

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

В. Ю. Світлична

ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної
форм навчання зі спеціальностей 241 – Готельно-ресторанна справа,
242 – Туризм і рекреація)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2025

Світлична В. Ю. Організація анімаційних послуг : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання зі спеціальностей 241 – Готельно-ресторанна справа, 242 – Туризм і рекреація / В. Ю. Світлична ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2025. – 136 с.

Автор

канд. економ. наук, доц. В. Ю. Світлична

Рецензент

Л. В. Оболенцева, доктор економічних наук, професор кафедри туризму і готельного господарства Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства, протокол № 12 від 14 січня 2025 р.

© В. Ю. Світлична, 2025

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ.....	7
1.1 Суть анімації у сфері гостинності та туризму. Передумови виникнення туристичної анімації.....	7
1.2 Організація вільного часу як складова суспільного життя від давнини до сучасності.....	11
1.3 Суть, основні типи та функції анімаційної діяльності.....	18
2 ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ.....	25
2.1 Організаційні засади діяльності готельної анімації.	25
2.2 Матеріально-технічне забезпечення анімаційної діяльності	31
2.3 Методичні засади комплектування персоналу анімаційного підрозділу	35
2.4 Вербальні та невербальні форми комунікативної взаємодії в анімаційній практиці	43
3 АДАПТАЦІЯ ЗМІСТУ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ ВІДПОВІДНО ДО СПЕЦИФІКИ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ.....	49
3.1 Особливості аудиторії анімаційних програм залежно від віку та ставлення до дозвілля. Формування і реалізація моделей сімейного дозвілля.....	49
3.2 Застосування анімаційних технологій у практиці корпоративного відпочинку.....	57
3.3 Організація анімаційного супроводу круїзних перевезень.....	62

4 ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ.....	66
4.1 Підхід до створення та структурування анімаційних програм.....	66
4.2 Сценарій як ключовий елемент драматургії в анімаційній діяльності..	71
4.3 Використання засобів сценарної майстерності в анімаційних програмах і типологічних моделях сюжетної побудови.....	75
5 ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ АНІМАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ.....	81
5.1 Система анімаційного менеджменту в готельному господарстві: трактування суті, завдань, функцій та особливостей реалізації.....	81
5.2 Забезпечення ефективності анімаційної діяльності.....	85
5.3 Етика анімаційного менеджменту.....	87
6 ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ІГРОВИХ ТА СПОРТИВНИХ ФОРМ АНІМАЦІЇ.....	91
6.1 Використання потенціалу гри в процесі створення та реалізації анімаційних програм.....	91
6.2 Технічне забезпечення ігрової програми як об'єкт оцінювання в анімаційній діяльності.....	93
6.3 Рухливі ігри як засіб активізації учасників у структурі анімаційних заходів.....	96
6.4 Структурно-функціональна модель організації спортивно-анімаційної активності.....	99
7 ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ МУЗИЧНИХ, ТАНЦЮВАЛЬНИХ І ШОУ-ПРОГРАМ У СТРУКТУРІ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	105
7.1 Врахування емоційного впливу музики під час підготовки та реалізації анімаційних програм.....	105
7.2 Формати анімаційних заходів музичного спрямування.....	110
7.3 Різновиди і форми театралізації анімаційних шоу.....	113

8 ФУНКЦІОНАЛЬНА РОЛЬ СВЯТКОВИХ І КАРНАВАЛЬНИХ ПОДІЙ У ФОРМУВАННІ КОМПЛЕКСНИХ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ.....	118
8.1 Свято як системоутворювальний чинник формування анімаційної активності: типологічна характеристика.....	118
8.2 Характеристика святкових форм анімації та організаційно-методичні підходи до їх реалізації.....	122
8.3 Роль карнавальної анімації в організації свят.....	127
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	133

ВСТУП

Анімаційна діяльність є інструментом підвищення привабливості туристичних об'єктів та готельних комплексів. Вона відіграє вирішальну роль у створенні особливої атмосфери та незабутнього досвіду для гостей. Якісна анімація подовжує сезонність роботи закладів, залучаючи клієнтів поза традиційними піковими періодами. Анімація – невіддільна складова концепції сімейного, молодіжного та тематичного відпочинку особливо у сфері гостинності. Аніматори є «обличчям» готелю чи курорту, безпосередньо взаємодіючи з клієнтами та впливаючи на їхні враження.

Актуальність вивчення анімаційних послуг здобувачами спеціальностей «Готельно-ресторанна справа і кейтеринг», «Туризм і рекреація» в умовах сучасної конкуренції беззаперечна. Навчання анімаційної діяльності надає здобувачам унікальну конкурентну перевагу на ринку праці. Освоєння навичок розробки та проведення анімаційних програм є ключовим елементом підготовки висококваліфікованих фахівців індустрії гостинності. Анімаційні послуги розглядаються як важливий фактор формування лояльності клієнтів і підвищення їхнього задоволення від перебування. Здобувачі, які вивчають анімацію, отримують знання про психологію груп, управління дозвіллям та міжкультурну комунікацію. Вивчення анімації розвиває у здобувачів креативність, імпровізацію та навички публічних виступів. Це дає змогу майбутнім менеджерам краще зрозуміти потреби різних цільових груп відпочивальників. Здатність організовувати дозвілля є важливою компетенцією не лише для аніматорів, але й для адміністраторів та менеджерів. Компетентність у сфері анімаційних послуг – одна з найбільш затребуваних у глобальній індустрії гостинності та туризму.

Дисципліна «Організація анімаційних послуг» метою вивчення ставить набуття майбутніми фахівцями теоретичних знань і практичних навичок необхідних для організації дозвілля та розробки анімаційних програм у сфері гостинності.

Матеріал конспекту лекцій збагачено ілюстраціями, таблицями та завданнями, що допомагають сприйняттю та засвоєнню матеріалу, а також відповідають сучасним освітнім вимогам.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ТУРИЗМІ

1.1 Суть анімації у сфері гостинності та туризму.

Передумови виникнення туристичної анімації

Дозвілля є важливою складовою соціального й культурного життя людини, що сприяє її всебічному розвитку та емоційному благополуччю. Воно виконує низку ключових функцій, зокрема сприяє зняттю психологічного напруження, стабілізації психоемоційного стану, відновленню життєвих сил, а також забезпечує профілактику соціальних конфліктів. У межах дозвілєвої діяльності реалізується потреба особистості в спілкуванні, творчості, самовираженні, культурному збагаченні, фізичній активності та соціальній інтеграції. Особливу цінність дозвілля має для зміцнення міжпоколінних зв'язків, формування спільних цінностей і передавання культурних традицій.

Серед сучасних форм організації дозвілля дедалі більшого значення набуває анімація, яка розглядається як новий, динамічний і ще недостатньо досліджений вид дозвілєвої діяльності. Вона зорієнтована на активну частину населення, яка прагне змістовного, якісного та емоційно насиченого відпочинку. Туристична та готельна анімація передбачає участь у спеціально організованих програмах, що поєднують елементи гри, мистецтва, спорту, культури та комунікації. Такий вид дозвілля не лише задовольняє індивідуальні потреби, а й сприяє формуванню позитивного соціального середовища, підвищенню рівня задоволеності послугами сфери гостинності, а в ширшому сенсі – зміцненню соціальної згуртованості.

Анімаційна діяльність як складова сучасного дозвілля виступає важливим засобом соціалізації, культурної взаємодії та психоемоційної регуляції, що обумовлює її актуальність у контексті гуманітарних, туристичних і соціокультурних досліджень.

Анімація у вузькому розумінні трактується як діяльність,, спрямована на створення, реалізацію та управління спеціальними дозвіллевіми програмами для різних вікових і соціальних груп, насамперед у межах підприємств індустрії гостинності – готелів, курортів, круїзних лайнерів тощо. У **широкому контексті** вона становить засіб соціокультурної комунікації та інструмент формування соціальної гармонії через задоволення базових та вищих потреб людини.

Етимологічно поняття «анімація» походить від латинських слів «*anima*» – «душа», «подих», а також «*animatus*» – «натхнений», що вказує на її глибинний зміст – активізацію життєвих сил індивіда, стимулювання його до емоційної та соціальної взаємодії, творчості, відновлення психофізичних ресурсів. Саме через ці механізми анімація сприяє зниженню соціальної напруженості, попередженню конфліктів та зміцненню соціальної згуртованості. Спочатку термін «анімація» вживався для позначення діяльності, спрямованої на активізацію інтересу до художньої творчості та культури загалом. Згодом це поняття почало асоціюватися з процесом створення анімаційних фільмів. Лише наприкінці ХХ століття анімація набуває статусу окремого виду соціокультурної діяльності, інтегруючись у сферу організації дозвілля та рекреаційної практики.

Сучасні соціальні трансформації, обумовлені процесами індустріалізації та урбанізації, спричинили численні деструктивні ефекти: зростання психоемоційного напруження, фізичної втоми, соціальної ізоляції, дефіцит часу для творчості та міжособистісної комунікації. Урбаністичне середовище зазвичай позбавлене емоційного тепла, а міжлюдські контакти набувають анонімного, поверхневого характеру. У відповідь на ці виклики зростає потреба форм діяльності, які забезпечують емоційне розвантаження, розвиток соціальної взаємодії, підтримку ментального здоров'я. Саме у цьому контексті туристична анімація становить своєрідну соціокультурну терапію, спрямовану на подолання наслідків індустріального та урбаністичного способу життя.

Аніматор – це фахівець із глибоким розумінням психологічних, соціальних та культурних потреб людини, який організовує та реалізує програми дозвілля, зорієнтовані на індивідуальні та колективні запити аудиторії. Його діяльність сприяє не лише якісному відпочинку, а й інтеграції особистості в культурний простір, формуванню ціннісних орієнтирів, підтримці емоційного добробуту.

Основною метою анімації є не лише наповнення дозвілля цікавим змістом, а й створення умов для повноцінної рекреації, культурного збагачення, формування позитивного емоційного фону, задоволення потреб у спілкуванні, самовираженні та соціальній підтримці. Вона передбачає добровільну участь, свободу вибору, активність та ініціативність, віддзеркалюючи гуманістичні та культурологічні підходи до організації вільного часу.

Зміст анімаційної діяльності тісно пов'язаний із національними, релігійними, етнічними й регіональними традиціями, що зумовлює її різноманітність та гнучкість. Вона реалізується через такі форми, як пізнавальна, спортивна, оздоровча, творча, розважальна, що дозволяє ефективно задовольняти інтереси та потреби різних вікових категорій – дітей, молоді, дорослих.

Анімація виконує низку соціальних функцій: комунікативну (сприяючи розвитку контактів між учасниками); виховну (закладаючи позитивні соціокультурні орієнтири); оздоровчу (допомагаючи відновленню фізичних і психічних ресурсів); адаптивну (полегшуючи інтеграцію індивіда в нове середовище).

Попри наявність історично зумовленого зв'язку між розвагами та гостинністю, що простежується від найдавніших цивілізацій до сучасності, становлення туристичної анімації як окремого й повноцінного напрямку дозвілльової діяльності зумовлене передусім трансформаційними процесами в соціально-економічному житті, зокрема наслідками індустріалізації та урбанізації. Ці явища, хоч і стали рушіями технічного прогресу, спричинили

низку глобальних проблем, які безпосередньо вплинули на якість життя індивіда, його фізичне та психологічне благополуччя.

Індустріалізація, що супроводжувалася впровадженням машинного виробництва, автоматизацією праці та уніфікацією трудових процесів, сприяла формуванню одноманітного технократичного середовища, що, своєю чергою, викликало відчуження людини від творчості та самореалізації. Постійна експлуатація ресурсів призвела до поглиблення екологічної кризи, зростання рівня шумового, візуального та хімічного забруднення, що негативно впливає на психоемоційний стан людини. Монотонність і рутинність праці, брак часу та енергії для особистісного розвитку, хобі чи відновлення емоційного ресурсу стали типовими характеристиками життя сучасної людини. Водночас урбанізація спричинила зростання щільності міського населення, інтенсифікацію соціальних взаємодій, які, попри кількісне зростання, дедалі більше набувають поверхового, анонімного характеру. Соціально-психологічні наслідки урбанізації виявляються у вигляді посилення емоційного напруження, зростання рівня стресу, соціальної ізоляції та відчуження, що значно знижує якість життя і спричиняє потребу в компенсаторних механізмах.

У відповідь на ці виклики сучасне суспільство сформувало запит на альтернативні форми проведення вільного часу, що дозволяють не лише фізично відновитися, а й забезпечити психоемоційне розвантаження, самопізнання та інтеграцію в соціальне середовище. Це зумовило зростання популярності різноманітних туристичних послуг, серед яких особливе місце посідають форми активного та хобі-орієнтованого туризму, екологічні мандрівки, оздоровчі тури, культурно-пізнавальні й розважальні програми.

У цьому контексті туристична анімація постає як цілісна система організації дозвілля, яка виконує низку важливих функцій: забезпечення умов для гармонійного розвитку особистості, зниження рівня психоемоційного напруження, інтеграція індивіда у нові соціокультурні контексти. Анімаційна діяльність у формі продуманих рекреаційних і культурних програм спрямована не лише на відволікання від повсякденних проблем, а й на активізацію

внутрішніх ресурсів людини, задоволення її потреб у спілкуванні, пізнанні нового, емоційному оновленні.

Трансформація стилю життя, зумовлена індустріальними та урбаністичними процесами, призвела до переосмислення суті відпочинку як важливого елементу життєвого балансу. У зв'язку з цим відбулася еволюція туристичного продукту – від простого задоволення базових фізіологічних потреб (розміщення та харчування) до створення комплексного середовища для емоційної, соціальної, духовної та культурної реалізації особистості. Саме в цьому контексті з'явилося поняття **туристичної анімації** – інтегративного виду діяльності, спрямованого на задоволення анімаційних потреб туриста, які є віддзеркаленням його потреб у відпочинку нового типу – активному, змістовному, емоційно насиченому та соціально релевантному.

Розвиток анімації є логічною відповіддю на трансформацію потреб сучасної людини, спричинену зміною способу життя та праці. Якщо раніше головними складовими туристичного продукту були розміщення та харчування, то сьогодні невіддільною його частиною є програми емоційного, культурного та комунікативного супроводу. Туристична анімація, з одного боку, є засобом відновлення та задоволення індивідуальних потреб, а з іншого – інструментом суспільного балансу, що сприяє гармонізації соціальних відносин, зміцненню зв'язків поколінь та формуванню позитивного соціального капіталу.

1.2 Організація вільного часу як складова суспільного життя від давнини до сучасності

Туристична анімація, хоч і постала як окремий напрям лише у ХХ столітті, свої витоки має у глибоких історичних традиціях. Організовані в тій чи іншій формі розважальні практики для масової аудиторії існували ще в давнину, хоча й мали інші назви, змістові акценти та форми вираження.

Хронологічний огляд розвитку масових видовищних заходів варто розпочати зі **Стародавньої Греції**, де вже понад 30 століть тому було започатковано традиції масштабних святкових дійств. Ці заходи вирізнялися

високим рівнем організації, видовищністю, театралізованістю та широким залученням населення. Центральне місце у святковому календарі посідали Діонісії – свята на честь бога Діоніса, який символізував не лише вино й родючість, а й веселощі, свободу творчості та театральне мистецтво.

До системи святкування входили чотири основні Діонісії:

- малі (сільські) Діонісії (грудень – січень) – супроводжувалися народними процесіями, співами, танцями, жартами, перевдяганнями та карнавальними дійствами, пов’язаними з першою дегустацією молодого вина;
- ленеї (січень – лютий) – мали на меті розвиток театального мистецтва через змагання драматургів, що ставали частиною народної розваги;
- анфестерії (лютий – березень) – триденне свято, що включало дитячі подарунки, міфологічні маскаради та день поминання померлих;
- великі (міські) Діонісії (березень – квітень) – найважливіше свято весни та родючості, у рамках якого організовували урочисті процесії та багатоденні театральні вистави, що стали класикою античної драми.

Окрім Діонісій, значне культурне та суспільне значення мали Олімпійські ігри, що проводилися кожні чотири роки в Олімпії на честь верховного бога Зевса. Ці події поєднували спортивні змагання з елементами культурного дозвілля – виступами співаків, музикантів, артистів – та слугували не лише формою фізичного розвитку, а й засобом культурного єднання. Початок офіційної хронології ігор датується 776 р. до н.е., хоча археологічні й міфологічні свідчення вказують на їхнє існування і в більш ранні періоди. Під час ігор проголошувалося «священне перемир’я», що забезпечувало безпечну участь представників усіх грецьких полісів.

У період **Стародавнього Риму** поряд із культурно-релігійним туризмом та участю в значущих святкових і спортивних подіях формувалася традиція подорожей з розважальною метою. Водночас активно розвивалися масові видовищні заходи, які поступово набували архітектурного оформлення у вигляді спеціалізованих споруд – амфітеатрів і театрів під відкритим небом.

Оголошення про гладіаторські бої або цькування диких звірів ставали приводом для масових зібрань жителів із різних регіонів Римської імперії, що засвідчує значну популярність подібних заходів як форм соціального дозвілля.

Періодично, кожні п'ять років, організовувалися ігри, за зразком грецьких Олімпійських ігор, які поєднували спортивні, театралізовані та релігійні елементи. Особливою формою святкових дійств були тріумфи – урочисті церемонії на честь військових перемог, що мали на меті возвеличення державної могутності, сили Римської республіки та доблесті її легіонів. Вони вирізнялися масштабністю й театралізованістю, утверджуючи ідеологічні цінності імперії.

У **середньовічний період** центральна площа міста відігравала ключову роль як осередок адміністративного, релігійного та соціального життя. У дні проведення ярмарків площа перетворювалася на багатолюдний простір для комунікації, торгівлі та розваг, що сприяло виникненню елементів професійної анімаційної діяльності у формі вуличного театру, акробатичних номерів, сатиричних пісень і танцювальних виступів.

Жонглери, акробати, мандрівні актори стали попередниками виконавців видовищного мистецтва, зокрема карнавальних дійств, які поступово трансформувалися у складну форму народного театралізованого святкування. Саме в межах карнавальних ігор почали формуватися численні жанри театрального мистецтва, що поєднували фольклорні традиції, сатиричне відображення соціальної дійсності та театралізовану експресію.

Карнавал, що має свої витоки в обрядових фольклорних ігрищах, набув особливого розвитку у Венеції, яка вважається його історичною батьківщиною. Перші достовірні свідчення про проведення міських свят датуються IX–X століттями. У період XIV–XV століть, за спостереженнями дослідника середньовічної культури В. П. Даркевича, карнавали набули особливої популярності та масштабності, збираючи велику кількість учасників і глядачів.

Своєрідним жанровим виявом релігійного театру стала містерія – масове багатоденне дійство з участю аматорських виконавців, що відображало сакральні конфлікти, насамперед між добром і злом, Богом і дияволом.

У період **Відродження** народне святкування набуває естетичного та ідеологічного осмислення, перетворюючись на важливий елемент культурного життя. У XV столітті до складу карнавальних вистав входять нові образи – мім, зазивала, жонглер, буфон, зокрема останній виступає в ролі соціального критика, сатирично змальовуючи побутові явища. У XVI столітті виникає комедія дель арте – знакове явище театру епохи Відродження, яке синтезувало найкращі характеристики народної творчості: оптимізм, сатиру, спонтанність і народний дух.

Традиція театралізованих вистав просто неба, започаткована ще в античні часи, набула подальшого розвитку в Західній Європі. Зокрема, перші лондонські театри з'являються за межами міських стін у зв'язку із заборонаю муніципалітету на розташування розважальних закладів у межах міста. Ці театри, як правило, не мали дахів, і вистави відбувалися під відкритим небом незалежно від погодних умов.

Початкові форми дозвілля на **Русі** були тісно пов'язані з аграрним календарем і обрядовістю, що формувалися відповідно до циклу сільськогосподарських робіт. Культові свята, які відзначалися з нагоди ключових етапів хліборобської діяльності (зокрема, початок сівби та збирання врожаю), виконували не лише обрядову, а й соціально-комунікативну функцію. У зимовий період, коли робоче навантаження селян зменшувалося, з'являвся вільний час для організації розважальних заходів: вечірок, посиденьок, ігор на снігу, колядок тощо. Ці форми дозвілля слугували засобом підтримання соціальної згуртованості та передачі культурних традицій. Серед найяскравіших прикладів ранньослов'янських свят, які збереглися до нашого часу, варто виокремити Святки, Масляну, ніч на Івана Купала, що мають язичницьке походження.

