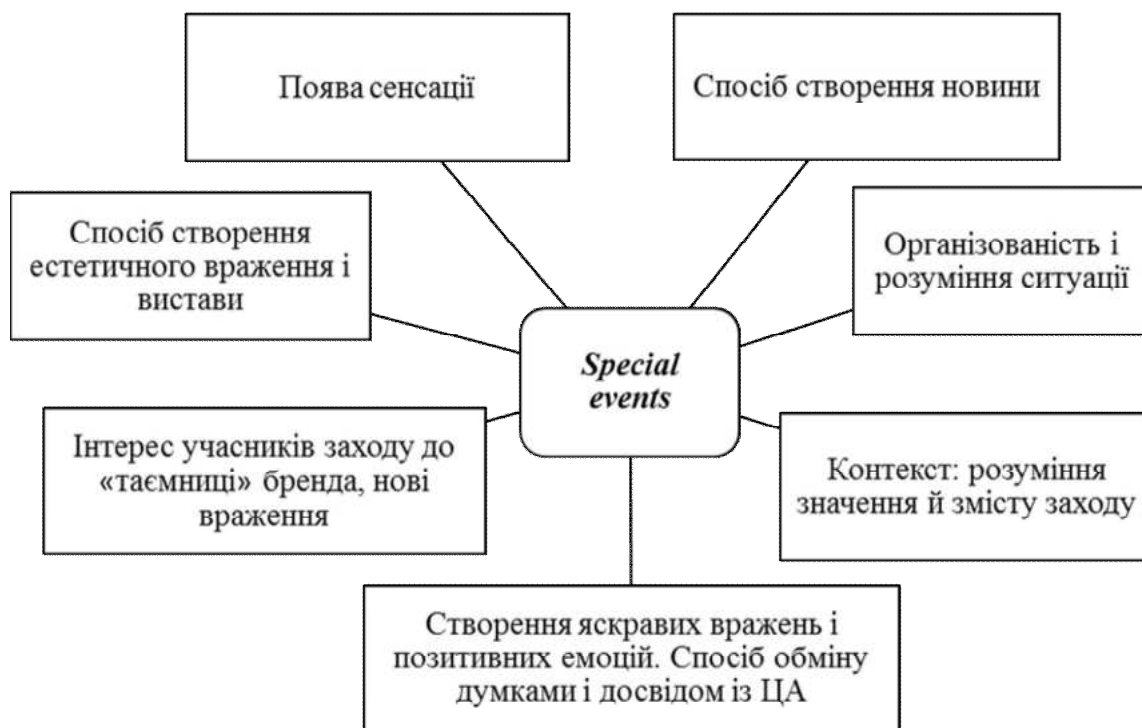


Рисунок 8.17 – Умови, необхідні для організації спеціального заходу

Один з основних принципів сучасного івент-маркетингу – залучення цільової аудиторії до події. Інакше кажучи, івент-маркетинг – це комплекс спеціальних заходів щодо просування; одне або декілька спеціальних заходів є кульмінацією події [60].

Незалежно від того, задіяні у події сто або сто тисяч учасників, з моменту визначення строків та до затвердження проекту на плечі організатора заходу лягає величезний обсяг роботи із планування та підготовки. Організатору доводиться мати справу не тільки з відвідувачами, але і з постачальниками і фінансовими структурами. Перед громадою завдань, які стоять перед ним, відповідальний за захід повинен вміти діяти швидко і ефективно і до того ж володіти достатнім кругозором і ясним розумом.

Неувага як до очевидно важливих аспектів, так і до незначних дрібниць однаково здатна поставити успіх заходу під загрозу. Із початком заходу вже не залишиться часу на будь-які коригування, а тому безпосередні завдання покладаються саме на підготовку. Підготовка ця зводиться до розроблення плану і є ключем до успіху.

Організація спеціальних заходів як об'єкт івент-менеджменту та інструмент івент-маркетингу надає готельному підприємству чудову нагоду вирішити проблему недозавантаження закладу під час несезону або протягом тижня.

8.7 Специфіка організації свят у готелі

Як вже було зазначено в п. 8.1, зазвичай організацією свят у готелі займаються відділи з організації заходів або анімаційні групи. Інколи залучають сторонні івент-агентства. Одним із найскладніших завдань анімаційної команди і шеф-аніматора особисто є організація святковостей на базі готелю.

Як вже було зазначено вище, найрозповсюдженішими формами анімаційних свят є: свята казкових і міфологічних героїв, свята природи, народні свята, релігійні свята. Дуже популярні в анімаційній практиці календарні свята, особливо Новий рік (у східних слов'ян), 1 травня. Державні свята представлені в анімаційних програмах жіночим і чоловічим святами – 8 березня і Днем захисника Вітчизни (23 лютого).

Наявність у програмі відпочинку того чи іншого свята залежить не стільки від календаря (хоча він повинен враховуватись), скільки від кваліфікації аніматорів.

Оскільки свято – це комплексний захід, його організація потребує серйозних творчих зусиль, наявності спеціальних знань і хоча б невеликого досвіду (його повинен мати шеф-аніматор).

Event-проекти не відбуваються без тих людей, які їх організовують, тобто, працівники – є принципово ключовими й важливими елементами свята. Сьогодні склалось дві різні культури управління персоналом: зрощувати свої власні кадри або набирати команду під конкретний проект.

Зібрати команду під якийсь конкретний проект – компанії не здійснить великих труднощів запросити «зірок» ринку для рішення амбіційних завдань, де вона збере до купи кращих із найкращих, щоб зірвати банк.

Культура управління, яка тлумачить значення «вирощувати власні кадри» – в такій компанії пестують співробітників, дбайливо зрощують

професіоналів, формують кадровий резерв та просувають своїх вихованців на пост керівника. В таких компаніях дуже сильна корпоративна культура, традиції й приємність. Втрата ключового співробітника – це серйозний удар для такої компанії. Для успішної роботи над святом необхідний ефективний обмін інформацією. Для цього потрібно постійно проводити збори працівників та зустрічі з клієнтами.

8.7.1 Організація сімейних свят

Останнім часом популярним видом організації сімейних свят є святкування на території готельних підприємств. Це надає широкий спектр можливостей для організації відпочинку: зручність розташування великої кількості гостей, можливість відсвяткувати у затишній атмосфері відповідно обраній тематиці заходу. Усі проблеми з підготовки святкового столу, сервірування тощо лежать на працівниках готелю.

Ефективна організація і проведення заходу передбачає врахування основних етапів його життєвого циклу (модель д-ра Дж. Голдблатта) [44].

Підготовка й проведення сімейних свят включає декілька етапів:

1. Пізнавальний етап (знайомство зі святом та його особливостями).
2. Підготовчий етап (підготовка всіх атрибутів, елементів оформлення, подарунків, сценарій свята).
3. Етап активної участі у святі (важливо пам'ятати, що ніхто не зможе розважити когось, хто сам цього не хоче).
4. Етап післясвяткового життя свята (наприклад, у дитини може з'явитись потреба поділитись враженнями після свята).

Варто зазначити, що організація сімейних свят може корегуватися за бажанням гостей.

Наочно основні етапи з підготовки та проведення сімейних свят наведено на рисунку 8.18.

Найбільш традиційним сімейним святом є день народження одного з її членів. Діти, як правило, з нетерпінням чекають на свій день народження. Дуже важливо, щоб він запам'ятався не тільки кількістю подарунків, але й цікавою його організацією. Батькам варто пам'ятати, що день народження дитини – це його свято. Отже, все, що буде відбуватися в цей день, має приносити задоволення саме йому. Разом із дитиною необхідно обговорити етапи підготовки дня народження, тобто композицію свята, розробку сценарію, продумування інтер'єру, підготовку сувенірів для гостей. Важливою умовою, що забезпечить успішність святкування дня народження, є складання сценарію.



Рисунок 8.18 – Основні етапи з підготовки та проведення сімейних свят

Під час складання сценарію необхідно враховувати вік, інтереси, особливості характеру, кількість запрошених гостей, умови проведення свята, бюджет.

Сценарії свят можуть бути:

- 1) *односюжетними* – усі епізоди об'єднані змістом, наприклад, «Весела подорож», «Пригода друзів», «Нашому імениннику»;
- 2) *безсюжетними* – складаються з окремих ігор, конкурсів, розваг, не поєднаних єдиним змістом.

Батьки разом із дитиною повинні обговорити всі основні моменти проведення свята. Визначити місце для ігор, для святкового столу і для театралізованих вистав. Для гостей, крім ігор і розваг, необхідно продумати сувеніри та призи, які мають бути вручені кожній дитині.

Важливою умовою є тривалість спільної групової діяльності дітей. Завершити її варто тоді, коли у дітей все ще буде бажання продовжити дію. Тільки тоді у хлопців збережуться відчуття отриманого задоволення і радісні спогади про проведений час. Необхідно також передбачити достатню кількість часу для самостійних ігор і розваг дітей. Усе це дозволить створити атмосферу загального веселощів.

Добре продумана композиція свята повинна відповідати збереженню позитивного емоційного настрою у всіх присутніх, запобігати перевтомі, розвивати інтерес, задовольняти потребу дітей до самостійності й активності.

Усі види сімейних свят, у яких би формах вони не здійснювалися, призводять до певного педагогічного результату. Ступінь соціальної значущості цього результату різна. В одних випадках це створення загального настрою та емоційної піднесеності, в інших – залучення до громадських,

сімейних цінностей. Для дітей молодшого шкільного віку можна організувати спортивні сімейні свята в дні канікул, коли відзначаються такі свята, як Різдво, Святки, Масниця. Вони супроводжуються гучними народними гуляннями: будуються гірки, снігові фортеці. Перед святом із дитиною необхідно поговорити про пори року, про прикмети. Можна вивчити нові ігри, вірші.

Найбільший ефект свято буде мати, якщо в ньому візьмуть участь п'ять-шість дітей. Можна попередньо домовитись з іншими батьками про пригощання, про сувеніри для переможців конкурсів та змагань або усіх учасників.

8.7.2 Організація корпоративних заходів

Теорія корпоративної культури є частиною теорії управління персоналом. У багатьох керівників поняття «корпоративна культура», асоціюється з традиціями, закладеними на конкретному підприємстві. Сьогодні більшість керівників розглядають корпоративну культуру як потужний стратегічний інструмент, який орієнтує всі підрозділи на досягнення загальних цілей.

Цілеспрямоване формування корпоративної культури є необхідним чинником ефективного використання людських ресурсів підприємства для реалізації стратегії діяльності, підвищення ефективності управління підприємством, посилення згуртованості колективу, використання її як стратегічного мотивуючого фактору, який спрямовує співробітників на досягнення місії та цілей підприємства.

Формування корпоративної культури передбачає тривалий і складний процес, основними етапами якого є: 1) визначення місії корпорації; 2) визначення основних базових цінностей; 3) формування правил поведінки працівників корпорації, виходячи з базових цінностей; 4) описання традицій та символіки, що відображають усе вище перераховане [61, с. 251].

Корпоративне свято є компонентом організаційної культури, оскільки відповідає певним характеристикам, що визначають всі компоненти організаційної культури. Корпоративне свято – інструмент PR, провідник базових цінностей, носій елементів фірмового стилю, форма системи внутрішньокорпоративної комунікації та комунікації організації з зовнішнім середовищем. Отже, корпоративне свято є одним із складових компонентів ціннісно-нормативної підгрупи організаційної культури компанії і входить у комплекс корпоративних традицій.

Під **традиціями** розуміють певні корпоративні події або свята, які притаманні певній організації та націлені на внутрішню аудиторію, а саме на

персонал компанії та членів їх родин, її партнерів, керівний склад, інвесторів і т. п. **Подібні заходи сприяють:** зміцненню корпоративного духу, розвитку почуття гордості за компанію; єдності працівників; виявленню талановитих співробітників; згладжуванню конфліктних ситуацій; розвитку корпоративної культури; покращенню показників роботи учасників заходів.

В останнє десятиріччя проведення корпоративних заходів стало загальноприйнятою практикою в багатьох ділових компаніях. Крім розважальної функції, подібні заходи несуть функцію виховання і підтримки корпоративного духу, демонстрації значимості кожного окремо співробітника, заохочення кращих. Такі можуть стати унікальним інструментом управління і розвитку корпоративної культури, способом трансляції організаційних принципів, цілей і цінностей [62].

З'являється попит на корпоративні заходи з додатковим оздоровчим ефектом (*spra*-фактор, послуги оздоровчих центрів, затребувані готелі з тренажерними залами і басейнами). Останнім часом також стали звертати особливу увагу на вибір екологічно чистих зон, «чистих курортів», на яких чітко дотримуються правила збереження навколишнього середовища.

Корпоративний захід – це чітко регламентований захід, що проводиться у заздалегідь визначеному місці і запланований час, у якому беруть активну участь співробітники компанії та який орієнтований на досягнення певної, поставленої мети фірми, компанії, організації, корпорації шляхом спільних зусиль учасників заходу.

Класифікація корпоративних заходів наведена в таблиці 8.7 [61–64].

Таблиця 8.7 – Класифікація корпоративних заходів

Критерій	Види заходів
1	2
1. у широкому сенсі	– заходи, спрямовані «усередину» компанії (мотиваційні тренінги, заходи щодо розвитку корпоративної культури, корпоративні свята, корпоративні конференції, інсентив-тури, подієвий туризм та ін.; – заходи, спрямовані «назовні» (робота з клієнтами, партнерами, промоушн-акції, PR-заходи і т. д., турпоїздки, свята, виставки і конференції, презентації тощо)
2. за визначеною організатором метою	– робочі (навчальні семінари, конгреси); – ділові (збори колективу, зустрічі, з'їзди, зльоти, мітинги); – популярні (благодійні та рекламні акції); – розвиваючі (тренінги, семінари, конференції); - командоутворювальними (курси, випробування, туристські походи); – спортивні (корпоративні змагання, турніри, забіги); – розважальні (корпоративні свята і вечірки, внутрішньофірмові лотереї та розіграші, тусовки, шоу, концерти, клуби за інтересами,

1	2
	– виїзди на природу, корпоративні пікніки); – урочисті (ювілеї, вручення нагород і т. п.); – дозвіллі, орієнтовані на спілкування та розваги (концерти і дефіле, подорожі та фестивалі); – інформативні, що організовують у розважальній формі (випуск першої партії товару, нагородження мільйонного покупця, день народження компанії)
3. за регулярністю	– разові (ювілеї, конференції та ін.); – періодичні (щомісячні, щорічні); – на постійній основі (тренінги, навчання персоналу і т. д.)
4. за тривалістю	– багатоденні (проводять на турбазах, в заміських будинках або пансіонатах); – не більше одного-двох днів (вечірки, що проводять у кафе, барах, ресторанах, а також відпочинок на природі, водночас підприємства надають пеервагу відпочинку в межах свого району або області); – разові (ювілеї); – періодичні (щомісячні, щорічні)
5. за складом учасників	– внутрішні (закриті) – заходи, у яких беруть участь тільки співробітники компанії; – внутрішні (сімейні) – до участі у заході допускають членів сімей співробітників компанії; відкриті – заходи за участю запрошених осіб (ділових партнерів, представників влади, засобів масової інформації і т. п.); – масові – заходи з доступом до участі всіх бажаючих
6. за типом організації	– вручення премій; – ювілей компанії; – корпоративна вечірка; – банкет; – концептуальні заходи; – презентації; – заміські заходи (спільний відпочинок на природі)
7. за місцем проведення	– на власній території (конференц-зал, банкетний зал, кабінет); – на виїзді (готель, будинок культури, теплохід, будинок відпочинку, база відпочинку, пансіонат, заміський клуб)

Категоризацію корпоративних заходів можна здійснювати і за іншими параметрами.

Основні завдання *HR* під час проведення подібних заходів – досягнення мети, поставленої перед організацією заходу та, як наслідок, отримання максимальної ефективності від вкладених коштів на їхнє проведення.

До основних завдань, які призначені вирішувати корпоративні заходи, зараховують такі [62–63]:

- 1) знайомство співробітників один із одним;
- 2) об'єднання колективу шляхом спільної діяльності;
- 3) генерація позитивних емоцій;
- 4) згуртування колективу, команди і стимулювання співробітників;

- 5) неформальне з'ясування причин невдач;
- 6) зняття нервової напруги, що виникла через кадрові перестановки, конфлікти, тимчасове ущільнення робочого графіку;
- 7) діагностика психологічного клімату в колективі;
- 8) вирішення комунікативних проблем та міжкультурного конфлікту;
- 9) розвиток творчого потенціалу співробітників;
- 10) отримання нових ідей і напрямку розвитку бізнесу;
- 11) прояснення правил, норм, цінностей корпоративної культури
- 12) розвиток корпоративної культури;
- 13) посилення лояльності по відношенню до компанії, визнання корпоративної ідентифікації співробітників;
- 14) підтримання статусу компанії.

Особливе місце серед корпоративних заходів займають корпоративні свята (рис. 8.19) [розроблено на основі 64].



Рисунок 8.19 – Класифікація корпоративних свят

Отже, **корпоративні свята поділяють на:** 1) *свято-традицію* як данину укоріненню традиції проведення свят, підтвердження стабільності компанії і незмінності її принципів ставлення до персоналу; 2) *свято-подяку* як засіб вираження уваги і турботи про персонал; 3) *свято-подарунок* як своєрідну премію або її «замінник» за професійні досягнення; 4) *свято-розрядку* як засіб зняття міжособистісних конфліктів, стресів, що накопичилися в процесі роботи, поліпшення психологічного клімату в колективі; 5) *свято-інновацію* як спосіб поширити думку про нововведення в компанії, обґрунтувати необхідність змін, змінити ставлення до структур і робочих процедур, відкоригувати корпоративні цінності; 6) *свято-мотивацію* як стимуляцію інтересу до роботи, формування бажаного колективного настрою (*team-spirit*); 7) *свято-згуртування* як

інструмент розвитку горизонтальних і вертикальних неформальних зв'язків, навичок командної роботи (*team-building*); 8) *свято-тренінг* як засіб створення і зміцнення необхідних стереотипів і алгоритмів поведінки, установок на спільне досягнення результатів, атмосфери взаєморозуміння і взаємної довіри (*team-training*).

Найчастіше до корпоративних заходів зараховують розважальні заходи, присвячені святкуванню тих або інших дат. Фактично, усі внутрішні заходи, що проводяться для персоналу, можна зарахувати до корпоративних. Одним із інструментів внутрішнього PR є *внутрішньокорпоративні свята* [62].

До основних цілей корпоративного свята зараховують такі:

- 1) формування корпоративної культури організації, транслявання її цінностей;
- 2) підведення підсумків роботи компанії;
- 3) спілкування, налагодження відносин (частіше із зовнішніми організаціями, але, можливо, і між співробітниками фірми, особливо, якщо колектив склався нещодавно);
- 4) прояв турботи про колектив з боку керівництва;
- 5) командоутворення;
- 6) створення іміджу (як правило, в очах зовнішніх замовників, партнерів);
- 7) презентація нових стратегій та рішень у розвитку компанії;
- 8) нагородження кращих співробітників і мотивація для інших;
- 9) навчання в ігровій формі, або доповнення до навчання і до командоутворювальних тренінгових програм;
- 10) відпочинок, розвага [63].

Корпоративна вечірка або корпоративне свято – це не просто привід зібратися разом співробітникам фірми. Це спосіб активно відпочити великою компанією, гарна нагода поспілкуватися в неформальній обстановці, краще пізнати колег, підлеглих, керівників. Крім того, це грандіозний захід, що залишає масу незабутніх вражень і спогадів. Слід зазначити, що запрошення на корпоративний захід ділових партнерів підвищить їхню лояльність щодо до компанії, а широке висвітлення свята може стати способом підвищення популярності компанії або бренду в очах громадськості та інструментом у боротьбі з конкурентами.

Сьогодні особливу увагу до себе привертає організація корпоративних заходів у готелі, яка може бути перспективним напрямком підвищення ефективності діяльності підприємства шляхом залучення нової цільової аудиторії.

Напрямки організації корпоративного відпочинку в готелі наведені на рисунку 8.20.



Рисунок 8.20 – Напрямки організації корпоративного відпочинку в готелі

Зазвичай організація корпоративних заходів у готелях передбачає розміщення корпоративних клієнтів.