З виникненням і зміцненням соціальної ієрархії, зокрема з виокремленням князівської знаті, дозвілля стало диференціюватися за соціальною ознакою. Представники верхівки суспільства започаткували нові форми дозвілля: урочисті бенкети, військові змагання, полювання на дичину та птахів. Однак попри зростання соціальної дистанції князі тривалий час продовжували брати участь у народних святкуваннях, демонструючи свою причетність до традиційної культури.

Значні трансформації у сфері дозвілля відбулися після прийняття християнства. Православна церква, ставши домінантною духовною інституцією, здійснювала системний вплив на культурне життя. Вона активно виступала проти язичницьких ігрищ, просуваючи концепт морально виваженого, «пристойного» дозвілля. Водночас, попри жорсткий опір, церкві не вдалося повністю викоринити народну святкову обрядовість. У результаті відбулася своєрідна інкорпорація язичницьких елементів у християнську традицію, що проявилось в адаптації свят до церковного календаря.

На відміну від еліти селянське дозвілля залишалося більш колективним і традиційним. Молодь брала участь у вечорницях, під час яких відбувалося активне соціальне спілкування, залицяння, танці, співи та ігри. Особливе місце у сільському дозвіллі займали календарно-обрядові свята, серед яких зберігали популярність Святки та Масляна. Найбільш насиченим за сценарієм та значущістю залишалося весілля, яке супроводжувалося великою кількістю ритуальних дійств: сватанням, дівич-вечором, викупом нареченої, традиційною лазнею тощо.

Початок XX століття ознаменувався зародженням нових, модернізованих форм дозвілля, які були зумовлені зміною соціально-економічних умов. Представники буржуазії, що формувалася в цей час, почали надавати перевагу закріпленню ділових контактів у неформальному середовищі – ресторанах, а також демонструвати соціальний статус через відвідування казино. Водночас починає активно розвиватися туризм як форма масового дозвілля.

У контексті соціокультурної політики анімаційна діяльність набуває характеру ідеологічного інструменту, спрямованого на формування колективної свідомості через масове мистецтво. Його витoki беруть початок у феномені агітаційного театру, який виник у постреволюційний період як художній вияв політичної трансформації суспільства. Саме в цьому типі театру – масовій, народно-героїчній виставі з чіткою ідеологічною спрямованістю та виразною художньою структурою – проявилися основні ознаки тогочасної анімаційної практики.

Агіттеатр як форма політизованого видовища був тісно пов'язаний із завданнями культурної революції, яку здійснювала радянська влада. Його функціонування на масових майданчиках міських просторів уособлювало ентузіазм народу-переможця, який активно долучався до процесу соціалістичного будівництва. В умовах цього ідеологічного піднесення у 1920-х роках активно розвивалася самодіяльна творчість, що отримала підтримку під гаслом «За мистецтво!» – закликом до мистецької мобілізації трудящих для реалізації класових цілей революції.

У цей період культурне дозвілля реалізовувалося у формах, що мали переважно пропагандистський характер: містерія-буф, мітинг-концерт, масові оглядові вистави, самодіяльні гуртки в робітничих клубах, агіттеатри тощо. Ці форми мали на меті не лише розважання, але й політичне виховання, формування соціалістичного світогляду громадян. Згодом традиції масових видовищ трансформувалися у нові жанрові варіації, такі як відкриті театралізовані постановки, спортивні свята, мітинги-вистави, ювілейні заходи та мистецькі фестивалі.

Розважальна сфера як специфічний напрям культурного життя почала формуватися в **Україні** лише у пострадянський період. За часів СРСР індустрія дозвілля розвивалася в межах системи культосвітніх установ, основними формами якої були клубна та паркова діяльність. Така модель базувалася на принципах плановості, обмеженого репертуару та нормативного естетичного регулювання.

На початку ХХІ століття спостерігається принциповий злам у підходах до організації дозвілля. Розвиток індустрії розваг в Україні характеризується високим рівнем інвестиційної привабливості, особливо в напрямі створення великих об'єктів з елементами відпочинку та рекреації, таких як аквапарки, торгово-розважальні центри та мультифункціональні комплекси. Причинно-наслідковий зв'язок між розвитком ринкових механізмів та активізацією інвестування в дозвілля є очевидним: комерціалізація культури та прагнення до задоволення зростаючих потреб споживачів стимулювали зростання відповідної інфраструктури. Першим етапом цього процесу стало створення аквапарків, яке розпочалося з південного регіону України, зокрема з Криму, де у 2001 році був збудований перший відкритий аквапарк «Голуба затока». Вже наступного року традицію підтримав Одеський регіон, відкривши критий водно-розважальний комплекс «Посейдон». Іншим важливим напрямом розвитку стало будівництво торгово-розважальних комплексів, у яких зона розваг поступово почала відігравати ключову роль. Хоча на початковому етапі лише 15–20 % площі таких об'єктів відводилося під дозвілля, з часом розважальна складова стала визначальним елементом комерційної привабливості. Типовими формами дозвілля в межах торгово-розважальних центрів стали багатозальні кінотеатри, боулінг-клуби, більйардні, тематичні ресторани, дитячі майданчики та інші концептуальні простори. В окремих випадках з'являлися й унікальні формати відпочинку, що відображали прагнення до інновацій та оригінальності у сфері розваг.

Отже, процес становлення національної індустрії розваг супроводжувався переорієнтацією суспільства на нові моделі дозвілля, які базувалися як на комерційних інтересах, так і на зростаючій потребі в якісному культурному відпочинку. Пріоритетними напрямками розвитку стали об'єкти водних розваг та багатофункціональні розважальні комплекси.

Аналіз історичного розвитку анімаційної діяльності як форми організації масових свят і видовищ свідчить про її значний адаптивний потенціал та життєздатність. Протягом століть анімаційний жанр постійно видозмінювався

відповідно до соціокультурного контексту, відображаючи домінантні ідеології, потреби та естетичні пріоритети свого часу. Його формотворче багатство пояснюється як гнучкістю структури, так і здатністю інтегрувати різноманітні види мистецтв – від театру до музики, від хореографії до візуального оформлення.

Таким чином, анімаційна діяльність постає не лише як форма розваги, але і як важливий соціокультурний феномен, здатний репрезентувати ідеї, світоглядні орієнтири та емоційний настрій певної історичної доби.

1.3 Суть, основні типи та функції анімаційної діяльності

Розрізнення понять «анімація», «рекреаційна анімація», «готельна анімація», «туристична анімація» обумовлене багатогранністю форм та програм анімаційної діяльності в контексті дозвілєвої індустрії.

Рекреаційна анімація становить специфічний вид діяльності, зорієнтований на відновлення фізичних і духовних сил людини, що здійснюється через організацію активного відпочинку. Програми, які реалізуються з рекреаційною метою, можуть бути запропоновані як туристичними підприємствами для їхніх гостей, так і дозвільними установами для місцевих мешканців. Складові рекреаційної анімації зображені на рисунку 1.1.

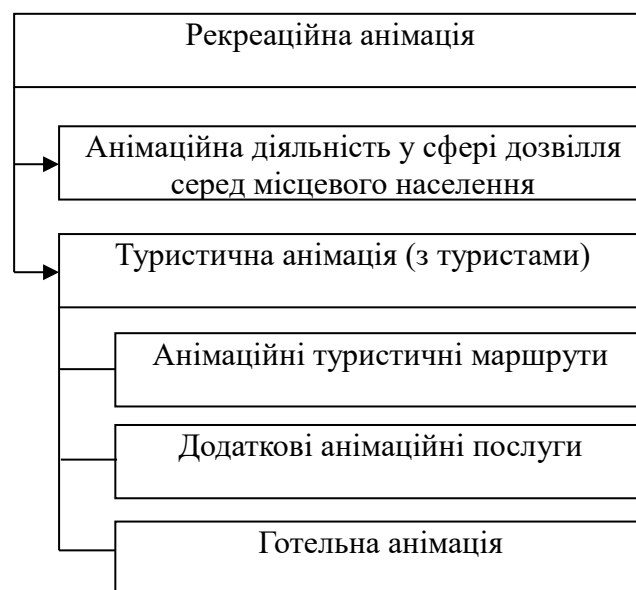


Рисунок 1.1 – Рекреаційна анімація та її складові елементи

Туристична анімація є важливою складовою туристичної діяльності, що здійснюється в межах туристичних підприємств, на транспортних засобах чи в місцях тимчасового перебування туристів. Вона забезпечує залучення гостей до участі у спеціально розроблених дозвіллевих програмах, що сприяють інтерактивному відпочинку та культурній взаємодії. Таким чином, **туристична анімація** може бути визначена як туристична послуга, в рамках якої туристи активно залучаються до заходів, що мають на меті розваги та відновлення сил. Основою туристичної анімації є безпосередній контакт аніматора з туристами, організація їх спільної участі в різноманітних розважальних програмах, розроблених туркомплексом. Це різновид діяльності, що здійснюється в межах туркомплексів, готелів, круїзних лайнерів і має на меті активізацію туристичного відпочинку за допомогою спеціалізованих програм дозвілля.

Туристична анімація є невіддільною складовою діяльності туристичного підприємства, що демонструє високий рівень професіоналізму і значущість у формуванні турпродукту. Як і будь-яка інша діяльність, анімація повинна бути чітко спланована, організаційно структурована та забезпечена необхідними ресурсами, включаючи матеріальні, фінансові та кадрові. Її кінцевою метою є забезпечення туриста позитивними емоціями, гарним настроєм та відновленням фізичних і моральних сил. Значення туристичної анімації полягає в підвищенні якості та різноманітності туристичного продукту, що сприяє зростанню попиту на нього та залученню постійних клієнтів. Окрім того, вона збільшує навантаження на матеріальну базу турпідприємства, що веде до підвищення ефективності її використання, а отже, до зростання доходності та рентабельності туристичної діяльності.

Туристична анімація класифікується на три основні типи, що визначаються їх значущістю, пріоритетністю та обсягом анімаційних програм у загальній структурі подорожі:

- **анімаційні туристичні маршрути.** Це спеціалізовані туристичні подорожі, спрямовані на реалізацію однієї анімаційної програми або на безперервний анімаційний процес, що реалізується через переміщення від

одного місця до іншого, де надаються різноманітні анімаційні послуги. Такі маршрути охоплюють різноманітні культурно-пізнавальні, тематичні, фольклорні, літературні, музичні, театральні, мистецтвознавчі, наукові, фестивальні, карнавальні та спортивні програми, що дозволяють створити цілісну туристичну пропозицію;

– **додаткові анімаційні послуги.** Ці програми виконують підтримувальну роль у процесі основних туристичних послуг, включених до туристичного пакету. Вони діють у контекстах, зумовлених такими обставинами, як переїзди, затримки в шляху, непогода чи відсутність снігового покриву на гірськолижних курортах. Метою цих програм є підтримка комфортного та різноманітного дозвілля туристів у міжсезоння або в моменти неактивності основних туристичних заходів;

– **готельна анімація.** Це комплексна послуга, яка базується на безпосередніх особистих контактах тураніматора з туристами та їх спільній участі в розважальних заходах. Готельна анімація є найбільш обмеженим з усіх трьох типів, оскільки зосереджена винятково на організації дозвілля в місцях проживання туристів, таких як туркомплекси, готелі та турбази. Вона включає організацію відпочинку та дозвілля безпосередньо в межах цих закладів, забезпечуючи туристам активне та різноманітне проведення часу під час їхнього перебування там. Готельна анімація є важливим елементом сучасної туристичної індустрії, оскільки безпосередньо впливає на рівень задоволеності гостей та загальну оцінку якості обслуговування. Вона виконує роль додаткової послуги, орієнтуючись на емоційне збагачення відпочиваючих, створення позитивних вражень та бажання повторного візиту. Це підвищує не лише індивідуальний досвід кожного туриста, а й сприяє формуванню іміджу самого готелю.

Згідно з дослідженнями потреб туристів потреба в розвагах займає третє місце після забезпечення якісного харчування та комфорту номерів. Саме тому анімаційна діяльність є важливою складовою частиною готельних послуг, що безпосередньо впливає на загальну структуру роботи готелю. Вона є частиною

окремої функціональної служби, яка тісно взаємодіє з іншими підрозділами готелю. Чітке та ефективне виконання анімаційних програм забезпечує не тільки позитивні емоції відпочиваючих, а й створює фундамент для формування лояльності клієнтів, що в довгостроковій перспективі може сприяти збільшенню частки постійних клієнтів, особливо в сімейних готелях.

Завдання анімаційної служби полягає у підтриманні постійного контакту з відпочиваючими, що безпосередньо впливає на формування загальної оцінки їхнього перебування в готелі. Ефективність цієї взаємодії є ключовим фактором у залученні туристів та створенні умов для формування постійного клієнтського сегмента. Готелі, зорієнтовані на збільшення відсотка лояльних гостей, зазвичай мають стабільний склад анімаційної команди, що дозволяє забезпечити високий рівень послуг.

Крім безпосередньої роботи з туристами, анімаційна команда може брати участь у рекламних заходах готелю, що включають створення рекламних роликів або оформлення туристичних буклетів. Іноді ця команда також залучається до проведення екскурсій або інших інформаційних заходів для представників туристичних фірм. Таким чином, анімація не лише сприяє позитивному відпочинку туристів, але і є важливим інструментом у просуванні готельних послуг.

Наявність анімаційної служби у готелі також є показником його статусу, оскільки для її ефективної роботи необхідно забезпечити відповідну матеріально-технічну базу. Це передбачає наявність комфортабельних амфітеатрів, спортивних споруд, дитячих майданчиків, а також регулярне оновлення інвентарю, костюмів і декорацій. Такий рівень інвестицій можливий лише для готелів високого класу, що дозволяє організувати анімаційну службу лише в структурах чотирьох- та п'ятизіркових готелів.

Зі зростанням конкуренції в туристичному секторі все більше готельних комплексів орієнтуються на підвищення рівня обслуговування за рахунок включення анімаційної служби до своєї структури. Це дає змогу компенсувати інші можливі недоліки, наприклад, непогоду чи проблеми з перельотами,

оскільки туристи, як правило, здатні пробачити незначні недоліки в обслуговуванні, якщо їхня анімаційна програма є цікавою та захоплюючою.

Особливістю готельної анімації є її орієнтація на потреби конкретних груп туристів, що ґрунтується на детальному аналізі їх інтересів та уподобань. Це дозволяє адаптувати програми під національні, вікові, статеві та інші демографічні характеристики відпочиваючих. Тому ефективне планування анімаційних програм передбачає тісну взаємодію з іншими службами готелю, а також використання зворотного зв'язку через анкетування та безпосередні контакти з клієнтами.

Готельна анімація має комплексний характер і включає різноманітні види діяльності, що відповідають вимогам фізичного та емоційного розвитку туристів. Вона сприяє створенню комфортної, гостинної та дружньої атмосфери, що є необхідною умовою для успішного функціонування готелю на конкурентному туристичному ринку. Її значення для готелю полягає в підвищенні загальної задоволеності клієнтів, поліпшенні якості послуг, розширенні туристичного сезону та підвищенні престижності готелю, що, своєю чергою, впливає на поліпшення іміджу та фінансову ефективність підприємства.

У структурі туристичної діяльності анімація виконує низку важливих функцій, які визначають її роль як потужного засобу задоволення соціальних, культурних, психологічних та оздоровчих потреб людини в умовах тимчасової зміни життєвого середовища. Кожна функція туристичної анімації має чітке навантаження і спрямована на гармонізацію внутрішнього стану особистості, її соціальної взаємодії та підвищення якості туристичного досвіду. Комплекс функцій, які виконує туристична анімація, демонструє її міждисциплінарний характер і вплив на різні аспекти життєдіяльності людини;

– функція соціокультурної трансформації полягає в полегшенні переходу від умов повсякденного існування до розважального середовища, створюючи сприятливі умови для швидкої адаптації туриста до нового простору та часу дозвілля;

- функція психофізіологічного відновлення виявляється у зниженні рівня стресу, подоланні втоми та забезпеченні умов для відновлення життєвих сил, що вичерпуються у процесі щоденної праці та інформаційного перевантаження;
- функція емоційної регуляції сприяє формуванню позитивного психоемоційного фону, зниженню внутрішньої напруженості та стабілізації психологічного стану особистості в умовах тимчасового перебування поза звичним соціальним середовищем;
- функція фізичного оздоровлення реалізується шляхом залучення до активних форм дозвілля, що сприяють підтримці фізичної форми, профілактиці гіподинамії та загальному зміцненню здоров'я;
- функція культурно-інформаційного обміну забезпечує передачу знань про географічні, історичні, етнографічні та соціальні особливості певної території в доступній і захопливій формі, сприяючи розширенню світогляду туристів;
- функція неформальної освіти передбачає засвоєння нових знань через емоційно насичену участь у подіях, що створює ефективні умови для закріплення інформації на основі яскравих вражень і практичної взаємодії;
- функція особистісного розвитку охоплює інтелектуальне, комунікативне та фізичне вдосконалення особистості через участь у заходах, що стимулюють творче мислення, самовираження та активну соціальну позицію;
- функція іміджеформування і просування території реалізується завдяки здатності анімаційного продукту формувати привабливий образ країни, регіону чи туристичного об'єкта, що опосередковано поширюється туристами у вигляді емоційно забарвленої реклами;
- функція інтегративної гармонізації полягає у створенні багатовимірного впливу на фізичний, емоційний та духовний стан особистості, що забезпечує цілісне переживання радості, натхнення, доброзичливості та соціальної відкритості.

Туристична анімація постає не лише як засіб організації дозвілля, а як багатофункціональний механізм, що впливає на психофізіологічний, емоційний, когнітивний та соціокультурний розвиток особистості у просторі туристичної взаємодії.

2 ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЄВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ

2.1 Організаційні засади діяльності готельної анімації

Готельна анімація – це спеціалізована діяльність із організації дозвілля, яка реалізується винятково в межах засобів розміщення туристів, зокрема в туристичних комплексах, готелях та базах відпочинку. Цей вид анімаційної діяльності спрямований на забезпечення гостей закладів розміщення додатковими послугами рекреаційного характеру, що доповнюють основні сервіси (проживання та харчування) і сприяють формуванню максимально комфортних умов для повноцінного відпочинку.

Організація анімаційної діяльності в межах готельно-туристичних об'єктів має низку особливостей, пов'язаних із контекстом їхньої функціональної специфіки. Основною метою впровадження анімаційних програм у готельній сфері є реалізація сучасної концепції сервісу, зорієнтованої на підвищення якості обслуговування та зростання рівня задоволеності клієнтів отриманими послугами.

Анімація в готелях – важливий інструмент маркетингової діяльності, який суттєво впливає на конкурентоздатність, імідж та репутацію закладу. Вона забезпечує додаткову цінність для клієнта шляхом створення позитивного емоційного досвіду, стимулювання почуття задоволення від відпочинку та формування бажання повторного візиту до обраного закладу розміщення. Змістовне дозвілля, запропоноване в межах анімаційних програм, є складовою загального туристичного продукту, кінцевим результатом якого є відновлення фізичного та емоційного стану туриста, позитивні враження та гарний настрій.

У процесі споживання анімаційних послуг сучасні туристи керуються низкою потреб, серед яких виокремлюють:

- 1) пізнавальні потреби, що, зокрема, реалізуються через інтерес до традиційних форм анімації, таких як екскурсії;

2) потреба в оздоровленні організму та зміцненні його функціональних ресурсів;

3) потреба у психоемоційній гармонізації, яка досягається шляхом релаксації та поліпшення психоемоційного тла;

4) потреба в творчій самореалізації, що передбачає залучення туристів до активних і креативних форм дозвілля;

5) потреба в якісній організації дитячого дозвілля, особливо актуальна для туристів, що подорожують із дітьми.

У контексті рекреаційної діяльності анімаційні програми, що реалізуються під час відпочинку, відіграють комплексну роль у формуванні, збереженні, розвитку та відновленні різних аспектів здоров'я людини – соматичного, фізичного, психічного та морального. Анімаційна діяльність, як складова сучасного готельного сервісу, стає важливим інструментом задоволення широкого спектру потреб туристів, пов'язаних із гармонізацією внутрішнього стану, особистісною реалізацією та якісним дозвіллям. Для забезпечення ефективного функціонування анімаційної системи в закладах розміщення необхідно є наявність трьох ключових компонентів (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Компоненти забезпечення ефективного функціонування анімаційної системи

Важлива системоутворююча роль у цій структурі належить головному менеджеру анімаційного напрямку, який здійснює загальне управління

командою аніматорів, а через взаємодію з технічним директором – координує діяльність персоналу інших служб, дотичних до реалізації анімаційного обслуговування.

Центральною метою діяльності анімаційної служби є формування сприятливого психологічного клімату в готелі, що безпосередньо впливає на загальне враження гостей від перебування у закладі. Емоційне сприйняття відпочинку значною мірою визначається рівнем професіоналізму, творчим потенціалом та комунікативною харизмою аніматорів. Щоденне, невимушене спілкування туристів із персоналом, їхня участь у тематичних заходах, розважальних та оздоровчих активностях сприяють формуванню середовища гостинності, яке асоціюється з комфортом, безпекою та позитивними емоціями.

У цьому контексті особливо важливими є *адаптаційна та стабілізуюча функції анімації*: перша допомагає туристу швидко перейти з рутинної буденності у вільне рекреаційне середовище, друга – забезпечує емоційний баланс і психічну стабільність, що є основою відчуття внутрішнього комфорту. Отже, загальна задоволеність клієнта безпосередньо корелює з рівнем сервісу та поведінкою обслуговуючого персоналу, передусім анімаційної команди.

Готельна анімація робить вагомий внесок у трансформацію потреб туриста у стійке відчуття задоволення, сприяючи підвищенню загального рівня якості сервісу. Серед результатів професійно організованої анімаційної діяльності – зростання туристичної лояльності, формування позитивного іміджу готелю, розширення активного туристичного сезону, а також підвищення престижності професій у сфері гостинності. Такі результати є закономірним наслідком висококваліфікованої, креативної та інтелектуально насиченої діяльності анімаційного персоналу.

Анімаційна послуга є повноцінною складовою комплексу туристичного обслуговування, як і такі базові види послуг, як розміщення, харчування, інформаційно-рекламне забезпечення, а також діяльність установ культури, спорту та побутової сфери. Основна функціональна мета анімаційної послуги полягає у задоволенні рекреаційних, емоційних, пізнавальних, комунікативних і

соціальних потреб туристів шляхом активного залучення їх до дозвіллевих заходів.

Специфіка анімаційної послуги полягає в її інтерактивному характері, що реалізується завдяки безпосередній взаємодії між туристом і аніматором у межах заздалегідь підготовленої програми. До того ж турист має змогу індивідуально обирати ті заходи, які відповідають його інтересам, фізичним та емоційним можливостям, забезпечуючи максимальний рівень задоволення і позитивні емоції.

Однією з основних форм реалізації анімаційних послуг є анімаційний захід або активіті (англ. «activity»), що становить структурний елемент анімаційної програми. Такими заходами можуть бути спортивні змагання, вечірні шоу-програми, інтерактивні ігри на пляжі, мистецькі воркшопи тощо. Типологія анімаційних заходів повинна враховувати специфіку цільової аудиторії – її потреби, очікування та функціональні можливості.

Залежно від спрямованості, анімаційні заходи класифікують так (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Типи анімаційних заходів

Тип заходу	Характеристика
Рекреаційно-оздоровчі активності	включають рекреаційні активності в ігровій формі, зокрема піші прогулянки по теренкурах, дихальну гімнастику, легкі фізичні вправи, спрямовані на поліпшення фізичного стану туриста
Анімаційні активності природно-рекреаційного характеру	охоплюють організацію пікніків на природі, спілкування з тваринами, зокрема в рамках зоотерапії (фелінотерапії), екологічні екскурсії, спостереження за дикою природою
Анімаційні заходи спортивно-розважального спрямування	передбачають активну участь або пасивне спостереження за спортивними подіями, включаючи аматорські змагання, спортивні танці, майстер-класи з різних видів спорту
Анімаційні заходи з культурно-освітнім змістом	включають елементи історичного, музейного, мистецького та кінотуризму, зокрема екскурсії до історичних пам'яток, участь у фестивалях, виставках, перегляд театральних вистав
Анімаційні заходи емоційно-розважального типу	зосереджені на подієвому туризмі, охоплюючи участь у карнавалах, шоу-програмах, фестивалях та інших масових заходах

Ефективність анімаційної програми залежить від низки чинників, серед яких розмір та місце розташування готелю, його функціональна спеціалізація,

матеріально-технічне забезпечення, спектр надаваних додаткових послуг, а також професійний рівень, багатофункціональність і креативність персоналу, зокрема аніматорів.

З метою задоволення потреб різних категорій туристів – за віком, статтю, національністю, рівнем доходу, фізичними та когнітивними особливостями – анімаційні програми мають бути динамічними. Вони повинні змінюватися протягом туристичного сезону, адаптуючись за змістом, тривалістю, інтенсивністю та графіком проведення й забезпечуючи таким чином сталу зацікавленість і високий рівень залучення гостей.

Якість анімаційного сервісу в готельному господарстві є багатокомпонентним феноменом, що визначається низкою взаємопов'язаних чинників, кожен з яких безпосередньо впливає на рівень задоволеності туристів, їх емоційне сприйняття відпочинку та готовність до повторного візиту. До основних детермінантів високоякісної анімаційної діяльності належать:

1. Наявність і професійна активність анімаційних команд, що володіють відповідною підготовкою, досвідом, креативністю та навичками комунікації. Від рівня їх компетентності залежить здатність задовольнити потреби різноманітної цільової аудиторії, створити позитивну атмосферу та ініціювати емоційне залучення туриста.

2. Структурована побудова анімаційної програми, яка передбачає розподіл на спеціалізовані підпрограми для дітей та дорослих, організовані у чітко визначених зонах готельного простору. Такий підхід унеможливорює перетин цільових груп і сприяє формуванню комфортного середовища для всіх категорій гостей.

3. Інтеграція елементів місцевої культури (локального колориту) в анімаційний контент. Ознайомлення туристів з регіональними традиціями, фольклором, кухнею тощо виконує не лише розважальну, а й просвітницьку функцію, поглиблюючи автентичність туристичного досвіду.

4. Використання тематичної варіативності у проведенні заходів, що дозволяє урізноманітнювати дозвілля гостей, уникати монотонності програми та підтримувати інтерес протягом усього періоду перебування.

5. Урахування мовного чинника та вміння аніматорів формувати позитивний емоційний клімат. Здатність персоналу налагодити ефективну міжкультурну комунікацію та забезпечити психологічний комфорт є критично важливою в умовах інтернаціональної готельної аудиторії.

6. Включення анімаційного сервісу до базового пакету готельного обслуговування, що дозволяє сприймати його не як опціональну послугу, а як невіддільну складову готельного продукту.

7. Оперативне й ефективне інформування гостей про проведення заходів, зокрема через внутрішню рекламну кампанію, є важливою умовою формування очікувань і стимулювання участі туристів у програмі.

Організація анімаційної діяльності повинна ґрунтуватися на розумінні її ключової функції – *генерації позитивного емоційного стану туриста в умовах відпочинку*. Проте, крім виконання безпосередньої рекреаційної функції, анімація відіграє важливу роль у створенні так званого *WOW-ефекту* – потужного емоційного враження, яке слугує психологічною основою повторного вибору готелю. Досягнення високих стандартів у сфері готельного сервісу можливе в разі дотримання комплексної формули успіху, що включає *100 % орієнтації на клієнта + розуміння витрат + послідовність у діях + настрої + емоції = WOW-сервіс*. Ця модель не лише сприяє підвищенню рівня задоволеності гостей, а й формує стійкий позитивний імідж готельного підприємства, що, своєю чергою, зумовлює його конкурентоздатність на ринку.

Одним із найбільш ефективних напрямів індивідуалізації анімаційного сервісу є персоналізовані комунікативні прийоми, зокрема, привітання з нагоди особистих пам'ятних дат; особлива увага під час першого заселення; обслуговування VIP-клієнтів із урахуванням їхніх специфічних потреб; впровадження WOW-послуг (наприклад, ігрові кімнати в номерах для дітей, дитячий check-in, брендovanі креативні сувеніри тощо).

Анімація в готельному господарстві є не лише розважальним елементом, а й стратегічним інструментом формування унікального клієнтського досвіду, який передбачає чітку організацію, регламентацію та забезпечення відповідними ресурсами – матеріальними, фінансовими та кадровими. Її ефективне функціонування є індикатором високого професіоналізму готелю та ключовою складовою його успішності в індустрії гостинності.

2.2 Матеріально-технічне забезпечення анімаційної діяльності

Організація ефективної роботи анімаційної служби в готельних та туристичних комплексах безпосередньо залежить від наявності та належного функціонування матеріально-технічного забезпечення. Для забезпечення високоякісного проведення різноманітних розважальних заходів, таких як шоу-програми, ігри та спортивні змагання, необхідно мати відповідне обладнання та реквізит, що становить основу матеріально-технічного забезпечення анімаційної діяльності.

Матеріально-технічне забезпечення для проведення анімаційних програм повинне містити такі елементи:

1) інвентар та технічні засоби, призначені для організації спортивних заходів і забезпечення активного відпочинку: м'ячі, ракетки, пістолети пневматичні, кулі, мішені, луки зі стрілами та інше інвентарне забезпечення для організації спортивних заходів. Без цього неможливо реалізувати різноманітні спортивні активності, що є важливою складовою програми анімаційних заходів;

2) спеціалізовані пристрої та атракціони для організації відпочинку на водних і прибережних територіях: водні атракціони, зонти, гірки, човни тощо. Цей інвентар є необхідним для організації активностей на відкритому повітрі, що сприяють задоволенню потреб відпочивальників у водних розвагах та активному відпочинку;

3) інфраструктурні елементи та ігрові конструкції, що забезпечують безпеку та розваги для дітей: каруселі, гойдалки, ігрові атракціони, фігури

казкових персонажів та інші елементи, що забезпечують безпеку та розваги для молодших гостей. Це надає можливість створити комфортне та безпечне середовище для дітей, що є важливим аспектом загального успіху анімаційної програми;

4) засоби для організації інтерактивних та пізнавальних заходів для дітей: настільні ігри, книжки, фарби, пластилін та інші засоби для творчої діяльності дітей. Це сприяє розвитку пізнавальних та творчих здібностей молодших гостей через інтерактивні та пізнавальні заняття;

5) технічні засоби та спортивні пристрої, що використовуються для фізичних вправ та активних ігор у спеціалізованих залах або на відкритих майданчиках: спортивні тренажери, атракціони для пейнтболу, бадмінтону та інших видів активного відпочинку. Наявність такого інвентарю дозволяє організовувати спортивні заняття, що задовольняють фізичні потреби гостей;

6) технічні засоби, зокрема сценічне обладнання, світлотехніка та звукові системи, для організації великих культурних і розважальних подій: спеціально облаштовані майданчики та амфітеатри для організації шоу-програм, а також сценічне обладнання (звукове, світлотехнічне, проєкційне). Це надає можливість здійснювати великі культурно-розважальні заходи, що є важливою складовою анімаційної діяльності в туристичних комплексах;

7) спеціалізовані предмети та костюми, що використовуються для підтримки тематичних шоу-програм та інтерактивних ігор: костюми, декорації, ігрові автомати, обладнання для більярду, боулінгу та інших активностей. Цей інвентар необхідний для забезпечення різноманітних видовищних заходів, що сприяють підвищенню інтересу гостей та збагаченню їхнього досвіду перебування.

Забезпечення якісного анімаційного сервісу можливе лише за умови наявності мінімальної матеріально-технічної бази, що включає естрадний та волейбольний майданчики, дитяче містечко та басейн. Крім того, наявність додаткових інвестицій дозволяє розширити асортимент об'єктів індустрії розваг, що включають дискотеку, пневматичний тир, центр дайвінгу,

ролердроми, скейтпарки, скелодроми та інші спеціалізовані атракціони. Це створює умови для задоволення різноманітних потреб гостей і підвищує загальну привабливість анімаційних програм у межах туристичного комплексу.

Формування матеріальної бази для організації відпочинку, дозвілля та розваг є ключовим аспектом ефективної роботи закладів розміщення, що залежить від сезонності їх функціонування. Для установ, що працюють переважно в зимовий період або протягом року, важливо забезпечити відповідні умови для анімаційної діяльності в закритих приміщеннях, таких як клуби, ігрові зали, кімнати релаксації, танцювальні та кіноконцертні зали. Своєю чергою, для закладів, що функціонують лише в теплий період року, необхідно орієнтуватися на організацію анімаційної діяльності на відкритому повітрі, створюючи інфраструктуру, яка забезпечує доступні й ефективні умови для відпочинку, зокрема відкриті танцювальні та спортивні майданчики, літні кіноконцертні зали тощо.

Технічні засоби, які використовуються для реалізації анімаційних програм, становлять складні соціотехнічні системи, що функціонують у межах індустрії гостинності. Їхня ефективність зумовлюється сукупністю взаємозалежних чинників, серед яких провідне місце займають локалізація об'єкта, технічні параметри та експлуатаційна надійність обладнання. Одним із пріоритетних аспектів забезпечення безперебійної роботи таких систем є дотримання вимог безпеки при їх експлуатації, що потребує системного технічного контролю та регулярного обслуговування.

Функціонування зазначених об'єктів зазвичай супроводжується низкою технічних, економічних і організаційних проблем, вирішення яких потребує застосування комплексного підходу. Зазначені питання доцільно враховувати ще на етапі проектування закладу розміщення, продовжуючи інтеграцію відповідних управлінських рішень на рівні організації анімаційної діяльності. Ефективне впровадження принципів анімаційного менеджменту є необхідною умовою забезпечення високої якості послуг і дотримання вимог безпеки.

Особливої уваги потребують дитячі анімаційні заходи, зокрема ті, що включають активні ігри, адже вони супроводжуються потенційними ризиками, такими як падіння з ігрового обладнання, удари, зіткнення, застрягання тощо. У зв'язку з цим, гарантування безпеки дітей у мініклубах набуває особливої актуальності та є прямим обов'язком анімаційного персоналу. Аналітичні дані свідчать, що основними причинами виникнення нещасних випадків у дитячих ігрових просторах є недосконалість конструкцій обладнання, нераціональне планування ігрової зони, а також порушення правил експлуатації.

Це підкреслює необхідність розроблення та впровадження стандартизованих вимог до безпеки дитячого ігрового обладнання, які слугують нормативною основою для створення безпечного середовища. До таких стандартів належать методики розрахунків і випробувань, рекомендації щодо вибору матеріалів, вимоги до конструктивних рішень і просторового komponування, а також правила монтажу і технічного обслуговування під час експлуатації.

Неухильне дотримання цих стандартів забезпечує не лише фізичну безпеку дітей, але й сприяє формуванню комфортного психологічного клімату, оскільки раціональне розташування ігрових елементів дозволяє мінімізувати стресові ситуації. Крім того, належний технічний контроль за станом обладнання є запорукою його надійності, що помітно впливає на рівень довіри клієнтів до закладу.

Ігнорування або недостатній рівень дотримання вимог безпеки може призвести до серйозних негативних наслідків, зокрема травматизму дітей, що, своєю чергою, негативно впливає на імідж закладів розміщення або дозвілля. Враховуючи специфіку та підвищену чутливість сфери дитячих анімаційних послуг, необхідним є систематичний огляд, технічне тестування та моніторинг усіх елементів інфраструктури. При цьому важливо не лише оцінити фізичний стан обладнання, але й забезпечити його відповідність актуальним нормативно-технічним вимогам, які постійно оновлюються відповідно до досягнень сучасних технологій.

Окремої уваги заслуговує професійна підготовка аніматорів, адже їхня фахова компетентність є критичним чинником забезпечення безпечного проведення дитячих заходів. Аніматори мають володіти навичками керування дитячими групами та знати основи надання першої медичної допомоги з метою своєчасного реагування на можливі інциденти. Комплексне забезпечення безпеки протягом усього циклу анімаційної діяльності є не лише етичним і моральним зобов'язанням, але й юридичним імперативом, що регламентує рівень відповідальності за охорону здоров'я і добробут дітей.

Таким чином, гарантування безпеки у сфері дитячої анімації є багатогранним завданням, яке включає не лише розроблення ефективних стандартів і вимог, а й постійний моніторинг, контроль за технічним станом устаткування та грамотну організацію процесу анімаційної діяльності. Важливою складовою є співпраця між різними службами та органами контролю для забезпечення безпеки дітей і уникнення потенційних небезпек у майбутньому.

2.3 Методичні засади комплектування персоналу анімаційного підрозділу

Анімаційна служба в структурі готельного обслуговування виконує надзвичайно важливу функцію – формування комфортного, привітного та емоційно сприятливого середовища, яке відповідає сучасним стандартам індустрії гостинності. Основним завданням цієї служби є задоволення комплексу потреб туристів, зокрема фізичних, духовних та емоційних, що реалізується через розроблення і впровадження цільових анімаційних програм, зорієнтованих на створення позитивних вражень та психологічного відновлення особистості.

Анімаційна діяльність має комплексний і мультидисциплінарний характер, адже передбачає інтеграцію різних форм дозвіллевої активності – від пізнавально-розважальних заходів до спортивно-рекреаційних програм. Завдяки цьому створюються умови для міжособистісного спілкування,

емоційної взаємодії та розвитку соціальної активності як в індивідуальному, так і в груповому форматі. Важливою характеристикою є гнучкість і мобільність анімаційного процесу, що забезпечує адаптацію до запитів конкретної цільової аудиторії. Безперервність взаємодії аніматорів і туристів сприяє глибшому розумінню індивідуальних потреб відвідувачів і створенню максимально персоналізованого сервісу.

Інструментом реалізації індивідуального підходу є електронна база даних служби прийому та розміщення, у якій систематизовано накопичується інформація про особисті запити, побажання та уподобання постійних клієнтів. Це дозволяє адаптувати анімаційні послуги до конкретного гостя, що є критично важливим для формування високого рівня задоволеності та лояльності клієнтів.

Організаційна модель анімаційної служби повинна передбачати ефективну взаємодію всіх її структурних елементів – від керівника до виконавців. Досягнення високої ефективності можливе за умови чіткої регламентації процесів, координації дій персоналу, дотримання професійної автономії спеціалістів та одночасного стимулювання їх ініціативності у межах поставлених завдань. Анімація, як складова технологічного процесу надання готельних послуг, потребує належного кадрового, фінансового та матеріально-технічного забезпечення, що є умовою її стабільного й результативного функціонування.

Анімаційна діяльність повинна відповідати реальним запитам цільової аудиторії, які виявляються через методи зворотного зв'язку, зокрема анкетування. Під час формування програм необхідно враховувати не лише соціально-демографічні характеристики (вік, стать, релігійну приналежність, етнічну ідентичність), а й культурно-історичні традиції регіону, на основі яких формується сталий контингент споживачів послуг. Додатковим орієнтиром є аналіз досвіду провідних готельних закладів у регіоні, що дозволяє виявити конкурентні переваги й ефективні практики.

Сучасна анімаційна служба відіграє ключову роль у формуванні позитивного іміджу готельного підприємства. Саме завдяки професіоналізму аніматорів та налагодженій комунікації з туристами створюється емоційно приваблива атмосфера, яка спонукає гостей повертатися. Аніматори, як представники підприємства, безпосередньо впливають на його репутаційний капітал, закладаючи підґрунтя для формування довготривалих відносин із клієнтами.