Секрет успіху корпоративного заходу полягає в необхідності серйозної й відповідальної його організації. Так, необхідно заздалегідь усе продумати, врахувати інтереси кожного присутнього, обрати найбільш сприятливе місце (заклад) проведення відпочинку, визначитися з датою і тематикою свята тощо. Технічні питання варто делегувати компетентним у цьому питанні фахівцям: івент-агенціям або відділу продажу в готелі. Такий професійний підхід дозволить залишити найбільш яскраві і позитивні враження в учасників свята, що забезпечить повне розслаблення і відвернення від проблем, сприятиме зближенню колективу.

Варто зазначити, що організація корпоративних заходів може бути дієвим інструментом у регулюванні завантаженості готелю, зокрема і в «несезон».

Використання будь-яких заходів івент-менеджменту в діяльності

компанії надасть бажані результати, якщо правильно побудувати процес планування й реалізації заходу. Доцільно розглянути особливості розроблення корпоративного заходу.

8.7.3 Технологія розроблення корпоративного заходу

До основних параметрів, які необхідно враховувати під час розробки корпоративного заходу зараховують: загальну кількість учасників, кількість учасників за різними сегментами і категоріями; активність учасників, ефективність рекламних каналів, задоволеність учасників, фінансові показники [45, с. 43–44].

Ефективна організація і проведення заходу передбачає врахування основних етапів його життєвого циклу (модель д-ра Дж. Голдблатта) (рис. 8.21) [45, с. 43].



Рисунок 8.21 – Етапи життєвого циклу заходу (модель д-ра Дж. Голдблатта)

Визначають «три кита» корпоративної вечірки [63]:

1. Організація процесу (закріплення відповідальних за тими чи іншими етапами заходу, делегування повноважень тощо).

Важливим етапом у розробленні заходу є вибір потенційної цільової аудиторії:

1) *внутрішньої* – колеги, ті хто працює в одній компанії, аудиторія, де всі знайомі з наявністю неформальних зв'язків і спільною історією;

2) *зовнішньої* – дилери, партнери, клієнти компанії, потенційні клієнти, незнайомі люди;

3) *комбінованої* [45, с. 37–38].

Під час розроблення концепції заходу потрібно враховувати низку обмежень:

- загальна виконуваність проекту;
- відповідність обмеженням бюджету;
- достатня чисельність персоналу та його кваліфікація;
- правильний розрахунок часу [45, с. 68].

Обравши спрямованість, необхідно визначити мету заходу та сформулювати завдання. **Завдання корпоративного заходу можуть бути такими:**

1. У неформальній обстановці продукувати нові ідеї й виробити подальшу стратегію дій.

2. Довести до відома колективу інформацію про майбутні зміни й заручитися його підтримкою в нових починаннях.

3. Зняти нервову напругу після роботи над складним проектом.

4. Познайомитися (з новими співробітниками, партнерами й т. п.).

5. Підсилити лояльність щодо компанії.

6. Спробувати зрозуміти причини деяких невдач, розрядити конфліктну обстановку.

7. Підняти творчий потенціал співробітників.

8. Спробувати прояснити правила, норми, цінності корпоративної культури.

9. Досягти кращого розуміння персоналом концепції фірми, її історії, масштабів, цілей і перспектив.

10. Підвести підсумки за певний період.

11. Виділити й нагородити кращих співробітників.

12. Підвищити згуртованість колективу та його єдність.

13. Продемонструвати турботу керівництва про співробітників фірми.

14. Зміцнити зв'язки між керівництвом і підлеглими.

15. Мотивувати співробітників до подальшої роботи.

16. Розширити дружні й ділові зв'язки між співробітниками.

17. Сформувати патріотичні почуття й позитивні емоції в персоналу фірми.

18. Зміцнити зв'язки між організацією й партнерами або клієнтами.

19. Заявити про фірму в ЗМІ.

20. Продемонструвати стійке фінансове становище фірми [63].

Окрім спрямованості, цілей і завдань потрібно визначити привід заходу, його стиль та загальну ідею.

Важливим етапом є складання календарного плану проведення заходу та матриці відповідальності персоналу.

2. Розв'язання творчих питань (робота над сценарними костюмами, затвердження підсумкового варіанту гриму, декорацій і музичного супроводу заходу).

Під час визначення шоу-програми необхідно пройти етап пошуку ідей і можливостей для реалізації цілей заходу, тобто етап творчої розробки, який передбачає використання таких методів, як: 1) мозковий штурм (англ. *Brainstorming*); 2) документація ідей; 3) конкурс ідей; 4) творчий вплив ззовні; 5) принцип прогресу (використання творчих ідей конкурентів).

Під час проведення корпоративного свята обирають такі шляхи:

- 1) сюжетні заходи – вимагають чіткого сценарію, розподілу ролей;
- 2) тематичні заходи – створення атмосфери, стилізація.

Основні сюжети для проведення тематичних корпоративних заходів наведені в таблиці 8.8 [45, с. 72].

Таблиця 8.8 – Основні сюжети для проведення тематичних корпоративних заходів

Тема	Основні елементи створення атмосфери	Приклад
<i>Етнічна стилізація</i>	костюми, наряди, традиційні частування, пісні національною мовою і т. д.	латиноамериканська, гавайська вечірки, венеціанський карнавал
<i>Популярні сюжети</i>	характерні сюжетні ходи, сценки, стилізація оформлення, вирази або афоризми	«Снігова королева», «Біле сонце пустелі», «Джеймс Бонд», «Гаррі Поттер», «П'ятий елемент», «Володар кілець»
<i>Організації</i>	традиційна форма одягу, ритуали, відносини, сленг	піонерія, мафія, скаути, лицарі Круглого стола
<i>Спорт</i>	форма, дух змагання, розподіл на команди, фіксовані результати, нагороди, церемонії	турнір із боулінгу, футболу, тімбілдінг
<i>Армія</i>	форма, присяга, чини, нагороди, перемога, сувора ієрархія, екстремальні умови, пісні, марші	літній військовий табір, військові збори
<i>Релігія</i>	святині, ритуали, амулети, обереги, пісні, специфічні тексти	пам'ятні документи, речі часів заснування фірми

Особливу увагу варто приділяти сценарному плану заходу: все має бути розписано щохвилинно (від початку підготовчих робіт до транспортування гостей) [65].

Ретельне планування дозволить уникнути порожніх ніш під час заходу, коли присутнім нічим зайнятися, і «передозування», коли запрошені артисти не встигають відпрацювати програму, або ведучий провести конкурси.

Сценарій і форма проведення заходу багато в чому визначаються корпоративною культурою. Важливо пам'ятати, що в основі корпоративного свята має лежати конкретна ідея, яка відповідає цілям компанії, що об'єднує і надихає її співробітників. Важливим під час організації офіційних корпоративних заходів є розсадження учасників заходу (див. додаток І).

3. Розв'язання фінансових питань (складання переліку ресурсів, необхідних для проведення заходу; розрахунок бюджету; класифікація витрат; вибір і закупівля призів; заготовка продуктів харчування тощо; складання переліку доходів заходу; розрахунок точки беззбитковості івент-заходу).

Злагодженість і повний контроль над підготовкою заходу, як правило, завжди дають гарні результати.

О. В. Шумович виокремлює так звані «12 П» у підготовці заходу будь-якої спрямованості (рис. 8.22) [розроблено на основі 45, с. 64].

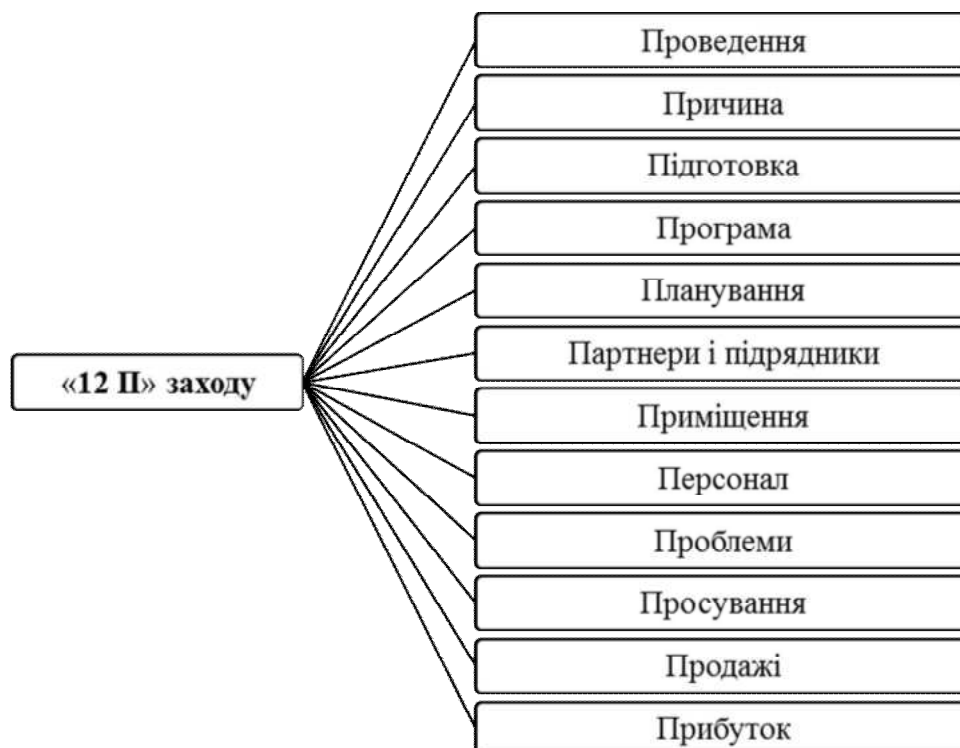


Рисунок 8.22 – «12 П» у підготовці заходу за О. В. Шумовичем

Основні етапи роботи під час та після проведення заходу наведені на рисунку 8.23 [розроблено на основі 45, с. 24–30].

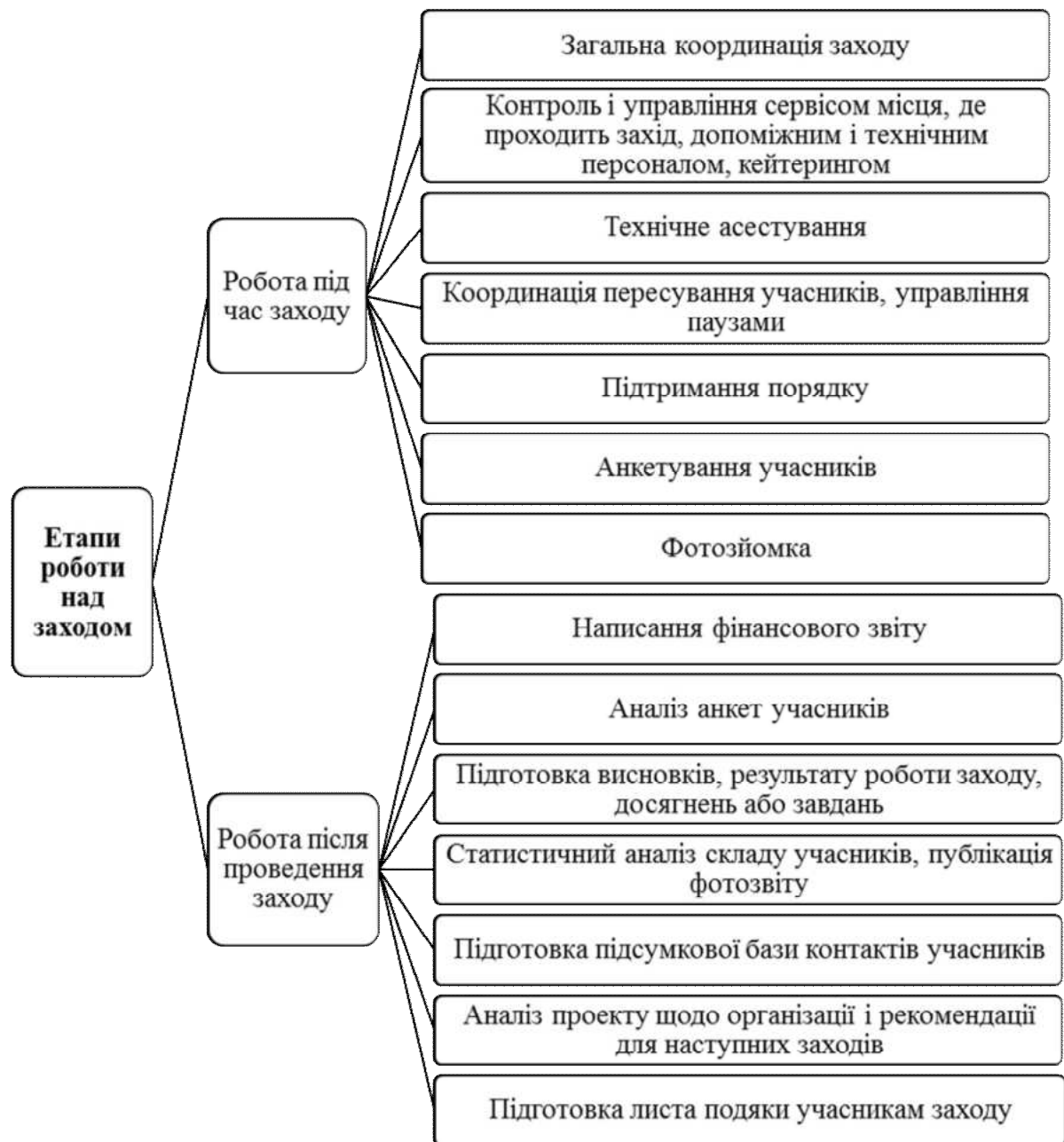


Рисунок 8.23 – Основні етапи роботи під час та після проведення заходу

Основні помилки, які допускають під час підготовки та проведення корпоративних заходів: пізній початок підготовки; неправильно визначено відповідальну особу; вимога від усіх співробітників активної участі у заході; неправильно підібране місце і стиль проведення заходу; невідповідний формату заходу одяг; неправильна постановка цілей і завдань заходу; неправильна

поведінка першої особи компанії, що може значно нашкодити успішності заходу [45].

Зазвичай, ефективність корпоративних заходів виміряти дуже складно, особливо з економічної точки зору. **Основні показники ефективності заходу розраховують в такий спосіб** [65, с. 8–9]:

1. Розрахунок мінімальної кількості учасників для самоокупності заходу проводять за формулою:

$$Q_{min} = (FC + C_{nn}) : (P - C_{уч}), \quad (8.1)$$

де Q_{min} – мінімальна кількість учасників івент-заходу;

FC – постійні витрати;

C_{nn} – непрямі витрати;

P – ціна участі;

$C_{уч}$ – витрати на учасника.

2. Розрахунок мінімальної ціни участі в івент-заході, щоб він самоокупився проводять за формулою:

$$P_{min} = (FC + C_{nn} + Q \times C_{уч} + \Pi) : Q, \quad (8.2)$$

де P_{min} – мінімальна ціна участі в івент;

FC – постійні витрати;

C_{nn} – непрямі витрати;

Q – кількість учасників івент-заходу;

$C_{уч}$ – витрати на учасника;

Π – прибуток (у цій формулі може дорівнювати 0).

3. Прибуток заходу (для заходу, який безпосередньо приносить прибуток) розраховують за формулою:

$$\Pi = Q \times (P - C_{уч}) - FC - C_{nn}, \quad (8.3)$$

де Π – прибуток івент-заходу;

Q – число учасників;

P – ціна участі;

$C_{уч}$ – витрати на учасника;

FC – постійні витрати;

C_{nn} – непрямі витрати.

Результати розрахунку ефективності заходу графічно відображають на у вигляді точки беззбитковості івент-заходу (рис. 8.24) [65, с. 9].

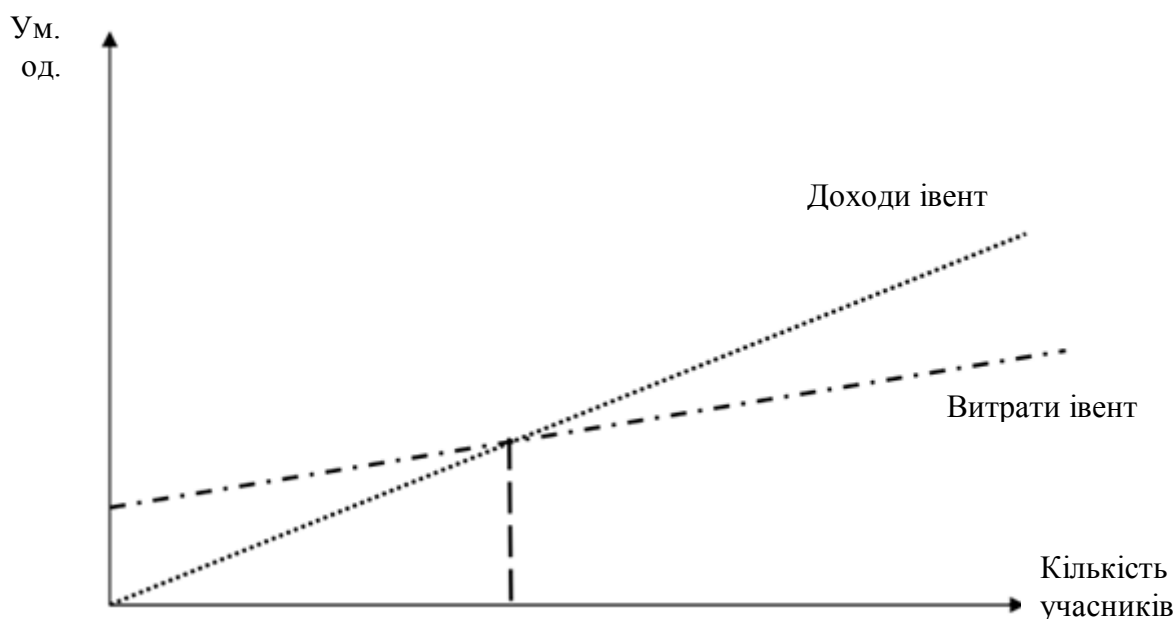


Рисунок 8.24 – Розрахунок точки беззбитковості івент-заходу

Незважаючи на певні складності у визначенні ефективності корпоративних заходів (на момент їх проведення очевидні тільки витрати, які несе компанія у зв'язку з їхньою організацією), безсумнівно, за результатами проведення таких подій співробітники більше дізнаються про саму компанію, її історію, офісних легендах і тощо, ближче знайомляться один із одним (особливо це актуально для великих організацій). Більшість співробітників будуть вдячні керівництву за надану можливість неформального спілкування з колегами, у них почне формуватися почуття причетності, тобто працівник поступово буде асоціювати себе з компанією, а компанію – із собою [66–67]. Очевидно, що це і є основна мета, яку переслідує внутрішній *HR*-брендинг компанії.

Отже, організація в готелі корпоративних заходів як інструмент управління, побудови та розвитку корпоративної культури може розглядатися як перспективний напрямок, що дозволить компаніям підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку, збільшити прибуток і рівень лояльності клієнтів і партнерів.

Контрольні запитання

1. Охарактеризуйте свято як базовий компонент комплексної анімації.
2. Специфіка багатоцентрованості масових свят.
3. Назвіть основні елементи сценарію масового свята.
4. Які фестивалі, що проходять на території України знаєте?
5. Форми анімаційних свят.
6. Що розуміють під театралізованою частиною свята?
7. Від яких обставин може залежати драматургія масового свята?

Перелік тестів для засвоєння матеріалу

Тест 1. *На честь якого з богів справляли свята, що лежать в основі проведення сучасних карнавалів?*

- а) Зевс;
- б) Сатурн;
- в) Діоніс;
- г) Аполлон.

Тест 2. *Найбільш популярний місяць року для проведення карнавалу:*

- а) лютий;
- б) березень;
- в) липень;
- г) грудень.

Тест 3. *Який з карнавалів розпочинається польотом Коломбіни?*

- а) Канський;
- б) Венеціанський;
- в) Бразильський;
- г) Демонічний?

Тест 4. *Регулярні періодичні або постійні торги широким асортиментом товарів міжрегіонального чи міжнародного значення – це:*

- а) фестиваль;
- б) ярмарок;
- в) концерт;
- г) конкурс.

Тест 5. *Свято Дня туризму зараховують до*

- а) офіційних;
- б) професійних;
- в) побутових;
- г) державні?