Організаційна структура анімаційної служби та її кадровий склад визначаються концепцією готельного закладу, рівнем його технічного забезпечення, фінансовими можливостями, розмірами об'єкта розміщення та пріоритетними напрямками реалізації анімаційної політики. Такий підхід дозволяє оптимізувати функціонування анімаційної служби відповідно до стратегічних цілей закладу й очікувань цільової аудиторії. У межах типової організаційної структури менеджменту анімаційної діяльності в засобах розміщення виокремлюють кілька рівнів управління. Найвищу позицію займає генеральний менеджер готелю, якому підпорядковується керівник служби анімації. Своєю чергою, головному менеджеру анімаційної служби підпорядковуються такі фахівці: організатор-аніматор, менеджер мініклубу, спортивний інструктор, менеджер шоу-відділу. При цьому функціональний розподіл обов'язків анімаційного персоналу такий:

- головний менеджер анімаційної служби – координує діяльність анімаційної команди, забезпечує стратегічне й оперативне планування;
- художній керівник – відповідає за розроблення, організацію та якість денних і вечірніх розважальних програм;
- хореограф – здійснює підготовку танцювальних номерів і координує роботу учасників танцювальних шоу;
- шеф-аніматор – здійснює безпосередній контроль за якістю роботи аніматорів;
- декоратор – забезпечує оформлення анімаційних заходів сценічними декораціями;

- костюмер – відповідає за підбір та утримання костюмів, які використовуються в анімаційних програмах;
- керівник спортивної анімації – формує програму спортивних заходів і керує спортивними аніматорами;
- аніматори – безпосередньо реалізують розважальні програми для гостей.

Функціональні обов'язки менеджера з анімації включають формування концепції анімаційної діяльності; стратегічне й поточне планування анімаційних заходів; визначення оптимальної структури служби анімації, добір персоналу; вивчення, задоволення й розвиток соціокультурних запитів туристичних груп; створення типових цільових анімаційних програм і відповідних соціальних технологій їх реалізації; розроблення економічного механізму анімаційної діяльності з інтеграцією в загальну цінову політику закладу розміщення; організація ефективного управління персоналом, зокрема сезонними працівниками; упровадження педагогічних підходів до розвитку естетичної та культурної активності клієнтів; заохочення інновацій у сфері туристичної анімації.

Існують відповідні особливості організації анімаційної служби залежно від масштабу туристичного об'єкта: у малих закладах функції анімаційної діяльності виконує одна особа – менеджер з анімації; у середніх за розміром туркомплексах функціонує спеціалізований відділ або служба анімації; у великих курортних або клубних комплексах створюються повноцінні анімаційні центри дозвілля.

Ефективне функціонування анімаційної служби є ключовим елементом підвищення рівня задоволеності гостей та конкурентоспроможності готельного підприємства. В умовах посилення конкуренції в індустрії гостинності питання якісного формування кадрового складу анімаційної команди набуває стратегічного значення. Ретельний добір персоналу, здійснюваний після формування структури та кількісного складу підрозділу, безпосередньо впливає на злагодженість командної взаємодії, рівень сервісу та імідж закладу.

Керівник анімаційної служби, реалізуючи кадрову політику, має керуватися не лише професійними критеріями, а й чітко визначеними вимогами до особистісних якостей кандидатів. Це зумовлено специфікою функціональної ролі аніматора, який є посередником у комунікації між адміністрацією готелю та гостями, забезпечуючи позитивний емоційний клімат серед відвідувачів.

До ключових якостей, що повинні бути притаманні працівникам анімаційного підрозділу, належать такі (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Ключові якості працівників анімаційного підрозділу

Функціональні обов'язки аніматора охоплюють низку важливих аспектів комунікації та організації дозвілля. Зокрема, аніматор має:

- виявляти лояльність і дипломатичність у спілкуванні з гостями;

- створювати сприятливе враження про готельний сервіс та формувати довірливі стосунки з клієнтами;
- виявляти ініціативу у пропозиціях щодо удосконалення обслуговування;
- передбачати індивідуальні потреби відвідувачів та забезпечувати їх комфорт;
- ефективно працювати з вимогливими або проблемними гостями, уникаючи конфліктів;
- дотримуватися етичної нейтральності в обговореннях, що стосуються інших клієнтів;
- здійснювати міжпідроздільну координацію для поліпшення загального туристичного досвіду;
- поводитися з конфіденційною інформацією згідно з принципами професійної етики;
- представляти інтереси готелю, діючи як частина цілісної команди;
- оперативно вирішувати поточні проблеми без залучення уваги гостей;
- визнавати адміністративну і професійну субординацію;
- дотримуватися корпоративного стилю, зокрема носити уніформу з логотипом закладу.

Оцінювання професійної придатності персоналу здійснюється у кілька етапів. На початковому етапі проводиться інтерв'ювання та аналіз анкетних даних, результатів тестувань, рекомендацій, сертифікатів, характеристик, а також програмних пропозицій кандидатів. Водночас практична апробація в умовах реального робочого середовища є вирішальною. Надання можливості кандидатові провести пробний робочий день дозволяє об'єктивно оцінити його спроможність до адаптації, комунікації, творчого мислення та взаємодії з аудиторією. Такий підхід забезпечує високий рівень валідності кадрового добору.

Професійна діяльність аніматорів є міждисциплінарною та комплексною за змістом. Залежно від спеціалізації аніматори реалізують різноманітні програми: спортивні активності, настільні, рухливі, творчі та водні ігри, вечірні

розважальні заходи (дискотеки, гала-концерти, тематичні шоу). У мініклубах вони здійснюють комунікацію з дітьми, організовують дитячі вечірні заходи (мінідиско, перегляд мультфільмів тощо). У танцювальних локаціях проводяться майстер-класи й заняття з різних танцювальних напрямів.

Особливістю професійного навантаження є нерегламентований графік роботи, високий рівень фізичної активності та інтенсивність комунікативних контактів, що потребує від працівників психоемоційної стійкості. Основна мета діяльності аніматора полягає у залученні туристів до дозвілєвих заходів, зниженні рівня стресу, забезпеченні психологічної розрядки та створенні атмосфери щирості, радості й безпеки. Успішна реалізація цих завдань можлива лише за умови системної професійної саморефлексії та розвитку, що включає вдосконалення навичок міжособистісної взаємодії, креативності й емоційного інтелекту.

Керівник анімаційної служби відіграє ключову роль в організації рекреаційної діяльності в межах готельно-туристичного обслуговування. Його основне завдання полягає в ефективному управлінні трудовим процесом аніматорів, а також у систематичному підвищенні їхньої професійної компетентності. З огляду на це керівник повинен володіти розвинутими лідерськими якостями, серед яких вирізняються емоційна стабільність, стратегічне мислення, здатність до натхненного лідерства, комунікативна гнучкість, а також володіння принципами внутрішньої політики підприємства.

До набору професійно значущих якостей управлінця у сфері анімації належать такі: здатність підтримувати ефективну комунікацію як із підлеглими, так і з гостями; здатність зберігати конструктивність у ситуаціях невизначеності; наявність емпатії, почуття гумору, стресостійкості, здатності до самоаналізу. Шеф анімації виконує функцію морального орієнтира та прикладу для аніматорів, демонструючи важливість таких особистісних рис, як терпіння, відповідальність, інтелігентність, гнучкість мислення.

Ефективність діяльності анімаційної служби значною мірою визначається рівнем згуртованості колективу, який формується за ініціативи керівника.

Створення сприятливого мікроклімату в команді, атмосфери дружби та співпраці є обов'язковими умовами для досягнення високого рівня взаємодії та реалізації творчих ініціатив. Комунікативна компетентність керівника має забезпечувати здатність до індивідуалізованого підходу в роботі з гостями, що, своєю чергою, сприяє розробленню анімаційних концептів, адаптованих до специфіки конкретного готельного комплексу.

До обов'язків шефа анімаційної служби також входить створення і розвиток інтелектуально-методичної бази, зокрема, формування банку типових сценаріїв, опис методів взаємодії з аудиторією, аналіз та адаптація вітчизняного й зарубіжного досвіду у сфері організації дозвільної діяльності. Його діяльність є енергозатратною, потребує високого рівня креативності та мобілізації професійного потенціалу. Фундаментом професійної майстерності керівника є його індивідуальний досвід, який охоплює як особисті, так і фахові характеристики – сукупність знань, навичок, звичок, сформованих у процесі життєвої та професійної практики. У межах підготовки та реалізації анімаційних заходів керівник повинен володіти розумінням ролі ігрових форм у туристичній сфері, а також уміти прогнозувати можливості їх застосування в умовах трансформації туристичного попиту.

Професійна діяльність у сфері анімації потребує не лише управлінських та організаційних навичок, а й глибоких акторських компетенцій. Керівник повинен володіти елементами сценічної майстерності, які охоплюють творчу увагу (здатність зосереджено слідкувати за динамікою подій), фантазію (вміння створювати ментальні образи ситуацій), внутрішню та зовнішню свободу (психофізичну розкутість), сценічну віру (переконаність у вірогідності подій), а також здатність до поведінкової адаптації та експресивного реагування на зміну обставин.

Акторська техніка, як система, потребує високого рівня емоційного інтелекту, уяви, естетичного чуття та здатності до імпровізації. Особливо важливим є вміння адаптуватися до непередбачуваних ситуацій, таких як технічні збої чи імпровізаційні зсуви в програмі. У таких випадках керівник

повинен миттєво інтерпретувати випадковість як частину загального сценарного задуму, зберігаючи логіку дій та цілісність програми. Професійна діяльність керівника анімаційної служби є багатовекторною, поєднуючи управлінську, педагогічну, креативну, комунікативну та акторську складові. Її успішність визначається не лише рівнем теоретичної підготовки, а й здатністю до адаптації, лідерства, творчого самовираження та інноваційного мислення в умовах сучасної туристичної індустрії.

2.4 Вербальні та невербальні форми комунікативної взаємодії в анімаційній практиці

Комунікативна взаємодія між аніматором і рекреантом у структурі культурно-дозвілєвого середовища реалізується через складну систему знакових каналів, що охоплює як вербальні (усне й писемне мовлення), так і невербальні (жести, міміка, пози, рухи тіла, інтонаційно-голосові характеристики) засоби. Це поєднання комунікативних каналів забезпечує комплексне сприйняття повідомлення і підсилює емоційно-сміслову наповнення анімаційного процесу.

Вербальна комунікація становить провідний інструмент соціальної взаємодії, у якій слово є носієм змісту, інтенцій та емоцій. У контексті дозвілєвої діяльності її значущість зумовлюється глибинним впливом живого мовлення на когнітивну сферу, психоемоційний стан та духовні аспекти особистості. Усна мова, як універсальний засіб комунікації, репрезентує матеріалізовану форму думки і є каталізатором міжособистісного порозуміння. У сфері анімаційних послуг це сприяє створенню атмосфери довіри, емоційної відкритості та єдності групи рекреантів.

Ефективність вербального впливу значною мірою залежить від паралінгвістичних характеристик мовлення (табл. 2.2). У науковому контексті **вербальна анімація** трактується як система комунікативно-активізуючих

практик, у межах яких слово є основним носієм художньо-емоційної виразності та інформаційної насиченості.

Таблиця 2.2 – Паралінгвістичні характеристики мовлення аніматора

Паралінгвістична характеристика	Деталізація
Темп мовлення	Надмірно швидке мовлення може викликати в аудиторії почуття тривожності, тоді як уповільнене знижує рівень сприйняття. Аніматору необхідно адаптувати темп відповідно до ситуації: у випадку пояснення складних інструкцій або спілкування з іноземними гостями доцільним є помірний, чіткий темп; під час динамічної взаємодії – енергійний і життєрадісний
Тональне забарвлення голосу	Тональність є афективним чинником комунікації, здатним модифікувати або трансформувати семантику висловлювання. Ввічливий, доброзичливий тон створює позитивне тло взаємодії, тоді як різкий або байдужий – ускладнює емоційний контакт
Голосність мовлення	Баланс гучності є ключовим для збереження комунікативного комфорту. У процесі публічного виступу або ведення заходів надмірна гучність може спричиняти дискомфорт, тоді як надмірно тиха мова – невиразність і втрату уваги аудиторії
Паузи, інтеркаляції, покахикування, звукові репліки («е-е», «ну» тощо)	Можуть виконувати функції маркерів емоційного стану, залученості або неготовності до комунікативної дії

Це форма інтерактивного впливу, що передбачає не лише передавання інформації, але й формування настрою, створення атмосфери спільного переживання дозвілєвої події. Серед визначальних ознак вербального спілкування у сфері анімаційної діяльності вирізняють такі:

- пряма комунікація – безпосередній контакт аніматора з рекреантами забезпечує високий рівень зворотного зв'язку, що дозволяє оперативно коригувати зміст та форму повідомлення відповідно до реакцій аудиторії;

- диференційований підхід до аудиторії – ефективне мовлення враховує індивідуальні та ситуативні особливості учасників заходу, їхні попередні враження, культурний бекграунд, а також динаміку спілкування у групі;

- особистісний вплив через живу взаємодію – комунікація вибудовується за принципом єдності: «ми», а не «я – вони». Це сприяє емоційній індукції, коли не лише вербальний зміст, але й емоційна насиченість, інтонаційна експресія й переконливість оратора передаються аудиторії;

– оперативність та доступність інформації – вербальна комунікація дозволяє вчасно й ефективно інформувати про структуру та логістику заходів, маршрутні особливості, можливості для рекреації, графік анімаційної програми тощо.

Однією з ключових психологічних якостей професійного аніматора є екстраверсія, що виявляється в комунікабельності, відкритості до взаємодії, здатності ініціювати міжособистісні контакти та швидко формувати довірливі відносини з аудиторією. Не менш значущим є вміння імпровізувати – здатність до публічного висловлювання в умовах обмеженої підготовки. Успішна імпровізація ґрунтується на глибоких знаннях, гнучкості мислення та багатому комунікативному досвіді, що дозволяє аніматору адаптувати повідомлення до непередбачуваних змін ситуації в режимі реального часу.

У контексті міжособистісної взаємодії між аніматором і рекреантами особливе значення мають не лише вербальні, а й *невербальні засоби комунікації*. До таких належать жести, міміка, інтонаційні характеристики мовлення, паузи, манери, зовнішній вигляд та загальна експресивність рухів. Невербальні сигнали не тільки супроводжують мовленнєву комунікацію, а в деяких випадках виконують самостійну комунікативну функцію, особливо за умови обмеженого або ускладненого вербального обміну (наприклад, у багатомовному середовищі, при підвищеному рівні шуму або емоційному напруженні).

Наукові дослідження в галузі невербальної комунікації підтверджують її домінантну роль у передачі інформації. Зокрема, відповідно до висновків австралійського дослідника Алана Піза, лише 7 % змісту комунікації передається вербальним шляхом, тоді як 38 % – за рахунок вокальних характеристик (тембру, тону, інтонації), і аж 55 % – через невербальні засоби. Такий розподіл свідчить про домінування паралінгвістичних і кінетичних елементів у процесі міжособистісної взаємодії, що потребує їх ретельного опанування фахівцями анімаційного сервісу.

У межах анімаційної діяльності важливий не лише зміст переданої інформації, а й спосіб її подання. Оволодіння невербальними засобами дозволяє аніматору ефективніше розпізнавати потреби й емоційний стан рекреантів, а також налагоджувати продуктивну взаємодію навіть у ситуаціях з обмеженим вербальним ресурсом. Невербальна анімація включає використання тіла, обличчя, голосу, погляду та інших немовленнєвих елементів як основного інструменту залучення, утримання уваги та створення позитивного емоційного тла.

У науковому розумінні **невербальна комунікація** постає як багаторівнева система соціально обумовлених поведінкових проявів, значна частина яких несвідома або автоматизована. Вона функціонує на основі як індивідуальних психофізіологічних особливостей комунікантів, так і загальнокультурних норм, що формують систему інтерпретації та реагування. З історико-антропологічної точки зору невербальна комунікація передуює вербальній і є найдавнішою формою людського взаєморозуміння.

Важливо враховувати, що невербальні сигнали зазвичай формуються під впливом емоційних станів і можуть передавати інформацію навіть без свідомого наміру. Наприклад, мовчання може бути інтерпретоване як вираження згоди, незгоди або замисленості залежно від контексту, а зоровий контакт може слугувати індикатором інтересу, напруження чи довіри. До основних компонентів невербальної комунікації належать такі (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Компоненти невербальної комунікації

Компонент	Характеристика
1	2
Жести	Цілеспрямовані чи мимовільні рухи рук і тіла, що можуть підсилювати або замінювати вербальні повідомлення
Міміка	Динамічні зміни виразу обличчя, які відображають емоційні реакції або ставлення до предмета комунікації
Зоровий контакт	Форма візуальної взаємодії, що визначає рівень інтересу, поваги чи домінування у спілкуванні
Позиція тіла	Просторове розташування тіла, яке передає психологічний стан, ступінь відкритості або напруження

Продовження таблиці 2.3

1	2
Інтонаційно-мелодійні характеристики мовлення	Хоча вони належать до вербального каналу, ці параметри є носіями емоційної інформації
Просторова дистанція	Індикатор соціальної дистанції, рівня близькості або формальності взаємин
Дотики	Форма тактильного контакту, що виконує низку соціальних функцій – від вираження симпатії до актуалізації домінування чи агресії

У контексті анімаційної взаємодії невербальна комунікація набуває особливої важливості, адже забезпечує додаткові можливості для налагодження ефективного контакту з рекреантами. Обізнаність з основами невербального спілкування та вміння його практично застосовувати дозволяють аніматору:

1) формувати атмосферу довіри – відкриті жести, доброзичлива міміка та сприятлива інтонація сприяють встановленню емоційного контакту;

2) діагностувати емоційний стан гостей – спостереження за мімікою, позою та поглядом дозволяє аніматору оперативно реагувати на незадекларовані потреби рекреантів;

3) компенсувати мовні бар'єри – у багатокультурному середовищі невербальні засоби забезпечують альтернативний канал передачі змістів;

4) підвищити якість сервісу – інтерпретація невербальних реакцій допомагає аніматору адаптувати анімаційну програму до індивідуальних очікувань учасників;

5) зменшити ймовірність конфліктів – невербальні стратегії врівноваження (спокійний голос, контрольована міміка, відповідна дистанція) слугують засобами запобігання напруженим ситуаціям.

Компетентність у сфері невербальної комунікації визначальна для професійної діяльності аніматора, оскільки вона забезпечує не лише ефективність взаємодії, але й високий рівень емоційного сервісу. В умовах сучасного рекреаційного простору саме поєднання вербальних і невербальних елементів забезпечує цілісність комунікативного процесу, сприяє створенню позитивного іміджу програми та підвищує рівень задоволеності гостей. Ефективна комунікація, як вербальна, так і невербальна, є ключовим чинником формування довіри, яка становить основу успішної взаємодії у сфері анімаційного обслуговування.

З АДАПТАЦІЯ ЗМІСТУ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ ВІДПОВІДНО ДО СПЕЦИФІКИ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

3.1 Особливості аудиторії анімаційних програм залежно від віку та ставлення до дозвілля. Формування і реалізація моделей сімейного дозвілля

У системі сучасного анімаційного сервісу визначальне місце займає цільова аудиторія анімаційних програм, що репрезентує сукупність рекреантів, для яких створюється і реалізується анімаційний продукт. Аудиторія в цьому контексті розглядається не лише як пасивний споживач розважального контенту, а і як активний суб'єкт взаємодії, що впливає на структурно-змістову модель анімаційної діяльності. Саме від рівня її зацікавленості, емоційного залучення та активності залежить ефективність програми, її сприйняття та оцінка результативності.

Вивчення запитів, інтересів і поведінкових характеристик аудиторії становить науково обґрунтовану передумову для розроблення релевантного змісту анімаційних заходів, їх цільового структурування та програмної адаптації. Запити рекреантів, як правило, мають суб'єктивний характер і залежать від цілей відпочинку, психоемоційного стану, мотиваційних установок, попереднього досвіду та соціокультурного контексту. Ігнорування цих чинників здатне призвести до зниження рівня задоволеності відвідувачів, зменшення їхньої активності в межах програми та загального інтересу до запропонованих форматів дозвілля.