ДОДАТКИ

ІГРИ ДЛЯ ДОРОСЛИХ

1. «Острах висоти»

Для гри потрібно двоє сильних хлопців і декілька не дуже важких добровольців (бажано жіночої статі). Добровольці виганяються за двері і запускаються по одному. Того, хто увійшов, ставлять на стілець, зав'язують очі і повідомляють, що зараз стілець будуть піднімати, але боятися не треба. Щоб не було страшно, перед тим, хто стоїть на стільці, стає людина і дозволяє покласти руки собі на голову – для збереження рівноваги. Зміст гри в тому, що за командою «Піднімаємо!» мускулісті хлопці дуже повільно й обережно піднімають стілець буквально на 1–2 см, а людина, на голові якої лежать руки того, хто стоїть на стільці, повільно і рівномірно присідає. Цим створюється ефект підняття стільця на декілька метрів нагору. Коли стілець піднятий на 2 см, а помічник присів так, що руки того, хто стоїть на стільці вже не дістають до його голови, ведучий диким голосом кричить: «Стрибай!». Бажано, щоб біля стільця не було гострих, твердих і битких предметів. Також слід підстрахувати стрибаючого зі стільця (адже він вважає, що знаходиться на висоті декількох метрів).

2. «Асоціації»

Усі сідають у коло. Хто-небудь говорить на вухо своєму сусідові будь-яке слово, той повинен ментально сказати на вухо наступну першу асоціацію з цим словом, другий – третьому і т.д., доки слово не повернеться до першого.

3. «Асоціації – 2»

Компанія (бажано, щоб хоча б половина гравців були вже давно знайомі один з одним) вибирає у своєму середовищі «ЖЕРТВУ» і «ВАДУ». «ВАДА» йде в іншу кімнату і чекає, доки його покличуть, або просто закриває очі, тоді вибір «ЖЕРТВИ» відбувається у тиші. Після прибуття «ВАДА» починає усім по черзі задавати питання типу: «Якщо це машина, то яка?», «Якщо це квітка, то яка?», «Якщо це целофановий пакет...», «Якщо це сайт...» і т. д. На що одержує відповіді «раздубаний «Запорожець», «кактус» і ін. Запитує доти, поки не вирішує, кого ж вибрали «ЖЕРТВОЮ». Якщо «ВАДА» угадав, то стає звичайним гравцем, а на його місце заступає «ЖЕРТВА». Якщо ні, то водить знову. Бажано не затягувати опитування до 10–20 кіл, а то гравці заснуть, та й питання закінчаться. Гра цікава тим, що довідаєшся про себе багато нового. Питання бувають смішні.

4. «Балон»

Зміст гри полягає в тому, щоб вчасно назвати предмет (можна одушевлений, наприклад кошеня), яке поміститься в трилітровий балон. Кількість граючих – від двох і більш осіб. Обирають ведучого (він може грати нарівні з усіма), і йому вручають годинник, бажано із секундною стрілкою. Ведучий обирає букву, на яку буде починатися предмет, і призначає штрафний час. Гравці сідають у коло і по черзі починають думати і називати предмети. У випадку результату штрафного часу гравець вибуває – стає «трупом». Не можна повторюватися, але можна інтерпретувати сказане раніше тебе, наприклад, замість «совок» сказати «совочок» і т. д. При цьому можна використовувати різні «підлі прийоми»: «красти» випадково вилетіли слова, користуватися підказками «трупів» і т. д.

5. «Боксерський матч»

Перед початком конкурсу ведучий викликає двох справжніх чоловіків, які заради своєї дами серця готові майже на все. Дами серця присутні відразу, щоб сприятливо впливати на своїх лицарів. Кавалерам надягають боксерські рукавички, інші гості утворюють символічний боксерський ринг. Завдання ведучого – якнайсильніше нагнітати обстановку, підказувати, які м'язи краще розім'яти, попросити навіть провести коротенькі бої. Після того як фізична і моральна підготовка довершена, лицарі виходять у центр рингу, вітаючи один одного. Ведучий, він же суддя, нагадує правила: нижче пояса не бити, синці не залишати тощо. Після цього ведучий вручає бійцям по однаковій цукерці, бажано карамелі (їх важче розвертати), і просить для своєї дами серця розгорнути якомога швидше цю цукерку, не знімаючи боксерських рукавичок.

Виграє той, хто раніше за суперника справиться з завданням.

6. «Паперове плаття»

Викликаються дві (або більше) пари. Після вступної бесіди про моду і модельєрів кожному «кравцю» видається рулон туалетного паперу, з якого йому потрібно виготовити плаття для своєї «моделі». (Плаття має бути тільки з паперу. Допускаються розриви, вузлики, але забороняються скріпки, шпильки й інші з'єднуючі предмети). На якийсь час (10–30 хв) пари віддаляються, після чого модель повертається в новому «вбранні». Оцінивши зовнішній вигляд плаття, журі пропонує парам потанцювати. На очах здивованої публіки плаття «розповзається по швах»!

УКРАЇНСЬКІ НАРОДНІ ДИТЯЧІ ІГРИ

1. «Горобейко»

Дівчатка беруться за руки і співають:

«А в горобейка
Жінка маленька:
Сидить на кілочку
Пряде на сорочку.
Що виведе нитку -
Горобцю на свитку.
Остануться кінці -
Горобцю на штанці.
Остануться торочки -
Горобцю на сорочки.»

Під час співу дві крайні дівчинки підіймають руки і пропускають по під ними всіх інших.

2. «Горю-дуб»

Усі стають по двоє – пара за парою. Один – «горю-дуб» – попереду на віддалі й співає:

«Горю, горю, палаю
Кого схочу, спіймаю
Раз, два, три! Біжіть!»

Перша пара біжить до «горю-дуба» і, розірвавши руки, намагається оббігти його з двох боків і знов з'єднатися. Якщо «горю-дуб» когось спіймає, то стає з ним позад усіх, а хто залишився без пари – стає «горю-дубом».

3. «Грушка»

Діти стають у коло, беруться за руки. У центрі кола – «грушка» – хлопчик або дівчинка. За сигналом аніматора всі починають співати:

«Як послала мати грушки садити.
Моя грушка отака, отака,
Бийте, дівки, гопака, гопака.
Як послала мати
Грушки поливати.
Моя грушка отака, отака,

Бийте, дівки, гопака, гопака.
Як послала мати
Грушки доглядати.
Моя грушка отака, отака,
Бийте, дівки, гопака, гопака.
Як послала мати грушки трусити.
Моя грушка отака, отака,
Бийте дівки, гопака, гопака.»

Разом із тим «грушку» починають трясти, потім піднімають угору.

4. «Гуси»

Діти обирають з-поміж себе двох – матку і вовка. Матка жене всіх останніх учасників, своїх дітей у поле, а потім, усівшись на певній віддалі, за лінією, яка називається городом, кличе своїх дітей:

– Гуси, додому!
– Задля чого?
– Вовк за горою,
– Що він робить?
– Гусей скубе.
– Яких?
– Сірих! Сірих!
Гуси волохаті,
Тікайте прямо до моєї хати!

Гуси біжать у город, а вовк перебігає їм дорогу і намагається кого-небудь зловити. Коли вовк зловить їх за лінією, то його гуси б'ють крилами і пійманого за лінією гусеняти він не бере до себе; пійманих же на шляху до городу забирає і садовить їх усіх разом. Гра продовжується доти, поки вовк не переловить усіх гусей.

5. «Дзвіночок»

Аніматор обирає серед дітей «дзвіночок». Решта гравців, узявшись за руки, стають довкола нього. «Дзвіночок» грудьми з розгону або, налягаючи на руки будь-яких двох сусідніх гравців, вагою власного тіла намагається розірвати «ланцюг», що оточує його. Розірвавши, він тікає, а інші учасники гри ловлять його. Той, хто спіймає, стає «дзвіночком». Якщо ж гравців набереться

лише троє, то двоє з них стають один проти одного і міцно беруться за руки. Третій намагається розчепити їх, налягаючи на руки грудьми. Якщо «замки» не витримують і розриваються, то один із гравців тікає, а «дзвіночок» ловить його. Потім вони беруться за руки, утворюючи нове зчеплення, а гравець, який залишився на місці, намагається розірвати його.

6. «Дід»

Запрошується хлопець, що гратиме роль «діда». На відстані 10 м від хатинки «діда» – стоять гравці, які починають його дратувати:

«Іде, іде, дід, дід,
Несе, несе міх, міх,
Ось такий дідище,
Ось такий старище,
Ось такий окатий,
Ось такий вусатий,
Такий бородатий,
Ось такий плечистий
Тьху його нечистий!»

Після цих слів діти розбігаються, а «дід» повинен догнати кого-небудь. Потім на його роль можна запросити когось іншого і гра починається спочатку.

7. «Дощик»

Діти обирають ведучого-кашовара. Він із горщиком та дерев'яною ложкою стає в центрі, ходить по колу і «варить» кашу, «вимішує» її ложкою. Діти, взявшись за руки, ходять навколо нього і речитативом промовляють:

«Іди, іди, дощику,
Зваримо тобі борщику
У новому горщику.
Тобі каша, а нам – борщ.
Щоб густіший ішов дощ».

Діти зупиняються, а кашовар, заплющивши очі, обертається, піднявши руки з горщиком догори. Потім прямує до дітей. Комуś із них вручає горщик, не відкриваючи очей. Кому випаде, той стає кашоваром, веде гру далі. Коли гра набридає, школярі зі словами:

«Дощику, дощику, перестань!
Ми поїдемо на баштан,

Та візьмемо диньку,
Усім по шматочку,
А тобі – ціленьку!» –
підстрибуючи на одній нозі розбігаються.

8. «Дуб»

Грати в дуба можна на березі річки, на лісовій галявині або в парку – там, де досить простору побігати і де ростуть (але не дуже густо) дерева. Аніматор має обрати найбільш сприятливе та безпечне місце для проведення гри.

Грають здебільшого дівчатка. Вони обирають з-поміж себе купувальницю і з вигуками: «Граємо в дуба!» – по одній підбігають до дерев. Купувальниця підходить до якої-небудь із дівчат, спільно з нею обирає одне з вільних дерев і пропонує:

– Дівчино, продай хату!

– Не продам, дуба дам! –

відповідає дівчина і вони обидві біжать до наміченого дерева. Воно дістається тій, котра прибіжить до нього першою, а та, що відстала, стає купувальницею і йде купувати інше дерево.

9. «Заїнько»

Дівчатка та хлопчики стають у коло, беручись за руки. Обраний «заїнько» ховається в кущі, а всі його просять:

«Заїнько, заїнько, вийди к нам,

Сіренький, сіренький, зайди к нам.

Ой да, кося, зайди к нам.»

За сигналом аніматора «заїнька» виходить з кущів і стає серед кола. Тоді діти знову співають:

«Заїнько, заїнько, лягай спать.

Заїнько сіренький, лягай спать.»

«Заїнька» лягає. Тоді діти знову приспівують:

«Заїнько, вставай,

Сіренький, вставай,

Ой да, кося, вставай.»

«Заїнько» встає. Тоді його просять умитися, взутися, причесатися. «Заїнько» робить усе, що йому загадують. Діти кажуть:

«Заїнько, заїнько, вдар тропачка,
Сіренький, вдар тропачка.
Ой да, кося, вдар тропачка.»

«Заїнько» танцює й вибирає іншого на свою роль, а сам стає в коло.

10. «Калач»

Аніматор збирає декілька дітей. Гравець лягає ниць, а всі інші присідають навколо нього. Кожен кладе один палець на спину лежачого так, щоб вийшов кружок. Хтось з дітей злегенька торкається перснем руки кожного і приспівує:

«Угадай, Ганно,
Пристойна панно,
На чийй руці
На мереженці
Перстень упав.»

І запитує лежачого: «На чийй?». Як не вгадав, то знову торкається по черзі пальців гравців і співає:

«Не вгадала Ганна,
Пристойная панна,
На чийй руці
На мерженці
Перстень упав.
Бух, бух та калач,
Та встань, та не плач».

На слова «Бух, бух!» усі легенько б'ють у спину лежачого, а він намагається піднятися. На його місце лягає той, кому на руку впав перстень. Усі знову сідають навколо нього і співають, як і раніше.

11. «Квочка»

У цю гру діти люблять грати найбільше – напровесні, коли вперше випускають квочку з курчатами надвір. Забивають в землю кілочок, прив'язують мотузок до кілочка; по вибору хтось із дітей стає за квочку і, взявшись за кінець мотузка, під приспів:

«Ходить квочка
Коло кілочка,
Водить діток,

Дрібних квіток.

Діти – квіти: «Квок», – ходить навколо.

Після слів: «Діти-квіти: «Квок» – усі розбігаються хто куди, а квочка, квочучи, ловить їх та збирає до купи.

12. «Кіт і миша»

Дітлахи беруться за руки і стають у коло («танок»), а двоє: «кіт» (хлопець) і «миша» (дівчина) – усередині. Коли «танок» піднімає руки вгору, «миша» тікає від «кота». А коли «кіт» намагається проскочити за «мишею» – руки опускають. Аніматор промовляє:

«А до нори, миша, до нори.

А до золотої комори.

Мишка у норку,

А котик за ніжку.

– Ходи сюди –

А що ж то за мишка –

Не втече:

А що ж то за котик,

Не дожене.

Мишка у норку,

А котик за ніжку;

– Ходи сюди, ходи сюди.»

Якщо «коту» вдається спіймати «мишку», – міняються ролями.

13. «Коти»

Діти стають у коло і промовляють лічилку, вказуючи пальцем на кожного. На кого випаде в лічильці, той виходить з кола, а хто залишиться останній – той носитиме «коти» (палички).

Коти дають у руки, зав'язують очі і, взявши вдвох попід руки, ведуть й повертають то в один бік, то в другий, щоб втратив орієнтацію, і запитують:

– Крутяться журавлі?

– Крутяться.

– Крутімося й ми.

Крутять знову і ведуть далі:

– Клади два коти.

Кладе і ведуть ще далі, знову крутять і ведуть.

– Клади три коти.

– Клади одного кота.

Так розносять усі шість–вісім. Потім приводять на попереднє місце, розв'язують очі і посилають шукати котів. Тоді вибирають іншого носити коти.

14. «Крем'яхи»

Це суто дівчача гра. Кожна учасниця її повинна мати по десять камінчиків або круглих черепочків. Один із них має різко відрізнитися між іншими кольорами. Гравець підкидає крем'ячки догори і в тому місці, де вони мають впасти, наставляє над землею руки. Ті крем'яхи, що впали на кисті, підкидають знову і намагаються зловити їх на льоту. Якщо кількість камінчиків виявиться непарною, гравець відкладає один із них, а решту підкидає знову. Може статися, що він при цьому не зловить жодного. Тоді він передає решту крем'яхів і право грати іншому. Вважається: той, хто грається, стратив і тоді, коли зловить парну кількість або разом із іншими камінцями зловить і міченого. Коли всі камінці розійдуться по руках, підраховують, кому скільки дісталось. Ту, в якій виявиться їх найбільше, називають першою.

15. «Куці-баба»

У цю гру звичайно грають діти взимку у великій залі. Аніматор зав'язує одному з граючих – «куці-бабі» – очі хусткою, ставить на порозі. Усі граючі питають:

– Бабо, бабо! На чом стоїш?

– На глах-лободах

– А що ти їси?

– У мене каша на полиці.

– А мені ж даси?

– Чорта з'їси!

Тоді ударяють його рукою і всі тікають. Якщо «куці-баба» – когось упіймає – тому зав'язує очі. А якщо ні – продовжується гра.

– А чия-то, бабо, каша на полиці стоїть?

– Моя.

– А я виїм.

– А я з києм!

- А я втечу.
- А я дожену.
- А я в ополонку.
- А я за головку.

І знов ударяють і розбігаються. Якщо «куці-баба» нікого не зловить, повертається на своє місце.

- Бабо-бабо, чиє то поросятко по смітнику ходить?
- Моє.
- Коли ти його заколеш?
- Завтра.
- А мені ж даси?
- Чорта з'їси.

Якщо і цього разу «куці-баба» нікого не спіймає, завершують гру.

- Ти, бабо, сліпа?
- Сліпа, синочку, сліпа.
- Що ж тобі дати?
- Дай, синочку, борошенця на галушечки.

Хтось насипає «куці-бабі» у жменю піску або щось інше.

16. «Латки»

Аніматор говорить: «Давайте грати в латки!». Відразу ж торкає сусіда по плечу і тікає, примовляючи:

«Латка-битка,
Шовкова нитка,
На мені не була,
На тобі згнила!»

«Полатаний» переслідує втікача, але не проміне «полатати» й іншого, хто потрапить під руку. Торкнувшись, каже: «Латка».

«Полатаний» намагається передати латку третьому....

17. «Ми просо сіяли, сіяли»

Аніматор розділяє дівчат й хлопців на дві групи порівну. Перша група співає, друга відповідає.

І група: А ми просо сіяли, сіяли,
Ой, дід, ладо сіяли.

- II група:* А ми просо витопчемо, витопчемо.
Ой, дід, ладо витопчемо, витопчемо.
- I група:* А чим же вам витоптати, витоптати?
Ой, дід, ладо витоптати, витоптати?
- II група:* А ми коней випустимо, випустимо,
Ой, дід, ладо випустимо.
- I група:* А ми коней виловимо, виловимо,
Ой, дід, ладо виловимо.
- II група:* А чим же вам виловить, виловить?
Ой, дід, ладо виловить, виловить?
- I група:* А шовковим поводом, поводом,
Ой, дід, ладо поводом, поводом.
- II група:* А ми повід викупимо, викупимо.
Ой, дід, ладо викупимо, викупимо.
- I група:* А чим же вам викупити, викупити?
Ой, дід, ладо викупити, викупити.
- II група:* А нам треба дівчинку, дівчинку,
Ой, дід, ладо дівчинку.
- I група:* А яку вам дівчинку, дівчинку?
Ой, дід, ладо дівчинку.
- II група:* А нам треба Галочку, Галочку,
Ой, дід, ладо Галочку.
- I група:* А в нас Галя дурочка, дурочка,
Ой, дід, ладо дурочка.
- II група:* А ми її вивчимо, вивчимо,
Ой, дід, ладо вивчимо, вивчимо.
- I група:* А чим же вам вивчити, вивчити?
Ой, дід, ладо виучить, виучить?
- II група:* А шовковим поводом, поводом,
Ой, дід, ладо поводом, поводом.
- I група:* До нашого гурту прибуло, прибуло
Ой, дід, ладо прибуло, прибуло.
- II група:* Від вашого гурту відбуло, відбуло
Ой, дід, ладо відбуло, відбуло.

I група: А в нашому гурті скачуть, скачуть,
Ой, дід, ладо скачуть, скачуть.

II група: А в нашому гурті плачуть, плачуть.
Ой, дід, ладо плачуть, плачуть.

18. «Міст»

Дівчата стають по дві в ряд, обличчям одна до одної й беруться вгорі схрещеними руками. Крайня пара проходить під руками інших пар і стає першою, за нею йде пара, яка була передостанньою, і так далі. У деяких місцевостях ця гра називається «Довгою лозою», бо у неї теж немає кінця. Припиняється вона за бажанням або тоді, коли більшість гравців розійдеться.

19. «Мовчанка»

Коли діти дуже розкричаться, аніматор нагадує про цю гру і скоромовкою говорить:

«Їду до дому
На зелену соломку.
На тій соломі
Сидить жаба.
Хто писне,
Той жабу хлисне,
Мені можна говорити
Сто раз, а іншому – ані раз.»

УВсі замовкають. Ведучий намагається кого-небудь викликати на розмову. Хто перший заговорить, той програв.

20. «Панас»

Гра проводиться в залі. Одному з дітей аніматор зав'язує очі, ставить біля порога і говорить:

«Панас, Панас!
Не лови нас.
На тобі коробочку груш
Та мене не ворущ.»

Після цього діти тихенько ходять по кімнаті, а «Панас», розкинувши руки, намагається піймати кого-небудь. Кого спіймає, той стає «Панасом», і гра продовжується.

Варіант II

Грають хлопці та дівчата. За бажанням хтось стає «Панасом», йому зав'язують очі хустинкою, виводять на середину площадки і звертаються з такими словами:

- Панасе, Панасе! На чому стоїш?
- На камені!
- Що продаєш?
- Квас!
- Лови курей, та не нас.

«Панас» починає ловити і кого з гравців спіймає, той стає «Панасом».

21. «Піжмурки»

Насамперед визначають, кому жмуритись, а кому ховатися, а це роблять так: сідає один із гравців на землю і виставляє коліно, на яке всі гравці кладуть по одному пальцю, і той, хто сів, кладе свій палець і говорить:

«Котилася торба
З великого горба,
А в тій торбі
Хліб, паляниця,
Кому доведеться,
Тому і жмуритися.»

На чий палець упаде останнє слово, той і повинен ховатись. Так проказують ці слова, аж поки не залишиться один гравець, який і повинен жмуритися. Останній у цій лічилці закриває очі та обличчя руками. Усі ховаються. Той, що жмуриться, запитує: «Чи вже?». Коли ж не почує ні від кого відповіді, встає і починає шукати. Кого першого він знайде, той і жмуриться.

22. «Подольнянка»

За сигналом аніматора діти починають водити хоровод, а одна дитина, яка стоїть у колі, робить рухи, що відповідають змісту пісні:

«Десь там, десь там подольнянка була,
Десь там молоденька була,
Отут вона впала,
До землі припала.
Устань, устань, подольночко,

Промий очки, як скляночки,
Та візьмися в бочки,
Та поскачи скочки.
Скачи, скачи понад бродом,
Як рибонька попід льодом.
Візьми собі панну, яка крайня,
Візьми собі паничка, який крайничка.»

Дитина, яка стоїть посередині, обирає когось з кола замість себе, і гра продовжується.

23. «Регіт»

Усі стають у ряд по двоє, а спереду один – «регіт». Регіт каже:

«Горю, горю, палаю,
Кого люблю, спіймаю!
Раз, два, три!
Остання пара – лети!»

Остання пара біжить, регіт ловить. Кого вловив, з тим стає в пару, а той, хто лишився, – буде реготом. Якщо регіт нікого не вловить, ця пара, яка тікала, стає попереду, а регіт лишається реготом, аж поки когось не вловить.

24. «Сірий вовк»

Аніматор або діти обирають «вовка», він, згорбившись, сідає, взявшись під щоку, на горбику і мовчить, а дітки не чіпають його, а рвуть біля нього травку і промовляють:

«Ірву, ірву горішечки,
Не боюсь вовка ні трішечки».

На цьому слові діти схоплюються, кидають на вовка нащипану травку і тікають. Вовк собі туриться за ними, хоче вхопити когось. Кого вхопить, той стає вовком і гра продовжується.

25. «Сірий кіт»

У цій грі всі учасники, крім ведучого і «сірого кота», – «миші». Вони стають ланцюжком і, тримаючись один за одного, ходять по майданчику по прямій, по колу чи по будь-якій іншій кривій лінії. Першим у ланцюжку стоїть «сірий кіт». Під час руху він запитує:

- А є миші в копиці?
- Є! – відповідають «миші».
- А не бояться кота?
- Ні!
- Ой, як кіт хвостом поворушить, то всіх мишей подушить!

За цими словами «миші» кидаються врозтіч, а «сірий кіт» ловить їх. Спійманий гравець стає «сірим котом», а його попередник – «мишею».

26. «Сонечко»

Аніматор збирає дітей на майданчику. Обирається дівчинка, яка буде виконувати роль сонечка. Вона сідає у центрі кола, утвореного іншими дітьми, та заплющує оченята, ніби спить. За сигналом аніматора діти починають «виглядати із-за хмари» сонечко, яке принесе їм весну-красну та співають:

«Вийди, вийди, сонечко,
На дідове полечко,
На бабине зіллячко,
На наше подвір'ячко,
На весняні квіточки,
На веселі діточки.
Там вони граються,
Тебе дожидаються.»

Дівчинка-сонечко прокидається, піднімає руки – з пальчиками-промінчиками догори, сміється і біжить до дітей, які починають співати веснянки.

Ой є в лузі калина,
Ой є в лузі калина.
Калина, калина,
Комарики-дзюбрики калина.
Там стояла дівчина...
Цвіт калини ламала...
Та в пучечки в'язала...

Діти танцюють у колі, імітуючи рухи, як дівчина ламає калину, в'яже її в пучечки, плете з них віночок.

27. «Трампижа»

Гравців парна кількість. Вони діляться на дві групи, кожна зі своєю «маткою». Матки міряються між собою і чий верх, та матка починає гру. Матка

бере палицю, кидає її куди-небудь і кричить: «Трампижа!». У той час, як матка кидає палицю, обидві групи стають одна проти другої попарно і закривають один одному очі «бецманами» (великими пальцями). Коли ж матка гукне: «Трампижа», тоді всі гравці біжать і шукають палицю. Хто знайде, біжить до своєї матки, а із супротивної групи намагаються відняти палицю. Якщо ж він добіг до своєї матки, то віднімати не можна і його група виграє. Матка групи починає гру знову.

28. «Царівна»

За сигналом аніматора хлопці й дівчата, узявшись за руки, стають у коло, обирають «царевича» й «царівну». «Царівна» перебуває в колі, «царевич» – за колом. Усі співають:

«Ой у городочку царівна,
А за городочком царів син, царів син.
Приступи, царенко, близенько, близенько.
Поклонись царівні низенько, низенько.
Приступи, царенко, ще ближче, ще ближче,
Поклонись царівні ще нижче, ще нижче.
Пророби царівні вороточка, вороточка,
Вивези царівну з городочка, з городочка.
Обведи царівну кругом ряду, кругом ряду.
Та й постав царівну в ряду, в ряду.»

«Царевич» виконує всі обов'язки, які йому приспівують, бере царівну за руку і ставить поруч із собою. Потім обирають інших «царевича» й «царівну».

29. «Цурка»

Для гри потрібно дві палиці: одна-завдовжки 1 м, друга – 20–30 см. Довга – кий, коротка – цурка. На землі креслять квадрат, у центрі викопується ямка. На неї кладуть цурку. Кий лежить поряд із нею у квадраті. Діти обирають ведучого. Він підходить до квадрата, бере кий і за словами дітей -

Лети, лети цурко,
Кому вона попаде –
Той і гру поведе! –

підкидає києм цурку вгору. Діти намагаються спіймати її, щоб цурка не впала на землю. Хто зловив, одержує 50 очок. Після цього він вкидає цурку в квадрат з того місця, де зловив її. Якщо попав – одержує ще 100 очок і стає ведучим.

Якщо не попав у квадрат, гру продовжує попередній ведучий. Якщо ведучий підкинув цурку і її ніхто не зловив, він одержує 10 очок. Знову повторює свій кидок.

30. «Чабан»

Ведучий гри – чабан. Діти зображають овець, а кілька з них – вовків. Чабан зі словами:

«Ой у лісі, у лісу

Я овечки пасу –

вигонить овець пастися на лужок. Вівці розбігаються, «пасуться». Чабан стереже їх і словами:

День кінчається,

Овечки додому вертаються.

Через ліс біжать,

А там вовки сидять –

жене овець пастух додому. По дорозі їх перестрівають вовки, ловлять овечок відводять до свого лігва. Чабан знову жене свою отару пастися. Перемагають найспритніші, найхитріші і найпрудкіші «вівці», які після трьох-п'яти разів лишаються на волі, не попадають вовку в зуби. Після цього обирається новий чабан і вовки. Гра триває.

31. «Щенята»

Аніматор збирає 10–12 хлопців, які міряються на палку, беручи її кулаком один до одного, і чия рука зверху, тому і пасти. Тоді забивають кілок, прив'язують до нього мотузку; біля кілка усі кладуть шапки – ото щенята. Пастух береться за мотузку й оберігає щенят, бігаючи, наскільки дістає повода.

Пастух стереже, а всі хлопці крадуть щенят, хватаючи руками або вибиваючи ногою з круга. Як удається пастуху піймати когось, то мерщій кричить: «Цура-повода!» А як не зацуравсь, то значить і не піймав. Як розкрадуть усіх щенят, то вважають, одно літо одпас, тоді міняються.

32. «Щітка»

Хлопці й дівчата стають один за одним і кладуть руки на плечі попереднього. Першим стоїть найменший. Ведучий ходить навколо цього ряду й співає:

– Ой щі-щітка маленька,
Скажи, скажи, де твоя ненька.
– На морковці сиділа, сиділа.
Дрібний мачок дзюбала, дзюбала.
Ой дзюб, дзюб, дзюбанець,
По три копи гребінець,
По чотири – щітки,
Кошелькові дітки.

Водночас ведучий бере останнього за руку і вже вдвох обходять ряд, співаючи. Так повторюється, аж поки залишиться найменший. Тоді всі гуртом підкидають його [68].

СЦЕНАРІЙ СВЯТА НЕПТУНА

Діючі особи: Нептун і його пошана (Водяний, русалки та ін.).

Черепаха Тортила з жабенятами. Буратіно. Дуремар.

Черепаха Тортила сидить у центрі обкладеної прапорцями частини моря на матраці, навколо неї плавають жабенята. Хлопці входять на відведені місця. Жабенята влаштовують навздогонялки з м'ячем навколо Черепахи.

Тортила. Ну, вгамуйтеся ж ви, нарешті! Що ж ви так розшумілися? У мене вже голова навкруги пішла! *(Виконує свій романс, жабенята плавають, піднімають бризки).*

Затягло баговинням море,
Помутніла синява.
І була, як Буратіно,
Я колись молода.
Друже мій, завжди будь юним,
Плач і смійся ти невлад.
Я сама була такою
Триста років назад!

Тортила. Щось, дітлахи, я зовсім забула, адже хотіла вам щось розповісти, а що – не згадаю?!

Жабеня. Тітонько Тортило! Ви хотіли розповісти нам історію золотого ключика!

Тортила. Саме так! Отож – ключик! Ключик?! А, той золотий ключик! У колишні часи, коли я була ще зовсім юним черепашенням, моя бабуса говорила що той, хто володіє цим ключиком, може стати щасливою людиною, якщо буде використовувати його на радість людям! Але люди чомусь прагнули роздобути його тільки для власного збагачення. І тоді я вирішила, що ключик не одержить ніхто! Нехай він лежить тут, на дні цієї водойми! А я його зберігатиму, поки не передам цю таємницю гарній людині. А зараз я познайомила з одним хлопчиком, добрим і безкорисливим, який мріє про щастя для інших! І ви, хлопці, його теж знаєте!

Жабенята. Так, так! Це ж Буратіно!

Звучить фонограма пісні «Буратіно», діти виконують її. Входить Буратіно, вітає дітей і підходить до Черепахи.

Буратіно. Бувай здорова, тітонько Тортило! Ви говорили про мене?

Тортила. Так, мій хлопчик! Я хочу довірити тобі одну таємницю. Таємницю золотого ключика! Цей ключ не повинен потрапити в руки поганих, жадібних людей – вони можуть принести багато лиха гарним людям.

Буратіно. Тітонько Тортило! А де ж ключик?

Черепаха. Ой, ключик! Я сховала його на дні водойми. Здається, це десь тут.

Указує місце.

Буратіно. Хлопці, друзі мої! Давайте відшукаємо цей ключик! Хто вміє плавати і пірнати, виходьте!

Обирає по два-три чоловіка з групи.

Буратіно. А тепер – на пошуки золотого ключика!

Проходить конкурс «Пошук ключа». Ключ знайдений. Але в цей час лунає сильний гуркіт, ревіння і начебто з води (це заздалегідь продумати) виходить стривожений цар морський Нептун зі своїм пошаном – русалками, Водяним, потворами та ін. Слідом з'являється його трон – пліт, вбраний очеретом, осокою й іншими річковими рослинами.

Нептун. Хто порушив спокій підвладного мені водного царства? Хто стривожив мою морську душу? Що тут відбувається? Чому стільки народу? (Помічає Тортилу.) А, наша добра Тортило! І ти тут?

Буратіно. Панотець наш, владика морів і океанів, рік великих і річечок маленьких, усіх боліт, вирів, озер, ставків і водойм, цар наш Нептун! Мене кличуть Буратіно, а це все мої друзі! А зібралися ми тут, щоб розбудити тебе і відкрити ось цим золотим ключиком двері у твоє водне царство, відкрити купальний сезон!

Нептун. Так, раз така справа, розшумілися, розбудили мене, наказую потішити мою морську душу піснями, танцями, запливами.

Виповнюється загальна пісня «Капітан, посміхнися!».

Нептун.

Так! Нині день веселий буде
На екваторі моєму!
А ось русалоньки – мої дитинчата,
На дні грають у квача
І водять хороводи,
Танцюючи, хвилюють води!
Ну, красуні, танцюйте,
Радість серцю подаруйте!

Виконується танець русалок.

Тортила.

Для Нептуна є подарунок до пуття,
Якого не знає підводне життя.
Даруємо за візит твій у нагороду
Водний балет... Мерщій, дівчата, в воду!

Балет на воді, синхронне плавання.

Буратіно.

Нумо, закінчимо розмови!
Розпалився мій азарт
Демонструймо боді-арт!

З кожної групи виходять учасники конкурсу «Натільний живопис» і показують свої мистецтва для Нептуна. Тут можна побачити і клоуна, і метелика, і божу корівку, і восьминога тощо.

Тортила.

Царю глибин і вод
Данину приготував наш народ.

Йде показ живих картин, натільного живопису. Нептун нагороджує учасників подарунками.

Проводиться конкурс «Пляжні фігури з піску».

У цей час з лісу вибігає Дуремар, кричить, каламутить воду, валить пляжні фігури.

Дуремар.

Ну, звичайно, тут Тортила,
Нептуна, бач, прихопила.

Усім хлопцям тут забава,
А йому одному слава!

Нептун.

З тобою змагатися готовий,
Ти припини пусті розмови!
Підійди до мене, біс,
Вимірю увесь твій зріст,
Порівняємося, нумо, силою,
Якщо ти не з полохливих!

Проводиться змагання з плавання між Нептуном і Дуремаром, де Нептун виграє.

Дуремар.

Ох, Нептуне, досить битися,
Я хочу зараз вибачитися!

Гості чекають на березі.

Тортила.

Я вас миттю помирю!
Виходьте з води
І потисніть руки ви.

Нептун (до дітлахів).

На мене не сердитися:
Година водохрещення настала!
Хто ж перший? Підходьте,
Не бійтеся, не лякайтеся,
У мою воду зануряйся,
Так швидше повертайся!

Проводяться естафети по плаванню серед хлопчиків і дівчинок.

Нептун.

Змагання ваше не зарахую –
Батькам купатись пропоную.

Проводяться запливи серед батьків.

Нептун.

Вашим результатом я задоволений:
Ви швидкі, як морські коні!
А ось жабенятки,
Черепухові подружки,
Учасники водної естради,
Їхній пісні будемо ми раді!

Жаби співають попури з пісень про морську стихію.

Нептун.

Що ж, відмінно поживаєте,
Пісні весело співаєте.
Але у вашому таборі є і грішники,
Які змушують пити пігулки від печінки,
Зеленкою змазують колінки.

Дуремар.

Здогадався майже я,
Покликать маю лікаря?

Діти.

Лікаря!

Нептун.

Слуги мої вірні,
Розбійнички зразкові,
Усіх грішників сюди подати,
Нумо їх в воді купати!

Ловлять медиків, обслуговуючий персонал, приводять до Нептуна.

Нептун.

За примус дітлахів ковтати пігулки
Напоїти докторів готелю морською водою!
За занадто рясний обід,
Який дітлахи не можуть з'їсти,
Нагодувати кухарів морськими водоростями!

За зайву опіку аніматорів
Занурити їх в морські води!

Йде символічне купання співробітників готелю.

Буратіно.

Ну, тепер треба двері відкрити,
Чуєте?! Нас море вітає!
Сонце на небі сяє,
Купатися всіх закликає!

Нептун бере золотий ключик із рук Буратіно, відкриває символічні двері у водне царство, оголошує ПОЧАТОК КУПАЛЬНОГО СЕЗОНУ.

Нептун.

Я бажаю вам успіху,
І заливистого сміху,
І здоров'я, і мандрівок,
На риболовлі більше рибок!
Купання корисного, люди, вам!
Мій привіт морським човнам,
Ну а нам на дно вже час,
Міцно всіх цілую вас!

Протягом дня організуються водні змагання.

СЛОВНИК ТУРАНІМАТОРА

1.	АНІМАТОР	ANIMATOR	— організатор туристського дозвілля.
2.	ЛАУНД СПОРТ ШЕФ	LAND SPORT CHIEF	— керівник спортивної команди.
3.	ЛАУНД СПОРТ АНІМАТОР	LAND SPORT ANIMATION	— водні спортивні аніматори.
4.	СПОРТИВНИЙ АНІМАТОР	SPORT ANIMATION	— аніматор, який проводить спортивні заходи на пляжі й у басейні.
5.	МІНІ-КЛУБ ШЕФ	MINI CLUB CHIEF	— керівник дитячого клубу дозвілля, розробляє програми дитячих заходів.
6.	МІНІ-КЛУБ АНІМАТОР	MINI CLUB ANIMATOR	— ведучий дитячих програм, працює за встановленими програмами.
7.	ХОСТЕС ШЕФ	HOSTESS CHIEF	— особа, яка контролює видачу інвентарю, складає розклад для хостес інфо (<i>hostess info</i>)
8.	ХОСТЕС ІНФО	HOSTESS INFO	— особа, у розпорядженні якої знаходиться різний інвентар, реквізит.
9.	КОСТЮМЕР	COSTUMERY	— особа, яка відповідає за грим-вбиральню, костюми, декорації.
10.	ТАНЦОР	DANCER	— учасник шоу-програм.
11.	МІТІНГ	MEETING	— ранкові збори аніматорів для постановки завдань і визначення обов'язків на робочий день.
12.	АНІМЕЙШЕН АКТИВІТИ	ANIMATION ACTIVITY	— денні заходи з проведенням інтерактивних ігор і конкурсів.
13.	ГЕСТ КОНТАКТ	GUEST CONTACT	— спілкування аніматорів із гостями готелю.
14.	МІНІ-КЛУБ	MINI CLUB	— дитячий клуб дозвілля.
15.	ВАТЕР ДЖИМ	WATER GYM	— водна гімнастика.

Продовження додатка Г

16.	МОРНІНГ ДЖИМ	MORNING GYM	— ранкова гімнастика.
17.	АЕРОБІКА	AEROBICS	— аеробіка.
18.	СТЕП- АЕРОБІКА	STEP AEROBICS	— степ-аеробіка.
19.	ЛОМ ІМПАКТ, або ЛО	LOM IMPACT, або LO	— низьке (ударне) навантаження.
20.	ХАЙ ІМПАКТ, або ХАЙ	HIGT IMPACT або HI	— високе (ударне) навантаження.
21.	ГЕЙМ	GAME	— гра.
22.	БІЧ ГЕЙМ	BEACH GAME	— ігри на пляжі.
23.	БИЧ ВОЛЕЙ	BEACH VOLLEY	— пляжний волейбол.
24.	ВАТЕР ПОЛО	WATER POLO	— водне поло.
25.	ПУЛ ГЕЙМ	POOL GAME	— ігри в басейні.
26.	ГАРДЕН ГЕЙМ	GARDEN GAME	— ігри в саду.
27.	АРЧЕРІ	ARCHERY	— стрільба з луку.
28.	БОЧА	BOCHA	— французька гра з кулями.
29.	ДАРТС	DARTS	— дартс.
30.	МІНІ-ГОЛЬФ	MINI GOLF	— гольф на маленькій площадці.
31.	ПІНГ-ПОНГ	PING-PONG	— настільний теніс.
32.	ФУТБОЛ	FOOTBALL	— футбол.
33.	КОКТЕЛЬ- ГЕЙМ	COCKTAIL GAME	— ігри з пенальті.
34.	ШАФЛ БОРД	SHUFFLE BOARD	— гра на полі.
35.	БІЧ ПАТІ	BEACH PARTY	— вечірка на пляжі.
36.	ГАРДЕН ПАТІ	GARDEN PARTY	— вечірка в саду, проводиться з 23.00 до 24.00 (пікніки, дискотека, ігри з гостями).
37.	ГЕК	GEK	— ігри, розіграші з несподіваними діями.
38.	КУРС ТАНЦІВ	DANCE COURSE	— навчальний танцювальний курс.

39.	КЛАБ ДЕНС	CLUB DANCE	– клубний танець готелю, який виконується анімаційною командою після закінчення денних ігрових програм, а також після вечірньої шоу-програми і на дискотеці.
40.	ЕНТРАНС	ENTRANCE	– костюмований анонс вечірніх шоу-програм на вході в ресторан з 19.00 протягом 30–40 хв.
41.	ПАСАЖ	PASSAGE	– костюмований анонс вечірніх шоу-програм.
42.	МІНІ-ДИСКО	MINI DISCO	– щовечірній дитячий захід, у проведенні якого залучені всі аніматори міні-клубу.
43.	ДИСКО	DISCO	– нічна дискотека.
44.	СНЕК БАР	SNACK BAR	– танцювальний бар із живою музикою.
45.	ШОУ-ПРОГРАМА	SHOW PROGRAMM	– щовечірній захід для гостей готелю, який проводиться в амфітеатрі з 21.00.
46.	БІНГО	BINGO	– інтерактивне ігрове конкурсне шоу.
47.	КВІС ШОУ	QUIZ SHOW	– інтерактивна ігрова шоу-програма (питання – відповідь).
48.	ПЛЕЙБЕК ШОУ	PLAYBACK SHOW	– шоу-пародії на естрадних виконавців.
49.	СКЕЧ ШОУ	SKETCH SHOW	– пародії, комічні інсценівки.
50.	МІКС-АП ШОУ	MIX-UP SHOW	– шоу-програма, складена з танцювальних номерів і вставок з плейбек шоу і скеч шоу.
51.	ЕКСТРА ШОУ	EXTRA SHOW	– виступ гастрольних танцювальних і вокальних шоу-груп та колективів.
52.	МЮЗИКЛ	MUSICAL	– музичний спектакль.