Наукові дослідження у сфері анімаційної діяльності вказують на те, що ефективне управління анімаційним процесом неможливе без попереднього збору, аналізу та систематизації інформації про цільову аудиторію. До ключових параметрів, які потребують дослідження, належать такі: спектр інтересів, ступінь соціальної активності, рівень готовності до включення в колективну взаємодію, толерантність до нових вражень, очікування щодо

змісту та інтенсивності заходів. Актуальними в цьому контексті є методи анкетування, інтерв'ювання, спостереження, аналізу зворотного зв'язку, що дозволяють ідентифікувати як загальні тенденції, так і індивідуальні запити.

Раціональний розподіл аудиторії за типами анімаційних програм ґрунтується на принципах цілеспрямованості, варіативності, добровільності участі та відповідності психофізичним можливостям учасників. Це дозволяє не лише забезпечити високу ступінь залученості, а й створити емоційно сприятливу атмосферу, що сприяє формуванню позитивного іміджу закладу, підвищенню лояльності клієнтів та повторному зверненню до послуг.

Таким чином, системний підхід до аналізу аудиторії анімаційних програм є необхідною умовою забезпечення якісної, адаптивної та ефективної анімаційної діяльності. Обізнаність з інтересами та очікуваннями рекреантів сприяє підвищенню конкурентоздатності анімаційного продукту, оптимізації програмного планування та гармонізації взаємодії між аніматором і гостем.

У контексті короткотривалого перебування туристів у закладах тимчасового розміщення, надзвичайно актуальним є завдання створення ефективного дозвілєвого середовища, що відповідає їхнім індивідуальним очікуванням, віковим, культурним та психологічним особливостям. У цьому процесі провідну роль відіграє аніматор, функціональна діяльність якого ґрунтується на поетапному зборі, аналізі та інтерпретації інформації про туристів. До ключових параметрів належать вік, стать, національна приналежність, рівень соціальної активності, а також переважні форми дозвілля. Зазначені дані мають надходити ще на етапах бронювання туру, заселення до готелю та безпосередньої комунікації з гостями.

Ефективність анімаційної роботи залежить від здатності фахівця системно класифікувати туристів за низкою ознак, зокрема, мотивами подорожі, психотипами, рівнем активності, віком та соціальним статусом. Така класифікація слугує основою для індивідуалізованого підбору програм, що, своєю чергою, підвищує рівень задоволеності клієнтів і сприяє формуванню

позитивного іміджу туристичного закладу. Аніматор має володіти широким арсеналом сценаріїв, адаптованих до різних сегментів аудиторії.

Серед основних вікових категорій туристів, що підлягають розмежуванню у контексті організації дозвілля, вирізняють такі: немовлята (0–2 роки), дошкільнята (3–7 років), школярі і підлітки (8–18 років), молодь (18–25 років), дорослі особи працездатного віку (26–64 роки) та особи похилого віку (від 65 років). У практиці анімаційної діяльності з огляду на специфіку дитячого дозвілля зазвичай розрізняють молодшу вікову групу (3–12 років), що охоплюється мініклубами, та підліткову категорію (12–15 років), яку обслуговують юніор-клуби. Особливої уваги заслуговує категорія туристів «третього віку» (55+), які демонструють різний рівень активності та потребують адаптованих за інтенсивністю і тематикою анімаційних програм. У межах цієї групи вирізняють активних людей похилого віку (55–74 роки), умовно активних (75–84 роки) та осіб, яким властиве обмежене фізичне навантаження (85+ років).

З огляду на особливості поведінкових моделей туристів також доцільно класифікувати за типом ставлення до організації дозвілля (рис. 2.2).

Окрім цього, значення має класифікація за характером активності під час відпустки, що охоплює поціновувачів спокійного відпочинку; тих, хто орієнтується на сенсорне та емоційне задоволення; поціновувачів динамічних занять; прихильників спортивної активності; туристів із пізнавальною мотивацією; шукачів пригод.

Окремим аспектом програмування анімаційної діяльності є врахування національних особливостей туристів, що включають ментальні характеристики, поведінкові моделі, традиційні форми дозвілля та етичні норми. Ігнорування цих чинників може зумовити культурні непорозуміння та зниження рівня задоволеності сервісом.

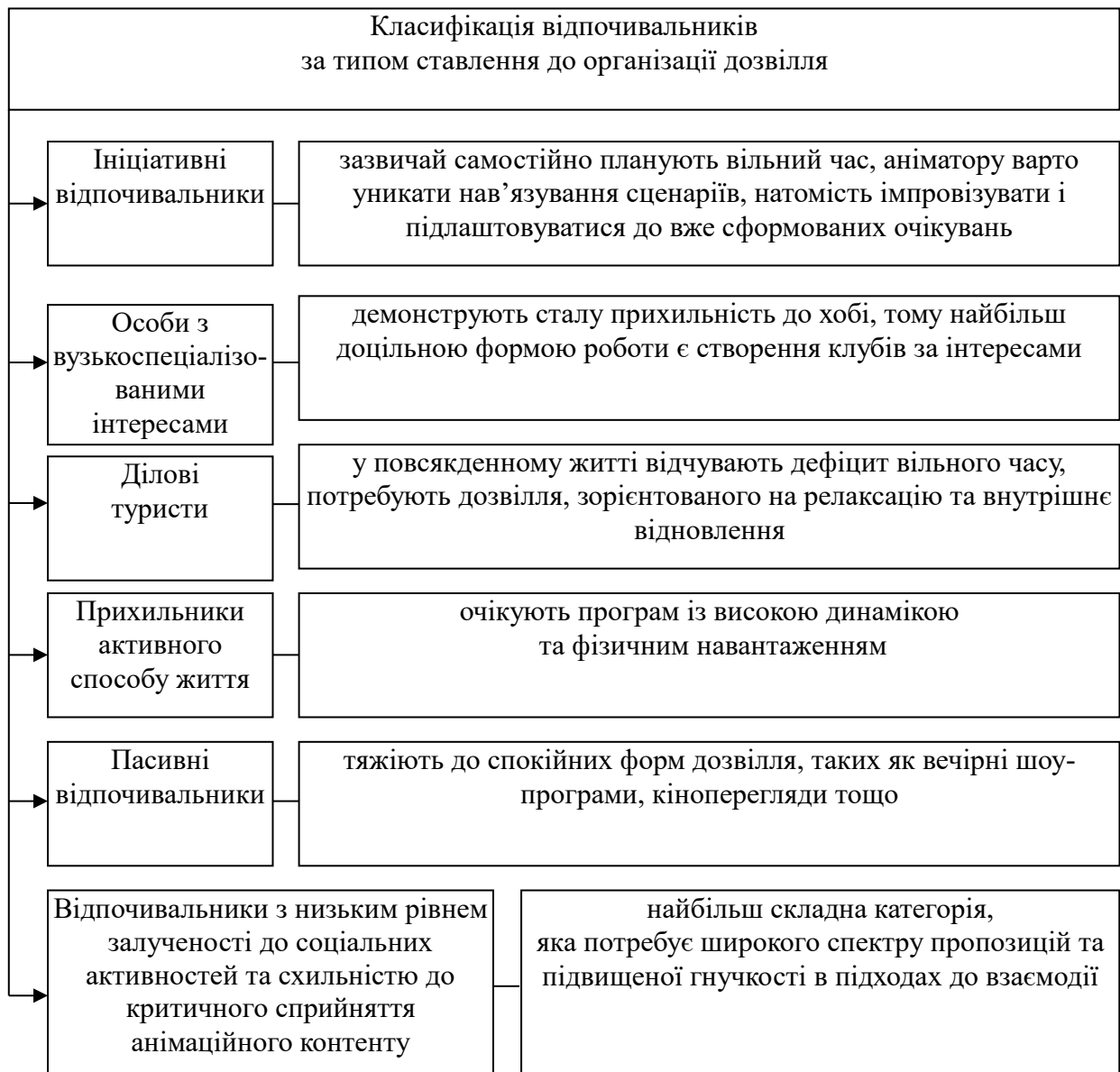


Рисунок 2.2 – Класифікація відпочивальників за типом ставлення до організації дозвілля

Професійна діяльність аніматора передбачає глибоке розуміння психологічних, вікових, соціокультурних та індивідуально-мотиваційних характеристик туристів. Це забезпечує ефективну адаптацію програм анімаційної діяльності до потреб і очікувань клієнтів, сприяючи реалізації цілей туризму як сфери якісного культурного дозвілля.

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

Сімейне дозвілля – частина вільного часу, яка передбачає добровільну та сумісну участь членів сім'ї в різноманітних видах як активної, так і пасивної діяльності, що сприяє об'єднанню сімейного колективу, спрямована 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.

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

Упродовж останніх років спостерігається стійка тенденція зростання кількості молодих українських сімей, які обирають відпочинок за кордоном разом із дітьми. Така динаміка обумовлена, зокрема, якісним удосконаленням інфраструктури сімейного дозвілля у провідних туристичних країнах, зокрема, Іспанії, Франції, Португалії, Єгипті, Туреччині тощо. Особливої популярності набули туристичні комплекси, що орієнтуються на потреби родин із дітьми.

Сімейні туристи відвідують готелі в будь-який час протягом року. Сімейні пари (люди у віці від 35-ти до 54-х 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 припадає 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 та потреби дітей і дорослих під час спільного відпочинку. Основні форми психологічної роботи з сім'єю, які може в своїй діяльності використовувати аніматор, – рекреативний та спортивний сімейний відпочинок, екскурсійна робота, сімейні сеанси в кінотеатрах, спільне відвідування концертів та масових свят, ігрові програми.

Готелі, що орієнтуються на сімейний відпочинок, працюють за принципом Family Concept – «єдності родини». Перелік основних послуг, які мають надавати готелі, що працюють за принципом Family Concept: спеціальне дитяче меню, пристосування для зручності годування дітей в ресторанах,

дитячий клуб (для дітей у віці 4–12 років), дитяча кімната, обладнані та безпечні дитячі майданчики, послуги няні, безкоштовний готельний трансфер, інтернет-клуби (комп'ютерні ігри, Wi-Fi тощо).

Ефективна організація сімейного дозвілля є одним із ключових факторів конкурентоздатності готельного закладу, що потребує системного підходу, міждисциплінарної підготовки персоналу та глибокого розуміння психосоціальних особливостей родини як цілісної соціальної одиниці. Ключовим чинником привабливості подібних готельних об'єктів є високий рівень сервісу, дотримання санітарно-гігієнічних норм, естетично оформлені пляжні зони, безпечне й тепле море, розгалужена система басейнів, екзотична флора та яскраве ландшафтне оздоблення. Ці фактори позитивно впливають як на емоційне сприйняття відпочинку батьками, так і на психоемоційний стан дітей, стимулюючи їхню активність і пізнавальний інтерес.

У процесі організації сімейних анімаційних програм персонал анімаційної команди повинен особливу увагу фокусувати саме на питаннях здійснення дитячої анімації. Дитяча анімація має низку специфічних характеристик, які визначають її особливості. По-перше, образ аніматора повинен бути легко впізнаваним та асоціюватися з певними позитивними рисами. По-друге, костюм актора має бути яскравим, із великою кількістю функціональних елементів, що підкреслюють схожість з оригінальним персонажем. По-третє, дитяча анімація зазвичай базується на сюжетних елементах. Традиційним її жанром є рольові ігри, зокрема пошук скарбів. У цьому випадку аніматор є педагогом-ведучим, який пояснює правила гри та заохочує дітей до виконання завдань. Якщо на святі працює колектив аніматорів, їх програма може бути побудована за певним сценарієм.

Однією з важливих умов дитячої анімації є відсутність у ній злих і страшних персонажів. Навіть негативні герої повинні бути комічними, незначними, жадібними або невмілими, з негативними якостями, зрозумілими для дітей. Окрему увагу потрібно приділити реквізиту та призовому фонду дитячого заходу, оскільки для дітей важливим аспектом є атрибутика. Крім

цього, аніматори повинні пам'ятати про необхідність заохочення всіх учасників заходу. У результаті кожен малюк має отримати приз і відчувати себе переможцем. Призи не обов'язково повинні бути дорогими, але вони повинні відповідати стилістиці заходу та моменту їх вручення. Наприклад, якщо свято пов'язане з навчанням, а серед аніматорів присутні персонажі, наприклад Буратіно та Мальвіна чи викладачі школи Чарівництва Хогвартс, логічно використовувати як призи шкільні приналежності – олівці, зошити чи лічильні палички, які презентуються дітям як чарівні атрибути. Важливо також забезпечити відповідність між складністю завдання і цінністю призу, оскільки малюку буде неприємно отримати однаковий приз за завдання різного рівня складності.

В умовах курортного середовища особливої актуальності набуває питання організації соціалізації дітей через їх взаємодію з однолітками. Саме тому більшість сучасних готельних комплексів передбачають наявність спеціалізованих дитячих зон, зокрема ігрових кімнат і майданчиків. У великих готелях для забезпечення повноцінної дитячої дозвілєвої діяльності створюються дитячі клуби (Kids-club), роботу яких координує керівник (шеф-аніматор). Структура клубу зазвичай передбачає поділ на вікові групи: мініклуб (3–12 років) та юніор-клуб (12–15 років). У пікові туристичні сезони в такому клубі може одночасно працювати до 10-ти аніматорів.

До функціональних обов'язків дитячих аніматорів входить організація різноманітних заходів, спрямованих на всебічний розвиток дитини: творчі заняття (малювання, ліплення, перегляд мультфільмів), спортивні ігри, театралізовані дійства (mini-show), заняття на відкритому повітрі (катання на конях, морські прогулянки), квест-ігри (лісові ралі), майстер-класи з кулінарії тощо. Таким чином забезпечується не лише розважальна, а й виховна та розвивальна функції анімаційної діяльності.

Інформація про роботу дитячого клубу подається у вигляді барвистого стенду з графіком заходів, який розміщується в зоні підвищеної прохідності (хол готелю, вхід до ресторану або вихід на пляж). Це сприяє оперативному

інформуванню батьків та підвищує загальну ефективність дозвілля дітей. Назва мініклубу, яка є індивідуальним рішенням адміністрації закладу, виконує роль ідентифікаційного та концептуального елемента (наприклад, «Золоте сонечко»), формуючи унікальність бренду готельного продукту.

Щоденна програма діяльності дитячого клубу має сталу структуру, яка починається з інтерактивного знайомства (колективне коло, ігрове представлення), що виконує адаптаційну та соціалізаційну функції. Упродовж дня проводяться спортивні, пізнавальні, культурно-розважальні заходи, дитячі вистави та святкові події. Для організації харчування дітей у готельному ресторані відводяться окремі столи, що сприяє розвитку навичок самостійності та комунікації. Наприкінці кожного дня учасники отримують заохочувальні дипломи за участь і досягнення.

План анімаційної діяльності розробляється на основі середнього строку перебування туристів (двотижневий цикл) і корегується залежно від складу дитячої аудиторії та зовнішніх умов. Доцільною є збалансована комбінація спортивних і культурно-дозвіллевих елементів, що сприяє гармонійному розвитку дитини.

Готелі Середземноморського регіону активно інтегрують дитячу анімацію у систему сервісних послуг. Додатково, за потреби, можливе надання індивідуальних послуг догляду за дитиною (baby-sitting), що є зручним для батьків під час тривалої відсутності. Професійна діяльність аніматора в дитячому клубі передбачає високий рівень відповідальності та компетентності. Спеціаліст повинен мати базову педагогічну освіту, знати вікову психологію, пройти інструктаж з техніки безпеки та курс практичної підготовки з анімаційної діяльності. Ефективна робота з дитячою аудиторією передбачає вміння керувати конфліктами, підтримувати мотивацію, стимулювати творчу активність та забезпечувати рівні умови для самореалізації кожного учасника. Особливої уваги заслуговує організація святкових заходів, які мають бути концептуально обґрунтованими, відповідати можливостям матеріально-технічної бази та особливостям цільової аудиторії, а також передбачати

безпечну участь усіх членів сім'ї, зокрема батьків. Якісна організація дитячої анімації в готельному середовищі є не лише елементом розваги, а й потужним інструментом розвитку, соціалізації та позитивного емоційного досвіду дитини, що сприяє підвищенню конкурентоздатності туристичного продукту загалом.

3.2 Застосування анімаційних технологій у практиці корпоративного відпочинку

Організоване корпоративне дозвілля реалізує соціокультурні потреби персоналу у повноцінному відпочинку, рекреації, згуртуванні колективу, відчутті своєї причетності до корпорації.

Корпоративний відпочинок – це форма організованого дозвілля, ініційована роботодавцем з метою створення сприятливого соціально-психологічного середовища в трудовому колективі.

Його виникнення пов'язане з еволюцією підходів до управління персоналом у другій половині XX століття. Після Другої світової війни в країнах Західної Європи та США формується нова філософія менеджменту – human relations approach (підхід людських взаємин), яка акцентує увагу на потребах працівника не лише як виконавця трудових функцій, а і як соціальної істоти. Цей підхід передбачав формування позитивного мікроклімату, що, своєю чергою, потребувало нових форм неформального спілкування – поза межами виробничого середовища. Корпоративний відпочинок почав реалізовуватись у вигляді колективних виїздів на природу, участі в спортивних змаганнях, творчих заходах, екскурсіях, поїздках до готельних або рекреаційних комплексів. Його ключовою метою було зменшення рівня професійного вигорання, зміцнення колективної ідентичності, запобігання конфліктам у трудовій спільноті та підвищення лояльності персоналу до компанії.

У межах корпоративного відпочинку важливу роль почала відігравати анімація як форма організації активного та інтерактивного дозвілля. У

науковому розумінні **анімація, як складова системи організації корпоративного відпочинку**, становить форму культурно-дозвілєвої діяльності, що передбачає створення умов для міжособистісної взаємодії учасників трудового колективу в ігрових, творчих, спортивних, естетичних, інтелектуальних формах з метою формування командної згуртованості, гармонізації міжособистісних стосунків та активізації потенціалу співробітників.

Важливо підкреслити, що анімаційна діяльність у межах корпоративного відпочинку виходить за межі звичайної розваги. Вона виконує низку педагогічних, соціокультурних, психологічних і навіть терапевтичних функцій. Завдяки ретельно спланованому сценарію, за участю професійних аніматорів чи тренерів, вона стає інструментом стратегічного управління колективом.

Перші спроби поєднання організованих розважальних заходів з корпоративними подіями спостерігались у США наприкінці 1960-х років, коли великі корпорації, зокрема IBM, Ford та General Electric, почали запроваджувати внутрішні програми тимбілдингу. У цих програмах з'являлися театралізовані виступи, спортивні ігри, творчі конкурси, що за своєю суттю були первинними формами анімаційної діяльності. У 1980–1990-х роках ідеї командної згуртованості поширились у Західній Європі. У Німеччині популярності набули так звані Unternehmensausflüge – корпоративні вилазки до заміських комплексів із елементами рольових ігор, квестів, кулінарних шоу, майстер-класів. У Франції корпоративна анімація отримала культурне забарвлення – з орієнтацією на театральність, музику, імпровізацію. У країнах Східної Європи, зокрема в Україні, корпоративна анімація почала розвиватися з початку 2000-х років. Спочатку це були адаптовані форми західних практик, однак поступово з'явилися власні моделі, засновані на поєднанні культурно-історичних традицій, народних ігор та сучасних інтерактивних технологій.

Актуальність анімації як елементу корпоративного відпочинку обумовлена глибокими трансформаціями сучасного трудового середовища. По-перше, в умовах інформаційного суспільства значно зросло психологічне

навантаження на працівників, що призводить до хронічного стресу, апатії та вигорання. Анімаційні заходи дозволяють розрядити напругу, переформатувати міжособистісні відносини, повернути працівникам мотивацію. По-друге, із зростанням значущості командної роботи, комунікативної компетентності, креативності та здатності до адаптації, анімація стала дієвим інструментом розвитку «м'яких навичок». Її форми (ігрові, конкурсні, креативні) створюють простір для самовираження, спільного вирішення завдань, виявлення лідерських якостей. По-третє, у мультикультурному або міждисциплінарному колективі, де присутня різноманітність у віці, світогляді, досвіді, анімація виконує інтеграційну функцію – допомагає зруйнувати бар'єри, створити атмосферу довіри та порозуміння.