Таблиця Д.1 – Класифікація світових подієвих ресурсів за тематикою

Вид ресурсів	Тематика	Приклад події	Місто (країна) проведення	Час проведення
1	2	3	4	5
Культурно-історичні	Національні фестивалі та свята	Фестиваль Св. Патріка	Лондон (Великобританія)	17 березня щорічно з 2002 р.
		Фестиваль Св. Патріка	Дублін (Ірландія)	17 березня щорічно з 1990 р.
		Фестиваль культур	Берлін (Німеччина)	31 травня щорічно з 1996 р.
		Парад сексуальних меншин «Pride London»	Лондон (Великобританія)	4 липня щорічно з 2009 р.
		Парад кохання «Love Parade»	Берлін (Німеччина)	липень щорічно з 1989 р.
		Парад сексуальних меншин «Pride Amsterdam»	Амстердам (Нідерланди)	кінець липня-початок серпня
		Королівський Единбурзький парад військових оркестрів «Royal Edinburgh Military Tattoo»	Единбург (Шотландія)	перші три тижня серпня щорічно з 1950 р.
		Святкування дня народження Наполеона Бонапарта	Аяччо (Корсика)	15 серпня щорічно
	Театралізовані шоу	Свято на льоду «Romanza»	Німеччина	жовтень-лютий щорічно
		Шоу «Lord of the Dance»	Ірландія	квітень щорічно з 1996 р.
		Льодова феєрія «Mystery»	Німеччина	щорічно з 1943 р.
		Фестиваль «Цирк майбутнього»	Париж (Франція)	січень щорічно
		Свято на льоду «Romanza»	Відень (Австрія)	жовтень щорічно

Продовження таблиці Д.1

1	2	3	4	5
	<i>Карнавали</i>	Карнавал « <i>Mardi gras</i> »	Новий Орлеан (США)	березень щорічно з 1699 р.
		Венеціанський карнавал	Венеція (Італія)	лютий-березень щорічно
		Карнавал « <i>Rio carnavail</i> »	Ріо-Де-Жанейро (Бразилія)	лютий щорічно
		Мексиканський карнавал	Мацатлан (Мексика)	кінець лютого-початок березня
<i>Мистецькі</i>	<i>Кінофестивалі</i>	Фестиваль короткометражних фільмів « <i>Internationale Kurzfilmtage Oberhausen</i> »	Оберхаузен (Німеччина)	травень щорічно з 1954 р.
		Міжнародний фестиваль короткометражних фільмів « <i>Interfilm Berlin</i> »	Берлін-Кройцберг (Німеччина)	лютий щорічно з 1951 р.
		Канський фестиваль	Канни (Франція)	кінець травня щорічно з 1946 р.
		Кінофестиваль «Кінотавр»	Росія	червень щорічно з 1989 р.
		Кінофестиваль «Молодість»	Україна	кінець жовтня щорічно з 1970 р.
	<i>Театральні фестивалі</i>	Фестиваль художнього драматичного мистецтва	Франція	липень щорічно
		Театралізований фестиваль « <i>Spierlart</i> »	Мюнхен (Німеччина)	квітень щорічно
		Фестиваль «Вишневий ліс»	Москва (Росія)	кінець квітня-травня щорічно
	<i>Фестивалі музики і музичні конкурси</i>	Фестиваль «Сніг і Симфонія»	Санкт-Моріц (Швейцарія)	кінець березня щорічно
		Фестиваль « <i>TDK TIME WARP</i> »	Маннхайм (Німеччина)	березень-квітень щорічно
		Фестиваль поп-музики « <i>Pink Pop</i> »	Ландграаф (Нідерланди)	червень щорічно з 1970 р.
		Фестиваль джазу	Монтре (Швейцарія)	початок червня щорічно з 1967 р.

1	2	3	4	5
		Фестиваль музики і мистецтв	Хенлі (Великобританія)	щорічно з 1990 р.
		Фестиваль джазу	Стокгольм (Швеція)	жовтень щорічно
		Музичний конкурс ім. П. І. Чайковського	Москва (Росія)	раз в чотири роки
		Музичний конкурс «Євробачення»	Країна-переможець	щорічно з 1956 р.
	Фольклорні обряди, свята й фестивалі	Свято літнього сонцестояння « <i>Midsummer's Day</i> »	Великобританія	червень щорічно
		Фестиваль кельтської музики	Франція	січень щорічно
Громадські	Гастрономічні фестивалі	Великий британський пивний фестиваль	Лондон (Великобританія)	початок серпня щорічно з 1977 р.
		Октоберфест	Мюнхен (Німеччина)	сер. вересня-початок жовтня щорічно з 1810 р.
		Фестиваль морепродуктів « <i>Festa do Marisco</i> »	О'Гров (Іспанія)	жовтень щорічно
		Свято молодого вина « <i>Le Beaujolais Nouveau</i> »	Франція	листопад щорічно
		Паризький салон шоколаду	Париж (Франція)	жовтень - листопад щорічно
	Фестивалі і виставки квітів	Виставка квітів у Челсі	Лондон (Великобританія)	кінець травня щорічно з 1913 р.
		Виставка квітів у палаці Хемптон Корт	Лондон (Великобританія)	9-14 липня щорічно
		Фестиваль хризантем	Японія	9 вересня щорічно
		Виставка тюльпанів	Нідерланди	травень щорічно
		Фестиваль бонсай	Нара (Японія)	3-5 травня щорічно з 1914 р.
Спортивні	Спортивні змагання	Літні й зимові Олімпійські ігри, чемпіонати світу і Європи з футболу й інших видів спорту, спартакіади	Різні країни	раз в чотири роки з 1924 р.

1	2	3	4	5
	<i>Спортивні фестивалі</i>	«Лижний фестиваль»	Норвегія	березень щорічно з 1892 р.
		«Перегони човнів»	Великобританія	щорічно з 1829 р.
	<i>Ралі</i>	Ралі-марафон «Дакар»	Південна Америка	щорічно з 1978 р.
	<i>Автоперегони</i>	Чемпіонат світу з кільцевих автоперегонів на автомобілях з відкритими колесами «Формула-1»	Різні країни	щорічно з 1950 р.
		Перегони «NASCAR»	США	щорічно з 1949 р.
	<i>Мотоперегони</i>	Мотоциклетні перегони «Tourist Trophy»	о. Мен (Великобританія)	травень-червень щорічно з 1907 р.
	<i>Регати</i>	Навколосвітні перегони яхтсменів-одинаків «Vendee Globe»	Ле-Сабль-д'Олонн, Франція	листопад раз в чотири роки з 1989 р.
		Командна навколосвітня регата на вітрильних яхтах «Volvo Ocean Race»	Різні країни	раз в три роки з 1973 р.
<i>Релігійні</i>	<i>Релігійні свята, ходи і події</i>	Сходження Благодатного вогню в переддень Воскресіння Христового	Єрусалим (Ізраїль)	квітень-травень щорічно
<i>Економічні і політичні</i>	<i>Аукціони</i>	Аукціон «Sotheby's»	Лондон (Великобританія)	10–12 березня
		Аукціон «Christie's»	Гонконг	березень щорічно
		Аукціони Дрюо	Париж (Франція)	липень щорічно
	<i>Покази мод</i>	«Ready to Wear»	Париж (Франція)	вересень-жовтень щорічно
		«Men's Fashion»	Париж (Франція)	червень щорічно
		«Milano Moda Bouna»	Мілан (Італія)	вересень, січень, лютий, червень щорічно
	<i>Ярмарки і виставки</i>	Туристський ярмарок «Райзен Гамбург»	Німеччина	лютий щорічно
		Брюссельський міжнародний книжковий ярмарок	Брюссель (Бельгія)	початок березня щорічно з 1969 р.

1	2	3	4	5
	<i>Автомобільні та авіаційні салони</i>	Північноамериканський міжнародний автосалон	Детройт (США)	середина січня щорічно
		Франкфуртський автосалон	Франкфурт (Німеччина)	середина-кінець вересня раз на два роки
		Лондонський автосалон	(Великобританія)	щорічно з 1903 по 2008 рр., з 2016 р.
		Женевський автосалон	Женева (Швейцарія)	березень щорічно з 1905 р.
		Токійський автосалон	Токіо (Японія)	квітень раз на два роки з 1954 р.
		Авіасалон у Ле Бурже	Франція	червень раз на два роки з 1908 р.
		Авіасалон на о. Лангкаві	о. Лангкаві (Малайзія)	раз в два роки
	<i>Політичні й економічні форуми</i>	Всесвітній економічний форум	Давос (Швейцарія)	щорічно з 1970 р.
		Генеральна асамблея ООН	Нью-Йорк (США)	вересень-грудень щорічно з 1945 р.

Таблиця Е.1 – Класифікація українських подієвих ресурсів за тематикою

Вид ресурсів	Тематика	Приклад події	Місто (країна) проведення	Час проведення
1	2	3	4	5
Культурно-історичні	Національні фестивалі і свята	Всеукраїнський традиційний фестиваль лемківської культури «Дзвони Лемківщини»	Урочище «Бичова» поблизу м. Монастирська (Тернопільська обл.)	перші вихідні серпня щорічно з 1999 р.
		Фестиваль козацького бойового звичаю «Гайдамака»	м. Київ	кінець вересня-початок жовтня щорічно з 2008 р.
		Міжнародний фестиваль фольклору «Етновир»	м. Львів	кінець серпня щорічно з 2008 р.
		Міжнародний еко-культурний фестиваль «Трипільське коло»	м. Ржищів (Київська обл.)	кінець червня-початок липня щорічно з 2008 р.
		Фестиваль «Маланка-Фест»	м. Чернівці	січень щорічно з 2011 р.
		Історичний фестиваль «Середньовічний Хотин»	м. Хотин (Чернівецька обл.)	початок травня щорічно
		Історичний фестиваль «Срібний Татош»	сmt. Чинадієво (Закарпатська обл.)	травень щорічно
		Історичний фестиваль «Porta Temporis» та кубок повітроплавання	м. Кам'янець-Подільський (Хмельницька обл.)	травень щорічно
		Історичний фестиваль «Русь пересопницька»	с. Пересопниця (Рівненська обл.)	травень щорічно
		Етнографічний фестиваль «Проводи отар на полонину»	сmt. Міжгір'я (Закарпатська обл.)	травень щорічно
		Історичне арт-шоу «Ніч у Луцькому замку»	м. Луцьк	останній тиждень червня щорічно з 2007 р.
		Етнографічний фестиваль гончарства	с. Опішня (Полтавська обл.)	червень щорічно

Продовження таблиці Е.1

1	2	3	4	5
		Реконструкція Перемоги на Ізюмському плацдармі	м. Ізюм (Харківська обл.)	9 травня щорічно
		Фестиваль французької культури «Французька весна»	міста Харків, Київ, Дніпр, Донецьк, Львів, Одеса	квітень щорічно з 2004 р.
		Етнографічний фестиваль «Забави у княжому місті»	м. Тереховля (Тернопільська обл.)	липень щорічно
		Етнографічний фестиваль «Петрівський ярмарок»	м. Чернівці	травень, липень щорічно
		Етнографічний фестиваль «Лемківська ватра»	с. Кострино (Закарпаття)	липень щорічно
		Історичний фестиваль «Стародавній Меджибіж»	смт. Меджибіж (Хмельницька обл.)	серпень щорічно
		«Сорочинський ярмарок»	с. Великі Сорочинці (Полтавська обл.)	серпень щорічно
		Етнографічний фестиваль «Берегфест»	м. Берегово (Закарпатська обл.)	вересень щорічно
		Етнографічний фестиваль «День Св. Мартина»	с. Мукачево (Закарпатська обл.)	листопад щорічно
		Фестиваль гумору та сатири «Гуморина»	м. Одеса	1 квітня щорічно з 1973 р.
		Міжнародний фестиваль «Таврійські ігри»	м. Каховка (Херсонська обл.)	початок травня з 1992 р.
		«Літні вечори на Караїмській»	м. Євпаторія	липень-серпень щорічно
		Етнофестиваль «Шешори»	с. Шешори (Івано-Франківська обл.)	липень щорічно
		Етнофестиваль «Подільський фестиваль»	м. Вінниця	липень щорічно
		Фестиваль «Чорноморські ігри»	м. Скадовськ (Херсонська обл.)	щоліта
		XII Міжнародний лицарський фестиваль «Генуезький шолом» 2012	м. Судак (АР Крим)	липень, серпень щорічно з 2001 р.

1	2	3	4	5
		Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону»	м. Запоріжжя	16–18 липня 2004 р.
		Міжнародний гуцульський фестиваль	різні міста Гуцульщини	щорічно 1991–2013 рр.
		Міжнародний фестиваль «Поліське літо з фольклором»	м. Луцьк	серпень раз на два роки з 1994 р.
		Міжнародний фестиваль «Древлянські джерела»	м. Рівне	серпень щорічно з 1998 р.
		Етнофестиваль «Печенізьке поле»	сmt. Печеніги (Харківська обл.)	липень, вересень з 2001 р.
		Міське свято «День батяра»	м. Львів	травень щорічно з 2008 р.
		Міжнародний етнічний фестиваль бойкі «Всесвітні Бойківські фестини»	м. Турка та с. Явора (Львівська обл.)	раз на 5 років з 1992 р.
		Дні міст України	різні міста	щорічно
Мистецькі	Фестивалі музики і музичні конкурси	«Фестиваль Фарб Холі»	м. Київ	щорічно з 2013 р.
		Фестиваль важкої музики «Global East Festival»	м. Київ	щорічно з 2009 р.
		Фестиваль джазової музики «Jazz Koktebel»	м. Коктебель (АР Крим)	щорічно з 2003 р.
		Фестиваль української музики «Woodstock Україна»	с. Грибівка (Одеська обл.)	липень щорічно з 2013 р.
		Фестиваль експериментальної музики «Два дні й дві ночі нової музики»	м. Одеса	квітень щорічно з 1995 р.
		Міжнародний музичний фестиваль «Харківські асамблеї»	м. Харків	щорічно з 1991 р.
		Літературно-музичний фестиваль «FortMissia»	с. Поповичі (Львівська обл.)	щорічно з 2009 р.
		Фестиваль музики та стрит-арту «Respublica»	м. Кам'янець-Подільський (Хмельницька обл.)	щорічно з 2011 р.
		Фестиваль рок-музики «Stare Misto»	м. Львів	щорічно з 2007 р.
		Фестиваль важкої музики «Terroraiser Metal Fest»	м. Вінниця	щорічно з 1994 р.

1	2	3	4	5
		Музично-мистецький фестиваль «Арт-Поле»	різні міста	щорічно з 2009 р.
		Фестиваль-конкурс козацької пісні «Байда»	м. Тернопіль та інші міста області	щорічно з 2001 р.
		Фестиваль патріотичної музики «Бандерштат»	різні міста Волинської обл.	навесні щорічно з 2007 р.
		Міжнародний фестиваль мистецтв «Про весну»	м. Харків	квітень щорічно
		Фольклорно-музичний фестиваль «Великдень у Космачі»	с. Космач (Івано-Франківська обл.)	щорічно з 2007 р.
		Музично-театральний фестиваль «Гогольfest»	м. Київ	щорічно з 2007 р.
		Міжнародний пісенний фестиваль «Доля»	м. Чернівці	щорічно з 1989 р.
		Фестиваль української музики «Захід»	Різні міста Львівської обл.	щорічно з 2009 р.
		Фестиваль академічної музики «Київ Музик Фест»	м. Київ	щорічно з 1990 р.
		Фестиваль академічної музики «Контрасти»	м. Львів	щорічно з 1995 р.
		Фестиваль етнічної музики «Країна мрій»	м. Київ	щорічно з 2004 р.
		Міжнародний фестиваль «кРок у майбутнє»	м. Херсон	щорічно з 2007 р.
		Фестиваль української музики «Львівська забава»	м. Львів	щорічно з 2013 р.
		Фестиваль етно-рокової музики «Мазепа-Фест»	м. Полтава	щорічно з 2003 р.
		Фольк-рок фестиваль «Млиноманія»	с. Печера (Вінницька обл.)	щорічно з 2007 р.
		Фестиваль сучасної етномузики «Підкамінь»	с. Підкамінь (Львівська обл.)	щорічно з 2007 р.
		Музичний фестиваль із літературною та мистецькою частиною «Потяг до Яремче»	м. Яремче (Івано-Франківська обл.)	щорічно з 2008 р.
		Фестиваль рок-музики «Рок Січ»	м. Київ	щорічно з 2006 р.
		Фестиваль рок-музики «СХІД-РОК»	м. Тростянець (Сумська обл.)	щорічно з 2013 р.
		Фестиваль-конкурс рок-музики «Тарас Бульба»	м. Дубно (Рівненська обл.)	щорічно з 1991 р.

Продовження таблиці Е.1

1	2	3	4	5
		Фестиваль-конкурс різножанрової української музики «Червона рута»	різні міста	щорічно з 1989 р.
		Фестиваль-конкурс мистецтв «Зірковий Час» у різних жанрах: вокал, хореографія, театральне мистецтво	м. Полтава	щорічно з 2013 р.
		Всеукраїнський фестиваль рок-музики «Рок-Екзистенція»	м. Київ	восени щорічно 1995-2005 рр.
		Міжнародний український музичний фестиваль «Форум музики молодих»	м. Київ	кінець квітня-початок травня раз на два роки
		Музичний фестиваль «Прем'єри сезону»	м. Київ	кінець березня-початок травня щорічно з 1989
		Міжнародний музичний фестиваль « <i>Crimea Music fest</i> »	м. Ялта (АР Крим)	2011-2012 рр.
		Молодіжний фестиваль сучасної академічної музики «Музична трибуна київської молоді»	м. Київ	кінець березня з 2008 р.
		Всеукраїнський фестиваль сучасного українського романсу «Осіннє рандеву»	м. Миргород (Полтавська обл.)	середина вересня щорічно з 2001 р.
		Музичний фестиваль « <i>Summer Sound Griboffka International Music Fest '12</i> »	с. Грибівка (Одеська обл.)	червень-серпень 2012 р.
		Європейський фестиваль-конкурс духовної пісні «Я там, де є благословення»	м. Тернопіль	квітень щорічно з 2011 р.
		Всеукраїнський фестиваль духовної музики «Сурми України»	м. Суми	червень щорічно з 2000 р.
		Черкаські джазові дні	м. Черкаси	осінь-зима щорічно з 1988 р.
		Фестиваль джазової музики « <i>Chernihiv Jazz Open</i> »	м. Чернігів	кінець вересня щорічно з 2010 р.

1	2	3	4	5
312	Кінофестивалі	Фестиваль короткометражних фільмів «Wiz-Art»	м. Львів	кінець липня щорічно з 2008 р.
		Фестиваль незалежного кіно «Кінолев»	м. Львів	серпень щорічно з 2006 р.
		Трускавецький міжнародний фестиваль телевізійних фільмів «Корона Карпат»	м. Тростянець (Львівська обл.)	щорічно з 2009 р.
		Київський міжнародний кінофестиваль «Молодість»	м. Київ	кінець жовтня щорічно з 1970 р.
		Фестиваль класичного німого кіно «Німі ночі»	м. Одеса	червень щорічно з 2008 р.
		Одеський кінофестиваль	м. Одеса	середина липня щорічно з 2010 р.
		Міжнародний фестиваль короткометражного кіно «Харківський бузок»	м. Харків	початок травня щорічно з 2009 р.
	Театральні фестивалі	Міжнародний фестиваль «Зірки світового балету»	м. Донецьк	щорічно з 1994 р.
		Театральний фестиваль «Мельпомена Таврії»	м. Херсон	останній тиждень травня щорічно з 1999 р.
		Театральний фестиваль «Вересневі самоцвіти»	м. Кіровоград	вересень щорічно з 1971 р.
		Міжнародний фестиваль мистецтв «Odessa Opera International Arts Festival»	м. Одеса	червень щорічно з 2012 р.
	Театралізовані шоу	Файер-шоу	м. Вінниця	щорічно з 2008 р.
	Фольклорні обряди, свята й фестивалі	Міжнародний фестиваль ковальської майстерності «Парк кованих фігур»	м. Донецьк	вересень щорічно з 1999 р.
		Міжнародний фестиваль «WORKOUT FEST»	м. Дніпропетровськ	червень щорічно з 2011 р.
		Фестиваль молодіжних проєктів «Non Stop Media»	м. Харків	квітень щорічно з 2003 р.

Продовження таблиці Е.1

1	2	3	4	5
Громадські		Фестиваль повітряних куль «Кубок Переяслав-Хмельницького»	м. Переяслав-Хмельницький (Київська обл.)	травень щорічно з 2009 р.
		Фестиваль кам'яної скульптури «Живий камінь»	м. Черкаси	влітку щорічно з 2008 р.
	Гастрономічні	Фестиваль «Галицька дефіляда»	м. Тернопіль	січень, квітень, липень, жовтень
		Гастрономічний фестиваль «Гуцульська бринза»	м. Рахів (Закарпатська обл.)	вересень щорічно
		Фестиваль ріп'янки	с. Колочава (Закарпатська обл.)	серпень щорічно
		Гастрономічний фестиваль чорниць «Верховинська яфіна»	с. Гукливе (Закарпатська обл.)	серпень щорічно
		Конкурс різників свиней-гентешів	с. Геча (Закарпатська обл.)	січень щорічно
		Фестиваль «Червоне вино»	с. Мукачево (Закарпатська обл.)	січень щорічно з 1996 р.
		Фестиваль «Сливовий леквар»	с. Геча (Закарпатська обл.)	серпень щорічно
		Фестиваль «Біле вино»	м. Берегово (Закарпатська обл.)	березень щорічно
		Фестиваль «Сонячний напій»	Ужгород	травень щорічно
		Гастрономічний фестиваль «Борщ'ів»	м. Борщів (Тернопільська обл.)	вересень щорічно
		Фестиваль кавунів «Український кавун – солодке диво»	м. Гола Пристань (Херсонська обл.)	щорічно з 2003 р.
		Гастрономічний фестиваль «Золотий гуляш»	с. Мужієво (Закарпатська обл.)	жовтень щорічно
		Фестиваль дерунів	м. Коростень (Житомирська обл.)	2-га субота вересня щорічно з 2008 р.
		Міське свято кави «На каву до Львова»	м. Львів	восени щорічно з 2007 р.
		Традиційне міське свято «Національне свято шоколаду»	м. Львів	щорічно з 2008 р.

1	2	3	4	5
		Гастрономічне свято «Свято сиру і вина у Львові»	м. Львів	жовтень щорічно з 2010 р.
Спортивні	Спортивні змагання	Вело-скелелазний фестиваль	м. Бахчисарай (АР Крим)	квітень щорічно з 2013 р.
		Міжнародний футбольний турнір	м. Харків	квітень 2015 р.
		Змагання по тріатлону « <i>Kharkiv Man</i> »	м. Харків	червень 2015 р.
		Фестиваль плавання «Містер Батерфляй»	м. Київ	березень з 2013 р.
		Міжнародний марафон	м. Харків	березень з 2014 р.
		Змагання позашляховиків	АР Крим	січень з 2012 р.
		Заняття стріт-воркаутом	м. Харків	24 квітня 2015 р.
		Байк-шоу	м. Севастополь	щорічно з 2012 р.
		Чемпіонат Європи з водно-моторного спорту	м. Тернопіль	серпень 2011 р.
Економічні і політичні	Ярмарки і виставки	Всеукраїнський ярмарок писанок	м. Київ	квітень 2015р.
		Сільськогосподарський ярмарок	м. Київ	квітень 2015 р.
		Ярмарок « <i>Handmade</i> »	м. Київ	лютий 2015 р.
		Різдвяний ярмарок	м. Львів	грудень-січень 2015р.
		Ярмарок ювелірних подарунків	м. Харків	грудень 2014 р.
		Ярмарок нерухомості	м. Київ	березень 2015 р.
		Православна виставка	м. Київ	грудень 2014 р.
		Форум видавців у Львові	м. Львів	вересень щорічно з 1994 р.
		Міжнародний книжковий ярмарок «Книжковий арсенал»	м. Київ	щорічно з 2011 р.
	Політичні й економічні форуми	Міжнародна щорічна конференція українських і закордонних політиків та підприємців	м. Ялта (АР Крим)	вересень щорічно з 2004 р.



Рисунок Ж.1 – Карта подієвого туризму в Україні:

1 – Всеукраїнський традиційний фестиваль лемківської культури «Дзвони Лемківщини» – Урочище «Бичова» поблизу м. Монастирська (Тернопільська обл.); 2 – Фестиваль козацького бойового звичаю «Гайдамака» – м. Київ; 3 – Міжнародний фестиваль фольклору «Етновир» – м. Львів; 4 – Міжнародний еко-культурний фестиваль «Трипільське коло» – м. Ржищів (Київська обл.); 5 – Фестиваль «Маланка-Фест» – м. Чернівці; 6 – Історичний фестиваль «Середньовічний Хотин» – м. Хотин (Чернівецька обл.); 7 – Історичний фестиваль «Срібний Татош» – смт. Чинадієво (Закарпатська обл.); 8 – Історичний фестиваль «Porta Temporis» та кубок повітроплавання – м. Кам'янець-Подільський (Хмельницька обл.); 9 – Історичний фестиваль «Русь пересопницька» – с. Пересопниця (Рівненська обл.); 10 – Етнографічний фестиваль «Проводи отар на полонину» – смт. Міжгір'я (Закарпатська обл.); 11 – Історичне арт-шоу «Ніч у Луцькому замку» – м. Луцьк; 12 – Етнографічний фестиваль гончарства – с. Опішне (Полтавська обл.); 13 – Реконструкція Перемоги на Ізюмському плацдармі – м. Ізюм (Харківська обл.); 14 – Етнографічний фестиваль «Забава у княжому місті» – м. Теребовля (Тернопільська обл.); 15 – Етнографічний фестиваль «Лемківська ватра» – с. Кострино (Закарпатська обл.); 16 – Історичний фестиваль «Стародавній Меджибіж» – смт. Меджибіж (Хмельницька обл.); 17 – «Сорочинський ярмарок» – с. Великі Сорочинці (Полтавська обл.); 18 – Етнографічний фестиваль «Берегфест» – м. Берегове (Закарпатська обл.); 19 – Фестиваль гумору та сатири «Гуморина» – м. Одеса; 20 – Міжнародний фестиваль «Таврійські ігри» – м. Каховка (Херсонська обл.); 21 – «Літні вечори на Караїмській» – м. Євпаторія; 22 – Етнофестиваль «Шешори» – с. Шешори (Івано-Франківська обл.); 23 – Етнофестиваль «Подільський фестиваль» – м. Вінниця; 24 – Фестиваль «Чорноморські

ігри» – м. Скадовськ (Херсонська обл.); 25 – Міжнародний лицарський фестиваль «Генуезький шолом» – м. Судак (АР Крим); 26 – Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону» – м. Запоріжжя; 27 – Міжнародний фестиваль «Древлянські джерела» – м. Рівне; 28 – Етнофестиваль «Печенізьке поле» – смт. Печеніги (Харківська обл.); 29 – Міжнародний етнічний фестиваль бойкі «Всесвітні Бойківські фестони» – м. Турка (Львівська обл.); 30 – Фестиваль джазової музики «Jazz Koktebel» – м. Коктебель (АР Крим); 31 – Фестиваль української музики «Woodstock Україна» – с. Свірж (Львівська обл.); 32 – Міжнародний музичний фестиваль «Харківські асамблеї» – м. Харків; 33 – Літературно-музичний фестиваль «FortMissia» – С. Поповичі (Львівська обл.); 34 – Фестиваль патріотичної музики «Бандерштат» – Волинська обл.; 35 – Фольклорно-музичний фестиваль «Великдень у Космачі» – с. Космач (Івано-Франківська обл.); 36 – Фестиваль української музики «Захід» – Львівська обл.; 37 – Міжнародний фестиваль «Рок у майбутнє» – м. Херсон; 38 – Фестиваль етно-рокової музики «Мазепа-Фест» – м. Полтава; 39 – Фестиваль сучасної етномузики «Підкамінь» – с. Підкамінь (Львівська обл.); 40 – Музичний фестиваль із літературною та мистецькою частиною «Потяг до Яремче» – м. Яремче (Івано-Франківська обл.); 41 – Фестиваль рок-музики «СХІД-РОК» – м. Тростянець (Сумська обл.); 42 – Фестиваль-конкурс рок-музики «Тарас Бульба» – м. Дубно (Рівненська обл.); 43 – Міжнародний музичний фестиваль «Crimea Music fest» – м. Ялта (АР Крим); 44 – Всеукраїнський фестиваль сучасного українського романсу «Осіньне randevu» – м. Миргород (Полтавська обл.); 45 – Музичний фестиваль «Summer Sound Griboffka International Music Fest'12» – с. Грибівка (Одеська обл.); 46 – Європейський фестиваль-конкурс духовної пісні «Я там, де є благословення» – м. Тернопіль; 47 – Всеукраїнський фестиваль духової музики «Сурми України» – м. Суми; 48 – Черкаські джазові дні – м. Черкаси; 49 – Фестиваль джазової музики «Chernihiv Jazz Open» – м. Чернігів; 50 – Трускавецький міжнародний фестиваль телевізійних фільмів «Корона Карпат» – с. Тростянець (Львівська обл.); 51 – Міжнародний фестиваль «Зірки світового балету» – м. Донецьк; 52 – Театральний фестиваль «Вересневі самоцвіти» – м. Кіровоград; 53 – Міжнародний фестиваль «WORKOUT FEST» – м. Дніпр; 54 – Фестиваль повітряних куль «Кубок Переяслав-Хмельницького» – м. Переяслав-Хмельницький (Київська обл.); 55 – Гастрономічний фестиваль «Гуцульська бринза» – м. Рахів (Закарпатська обл.); 56 – Фестиваль «Червоне вино» – с. Мукачєво (Закарпатська обл.); 57 – Фестиваль «Сонячний напій» – м. Ужгород; 58 – Гастрономічний фестиваль «Бориц'їв» – м. Бориців (Тернопільська обл.); 59 – Фестиваль кавунів «Український кавун – солодке диво» – м. Гола Пристань (Херсонська обл.); 60 – Фестиваль дерунів – м. Коростень (Житомирська обл.); 61 – Вело-скелелазний фестиваль – м. Бахчисарай (АР Крим); 62 – Змагання позашиляховиків – АР Крим; 63 – Байк-шоу – м. Севастополь; 64 – Всеукраїнський ярмарок писанок – м. Київ; 65 – Ярмарок ювелірних подарунків – м. Харків; 66 – Форум видавців у Львові – м. Львів; 67 – Міжнародна щорічна конференція українських і закордонних політиків та підприємців – м. Ялта (АР Крим); 68 – Міжнародний книжковий ярмарок «Книжковий арсенал» – м. Київ

СПОСОБИ РОЗСАДЖЕННЯ УЧАСНИКІВ КОРПОРАТИВНОГО ЗАХОДУ

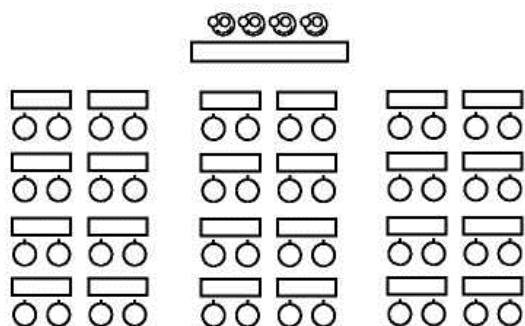


Рисунок И.1 – «Клас»

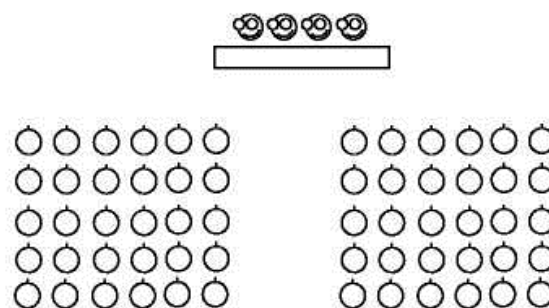


Рисунок И.2 – «Театр»

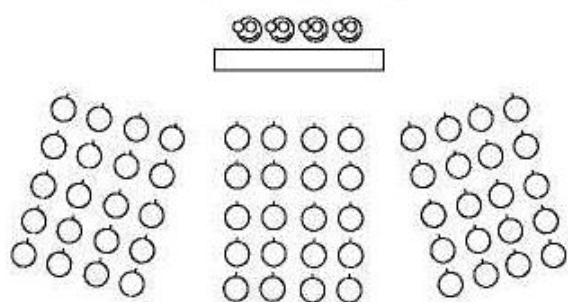


Рисунок И.3 – «Амфітеатр»

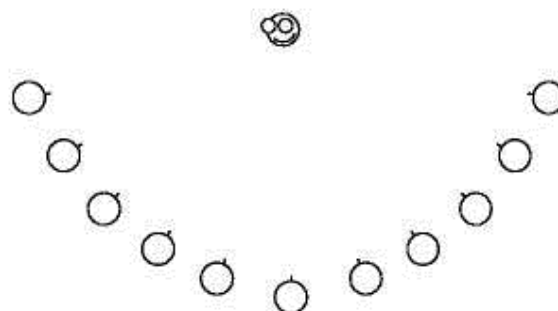


Рисунок И.4 – «Підкова»

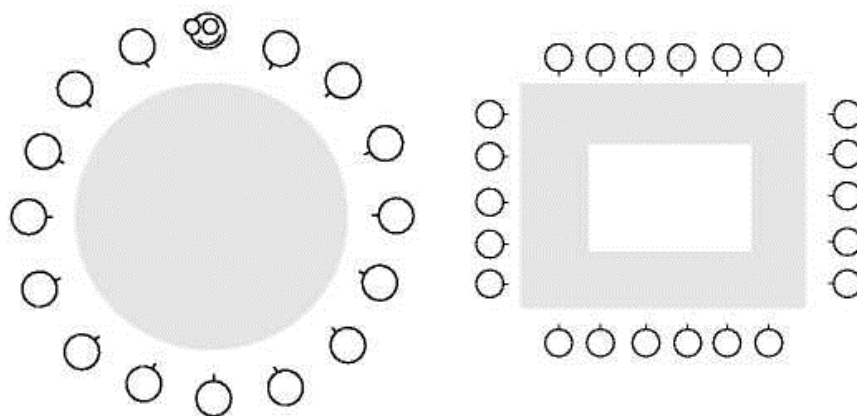


Рисунок И.5 – «Круглий стіл»

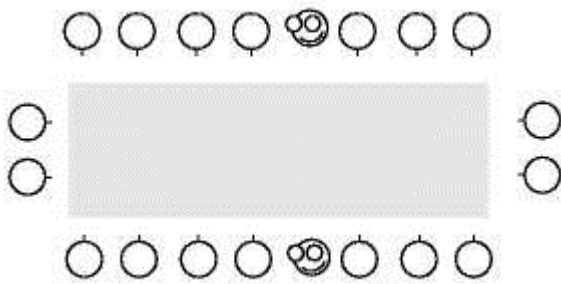


Рисунок И.6 – «Переговори»

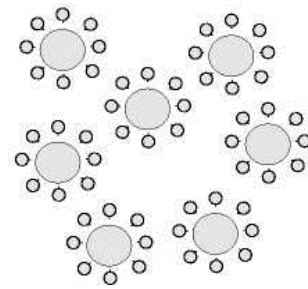


Рисунок И.7 – «Бенкет»

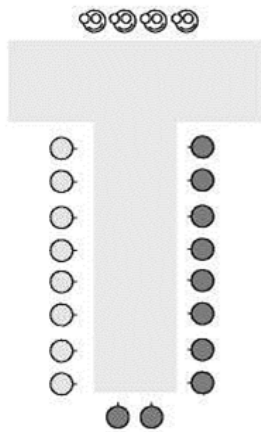


Рисунок И.8 – «Т-образне розсадження»

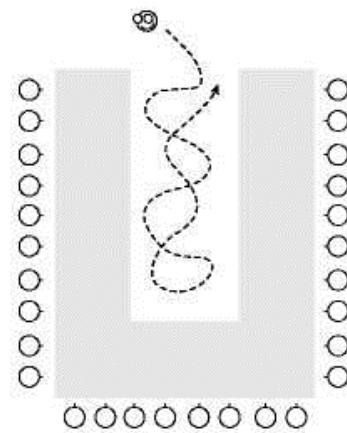


Рисунок И.9 – «U-образне розсадження»

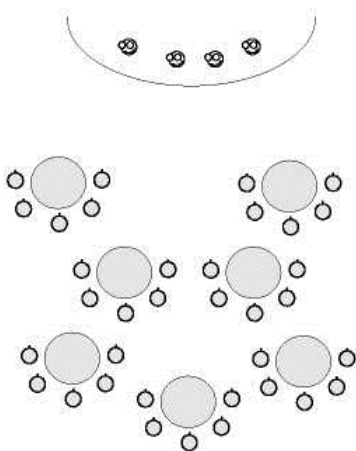


Рисунок И.10 – «Кабаре»

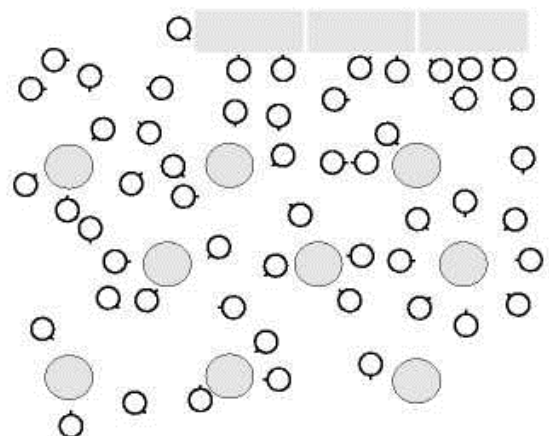


Рисунок И.11 – «Фуршет»

ГЛОСАРІЙ

А

Абстрактна гра (*abstract game*) – гра без будь-якої тематики або легенди, що складається з невеликого набору компонентів і простих правил (наприклад, хрестиків-нулики, шахи, шашки, нарди, го).

Авансцена – простір сцени між завісою й рампою або залом для глядачів.

Авторська позиція – точка зору, ідея, що проводить, відстоює мовець, автор або письменник.

Агітація – найважливіший засіб впливу на свідомість і настрої широких мас із метою спонукати їх до політичної чи іншої активності, ідеологічна зброя боротьби партій.

Агіттеатр – вид масового театралізованого драматичного дійства на злободенну громадсько-політичну тему.

Аквапарк – розважальний комплекс, у якому є інфраструктура для заняття іграми на воді й водні атракціони.

Аксіологія гри (греч. *axia* – цінність, *logos* – слово, навчання) – філософська дисципліна, що займається дослідженням гри як системи цінностей – змістоутворювальних підстав, що задають спрямованість і вмотивованість ігрової діяльності й орієнтують особистість до конкретних дій і вчинків.

Аксіологічний потенціал дозвілля – здатність дозвілля формувати ціннісні уявлення та орієнтації людини.

Акцентуація характеру – особливість характеру (або особистості) людини, що знаходиться в межах клінічної норми, за якої окремі його риси надмірно посилені.

Алегорія – вираження абстрактних понять у конкретних художніх образах.

Амерітреш (*ameritrash*) – настільні ігри американської школи. Характерні риси: пророблена тематика, прямі конфлікти між гравцями, висока роль випадку, можливість «знищити» гравця, після чого він вибуває з гри й більше не приймає в ній участі.

Амфітеатр – місця в залі для глядачів театру або цирку, розташовані уступами за партером.

Анімаційна команда – персонал, що займається організацією дозвілля у готелях, на корпоративних заходах, дитячих святах.

Анімаційні турмаршрути – цільові турпоїздки заради однієї анімаційної програми, або безперервний анімаційний процес, розгорнутий у просторі у формі подорожі, переїзду від однієї анімаційної послуги (програми) до іншої, які надаються в різних географічних точках.

Анотація – коротка довідка про книгу, статтю, спектакль та ін.: тема, позиція, призначення, основний зміст, адресат, бібліографічні відомості.

Антракт – проміжок між діями спектаклю.

Артист – людина, що займається творчістю в галузі мистецтва.