Функціонально корпоративна анімація охоплює такі напрями (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Функції здійснення анімаційної програми як складової системи організації корпоративного відпочинку

Функція	Деталізація
Комунікативна функція	Стимулювання відкритого діалогу, створення горизонтальних зв'язків між працівниками
Рекреаційна функція	Забезпечення емоційного відпочинку, зняття напруги, попередження вигорання
Навчально-розвивальна функція	Розвиток креативності, критичного мислення, навичок співпраці
Соціалізаційна функція	Сприяння адаптації нових працівників, формування почуття приналежності до команди
Мотиваційна функція	Підвищення задоволеності роботою, формування позитивного ставлення до роботодавця
Культуроутворювальна функція	Зміцнення корпоративних цінностей, символіки, традицій

Анімація як елемент корпоративного відпочинку – це складна, багатофункціональна система дій, що поєднує рекреацію, педагогіку, психологію, менеджмент і культурологію. Її інтеграція в систему управління персоналом є закономірною реакцією на потреби постіндустріального суспільства, в якому успіх організації визначається не лише економічними чинниками, а й рівнем розвитку людського капіталу. Анімація, як засіб

створення згуртованого, творчого й емоційно стійкого колективу, є цінним ресурсом формування ефективної корпоративної культури.

У процесі розроблення ігрових анімаційних програм для корпоративного середовища особливу увагу необхідно приділяти соціокультурному змісту ігрової діяльності, яка попри свою, на перший погляд, розважальну суть, виконує важливу функцію інтеграції учасників спільноти. Згідно з концепцією ігрової взаємодії гра є механізмом міжособистісної комунікації, що сприяє консолідації групи на основі прийняття й осмислення індивідуальних відмінностей. У контексті формування згуртованого колективу працівників туристичного підприємства аніматор має не лише створювати умови для активної участі персоналу в ігровій взаємодії, але й стимулювати до самостійного продукування елементів художньо-творчої діяльності. До таких елементів належать, зокрема, командні пісні-гімни, корпоративні слогани або девізи, які вербалізують корпоративну ідентичність або ситуативний настрій події.

Одним із ефективних методичних інструментів у цьому напрямі є організація конкурсів для створення подібного контенту, що передбачає залучення широкого кола учасників, одночасно формуючи дух дружнього суперництва і водночас уникаючи ієрархічної напруги через номінації переможців. Під час реалізації святкових програм доцільно вибудовувати ігрову взаємодію за принципом дворівневої спільноти: перше коло складають активні учасники, які безпосередньо беруть участь у грі, друге – вболівальники, що не залишаються пасивними спостерігачами, а включаються в дійство як співтворці атмосфери.

Конструювання ігрових анімаційних програм передбачає врахування основних функцій гри, зокрема гедоністичної, рекреаційної та евристичної. Гедоністичний компонент полягає у створенні позитивного емоційного тла, яке забезпечує привабливість події та мотивує до участі навіть тих співробітників, які залучаються до святкової події не на засадах добровільного вибору, а згідно з корпоративною етикою, яка прирівнює ігнорування таких заходів до

порушення трудової дисципліни. Рекреаційна функція гри виявляється у використанні її потенціалу для психоемоційного розвантаження й зміни діяльній домінанті – із професійно-ділової на неформально-розважальну. Важливо, що під час корпоративного дозвілля застосовуються переважно такі форми ігрової активності, як розваги, що не потребують спеціальної підготовки й ґрунтуються на виявленні індивідуальних здібностей (швидкість реакції, кмітливність, артистизм, комунікативність тощо).

Ці розважальні форми діяльності істотно відрізняються від характерної трудової атмосфери, завдяки чому сприяють емоційному перезавантаженню та формують позитивний психоемоційний фон у колективі. Евристичний потенціал ігрової взаємодії полягає у стимулюванні творчої ініціативи, активації уяви, колективного мислення та естетичного самовираження учасників: шляхом імпровізації, виконання жартівливих номерів, вокальних чи танцювальних виступів, експромтів, пародій тощо. Це формує не лише атмосферу свята, а й сприяє розкриттю індивідуальностей та формуванню командної ідентичності.

Особливу роль у забезпеченні соціокультурної динаміки корпоративного дозвілля відіграє метод театралізації, який відповідає глибинним потребам особистості у зміні ролей, маскарадному перевтіленні та переживанні ілюзорно-казкової реальності. Анімаційні програми, побудовані з використанням театралізованих елементів, дозволяють актуалізувати суб'єктну позицію працівника в межах святкової події, створюють умови для активного включення в культурно-дозвілєву діяльність і підвищення якості корпоративного дозвілля.

Анімація у поєднанні з театралізацією оптимально збалансовує основні складові корпоративного свята – розслаблення, емоційне піднесення, урочистість – і в такий спосіб сприяє формуванню сталого рекреаційно-комунікативного простору, що забезпечує розвиток корпоративної культури, мотивацію персоналу та поліпшення соціально-психологічного клімату в колективі.

3.3 Організація анімаційного супроводу круїзних перевезень

Круїзна подорож є однією з найбільш специфічних форм туристичної діяльності, яка поєднує кілька типів туризму одночасно – рекреаційний, оздоровчий, спортивний, культурно-пізнавальний та діловий. Завдяки поєднанню транспортування водними шляхами, організованого дозвілля, екскурсійної програми та високого рівня сервісу круїз є унікальним видом туристичного продукту, що задовольняє потреби широкого спектра туристів.

У структурі круїзного обслуговування важливе місце займає анімаційна діяльність, що реалізується анімаційною командою під керівництвом головного менеджера круїзу. Основною метою анімації на круїзних лайнерах є забезпечення соціокультурного обслуговування пасажирів шляхом організації різнопланових заходів, які враховують вікові, інтересові та психологічні особливості цільової аудиторії. Досягнення цієї мети здійснюється за допомогою використання сучасної матеріально-технічної бази судна та інфраструктурних можливостей портових міст. Анімаційна діяльність на борту круїзних лайнерів набуває специфічного змістового та організаційного наповнення, зумовленого особливостями круїзного середовища, постійною змінністю аудиторії та обмеженим простором перебування.

Аніматори є ключовими фігурами у створенні позитивного емоційного клімату на борту та формуванні сприятливих умов для повноцінного туристичного досвіду. З огляду на обмеженість фізичного простору та замкнутий характер середовища круїзного лайнера дозвіллі практики мають чітко структурований характер, а програми – комплексну, багаторівневу структуру.

Основні напрями круїзної анімації:

1. Ранкові спортивні активності як інструмент стимулювання фізичної активності пасажирів. Найпоширеніші форми – ранкова гімнастика, водна аеробіка, стретчинг під керівництвом спортивного інструктора.

2. Денна програма, що включає аеробні заняття з різними рівнями інтенсивності; спортивні змагання та ігри на палубі (волейбол, настільний теніс); конкурси та квести; майстер-класи (танці, малювання, кулінарія); інтелектуальні розваги (вікторини, шахові турніри, лекторії).

3. Анімація для дітей, яка передбачає адаптовані програми з урахуванням вікових особливостей: тематичні квести, інтерактивні вистави, творчі майстер-класи, ігрові зони з професійним супроводом аніматорів – дитячих педагогів.

4. Вечірні шоу-програми – це кульмінація щоденного круїзного дозвілля. Вони можуть включати виступи запрошених артистів оригінального жанру; мінітеатральні постановки; музично-інструментальні шоу; дискотеки, караоке-вечори, танцювальні марафони; тематичні вечори (ретро, піратська вечірка, біла ніч тощо).

Специфічні ознаки круїзної анімації визначаються, зокрема, такими чинниками (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Специфічні ознаки круїзної анімації

Ознака	Деталізація
Мультикультурність цільової аудиторії	Круїзні маршрути обслуговують пасажирів різних національностей, що потребує міжкультурної чутливості під час розроблення анімаційних програм та універсальності комунікативних підходів
Закритий простір лайнера	Обмежений простір активізує креативність аніматорів, спонукаючи до створення інноваційних сценаріїв, адаптованих до палуб, залів, ресторанів, басейнів тощо
Безперервність дозвілєвого циклу	Круїз триває кілька днів або тижнів, анімація має динамічно змінюватися, підтримуючи постійний інтерес та залученість пасажирів
Сегментація гостей за мотивацією подорожі	Одні обирають круїзи заради спокійного відпочинку, інші – заради розваг, тому програми повинні враховувати різні очікування

На сучасних круїзних лайнерах найбільш розповсюдженими форматами круїзної анімації є такі:

– розважальні шоу-програми: вечірні театралізовані виступи, кабаре-шоу, стендап, мюзикли на борту;

- інтерактивні заходи: вікторини, конкурси, танцювальні майстер-класи, кулінарні демонстрації, ігрові марафони;
- анімація для дітей та підлітків: квест-ігри, дитячі клуби, тематичні дні (наприклад, піратські вечірки);
- спортивно-оздоровчі активності: йога на палубі, водна гімнастика, змагання з мінігольфу, танці Zumba;
- екскурсійно-пізнавальні заходи: лекції про культури країн, до яких прямує лайнер, кіноперегляди з обговоренням, презентації;
- морські фестивалі на борту: мінікарнавали, тематичні паради;
- кулінарні шоу з дегустаціями: інтерактивні кухні з шефами;
- гейміфікація простору: анімаційні квести з доповненою реальністю.

Завдяки комплексному підходу до планування програми аніматори на борту мають змогу врахувати часову структуру дня, вікову структуру аудиторії та індивідуальні запити кожного рекреанта.

Ефективна круїзна анімація виконує низку важливих функцій: психоемоційна (забезпечення позитивного емоційного стану рекреантів, зниження стресу та формування відчуття спільності); соціалізаційна (створення умов для міжособистісної взаємодії, знайомств, групової згуртованості); комунікативна (подолання мовних і культурних бар'єрів через універсальні невербальні, ігрові та музичні формати); іміджева (формування позитивного іміджу круїзної компанії, що прямо впливає на повторні замовлення послуг). Наявність якісної анімаційної програми безпосередньо корелює з рівнем задоволеності клієнтів та формуванням лояльності до бренда круїзної компанії.

Сучасний розвиток круїзної анімації відображає активну адаптацію індустрії до вимог XXI століття, що сприяє впровадженню інноваційних підходів в організацію анімаційних розважальних програм на борту. Однією з найбільш значущих тенденцій є цифровізація анімаційного досвіду, що включає використання мобільних додатків для реєстрації на заходи, віртуальну реальність, а також інтерактивні панелі для надання інформації про розклад

заходів. Це дозволяє підвищити зручність і доступність для пасажирів, сприяючи кращому плануванню часу на борту.

Іншим важливим аспектом є персоналізація програм, яка реалізується через попередні опитування, що дозволяє формувати індивідуалізовані програми дозвілля, які відповідають специфічним запитам та інтересам кожного гостя. Це дозволяє досягти більш високого рівня задоволеності від подорожі і зміцнити емоційний зв'язок пасажирів з круїзною компанією. Ще однією важливою тенденцією є залучення відомих ведучих і артистів, зокрема шеф-кухарів, музикантів та танцюристів, для проведення виступів на борту, що значно підвищує престиж і унікальність круїзів. Це також дозволяє створити атмосферу ексклюзивності, що приваблює туристів, які шукають нових вражень.

Усі ці нововведення супроводжуються посиленням екоорієнтованості анімаційних програм. Поширення еко-квестів та майстер-класів із вторинної переробки матеріалів дозволяє підвищити свідомість туристів щодо екологічних питань і сприяти популяризації сталого туризму. Також актуальною є інклюзивність анімаційних програм, що включає адаптацію заходів для осіб з обмеженими можливостями та створення універсального дизайну анімаційного простору. Такий підхід забезпечує однаковий доступ до розваг для всіх категорій гостей і підвищує комфорт на борту. Також зростає популярність тематичних круїзів, що зосереджуються на певних тематиках, таких як «ретро-круїз», «винний тур» чи «здоров'я та гармонія». Ці круїзи сприяють залученню конкретних цільових аудиторій і надають пасажирам можливість зануритися в атмосферу, яка відповідає їхнім особистим інтересам.

Анімаційна діяльність є важливим компонентом круїзного сервісу, що виконує не лише розважальну, а й психосоціальну, комунікативну та оздоровчу функції. Успішна реалізація анімаційних програм сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів, створенню позитивного іміджу круїзної компанії та конкурентоспроможності на світовому туристичному ринку.

ТЕМА 4 ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ

4.1 Підхід до створення та структурування анімаційних програм

Анімаційна програма – це системно організований комплекс заходів, що об'єднані єдиною концептуальною ідеєю та спрямовані на задоволення різноманітних рекреаційних, культурних, комунікативних і пізнавальних потреб споживачів туристичних послуг. Її структура охоплює такі ключові компоненти: туристично-екскурсійну активність, фізкультурно-оздоровчі ініціативи, культурно-дозвіллеві події, освітньо-пізнавальні практики та аматорську (самодіяльну) творчість.

Комплексність і міждисциплінарність такої програми дозволяє забезпечити гармонійний розвиток особистості, сприяти інтеграції різних груп відпочивальників у соціокультурне середовище закладу, а також формувати позитивний емоційний досвід перебування в туристичному просторі.

Анімаційна програма не є випадковим набором заходів, а цілісною системою, яка реалізується за певною технологією. До базових вимог, що висувуються до сучасних анімаційних програм у сфері готельно-ресторанного та туристичного обслуговування, варто зарахувати низку концептуальних та функціональних критеріїв, які визначають їхню ефективність, релевантність і конкурентоздатність:

1) зміст анімаційної програми має бути комплексним і охоплювати всі основні напрями дозвіллевої діяльності, забезпечуючи цілісне задоволення фізичних, емоційних, інтелектуальних і соціальних потреб гостей;

2) рівень реалізації програми повинен не лише відповідати очікуванням відвідувачів, а й перевершувати їх, формуючи стійке позитивне враження та сприяючи створенню лояльної аудиторії;

3) важливою є здатність програми забезпечувати комфортне, ненав'язливе, емоційно позитивне середовище, що сприяє психологічному розслабленню та гармонійному включенню гостей у розважальні активності;

4) програма повинна містити елементи новизни та несподіванки (наприклад, у формі інтригуючих сюжетів або креативних рішень, а також включати щонайменше три-чотири події, здатні одночасно задовольнити потреби та інтереси різноманітних категорій споживачів);

5) для підтримання актуальності анімаційної діяльності та запобігання ефекту монотонності програма повинна щороку оновлюватися, особливо в тих закладах, де спостерігається значна кількість постійних клієнтів.

Грамотна підготовка, розробка та проведення анімаційної програми є ключовим чинником ефективного функціонування анімаційної діяльності в туристичній, готельно-ресторанній та рекреаційній сферах. Якісне проектування програми забезпечує цілісність її змісту, відповідність тематичної концепції, а також адаптацію до соціально-демографічних особливостей цільової аудиторії. Комплексна підготовка дозволяє передбачити можливі ризики, оптимізувати використання ресурсів та забезпечити технічну, кадрову й організаційну готовність до реалізації запланованих заходів.

Системний підхід до розроблення анімаційного сценарію сприяє підвищенню емоційного залучення учасників, формуванню позитивного іміджу закладу та зростанню рівня задоволеності споживачів. Крім цього, якісне проведення програми сприяє розвитку комунікативної взаємодії, створенню атмосфери довіри та активній участі туристів.

Професійно підготовлена анімаційна програма є інструментом стратегічного розвитку сервісної діяльності, підвищення її конкурентоздатності та привабливості.

Процес розроблення та проведення анімаційної програми відповідно до логіки управлінського циклу умовно поділяється на чотири етапи (табл. 4.1).

Таблиця 4.1 – Етапи процесу розроблення і проведення анімаційної програми

Етап	Характеристика
1 Підготовчий – стратегічно важливий, оскільки закладає основу для ефективної реалізації всієї програми	На цьому етапі передбачено: – чітке формулювання мети відповідно до запитів цільової аудиторії; – проєктування анімаційної програми включно зі створенням або адаптацією сценаріїв окремих заходів; – добір творчих виконавців, визначення місця та часу реалізації програми; – складання кошторису витрат та логістичне забезпечення (звук, світло, декорації, реквізити тощо). Результатом цього етапу є створення ґрунтовної організаційно-методичної бази для подальшого впровадження програми
2 Початковий – виконує функцію соціально-психологічної адаптації учасників до майбутньої активності	Етап включає встановлення довірчих комунікативних зв'язків між організаторами та аудиторією, формування позитивного емоційного тла, а також здійснення реєстрації на заходи, опрацювання заявок, сегментування учасників за інтересами. Таким чином, створюється сприятливе середовище для активної участі гостей у програмі
3 Основний – етап реалізації запланованих заходів згідно з розробленим сценарним планом	Аніматори втілюють художню ідею, залучаючи учасників до активної взаємодії через ігрові, спортивні, культурні та розважальні форми. Ефективність цього етапу залежить від попередньо підготовленої сценарної структури, кваліфікації персоналу та рівня технічного забезпечення
4 Завершальний – фінальна частина програми, виконує функцію підбиття підсумків та рефлексії	Етап передбачає: – урочисте завершення програми (нагородження учасників, прощальна частина); – збір зворотного зв'язку (опитування гостей); – аналітичний огляд результатів та визначення напрямів удосконалення для майбутніх програм

Технологія розроблення та реалізації анімаційних програм – це сукупність професійних методів і прийомів роботи аніматорів, організація їх діяльності, а також застосування спеціальних технічних засобів, зокрема об'єктів, споруд, інструментів і пристроїв.

Науково обґрунтована побудова технології анімаційних програм є визначальним чинником ефективності анімаційної діяльності в індустрії гостинності та дозвілля. Рациональна організація кожного етапу технологічного процесу (від концептуальної розробки до практичного втілення) забезпечує досягнення високого рівня емоційного залучення аудиторії, оптимізацію ресурсів та підвищення загальної якості анімаційного продукту. Грамотно спроектована технологія дозволяє не лише уникнути організаційних збоїв, але й

адаптувати програму до специфіки цільової аудиторії, умов середовища, матеріально-технічного забезпечення та кадрового потенціалу. У результаті формується цілісна система, яка сприяє реалізації творчого потенціалу аніматорів, підвищенню конкурентоздатності закладу та задоволенню потреб споживачів у якісному дозвіллі.

Технологічний процес створення та впровадження анімаційних програм передбачає функціонування низки взаємопов'язаних підсистем (рис. 4.1).