Атракція – виникнення при сприйманні індивідом взаємної привабливості, розуміння і прийняття один одного у взаємодії, коли не тільки узгоджуються дії.

Атрактивні парки – розважальні центри, справжня індустрія відпочинку і розваг із

власною складною інфраструктурою, призначеною для розміщення, харчування, навчання.

Аукціон (*auction*) – ігрова механіка, що полягає в тім, що гравці по черзі роблять ставки.

Афіша – оголошення про виставу.

Афект – надто сильний і відносно короткочасний за тривалістю емоційний процес (лють, жах, відчай, екстаз), під час якого знижується ступінь самовладання: дії та вчинки здійснюються за особливою.

Афоризм – коротке влучне вираження, лаконічне, ємне, що несе в собі значну, важливу думку.

Б

Балет – вид театрального мистецтва, де зміст передається без слів: музикою, танцем, пантомімою.

Банк (*bank*) – ігрові ресурси, що не належать жодному з гравців (це фішки, ігрові гроші або інші ігрові дії й ресурси).

Бельетаж – 1-й поверх над партером і амфітеатром.

Бенуар – ложі по обидва боки партеру на рівні сцени.

Блазень – сценічний персонаж у старовинних ярмаркових та балаганних виставах.

Бутафорія – предмети, спеціально виготовлені й уживані замість справжніх речей у театральних постановках (посуд, зброя, прикраси).

Буфонада (блазенство) – прийом, використовуваний у цирку, на естраді, у театрі. Підкреслено комічне перебільшення, карикатура на персонажі, дії, явища. Має ярмаркове забарвлення.

В

Варгейм (*wargame*) – військова гра, що моделює реальні або уявлювані військові конфлікти. Варгейми характеризуються складними й детальними правилами, що дозволяють відтворити безліч характеристик і особливостей умов бою.

Вар'єте (розмаїтість) – театр легкого жанру, у репертуарі якого поєднуються різні види сценічного мистецтва з перевагою комедійного. Має розважально-ігровий характер, будується тематичними блоками з окремих номерів, у яких беруть участь співаки, танцюристи, куплетисти, фокусники, клоуни. У танцях вар'єте закладений сплеск емоцій, темперамент, кипіння пристрастей.

Взаємодія між гравцями (*player interaction*) – властивість гри, що характеризує можливість гравців впливати один на одного своїми діями. Взаємодія гравців буває прямою, коли дії одного гравця прямо впливають на іншого, і непрямую, коли дії одного гравця впливають на іншого лише побічно.

Вільний час – суспільно-історичне явище, частина соціального вільного часу, не зайнята справами виробничої або життєвої необхідності.

Вертен – старовинний пересувний український ляльковий театр, де ставили релігійні і світські (переважно жартівливі та іронічні) п'єси; відтворення стайні з народженням Христа.

Відпустка – час відпочинку, який обчислюється в календарних днях і надається працівникам зі збереженням місця роботи і заробітної плати.

Водевіль – вид комедії з народними піснями-куплетами, романсами, танцями, п'єсами.

Г

Гік (*geek*) – захоплена іграми людина.

Головна частина твору – композиційна частина, у якій зосереджені найбільш важливі факти, ідеї, узагальнення, висновки. Містить розвиток і вирішення основного задуму.

Гонка (*race game*) – гра, у якій гравець має пройти якусь дистанцію або трасу й першим досягти фінішу.

Гра (*game*) – активність індивіда, спрямована на умовне моделювання тієї або іншої діяльності.

Гра для вечірок (*party game*) – проста й азартна гра, розрахована на велику групу людей, містить мінімум компонентів й «експлуатує» здатності гравців до творчості й самовираження (наприклад, «Крокодил», «Активити», «Твістер»).

Гра зі зрадником – різновид корпоративної гри, у якій один або декілька гравців у таємниці від інших повинні довести команду до поразки. У випадку успіху всі інші гравці програють, а перемога дістається зрадникові (наприклад, «Мафія»).

Гра з кубиками (*dice game*) – гра, у якій як основну механіку використовують кидки кубиків.

Грим – підфарбовування особи, мистецтво додання особі (за допомогою спеціальних фарб, наклеювання вусів, бороди й т.п.) зовнішності, необхідної акторові для певної ролі.

Д

Даунтайм (*downtime*) – проміжок часу, протягом якого гравець не може розпочати в грі жодних дій.

Декорація – прикраса; художнє оформлення вистави на театральній сцені.

Діалог – розмова між двома або декількома особами.

Діапазон голосу – сукупність звуків (тонів), які можуть бути відтворені голосом актора.

Ділова гра – імітація, моделювання, спрощене відтворення реальної економічної ситуації в ігровій формі. Кожний учасник відіграє роль, виконує дії, аналогічні поведінці людей у житті, але з урахуванням прийнятих правил гри. Ділові ігри застосовуються як метод й засіб практичного навчання економіці, бізнесу, є засобом пізнання норм економічного поведіння, освоєння процесів прийняття економічних рішень.

Дивертисмент – програма, складена з номерів різних жанрів (спів, музика, танці, сценки, уривки з оперних і балетних спектаклів). Жанр салонної музики, близький до попури. Може бути складений з балетних номерів або вокально-хореографічних, передає характер і багатожанрову суть естрадного мистецтва.

Дикція – ступінь виразності вимови звуків, їх сполучень, складів, слів у різних умовах.

Динамічна гра (*fast-paced game*) – гра без даунтайма, тобто гра, у якій гравці виконують дії без пауз і зупинок.

Дискусія – обговорення якого-небудь дискусійного політичного, наукового, дипломатичного й т.п. питання, доповіді, книги на конференціях, зборах, у пресі й ін.

Додаткові анімаційні послуги в технологічних перервах – програми, призначені для «підтримки» основних туристських послуг, що входять до складу турпакету, і діючі в обставинах, обумовлених переїздами, затримками в шляху й у випадках непогоди (під час організації спортивних і самодіяльних турів, на пляжних курортах), а також у випадку відсутності снігу на гірськолижних курортах тощо.

Дозвілля – діяльність у вільний час поза сферою суспільної і побутової праці, завдяки якій індивід відновлює свою здібність до праці і розвиває в собі переважно ті уміння і здібності, які неможливо удосконалити у сфері трудової діяльності. Це діяльність, здійснювана в руслі певних інтересів і цілей, які ставить перед собою людина (засвоєння культурних цінностей, пізнання нового, спорт, творчість тощо).

Драма – становить конфліктність дії, протиріччя, втілені в діалогах і монологах. Драма орієнтована на видовищну виразність у міміці, жестах, рухах, звучанні, побудові мізансцен.

Драматизм – напруженість дій, відносин, обставин у мові, у творі, що створюється відповідним вибором стилістичних засобів, риторичних прийомів.

Е

Езопівська мова – мова іносказань, натяків, недомовок, каламбурів, притч; високо цінувалася в ораторських школах.

Експозиція – у театралізованих виставах спосіб розміщення номерів у певній послідовності з урахуванням хронології, типу, жанру; частина твору, що передає початку розгортання одиниць структури твору.

Емоції – складний стан організму, що припускає тілесні зміни поширеного характеру – у диханні, пульсі, виділеннях із залоз тощо і на ментальному рівні, стан збудження чи хвилювання.

Епілог – заключна частина оповідального твору, у якому викладаються події, що відбулися після завершення основного сюжету.

Епос – древні історичні й героїчні пісні, билини, казки, епопеї, епічні поеми.

Етнопарк – тематичні парки, що відображають історію, побут, культуру, традиції та звичаї певного народу, або нації.

Є

Євроігри (eurogame) – настільні ігри європейської школи. Характерні риси: непрямі конфлікти й непряма взаємодія між гравцями, відносно недовгий час партії, неможливість «знищити» гравця, вторинність тематики. В євроіграх гравці тими або іншими способами заробляють переможні очки, у кого їх буде більше – той і перемагає в грі.

Ж

Жест, жестикуляція – рухи руками, головою, що супроводжують мову з метою виразності. Жест допомагає ораторові передати свої почуття й думки.

З

Зав'язка – початковий момент фабули, у ній звичайно започатковується конфлікт.

Задник – писане або гладке тло з м'якої тканини, підвішений у глибині сцени.

Задум автора – ідея твору, комунікативна мета висловлення, вираження позиції (див. авторська позиція).

Заклучення – завершальна композиційна частина добутку; містить висновки, відповіді на запитання, ставить нові завдання.

Заморочлива гра (*fiddly game*) – гра, у якій гравці змушені часто робити безліч маніпуляцій з ігровими компонентами (рухати, перевертати, перемішувати, перекладати).

Збір колекцій (*set collection*) – ігрова механіка, що полягає в тому, що для здійснення певних дій і одержання переможних очок гравцям необхідно зібрати набір з певних ігрових компонентів.

I

Ігрова індустрія – виробництво в особливо великих масштабах товарів, призначених для ігрового процесу.

Ігрове поле (*game board*) – спеціальне поле, на якому проходить ігровий процес.

Ігрові компоненти (*game components*) – типовий набір компонентів для настільної гри – картки, фішки, жетони, кубики.

Ігровий бізнес-тренінг – інтерактивний метод навчання й підвищення кваліфікації фахівців, спрямований на виявлення інтелектуального й економічного потенціалу фірми й співробітників, у ході якого створюється комунікативне середовище, що дозволяє оцінити інноваційні форми й експертні моделі роботи в галузі виробництва й просування екологічно чистої іграшки й гри.

Ігрові моделі в сучасній культурі – тип світосприйняття, що будується за принципами гри, тобто на основі релятивізму: усі цінності відносні, у житті немає нічого абсолютного, головне – адекватно ситуації зіграти роль і одержати очікуваний результат.

Ігроманія – патологічна схильність до азартних ігор. Полягає в частих повторних епізодах участі в азартних іграх, які домінують у житті людини й ведуть до зниження соціальних, професійних, матеріальних і сімейних цінностей.

Імпровізація – швидкий, без підготовки, твір і виконання віршів, прози, музики, продукт творчості.

Індустрія розваг – система підприємств і підприємців, які надають всі необхідні для споживання в процесі розваги і достатні для здійснення процесу розваги послуги та товари.

Інтермедія – невелика п'єса комедійного характеру, що виконується між діями драматичного добутку й включає музичні номери.

Інтрига – спосіб побудови фабули драматургічного, епічного й кінематографічного твору за допомогою складних переплетень і зіткнень інтересів персонажів.

Інтонація – ритміко-мелодійний бік мови, чергування підвищень і знижень, інтенсивності голосу, його тону, емоційного забарвлення та ін. Розрізняють інтонації значеннєві й емоційні.

Іронія – стилістичний прийом контрасту видимого й схованого змісту висловлення, ефект глузування.

К

Кабаре – імпровізована вистава в літературно-художньому кафе за участю поетів, музикантів, акторів, з естрадною програмою, що будується на звеселянні. З погляду творчості – це початковий етап становлення вар'єте.

Каламбур – гумористичне (пародійне) використання різних значень того самого слова або двох слів, що подібно звучать.

Караоке – одна з форм ресторанного обслуговування. Відвідувачам надають можливість проспівати улюблену пісню під акомпанемент із використанням сучасних технічних засобів.

Карикатура (перебільшення) – комічний ефект створюється поєднанням реального й фантастичного, несподіваними зіставленнями, близькими до сатиричної форми.

Карнавал – народні гуляння, що відбуваються у католицьких країнах у вівторок за сорок днів до Великодня напередодні початку Великого посту.

Катарсис – поняття, що вживалося в античній філософії, медицині, естетиці й через свою поліфункціональність набуло чимало тлумачень.

Кінгмейкінг (*kingmaking*) – властивість гри, що дозволяє відсталому гравцеві зробити ту або іншу дію, що приносить перемогу одному з лідерів.

Кінопарк – тематичні парки, що присвячені кіноіндустрії в цілому.

Кишеня – бічна частина сцени, схована від глядачів.

Кліше – шаблонове, стереотипне вираження, що механічно відтворюване або в типових мовних і побутових контекстах, або в літературному напрямку, діалекті.

Клубний відпочинок – вид відпочинку в приналежному клубі відпочинку засобах розміщення, які є частиною туристського комплексу, що знаходяться в господарському веденні клубу й обладнаних для надання різних послуг на умовах і в терміни, обумовлені договором на клубний відпочинок і статутом клубу.

Комедія – драматичний твір, у якому засобами гумору та сатири викриваються негативні суспільні та побутові явища, розкривається смішне в навколишній дійсності людини або тварини. Відрізняється веселощами, дотепністю, осміянням характерів, вдач, гіпертрофованих людських якостей.

Композиція – найважливіший організуючий елемент художньої форми, що надає єдність і цілісність сюжету системою вибраних образів, структурою побудови художнього твору; побудова, внутрішня структура твору (мови та ін.).

Комп'ютерна гра – комп'ютерна програма, що використовується для організації ігрового процесу, зв'язку з партнерами по грі або сама виступає як партнер.

Комунікація – спілкування, зв'язок, обмін інформацією.

Конкурс – свого роду змагання для виявлення найкращих з-поміж учасників (наприклад, «конкурс краси», «конкурс на краще виконання пісні»).

Контактна скульптура – скульптура камерних малих скульптурних форм, орієнтованих на наближення до глядача.

Контраст – різко виражене протиставлення.

Концерт – публічне виконання номерів різних жанрів (літературних і музичних творів: симфонічних, камерних, сольних вокальних, інструментальних, естрадних) за заздалегідь оголошених програмах. Послідовність номерів визначають правилами

контрасту, розмаїтості, наростання глядацького інтересу. Конферансьє в концерті поєднує розрізнені, різнохарактерні номери програми в єдину тематику.

Корпоративна гра (*corporate game*) – гра, у якій всі гравці грають командою.

Кульмінація – 1) композиційна частина оповідального твору; вища крапка напруги в розвитку сюжету, що передує вирішенню конфлікту; 2) момент найвищої напруги в музичному творі, театральній виставі, анімаційній програмі.

Культура мовного спілкування – дотримання сукупності вимог до сягаючих комунікативних цілей мови: а) актуальність, істинність, здатність зацікавити слухачів; б) відповідність законам логіки й композиції; в) відповідність мовній нормі; г) доцільний вибір засобів мови, виразність і ін.

Культурно-дозвілєва діяльність – діяльність, яка створює культурно-дозвілєве середовище та сприяє вільному засвоєнню нових знань.

Л

Лаконічна мова – мова коротка, чітка, карбована.

Лаштунки – вертикальні смуги тканини, що обрамляють сцену з боків.

Лейтмотив – характерна тема або музичний оборот, які змальовують який-небудь персонаж опери, балету, програмної п'єси.

Лірика – охоплює безліч віршованих жанрів (елегія, романс, сонет, пісня, вірш), у яких явища й події, що відбуваються в житті, відтворюються у формі суб'єктивного переживання.

Логічний наголос – виділення голосом найбільш важливих слів у реченні.

М

Маріонетка – лялька, яку призводить до руху за допомогою ниток, шнурів актор-ляльковод, схований від глядача.

Маскарад – бал, на якому присутні одягнені в різні характерні, національні, історичні чи фантастичні костюми, здебільшого з масками на обличчях.

Масова комунікація – систематичне поширення інформації (через радіо, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис) з метою затвердження духовних цінностей суспільства й активного впливу на оцінки, думки й поведінку людей.

Мізансцена – сценічне розміщення, положення акторів на сцені в певний момент.

Міміка – рух лицьових м'язів, засіб передачі щиросердечного стану мовця.

Мініатюра – жанр «малих форм» у театрі, музиці, цирку, анімаційних програмах, на естраді. Невеликий за розміром твір (естрадна або клоунська реприза, розповідь, байка, скетч тощо).

Містерія – театралізована постановка п'єси релігійного змісту.

Міф – оповідь, яка пояснює походження певних речей, явищ, світу, за участю надприродних істот.

Монолог – мова однієї особи, думки вголос.

Мораліте – повчальна алегорична драма, поширена в Західній Європі у XV–XVI ст.

Мотив – внутрішня рушійна сила, що спонукає людину до дії.

Мюзикл – музично-сценічний твір, у якому використовують музичні, вокальні, балетні номери.

Мюзик-хол – вид естрадного театру.

Н

Настрій – загальний емоційний стан, який своєрідно забарвлює на певний час діяльність людини, характеризує її життєвий тонус.

Народне мистецтво – художня колективна творча діяльність народу, що відбиває його життя, погляди, ідеали в створюваній ним: поезії (перекази, пісні, казки, епос); музиці (пісні, інструментальні, п'єси); театрі (драми, сатиричні п'єси, театр ляльок); танці; архітектурі; образотворчому й декоративно-прикладному мистецтві.

Невербальні (немовні) засоби спілкування – погляд, міміка, посмішка, жести, дотики, вказівки на предмети, різні сигнали – стукіт, дзвінок, малюнок.

О

Обрамлення – створення допоміжних сюжетів, що містять вставні епізоди, номери, що відрізняються від основних своєю індивідуальністю, неповторністю.

Огляд – використовують із метою зв'язати окремі номери сюжетом, перетворити естрадний виступ на цілісний спектакль. Усі номери слугують вираженню загальної ідеї, органічно поєднуються й досягають виразної сили.

Одиночна гра, соло-гра – гра, розрахована на одного гравця. В іграх передбачені соло-правила.

Опера – музично-драматичний спектакль, у якому артисти не розмовляють, а співають.

Оперета – веселий музичний спектакль, у якому спів чергується з розмовою.

Очки дії (action points) – ігрова механіка, яка полягає в тому, що за кожний хід гравець одержує певну кількість очок.

П

Падуги – горизонтальні смуги тканини, що обмежують висоту сцени.

Пам'ятка гри (reference card game) – інформація, де зібраний перелік основних ігрових правил, список ігрових дій, опис порядку гри, розшифровка умовних позначок, схеми й підказки по грі.

Памфлет – злободенний публіцистичний твір, мета й пафос якого – конкретне, цивільне, соціально-політичне викриття. Памфлетність проникає в різні художні жанри.

Пантоміма. 1) вид сценічного мистецтва, у якому основними засобами створення художнього образу є пластика, міміка, жести; 2) виразні рухи тіла, передача почуттів і думок обличчям і всім тілом.

Пародія – жанр у театрі, музиці, на естраді, свідомо імітація в сатиричних, іронічних, гумористичних цілях індивідуальної манери стилю, напрямку, жанру, гри, стереотипів мови або поведінки.

Партер – місця для глядачів нижче рівня сцени.

Педагогіка дозвілля – наука про людину, про виховання та розвиток особистості у вільний час.

Персонаж – внутрішньоігрове втілення гравця; один з героїв гри, наділений унікальними характеристиками. Залежно від конкретної гри гравець може керувати одним або декількома персонажами.

Підготовка до гри (set-up game) – підготовчий етап, що випереджає ігрову партію, у ході якого гравці розкладають ігрові компоненти, розставляють фішки.

Полеміка – вид дискусійної мови.

Попури – музична п'єса для естрадного або духового оркестру, вокально-інструментального ансамблю, складена з популярних мотивів, злитих у єдину композицію.

Почуття – специфічні людські, узагальнені переживання ставлення до людських потреб, задоволення або незадоволення яких викликає позитивні або негативні емоції.

Пригодницька гра (adventure game) – гра, у якій гравець керує одним персонажем, що подорожує по локаціях, бореться з монстрами, виконує завдання.

Пролог – вступна частина оповідання творів, що підготовляє читача або глядача до розгортання сюжету.

Притча – алегорична повчальна сюжетна розповідь.

Р

Раус – захід із зазивання глядачів перед презентаціями, культурно-дозвілєвою програмою.

Раут – зібрання людей, що не припускає танців.

Ревю – естрадна вистава, де виступи артистів різних жанрів об'єднані загальним сюжетом.

Режисер – особа, що керує постановкою спектаклю, керує акторами, розподіляє ролі.

Резюме – короткий виклад суті мовного виступу, стислий висновок.

Реіграбельність (replayability) – властивість гри, що дозволяє в кожній партії створювати нові ігрові ситуації, що, зі свого боку, не дозволяє гравцям занудитися.

Рекреаційна анімація – вид діяльності з організації дозвілля, спрямованої на відновлення духовних і фізичних сил людини. Програми, реалізовані з рекреаційною метою, можуть проводитися як туристськими підприємствами з туристами і гоїстами, так і розважальними установами з місцевими мешканцями.

Розв'язка – вирішення конфлікту в оповідальному творі.

Реквізит – речі справжні або бутафорські, необхідні акторам по ходу дії спектаклю.