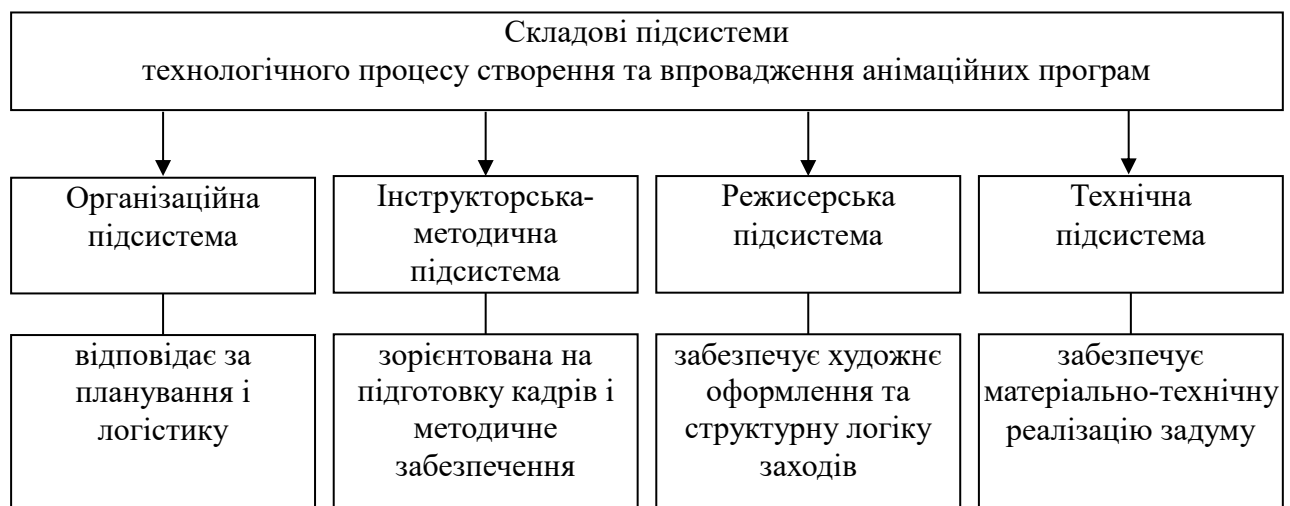


Рисунок 4.1 – Технологічний процес створення та впровадження анімаційних програм

Загальна технологія реалізації анімаційної програми охоплює такі ключові кроки:

- аналіз соціокультурного та рекреаційного контексту, в якому буде реалізована програма;
- формування цілей відповідно до запитів аудиторії та специфіки туристичного середовища;
- збір інформаційного та матеріального забезпечення (тематичний матеріал, технічні ресурси, реквізити);
- організаційно-менеджерське забезпечення, яке охоплює планування, координацію ресурсів і кадрів;

- сегментація цільової аудиторії, що дозволяє адаптувати програму до інтересів конкретних груп туристів;
- розроблення режисерського сценарію (включає формулювання теми й основної ідеї; визначення сценічного просторового середовища або ігрового майданчика; побудову сценарного плану; створення сюжетної лінії, композиційної структури, прологу та епілогу; графічне моделювання мізансцен; художній монтаж сцен);
- планування варіативного перебігу подій з урахуванням можливих змін (особливо під час масових заходів: фестивалів, карнавалів);
- створення текстів для ведучих, що забезпечують логічні переходи між епізодами, ігровими блоками та номерами;
- підготування текстового матеріалу для виконавців (діалоги, монологи, ролі);
- опис світлових, звукових, шумових, кіноефектів для підсилення емоційного сприйняття;
- розроблення художнього оформлення простору проведення;
- визначення методів активізації глядачів і залучення їх до участі;
- проведення репетицій, що забезпечує відпрацювання сценарного плану;
- реалізація самої програми як підсумок усіх попередніх етапів;
- післяпрограмний аналіз, що дозволяє оцінити ефективність заходу та внести корективи для майбутніх проєктів.

Програмні анімаційні заходи, організовані під час відпочинку, відіграють важливу роль у збереженні та відновленні різних аспектів здоров'я людини, включаючи соматичний, фізичний, психічний і моральний стан. Ці компоненти здоров'я є основою для умовної типології напрямів і програм туристичної анімації, які можна розподілити на кілька основних категорій: спортивні, спортивно-оздоровчі та спортивно-розважальні програми; видовищно-розважальні, пригодницько-ігрові програми; пізнавальні, спортивно-пізнавальні, культурно-пізнавальні, екскурсійні, повчальні, аматорські та

творчо-трудо́ві програми; комплексні програми, що поєднують елементи однорідних напрямів.

Програми видовищно-розважального спрямування включають такі заходи, як святкування, конкурси, фестивалі, карнавали, тематичні дні, ярмарки, дискотеки, танцювальні вечори, концерти художньої самодіяльності, шоу тощо. Вони сприяють розвитку соціальних та емоційних аспектів відпочинку, заохочуючи гостей до участі в колективних розвагах. Анімаційні програми, зорієнтовані на «спілкування за інтересами», становлять комбінацію різноманітних програм, де приділяється особлива увага створенню комфортної та невимушеної атмосфери, що сприяє взаємодії між людьми з різними інтересами, бажаннями, темпераментами та національними особливостями. У цих програмах важливу роль відіграє аніматор, який є каталізатором спілкування. Основні цілі таких програм включають задоволення потреби в самовираженні; стимулювання розвитку особистих умінь учасників; орієнтацію розваг та активностей на творчий процес; допомогу в позбавленні від щоденних стресів і проблем; створенні можливостей для зміни іміджу та розслаблення; збагачення культурних відомостей учасників.

Для задоволення різноманітних потреб гостей (враховуючи їхній вік, національність, соціальний статус та фізичні можливості) програми анімації повинні бути гнучкими та змінюватися протягом сезону. Ефективність цих програм значною мірою залежить від професіоналізму та універсальності тураніматорів, а також від їхнього творчого підходу до організації заходів.

4.2 Сценарій як ключовий елемент драматургії в анімаційній діяльності

Процес формування анімаційної програми складний і структуровано-етапний, що передбачає послідовну реалізацію трьох ключових фаз: сценарної розробки, режисерського втілення на сценічному чи ігровому майданчику та безпосереднього виконання ідейно-тематичного задуму аніматорами. Такий поетапний підхід забезпечує органічну цілісність анімаційного заходу й

високий рівень естетичної та емоційної взаємодії з аудиторією. Ініціатором сценарного проєктування зазвичай є режисер-постановник або топ-аніматор, який формує концептуальне ядро програми.

Сценарії анімаційних програм, відповідно до ряду ознак, бувають таких видів (рис. 4.2).

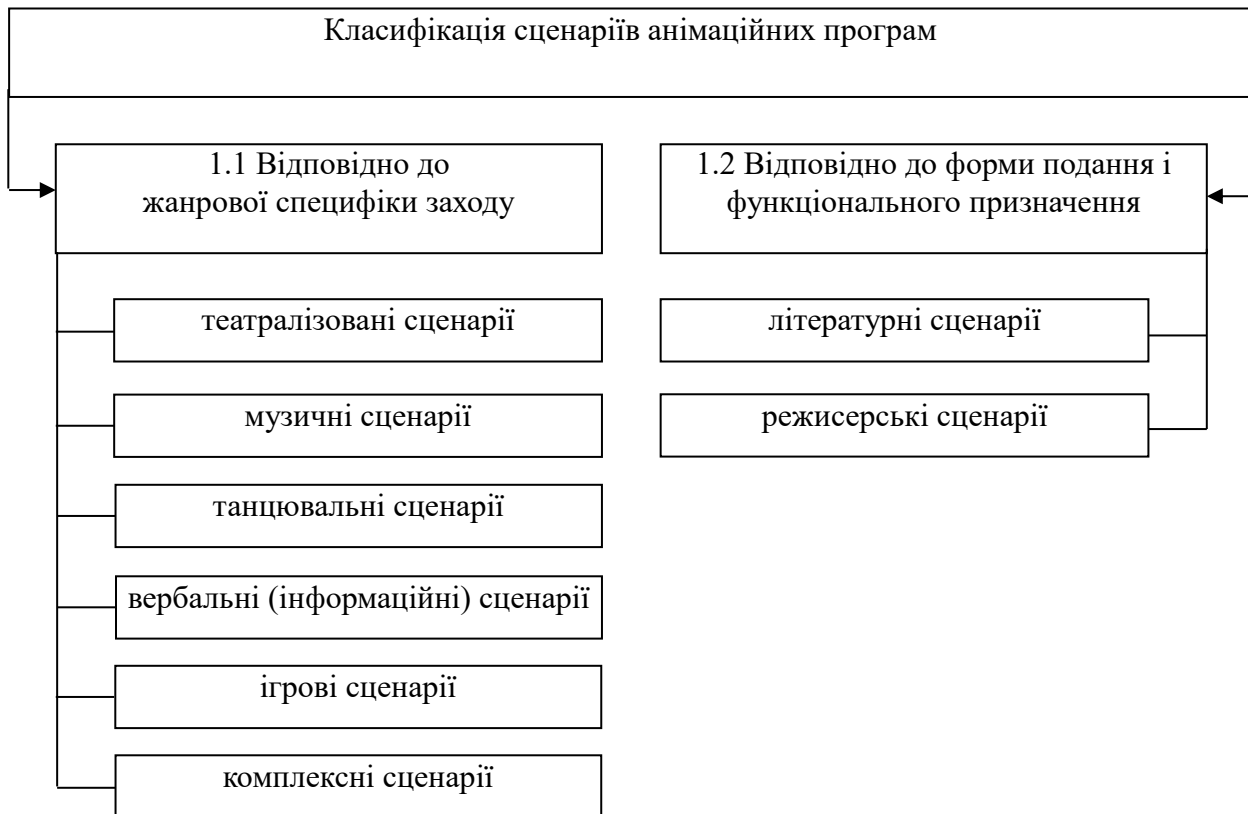


Рисунок 4.2 – Сценарії анімаційних програм

Літературний сценарій забезпечує докладний опис змісту анімаційного заходу (особливо шоу чи вистави) в художньо-літературній формі. Його робочий варіант – монтажний лист – виконує роль «карти» заходу, що детально структурує всі компоненти дії: текст, звуковий супровід, світло, відеоряд, мізансцени тощо. Режисерський сценарій, натомість, може існувати автономно від літературної основи й слугує текстовою організацією візуальної і просторової дії, що набуває особливого значення під час створення видовищних, ігрових або танцювальних програм. Його практичність полягає в

економії часу й можливості гнучко адаптувати зміст до умов майданчика та технічних можливостей.

Зміст сценарію може бути реалізований у формі оригінального авторського сценарію (репрезентує інноваційні ідеї та новаторські художні рішення); компілятивного (поєднує вже відомі епізоди й мотиви, інтегровані в нову логічну структуру); імпровізаційного (з акцентом на спонтанність, творчий діалог із публікою та гнучкість композиційних рішень).

Технологічна послідовність розроблення сценарного плану охоплює такі основні етапи (табл. 4.2).

Таблиця 4.2 – Основні етапи технологічної послідовності розроблення сценарного плану анімаційної програми

Етап	Характеристика
Формулювання тематики та концептуальної ідеї	тематика визначає коло соціально значущих явищ, що становлять інтерес для цільової аудиторії, а ідея відображає авторське світобачення, смислову домінанту та художню інтенцію сценарного твору
Комплексний аналіз просторових і технічних характеристик сценічного (або ігрового) майданчика	вивчення архітектурного планування, акустичних параметрів, особливостей освітлення, конфігурації глядацьких місць і ступеня інтеракції з аудиторією
Проектування сценарного плану	створення структурної моделі майбутнього сценарного продукту та визначення загальної композиційної логіки заходу
Конструювання сюжетної лінії	забезпечення послідовності, логічності і смислової цілісності драматургічного розвитку подій
Моделювання композиційної структури	охоплює основні елементи драматургії (експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка, фінал) і виконує функцію каркасу художнього сценарію
Означення прологу та епілогу як емоційно-смислових компонентів	формують вступну та завершальну частини сценарної побудови, задаючи настрій та тематичну завершеність
Розроблення мізансценічного рішення	визначення просторової організації сценічної дії, яка формує образну і візуальну складову сценарної реалізації
Здійснення художньо-композиційного монтажу як підсумкового етапу	об'єднання всіх структурних, сюжетних та естетичних елементів в єдину цілісну мистецьку форму

Науково обґрунтована та логічно вибудована підготовка анімаційної програми є необхідною умовою її успішної реалізації, оскільки дозволяє забезпечити змістову глибину, технічну досконалість і емоційно-комунікативну ефективність заходу.

Одним із провідних етапів у процесі підготовки анімаційного заходу є організація режисерсько-постановочної діяльності, яка визначає цілісність, структурованість та художньо-емоційний рівень заходу. Центральну роль у цій діяльності відіграє шеф-аніматор, який, як правило, поєднує функції сценариста, режисера-постановника, а іноді й виконавця окремих анімаційних ролей. Така мультифункціональність дозволяє забезпечити послідовність і узгодженість усіх етапів підготовки програми – від формування ідейно-тематичної концепції до її втілення на сцені або ігровому майданчику.

Анімаційна режисура – це специфічна форма мистецтва, що поєднує елементи сценічної дії, гри та активної взаємодії з публікою, об'єднані єдиним художнім задумом. Вона базується на створенні інтегрованого видовищного продукту, який має як естетичну, так і комунікативну функції.

У рамках анімаційної режисури виокремлюють кілька типів програм, кожен з яких має власну логіку постановки:

1) *режисура словесно-комунікативних програм* передбачає ретельну підготовку мовного контенту, стилістики подачі та риторичних засобів. Режисер працює над розвитком культури мовлення, техніки комунікації, дикції, інтонації, жестикуляції та артикуляції виконавців. Значну увагу приділяють тренінговим вправам для поліпшення мовного апарату аніматорів;

2) *режисура ігрових розважальних заходів* ґрунтується на ефективній просторово-динамічній організації ігрового простору. Це забезпечує вільну маневреність аніматора, максимальну видимість і чуйність для глядачів, а також комфортну участь гравців та членів журі;

3) *режисура музичних дійств* (фестивалів, концертів, конкурсів) відрізняється ширшим спектром виразних засобів. До них належать конференс, сценічний костюм, особливо у фольклорних виступах, світлові ефекти, звуковий монтаж, феєрверки та інші технічні і художні елементи;

4) *хореографічна постановка анімаційних заходів* орієнтується на підвищення інтерактивності між виконавцями та рекреантами. До структури

програми інтегруються елементи рольових або конкурсних ігор, що забезпечує активну участь аудиторії та створює атмосферу емоційної залученості;

5) *креативна режисура святкових та театралізованих шоу* характеризується високою складністю та багаторівневістю постановочних завдань. Найбільш поширеним форматом є театралізоване свято, де головними персонажами є фольклорні, міфологічні та вигадані герої (Міккі Маус, Бахус, Маланка тощо). Така форма дає змогу не лише розважати, а й виконувати функцію культурної трансляції традицій і символів.

Першим етапом режисерської підготовки є **експлікація** – письмове і усне представлення творчого задуму. Вона виконує функцію методологічного і структурного орієнтира для всієї постановочної групи, до складу якої входять хореограф, художник-сценограф, звукорежисер, відеоінженер, спеціаліст зі світлових ефектів та інші фахівці. Експлікація розкриває концепцію, ідейне наповнення заходу, визначає розподіл ролей, формує чіткі настанови щодо розуміння учасниками своїх завдань і взаємодії в рамках єдиного сценарного простору. Наступним етапом є робота над епізодами або номерами програми, які становлять завершені мініатюри в межах певного жанру сценічного мистецтва. Особлива увага приділяється інтеграції музичного, світлового та візуального супроводу, що потребує тісної співпраці режисера з відповідними технічними спеціалістами. Якщо до програми входять танцювальні фрагменти, до процесу активно залучається хореограф.

Анімаційна подія, як і театральна вистава, підпорядковується законам драматургії. **Драматургія** у контексті анімації – це принцип структурної і художньої організації сценічної дії, що забезпечує логічний розвиток подій, послідовне зростання емоційної напруги та глядацького інтересу.

4.3 Використання засобів сценарної майстерності в анімаційних програмах і типологічних моделях сюжетної побудови

У процесі сценарно-режисерської діяльності застосовується широкий спектр засобів художньої виразності, які сприяють формуванню

індивідуального образу культурно-мистецького заходу, забезпечуючи його емоційну насиченість, сценічну ефектність і комунікативну дієвість. Використання таких засобів є важливою умовою художнього моделювання подійно-комунікативного простору, що відповідає тематиці, цільовій аудиторії та загальній концепції заходу.

Документальні засоби широко застосовуються у сценаріях, присвячених суспільно значущим подіям, історичним віхам або пам'ятним датам. Зокрема, вони є актуальними під час проведення тематичних вечорів, ювілейних урочистостей, кіновечорів чи програм військово-патріотичного спрямування. Вони забезпечують високий рівень емоційної вірогідності, формують зв'язок поколінь і поглиблюють історичну свідомість учасників.

Художні засоби з елементами театралізації активно використовуються у взаємодії з молодіжною, підлітковою та студентською аудиторією. Подібні засоби є складовими святкових заходів, таких як День захисту дітей, «Останній дзвінок», випускні вечори, вечори відпочинку чи знайомств. Вони дозволяють створити яскраву сценічну динаміку, активізувати глядачів як учасників події, а також сприяють формуванню естетичного досвіду через залучення до театральнo-художнього середовища.

Комедійно-розважальні засоби (зокрема клоунада, пародія, шарж, гумор, елементи ярмаркової культури) є невіддільною частиною дитячих шоу-програм, новорічних і карнавальних дійств, маскарадів, ігрових інтермедій, зустрічей із казковими персонажами, караоке-вечірок, танцювальних заходів тощо. Їх застосування забезпечує ігровий характер взаємодії, створює легку, невимушену атмосферу та підвищує рівень емоційної залученості глядачів.

Науково-популярні та техніко-просвітницькі засоби використовуються переважно під час проведення інформаційно-просвітницьких вечорів, спрямованих на формування інтересу до сучасних наукових знань, інженерно-технічних досягнень та економічних інновацій. Вони сприяють розвитку пізнавальної мотивації, розширенню світогляду молоді та виконують важливу функцію популяризації науково-технічного прогресу.

Музично-художні засоби посідають особливе місце у структурі театралізованих культурних подій, оскільки дозволяють інтегрувати елементи різних мистецьких жанрів на основі домінування музичного компонента. До таких заходів належать огляди художньої самодіяльності, тематичні концерти, літературно-музичні композиції, фольклорні вечори, мистецькі альманахи тощо. У межах подібних подій традиційні елементи виразності (слово, музика, пісня, танець, пантоміма) поєднуються в новій структурній формі, створюючи синкретичні жанри з високим ступенем емоційної та естетичної впливовості.

У процесі створення змістовно насичених сценарних програм важливою складовою є обґрунтований вибір сюжетної моделі. Сюжет є основним структуро-утворювальним елементом, який забезпечує логічність, художню цілісність та емоційно-сміслову динаміку заходу. Основними типологічними моделями сюжетної побудови, що застосовуються в практиці сценарної роботи анімаційних програм, є такі (табл. 4.3).

Таблиця 4.3 – Основні типологічні моделі сюжетної побудови, що застосовуються в практиці сценарної роботи анімаційних програм

Модель	Характеристика
1	2
Порівняльно-аналітична модель сюжету	Передбачає зіставлення подій або явищ за аналогічністю чи контрастністю. Створюється ефект паралелей, що сприяє глибшому осмисленню теми. Застосовується в разі потреби критичного осмислення історичних, культурних або соціальних подій
Сценічно-драматургічний підхід	Цей варіант побудови сюжету базується на дії, що моделюється сценаристами з використанням художньо сформованих персонажів. Основний акцент робиться на конфліктах характерів, їхньому психологічному розкритті в межах сценічних ситуацій. Особливу роль відіграє драматургічна напруга, яка може реалізовуватись у героїко-драматичному чи комедійно-сатиричному ключі. Такий підхід універсальний і придатний для реалізації художнього, документального, науково-популярного та публіцистичного матеріалу
Алегорично-символічна модель	Базується на іносказанні: абстрактні поняття передаються через художні образи тварин, казкових персонажів чи уособлення явищ природи. Такий підхід дозволяє емоційно та метафорично розкрити складні ідеї, що робить його особливо цінним для дитячих та молодіжних програм
Наративно-образний підхід	Цей підхід базується на описово-оповідній формі подачі матеріалу, де розгортання сюжету відбувається за допомогою літературної розповіді, монологів і діалогів персонажів. Особливістю є можливість включення як героїв літературних творів, так і новостворених образів – автора, сучасного глядача, критика, композитора тощо. Такий підхід активно використовується в літературно-музичних композиціях, де слова й музика взаємодіють, формуючи глибокі художні сенси

Продовження таблиці 4.3

1	2
Метафоричний підхід	Передбачає перенесення властивостей одного об'єкта на інший через поетичні чи філософські образи. Метафорична модель збагачує художню складову заходу, створює глибші смислові прошарки (наприклад, схід сонця як символ надії, прихід весни як оновлення життя)
Гіперболізована модель	Ґрунтується на свідомому перебільшенні значення подій, характерів або ситуацій задля досягнення комічного або емоційно-ефектного впливу на глядача. Використовується для підсилення драматизму або комізму в сценарних композиціях
Іронічно-пародійна модель	Ця форма сюжетної побудови передбачає сатиричне або гумористичне осмислення подій, що розгортаються, через узагальнення, іронію, пародіювання стереотипних ситуацій або поведінкових шаблонів. Ефективна у програмах розважального спрямування, побудованих на конфлікті або соціальному контексті
Сатирично-критичний підхід	Спрямований на жорстке викриття вад, суспільних недоліків або неефективних явищ шляхом їх осміяння. Такий сюжет вирізняється соціально-політичним навантаженням та виконує функцію громадянської просвіти
Іронічно-зауальована модель	Це форма сюжетного викладу, в якій справжнє ставлення автора маскується під удавану згоду. Вона формує подвійне сприйняття інформації і стимулює глядача до критичного мислення
Гротескно-контрастна модель	Поєднує реальне й фантастичне, трагічне й комічне, прекрасне й потворне в химерному синтезі. Створює сильний художній вплив через несподівані поєднання, які викликають глибокі емоційні реакції. Здебільшого застосовується в театралізованих шоу-програмах або мистецьких перформансах
Комедійно-інтригуюча модель	Базується на складній інтризі, динамічному розвитку подій, несподіваних поворотах сюжету. Такий підхід дозволяє висміяти соціальні стереотипи, моральні недоліки, людські слабкості та суспільні звичаї через гумор і сатиру
Гумористично-емпатійний підхід	Поєднує легку комічність зі співпереживанням. Завдяки цьому сюжет не лише розважає, а й формує позитивний емоційний зв'язок з аудиторією, сприяє створенню доброзичливої атмосфери

Успішне володіння зазначеними моделями побудови сюжетної лінії дає змогу сценаристу створити естетично повноцінний і концептуально виважений культурно-дозвіллевий продукт, здатний задовольнити художні, пізнавальні та емоційні потреби цільової аудиторії.