Ремарка – пояснення драматурга на сторінках п'єси, що визначає місце або обстановку дії, указує, як повинні поводитися діючі особи в тих або інших обставинах.

Репертуар – п'єси, що йдуть у театрі в певний проміжок часу.

Репетиція – багаторазове повторення, попереднє виконання спектаклю або його частини.

Репліка – фраза діючої особи, слідом за яким вступає інша діюча особа або відбувається яка-небудь сценічна дія.

Реприза – словесний або пантомімічний комічний номер, жарт, анекдот, гумористичний клоунадний трюк у цирку й на естраді.

Репродуктивний потенціал дозвілля – репродуктивна практика, тісно пов'язана з творчою (самодіяльність, аматорське мистецтво тощо).

Ринок розважальних послуг – механізм реалізації відносин, що виникають між виробниками та споживачами щодо купівлі-продажу розважального продукту (послуги або комплексу послуг, що генерують підприємства розважальної індустрії).

Рольова гра – засіб навчання або моделювання різних ситуацій.

С

Самооцінка – елемент самосвідомості, що характеризується емоційно насиченими оцінками самого себе як особи, власних здібностей, етичних якостей і вчинків; важливий регулятор поведінки.

Світогляд – сукупність переконань, оцінок, поглядів та принципів, які визначають найзагальніше бачення та розуміння світу і місце особистості у ньому, а також її життєві позиції, програми поведінки та діяльності.

Сімейна гра (family game) – гра для всієї родини, у яку можна зіграти і з дітьми, й із представниками старшого покоління. Характеризуються нескладними правилами, практично повною відсутністю конфліктів між гравцями, недовгими (у межах однієї години) партіями, а також неможливістю «знищити» і зовсім виключити із гри когось із гравців.

Ситуативна мова – непередбачена, обумовлена не стільки цілями комунікації, скільки самою ситуацією.

Скансен – музей просто неба, музей-село.

Скетч – коротка комедійна п'єса для двох виконавців.

Скоморохи – професійні мандрівні співці й актори (лицедії), учасники свят, обрядів, ігор.

Сленг – сукупність слів і виражень певних вікових або соціальних груп.

Спогад – спосіб побудови вечорів зустрічей на основі спогадів учасників вечора.

Стилізація – наслідування зовнішнім формам якого-небудь стилю: народно-поетичному, властивого класицизму й т.п.

Стратегія гри (strategy game) – загальний план гравця, пов'язаний з виконанням масштабних завдань за відносно тривалий період. Зазвичай це лінія поведінки гравця протягом всієї партії. Стратегіями також називають ігри, у яких потрібно що-небудь будувати (економічна стратегія) або дуже масштабно воювати з можливістю «будівництва» нових військ (військова стратегія).

Суха гра (dry game) – гра, у якій механіка дуже сильно превалює над тематикою, через що в гравця виникає відчуття, що він не в гру грає, а виконує ряд механічних операцій. Іншими словами – це гра, у якій за ігровими діями «губиться» ігровий процес.

Сценарій гри (scenario) – опис розміщення ігрових компонентів, що включає ігровий ландшафт, стартові позиції юнитів, опис умов перемоги, іноді – додаткові ігрові правила. Найчастіше сценарії зустрічаються у військових іграх, де кожний сценарій дозволяє розіграти той або інший бій. Велика кількість сценаріїв, як правило, підвищує реіграбельність гри.

Сценографія – галузь образотворчого мистецтва, завдання якої – оформлення простору сцени і надання візуальної оправи театральній виставі за допомогою пластично-малярських засобів та світлових ефектів.

Сюжет – подія або система подій, у яких розкриваються характери, що розв'язують суперечності між ними; сукупність подій, дій, що визначають характер зображуваного.

Т

Твір театрального мистецтва – спектакль, що створюється на основі драматичного або музичного сценічного твору відповідно до задуму режисера. Рід

мистецтва слова, художнє відбиття явищ життя через драматичну дію в постановці п'єс.

Творчість – творення, вищий рівень майстерності в тій або іншій сфері діяльності (оратора, лектора, письменника, поета, співака, художника, танцюриста та ін.).

Творчий звіт – вечір, присвячений діяльності передовиків виробництва, винахідників, новаторів, раціоналізаторів, що народжують щось якісно нове, що відрізняється неповторністю, оригінальністю, унікальністю. Творчий звіт припускає зустріч однодумців, людей, захоплених вирішенням однієї проблеми.

Театр – місце для масових видовищ, специфічним засобом яких є сценічна дія, що виникає в процесі гри актора.

Тематичний вечір – заснований на концертній тематиці, учасниками якого часто є вокальні й вокально-інструментальні ансамблі; для оформлення застосовуються технічні засоби (світлові, піротехнічні ефекти, проекційні системи, телеекрани).

Тематика гри (*game theme*) – тема гри, тобто те, що покладено в її основу. Ігри, у яких яскраво простежується зв'язок із темою, називають *тематичними*. Ігри, у яких тематика пророблена погано або відсутня, називають *абстрактними*. Тематичні ігри частіше зустрічаються серед представників амерітреша.

Тематичні парки – розважальні центри, що становлять справжню індустрію відпочинку і розваг із власною складною інфраструктурою, призначеною для розміщення, харчування, навчання. Головна риса тематичних парків, поряд із цікавими і захоплюючими атракціонами, – саме дійство, яке розгортається навколо відвідувачів. Такі парки найбільшою популярністю користуються у дорослих, особливо іноземних туристів, любителів сімейного відпочинку, молодят та невеликих молодіжних груп.

Тембр голосу – специфічне його забарвлення, створюване обертонами, що супроводжують основний звуковий тон; відбиває емоції.

Темп мови – її швидкість; кількість звуків, складів, слів в одиницю часу.

Техніка мови – сукупність умінь і навичок усного мовлення; володіння прийомами побудови мови й вибору засобів мови.

Трагедія – драматичний твір, який ґрунтується на гострому, непримиренному конфлікті особистості, що прагне максимально втілити свій творчий потенціал.

Тріумф – урочистий вступ у столицю полководця-головнокомандуючого та його армії після переможного закінчення війни.

Трубадури – середньовічні (XI–XIII ст.) провансальські поети-барди, автори і виконавці пісень.

Туристська анімація – туристська послуга, при наданні якої туриста залучають до активних дій. Цей різновид туристської діяльності проводиться за критеріями заздалегідь складеної анімаційної програми.

У

Уособлення – спосіб наділення неживих предметів ознаками й властивостями людини. Використовують для опису явищ природи, речей, що оточують людину.

Уява – здатність людини створювати подумки нові образи, картини, сюжети: є основою фантазії, мрії, творчості.

Ф

Фабула – фактичний бік оповідання, події, випадки, дії, стану в їх причинно-наслідковій, хронологічній послідовності.

Фантазія – музична п'єса довільної форми, створюється на теми з опер, балетів, на мелодії народних і сучасних пісень.

Фарс – жанр, побудований на застосуванні комедійно-сатиричних прийомів легкого змісту. Використовують літературні композиції, народні пісні комічної спрямованості.

Фейлетон – художньо-публіцистичний газетно-журнальний жанр, основна особливість якого полягає у гостро критичному ставленні до описуваного явища. У фейлетонах використовують елементи сатири й гумору. Жанр застосовують в проведенні «усних журналів».

Фішка (rawn) – ігровий елемент, що представляє одного з ігрових персонажів або одиницю ігрового ресурсу. Зазвичай виконується з дерева або пластику. Як альтернативу фішкам персонажів іноді використовують мініатюрки, а замість фішок можуть використовуватися картки.

Фойє – приміщення в театрі, що є місцем відпочинку для глядачів під час антракту.

Фольклор – добуток й навички народної творчості, які безпосередньо передаються з покоління в покоління.

Х

Хронологія – драматургічний прийом послідовного викладу історичних подій у часі.

Художня мова – поетична, образна, виразна; вищий зразок для вивчення й наслідування.

Ц

Церемонія – культовий / державний / акт, який проводиться в строгому порядку / церемоніалі.

Ш

Шарж – гумористичне зображення, у якому з дотриманням подібності карикатурно змінені характерні риси людини, явища, дії. Жанр використовують у підготовці гумористичних вечорів відпочинку.

Шоу-музеї – музеї з анімаційно організованою експозицією, у яких представлені живі персонажі експонованої епохи.

Штанкет – металева труба на тросах, до якої кріпляться лаштунки, деталі декорацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ільтьо Т. І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському та світовому ринках [Електронний ресурс] / Т. І. Ільтьо. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/35.pdf>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
2. Петрова І. В. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник / І. В. Петрова. – Київ : Кондор, 2005. – 408 с.
3. Килимистий С. М. Сутність анімації в туризмі як культурної практики [Електронний ресурс] / С. М. Килимистий. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Pk1/2009_25/Kylymystyj_S.M.pdf, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
4. Єрошенков І. Н. Культурно-дозвілєва діяльність в сучасних умовах / І. Н. Єрошенков. – М. : НГІК, 1994. – 69 с.
5. Організація готельного господарства : навч. посібник / [Головко О. М. та ін.]. – Київ : Кондор, 2011. – 410 с.
6. Петрова І. В. Історія дозвілля : проблеми періодизації [Електронний ресурс] / І. В. Петрова. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vdakk/2009_4/9.pdf, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
7. Федотова Ю. В. Анімаційна діяльність : сутність, особливості та соціально-економічна ефективність / Ю. В. Федотова, О. М. Кравець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – № 11. – С. 530–534.
8. Гаранин Н. И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации : учеб. пособие / Н. И. Гаранин, И. Н. Булыгина. – М. : Советский спорт, 2004. – 128 с.
9. Байлик С. І. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посібник / С. І. Байлик, О. М. Кравець. – Харків : ХНАМГ, 2008. – 197 с.
10. Стальная В. А. Вопросы классификации в индустрии развлечений [Электронный ресурс] / В. А. Стальная. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/practical/2008-09/04.shtml>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
11. Журавлева М. М. Анимация в рекреации туристкой деятельности : курс лекций / М. М. Журавлева. – Иркутск : ООО «Мегапринт», 2011. – 135 с.
12. Власова Т. И. Анимационный менеджмент в туризме : учеб. пособие / Т. И. Власова, А. П. Шарухин, Н. И. Панов. – М. : Издательский центр «Академия», 2010. – 320 с.
13. Приезжева Е. М. Социально-культурная анимация в туризме : учебно-метод. пособие / Е. М. Приезжева. – М. : РИБ «Турист», 2003. – 120 с.
14. Петрова И. В. Состояние и перспективы подготовки специалистов досуговой сферы в зарубежных странах [Электронный ресурс] / И. В. Петрова. – Режим доступа : http://www.knukim.edu.ua/conferences_2004_proceedings_petrova.htm, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.

15. Віндюк А. В. Роль дисципліни «Організація спортивної анімації» у професійній підготовці майбутніх спеціалістів готельно-курортної справи / А. В. Віндюк // Вісник ЛНУ ім. Т. Г. Шевченка : Педагогічні науки. – 2009. – №10 (173). – С. 5–9.
16. Гарбар Г. А. Підготовка фахівців сфери туризму в ВНЗ України [Електронний ресурс] / Г. А. Гарбар. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/garbar2.htm, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
17. Ветитнев А. М. Курортное дело : учеб. пособие / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. – М. : КНОРУС, 2006. – 528 с.
18. Андренко І. Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства : підручник / І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. – 431 с.
19. Ассесмент: пошаговая процедура и примеры заданий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.hr-portal.ru/article/assessment-poshagovaya-procedura-i-primery-zadaniy>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
20. Как измерить компетенцию. О методе оценки персонала «ассесмент-центр» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.management.com.ua/hrm/hrm057.html>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
21. Кравець О. М. Оцінка ефективності менеджменту готельної анімації / О. М. Кравець // Економіка та менеджмент : стратегічні імперативи, аналіз тенденцій та перспективи розвитку : зб. мат. Міжнародної науково-практичної конференції, 5 грудня 2014 року, м. Херсон / Міжнародний університет бізнесу і права. – Херсон : Тімекс, 2014. – С. 118–121.
22. Гаранина Е. Н. Пример методики проектного обоснования анимационной программы для гостиницы [Электронный ресурс] / Е. Н. Гаранина, Н. И. Гаранин, И. И. Булыгина. – Режим доступа : <http://accord-personal.ru/stati/primer-metodiki-proektnogo-obosnovaniya-animatsionnoj-programmy-dlya-gostinitsy>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
23. Jakovlev, Z, Koteski C, Bardarova S, Kitanov V, Angelkova T. Financing effects and animation in tourism [Electronic resource]. – Regime of access : http://scholar.ugd.edu.mk/geografija/files/efekti_i_finansiranje_na_animacijata_vo_turizmot_an_gliska_verzija.pdf, free. – (date of appeal: 07.05.2017). – Screen name.
24. НПАОП 92.7-1.01-06 «Правила будови і безпечної експлуатації атракціонної техніки», чинний від 01.03.2006 №110 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0405-06>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
25. Стафійчук В. І. Рекреалогія : навч. посібник / В. І. Стафійчук. – Київ : Альтерпрес, 2006. – 264 с.
26. Кайдалова Л. Г. Психологія спілкування : навч. посібник / Л. Г. Кайдалова, Л. В. Пляка. – Харків : НФаУ, 2011. – 132 с.

27. Плотникова В. С. Роль анимационной деятельности в формировании здорового образа жизни подростков и молодежи / В. С. Плотникова // Здоровье в школы! – Петрозаводск : КГПА, 2010. – С. 222–227.
28. Мистецтво – музика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://7promeniv.com.ua/muzyka.html>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
29. Килимистий С. М. Анімація в туризмі : навч. посібник / С. М. Килимистий. – Київ : Вид-во ФПУ, 2007. – 188 с.
1. Чорнобай І. Становлення сучасного хореографічного мистецтва [Електронний ресурс] / І. Чорнобай, Т. Кобринчук. – Режим доступу : <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/2731>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
30. Аванесова Г. А. Культурно-досуговая деятельность : Теория и практика организации : учеб. пособие / Г. А. Аванесова. – М. : Аспект Пресс, 2006. – 236 с.
31. История и теория массовых праздников : уч. пособие / Н. М. Андрейчук. – Барнаул : АлтГАКИ, 2005. – 64 с.
32. Орлов О. Л. Праздничная культура России / О. Л. Орлов ; Санкт-Петербургский гос. ун-т культуры и искусств. – СПб , 2001. – 160 с.
33. Орлов О. Л. Российский праздник как историко-культурный феномен / О. Л. Орлов ; Санкт-Петербургский гос. ун-т культуры и искусств. – СПб : Нестор, 2001. – 166 с.
34. Мазаев А. И. Праздник как социально-художественное явление : монография / А. И. Мазаев. – М. : Наука, 1978. – С. 11.
35. Дистанційний курс «Організація анімаційних послуг в туризмі» [Електронний ресурс] / О. М. Кравець. – Режим доступу : <http://cdo.kname.edu.ua/course/view.php?id=874>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
36. Бенифанд А. В. Праздник : сущность, история, современность / А. В. Бенифанд. – Красноярск : Изд-во Красноярского ун-та, 2006. – С. 34.
37. Классификация праздников [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://litterref.ru/polatybewotrnaotr.html>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
38. Пядушкина И. И. Анимация в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие / И. И. Пядушкина. – Иркутск : Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2011. – 192 с.
39. Килимистий С. М. Карнавал як складова туристичної анімації // Туристично-краєзнавчі дослідження : зб. наук. статей. – Київ : Вид-во ФПУ, 2005. – Вип. 6. – 473 с.
40. Асоціація Європейських Карнавальних Міст [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.carnivalcities.com/>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
41. 7 лучших карнавалов мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://feelgood.ua/obraz-zhizni/7-luchshih-karnavalov-mira-feelgood/>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.

42. История event-бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eventum-premo.ru/istoria-event-biznesa>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
43. Goldblatt Joe. Special Events: Event Leadership for a New World / Joe Goldblatt. – New York : John Wiley and Sons, Ltd, 2004. – 528 p. – ISBN 0471450375.
44. Шумович А. В. Великолепные мероприятия : Технология и практика event-management / А. В. Шумович. – 3-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с. – ISBN 978-5-902862-91-8.
45. Алексеева О. В. Событийный туризм и ивент-менеджмент / О. В. Алексеева. – М. : Российское предпринимательство. – 2011. – № 6, вып. 2 (186). – С. 167–172.
46. UNWTO Tourism Highlights 2014 [Electronic resource]. – Regime of access : http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2014_06.pdf, free. – (date of appeal: 09.01.2017). – Screen name.
47. Темный Ю. В. Экономика туризма : учебник / Ю. В. Темный, Л. Р. Темная. – М. : Советский спорт, 2003. – 416 с.
48. Ефремова М. В. Основы технологии туристского бизнеса : учеб. пособие / М. А. Ефремова. – М. : Ось-89, 1999. – 192 с.
49. Подієвий туризм в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrtourism.com/travel_in_ua/1-9-2008_12-48_52_1.html, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
50. Папирян Г. А. Маркетинг в туризмі / Г. А. Папирян. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 160 с.
51. Карпова Г. А. Экономика современного туризма / Г. А. Карпова. – М. – СПб. : ИТД «Герда», 2001. – 412 с.
52. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма : учеб. пособие для вузов / Н. И. Кабушкин. – Минск : 1999. – 232 с.
53. Довгопола И. Новая профессия : ивент-менеджер [Электронный ресурс] / И. Довгопола. – Режим доступа : <http://hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=1393>, свободный. – (дата обращения: 09.01.2017). – Заголовок с экрана.
54. Дистанційний курс «Івент-технології» [Електронний ресурс] / О. М. Радіонова. – Режим доступу : <http://cdo.kname.edu.ua/course/view.php?id=928>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
55. Грепан Т. С. Роль анімації на фестивалях та карнавалах [Електронний ресурс] / Т. С. Грепан. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/525/1/>.
56. Корпоративные мероприятия, как особая форма корпоративной культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.2006.somar.ru/files/fa/56/Pr_Expert_Rostov.pdf, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
57. Лемер С. Искусство организации мероприятий : стоит только начать! / С. Лемер. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 288 с.

58. Гончарук П. А. К вопросу о классификации мероприятий event-management [Электронный ресурс] / П. А. Гончарук, Е. С. Ковалева. – Режим доступа : <http://www.scienceforum.ru/2015/pdf/14656.pdf>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
59. Качура Е. С. Общетеоретические аспекты Event-маркетинга [Электронный ресурс] / Е. С. Качура. – Режим доступа : <http://vestnik.samgtu.ru/uploads/series/1/25/284/2014-2-12-0007.pdf>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
60. Кули К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой : Подробное руководство по устройению успешных корпоративных мероприятий. – Ростов на/Д : Феникс, 2006. – 256 с.
61. Корпоративные мероприятия, как особая форма корпоративной культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.2006.somar.ru/files/fa/56/Pr_Expert_Rostov.pdf, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
62. Хвостенко Т. Корпоративне свято [Електронний ресурс] / Т. Хвостенко. – Режим доступу : <http://business-territory.com/articles/korporativne-svyato>, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.
63. Виды корпоративных праздников [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.corplife.ru/kind.php>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
64. Методичні вказівки до виконання розрахунково-графічної роботи з дисципліни «Івент-технології» (для студентів 2-го курсу денної та заочної форм навчання напрямів підготовки 6.140101 – Готельно-ресторанна справа, 6.140103 – Туризм) / Харків. нац. ун-т. міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. : О. М. Радіонова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 12 с.
65. Электронный журнал «event.ru» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://event.ru/magazine/>, свободный. – (дата обращения: 07.05.2017). – Заголовок с экрана.
66. Ивент-маркетинг : теория и практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://eventmarket.ru/>, свободный. – (дата обращения: 09.01.2017). – Заголовок с экрана.
67. Українські народні дитячі ігри [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://abetka.ukrlife.org/g_entre.htm, вільний. – (дата звернення: 07.05.2017). – Назва з екрана.

Навчальне видання

КРАВЕЦЬ Ольга Миколаївна,
БАЙЛИК Станіслав Іванович

ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Видання 2-ге, перероблене і доповнене

Відповідальний за випуск *І. М. Писаревський*

Редактор *О. В. Михаленко*

Комп'ютерне верстання *І. В. Волосожарової*

Дизайн обкладинки *Т. А. Лазуренко*

Підп. до друку 29.06.2016 р.
Друк на ризографі
Зам. №

Формат 60×84/16
Ум. друк. арк. 13,5
Тираж 300 пр.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002
Електронна адреса: rectorat@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 5328 від 11.04.2017 р.