Ефективна підготовка та реалізація анімаційних програм потребує високого рівня оволодіння техніками комунікативної взаємодії, зокрема здатності до захоплюючого та інформативного викладу матеріалу. Це, своєю чергою, передбачає професійне використання як монологічних, так і

діалогічних форм мовлення, що є ключовими інструментами в анімаційній діяльності.

Структура анімаційних заходів повинна формуватися на основі комплексу принципів, що забезпечують високий рівень залученості аудиторії, а саме: уникнення монотонності шляхом варіативного подання інформації; чергування змісту за характером і формою подачі; динамічне оновлення інформаційного потоку; інтеграція елементів новизни та непередбачуваності з метою збереження зацікавленості аудиторії; створення емоційно насичених, експресивних моментів для утримання уваги; чергування вербальних і невербальних компонентів комунікації (мовних, музичних, шумових, візуальних та світлових ефектів).

Монолог є складовою частиною сценарної конструкції анімаційних заходів і широко використовується у форматах зустрічей, тематичних вечорів, усних журналів, а також у театралізованих діях (репризи, фейлетони, коментарі, поетичні та музичні виступи). Ефективність монологу значною мірою залежить від комунікативної компетенції виконавця, його вміння володіти мовленням у художньо-образній формі. Майстерність сценариста полягає в адаптації тексту до індивідуальних особливостей виконавця; адекватному відтворенні характеру мовця; акцентуванні на емоційних нюансах висловлювання; дотриманні жанрової специфіки анімаційного заходу.

Діалог розглядається у трьох площинах: як форма усної мови, як механізм мовної комунікації та як літературний жанр (зокрема у публіцистиці та філософських текстах, наприклад, діалоги Платона). У драматургії діалог є домінуючим засобом викладу, а в епічних творах та філософських текстах – важливою комунікативною одиницею. Основні характеристики усного мовлення включають переважання простих синтаксичних конструкцій; експресивність, образність та емоційність; активне використання побутової лексики та фразеологізмів; застосування паралінгвістичних засобів (інтонації, пауз, темпу, гучності); вияв індивідуального стилю мовця.

Під час підготовки виступу аніматору доцільно дотримуватися таких комунікативно-психологічних принципів: розвинена міміка, чітка дикція, контроль голосових параметрів; вміння використовувати жести, дотримання просторової динаміки, встановлення контакту з аудиторією; використання імпрровізаційних технік для підтримання інтерактивності; емоційне насичення мовлення для формування естетичного переживання у слухачів.

5 ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ АНІМАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

5.1 Система анімаційного менеджменту в готельному господарстві: трактування суті, завдань, функцій та особливостей реалізації

Анімаційний менеджмент у сучасній системі готельно-ресторанного обслуговування розглядається як специфічна, структурно організована і науково обґрунтована система управління, яка передбачає цілеспрямоване планування, організацію, мотивацію та контроль анімаційної діяльності в межах стратегічної мети функціонування готельного підприємства. Ця система органічно вписується в загальну парадигму менеджменту в індустрії гостинності та становить вагомий інструмент підвищення якості сервісу, конкурентоспроможності та задоволення запитів сучасного туриста.

Анімаційний менеджмент вирізняється комплексною природою управлінської діяльності, що виявляється в необхідності врахування стратегічних орієнтирів готелю, його місії, ціннісних орієнтирів та корпоративної філософії, що забезпечує гармонійне функціонування всіх елементів туристичного сервісу.

Особливість анімаційного менеджменту зумовлюється специфікою предмета, засобів і результату праці. Об'єктом впливу цієї форми управління є анімаційна діяльність, яка реалізується через спеціалізовані служби готелю, а головним інструментом управлінського впливу є анімаційні програми, розроблені відповідно до потреб, очікувань і соціокультурних характеристик цільової аудиторії. Очікуваним і вимірюваним результатом ефективного анімаційного менеджменту є суб'єктивна задоволеність від дозвілля, що переживають клієнти і що, своєю чергою, детермінує загальний рівень лояльності туристів до бренду готелю.

Варто наголосити, що рівень задоволеності від перебування в готелі формується під впливом трьох ключових, взаємозалежних і взаємозумовлених чинників:

- відчуття реалізації особистих бажань та очікувань;
- відчуття комфорту фізичного та психологічного середовища гостинності;
- відчуття безпеки – як фізичної, так і соціальної.

Анімаційна діяльність, як складова частина загального сервісного комплексу, відіграє важливу роль у формуванні всіх трьох зазначених компонентів. Саме через організацію дозвілля гостя реалізуються механізми індивідуалізації сервісу, що позитивно впливає на емоційне сприйняття туристичного продукту.

З погляду системного підходу анімаційний менеджмент функціонує як інтегрована підсистема загальної системи управління готельним підприємством, яка взаємодіє з такими ключовими напрямками, як фінансовий, стратегічний, правовий, технічний, екологічний, кадровий менеджмент, а також менеджмент основних і додаткових послуг. Це зумовлює необхідність постійної координації дій між усіма функціональними підрозділами, що забезпечує синергетичний ефект і стійке позиціонування готелю на туристичному ринку.

Таким чином, **анімаційний менеджмент** може бути визначений як цілеспрямована управлінська діяльність, спрямована на забезпечення високоякісного дозвілльового обслуговування туристів через ефективне функціонування анімаційних служб відповідно до стратегічних, маркетингових, економічних та соціокультурних завдань готельного підприємства.

Функціональна структура анімаційного менеджменту ґрунтується на загальноприйнятих управлінських функціях – плануванні, організації, мотивації, аналізі та контролі, які реалізуються в логічній послідовності і взаємодії.

1. Функція планування передбачає:

- формування загальної стратегії розвитку анімаційної діяльності, гармонізованої з маркетинговими та іміджевими стратегіями готелю;
- розроблення інноваційних анімаційних концепцій, типових програм та методик їх адаптації до цільових сегментів споживачів (сім'ї з дітьми, молодь, літні люди тощо);
- аналітичне вивчення кон'юнктури туристичного ринку, ідентифікація чинників, що впливають на ефективність анімаційного менеджменту;
- участь у формуванні цінової політики готелю з урахуванням вартості анімаційного продукту;
- коротко- і довгострокове планування анімаційної діяльності, інтеграція заходів удосконалення в загальний бізнес-план та бюджет готелю.

2. Функція організації включає:

- координацію відносин готелю із зовнішніми партнерами з питань анімаційного обслуговування (туроператори, культурні інституції, навчальні заклади);
- ефективне використання ресурсного потенціалу готелю (фінансового, матеріального, кадрового);
- формування організаційної структури анімаційної служби, підбір персоналу, його підготовка та професійне становлення;
- забезпечення міжфункціональної взаємодії з іншими службами готелю, необхідної для організації безперервного та якісного анімаційного процесу;
- розроблення інвестиційної політики щодо розвитку матеріально-технічної бази анімації;
- управління ризиками, зокрема виявлення потенційних загроз, пов'язаних з організацією заходів, і впровадження превентивних механізмів їх мінімізації.

3. Функція мотивації передбачає:

- створення умов для розвитку внутрішньої мотивації персоналу, формування у працівників свідомого прагнення до творчого самовдосконалення;
- упровадження ефективних систем морального та матеріального стимулювання, що враховують індивідуальні досягнення аніматорів;
- формування корпоративної культури, яка забезпечує приналежність кожного працівника до спільної справи і його особисту зацікавленість у досягненні загальних цілей;
- реалізацію програм підвищення кваліфікації, професійного росту та особистісного розвитку кадрів;
- створення позитивного іміджу анімаційної діяльності як соціально значущої сфери, зорієнтованої на гуманістичні, естетичні та культурні цінності.

4. Функція аналізу та контролю охоплює:

- систематичний моніторинг діяльності анімаційної служби, аналіз ключових показників ефективності;
- підготовку аналітичних звітів для управлінської ланки з метою коригування стратегії та тактики анімаційної діяльності;
- внесення змін до програм, методик, цілей анімаційної діяльності на основі зворотного зв'язку від гостей та працівників;
- контроль за виконанням управлінських рішень, технічним станом інфраструктури та відповідністю стандартам безпеки;
- аудит взаємодії між анімаційною службою та іншими підрозділами готелю з метою забезпечення цілісності сервісного процесу.

Анімаційний менеджмент у контексті готельного господарства постає як складна, багаторівнева система управлінських дій, яка спрямована на досягнення високої якості сервісу, підвищення рівня задоволеності клієнтів і формування стійкого конкурентного іміджу готельного підприємства. Його ефективна реалізація потребує не лише професіоналізму персоналу, а й

глибокого розуміння психологічних, соціокультурних та економічних аспектів взаємодії з туристами.

5.2 Забезпечення ефективності анімаційної діяльності

Ефективність системи менеджменту готельних підприємств безпосередньо зумовлюється її здатністю до адаптації у відповідь на динаміку зовнішнього та внутрішнього середовища, а також на появу нових викликів і можливостей. В умовах високої конкуренції та швидких змін у сфері туризму й гостинності здатність управлінської системи до своєчасного перегляду та коригування стратегічних і тактичних підходів є фундаментальним чинником забезпечення сталого розвитку.

У цьому контексті оцінка ефективності анімаційної діяльності та прийняття на її основі управлінських рішень щодо вдосконалення програм становить завершальний та одночасно стартовий етап управлінського циклу. Зовнішні зміни (зміна запитів туристів, економічна ситуація, соціальні тенденції) та внутрішні чинники (ресурсний потенціал, організаційна культура, компетенції персоналу) з часом зумовлюють необхідність перегляду концептуальних засад анімаційної діяльності, а також форм і методів реалізації розважальних програм.

Функція анімаційного менеджменту полягає не лише в оперативному управлінні діяльністю анімаційної служби, а й у стратегічному аналізі, пошуку та імплементації інноваційних рішень для підвищення привабливості, ефективності та конкурентоздатності анімаційних продуктів. Кінцевою метою цього процесу є забезпечення високого рівня задоволеності гостей і формування емоційного зв'язку з брендом готельного підприємства.

Оцінка ефективності анімаційного менеджменту має комплексний характер і здійснюється на основі низки показників. До ключових критеріїв належать:

- рівень залученості клієнтів до анімаційних програм;

- стабільна потреба в таких заходах;
- позитивна динаміка репутаційного капіталу серед цільової аудиторії.

Репутація, своєю чергою, формується через якісну комунікацію із споживачами, послідовне дотримання стандартів сервісу та відповідність програми очікуванням гостей.

Важливо зауважити, що кількісні показники (наприклад, кількість проведених заходів) не є достатніми для об'єктивної оцінки ефективності. Пріоритет має саме якісний вимір, тобто рівень емоційного відгуку аудиторії, її лояльність, а також готовність повторно скористатися послугами підприємства. Успіх анімаційної програми виявляється у зростанні рівня довіри, зацікавленості та в позитивних змінах у поведінці споживачів.

Не менш значущим чинником ефективності анімаційного менеджменту є злагоджена діяльність самої анімаційної команди. Оптимальне функціонування колективу можливе лише за умови налагоджених внутрішніх комунікацій, які забезпечують обмін інформацією, колективну генерацію ідей та ефективне вирішення конфліктів. Успішна команда характеризується високим рівнем залученості учасників, їх особистою відповідальністю за спільний результат та готовністю до взаємодії й компромісу заради досягнення цілей.

Комунікація із споживачами туристичних послуг має бути системною та зорієнтованою на глибоке розуміння мотивацій клієнтів. Зворотний зв'язок дозволяє визначити найзатребуваніші послуги, канали отримання інформації про туристичний продукт, а також виявити ключових осіб, які впливають на прийняття рішення про купівлю. Особливо важливо з'ясувати роль, яку в цьому процесі відіграють саме анімаційні компоненти туристичного продукту.

Поведінка споживача є багатофакторною та нелінійною, оскільки вона формується під впливом комплексу зовнішніх (маркетингові стимули, соціокультурне середовище) та внутрішніх чинників (особистісні риси, потреби, цінності). Туристи є гетерогенною групою з точки зору віку, інтересів, доходів, способу життя, тому механізми прийняття рішень істотно варіюються.

Аналіз мотиваційної структури поведінки туристів ускладнюється суперечливістю соціальних запитів: з одного боку, індивідуум прагне автономії, а з іншого – потребує соціальної інтеграції; шукає спокою, але водночас жадає нових вражень. В анімаційній діяльності особливо важливо враховувати емоційні мотивації, які зазвичай мають більший вплив на вибір, ніж раціональні аргументи.

Ефективний анімаційний менеджмент – це інтегрована система управлінських, комунікаційних та аналітичних дій, спрямована на досягнення високого рівня задоволеності клієнтів, посилення конкурентних позицій підприємства та забезпечення сталого розвитку готельного сервісу в умовах змінюваного ринкового середовища.

5.3 Етика анімаційного менеджменту

Професійна діяльність аніматора у сфері готельно-туристичного обслуговування поєднує як внутрішню (психічну), так і зовнішню (фізичну) активність. Внутрішню активність формують психічні процеси, емоційні стани, потреби, мотивації та інтереси, які, своєю чергою, слугують регуляторами поведінки. Зовнішня активність виявляється в конкретних діях, спрямованих на взаємодію з туристами, і зумовлюється як внутрішніми чинниками, так і виробничими вимогами щодо створення якісного анімаційного продукту.

Важливим є взаємозв'язок між цими видами активності: внутрішня психічна діяльність регулює зовнішню поведінку, тоді як зовнішні умови діяльності аніматора формують і коригують його внутрішні установки, зважаючи на реакцію клієнтів, відповідність очікувань гостей та реальних результатів анімаційної взаємодії. Отже, діяльність аніматора та його психічна сфера перебувають у постійному динамічному взаємовпливі.

Засвоєння етичних норм з раннього віку є передумовою професійної придатності до роботи в анімаційному сервісі. Особа, яка не володіє основами моральної культури, як правило, викликає дискомфорт у спілкуванні, що не сумісно з вимогами до аніматора як до представника сфери гостинності.

Етична культура в анімаційному обслуговуванні є похідною від рівня моральних знань, цінностей, настанов і норм, притаманних фахівцю. Вона формує імідж аніматора як представника «передової лінії» сервісного контакту, що має бути готовим до ефективної комунікації у складних і непередбачуваних ситуаціях, забезпечуючи високий рівень обслуговування.

Професійна етика анімаційного персоналу має власну специфіку, оскільки відображає актуальний стан моральної практики у сфері туризму та розваг. Вона є сукупністю фахових моральних вимог, покликаних сформувати у працівника розуміння професійного обов'язку, честі, а також навичок культурної взаємодії з гостями та колегами.

У сфері гостинності важливо не лише сумлінно виконувати свої обов'язки. Визначальним чинником професіоналізму є рівень культури обслуговування, що охоплює тактовність, доброзичливість, знання психології спілкування, володіння етикетними нормами та вміння застосовувати їх у міжкультурному середовищі.

Професійна етика аніматора є системою моральних принципів і правил поведінки, які регламентують характер його взаємодії з туристами та колегами. До ключових етичних якостей аніматора належать такі (табл. 5.1).

Таблиця 5.1 – Перелік ключових етичних якостей аніматора

Якість	Характеристика
Діловитість	Здатність раціонально організовувати робочий час і підвищувати якість надаваних послуг
Організованість	Уміння чітко виконувати поставлені завдання та дотримуватися технології обслуговування
Єдність слова і діла, дисциплінованість	Дотримання трудової дисципліни та внутрішнього розпорядку
Пунктуальність	Здатність дотримуватися термінів та режиму роботи
Свідомість	Усвідомлення значущості своїх дій та відповідальне ставлення до виконання обов'язків
Чесність	Вірність професійним зобов'язанням, відкритість та щирість у стосунках
Повага	визнання гідності кожного клієнта, толерантність до різних поглядів, делікатність і такт
Чемність	Зовнішній прояв доброзичливості, готовність допомогти, навіть якщо це не входить до обов'язків
Запопадливість	Щира зацікавленість у комфорті гостя та прагнення до перевищення його очікувань

Професійна етика в анімаційному менеджменті є не лише нормою поведінки, а й основою ефективного сервісу, який формує позитивний досвід перебування туристів у готельно-рекреаційному середовищі.

Етика анімаційного менеджменту, як міждисциплінарна категорія, формується на перетині професійної етики, соціальної психології, етики сервісної діяльності та управлінських наук. Вона виконує нормативно-регулятивну функцію, встановлюючи моральні стандарти взаємодії між аніматором, клієнтом і колективом.

Етика анімаційної діяльності базується на класичних моральних цінностях, а саме: повага до особистості, справедливість, відповідальність, чесність і гуманність. Аніматори повинні пам'ятати, що індивід не може розглядатися як засіб до досягнення мети. Це особливо актуально для сфери обслуговування, де кожен гість – носій унікального досвіду, потреб та очікувань.

Відповідно до теорії сервісної етики працівники сервісної сфери повинні дотримуватися не лише зовнішніх стандартів обслуговування, а й виявляти етичну емпатію, етичну свідомість і ціннісну узгодженість. У контексті анімації це означає, що аніматор має вміти інтерпретувати емоційний стан клієнтів, бути емоційно стабільним і діяти етично навіть у складних комунікативних ситуаціях.

Професійна етика аніматора виконує функцію соціального контролю, формуючи професійну ідентичність і соціальну відповідальність. Теоретики стверджують, що етичні норми в професії виконують роль «морального клею», який забезпечує єдність організації та гармонійність відносин із клієнтом.

Працівники сфери послуг, зокрема аніматори, повинні регулювати свої емоції згідно з очікуваннями компанії. Це створює етичну дилему між справжніми переживаннями та професійно необхідною поведінкою, що потребує високого рівня моральної саморегуляції та психологічної компетентності.

Етика анімаційного менеджменту є складною системою моральних орієнтирів, яка має як нормативну (що потрібно робити), так і регулятивну (як потрібно поводитися) функцію. Її дотримання є не лише запорукою якісного обслуговування, а й передумовою емоційного благополуччя працівника, гармонійної атмосфери в команді та довіри з боку гостей.

6 ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ ІГРОВИХ ТА СПОРТИВНИХ ФОРМ АНІМАЦІЇ

6.1 Використання потенціалу гри в процесі створення та реалізації анімаційних програм

Ігрова діяльність є складним і багатофункціональним соціокультурним феноменом, що виконує низку важливих завдань у процесі соціалізації особистості, її емоційного, інтелектуального та морального розвитку. Історично гра виникла як особлива форма суспільної практики, що поєднує елементи культурної спадщини, комунікативного обміну та індивідуального самовираження. Упродовж століть ігрові практики були невіддільною частиною дозвіллевої культури народів світу, виконуючи водночас рекреаційну, виховну, пізнавальну й естетичну функції.

З наукової точки зору **гру** доцільно розглядати як умовну діяльність, яка моделює певні життєві або соціальні ситуації з метою відтворення й засвоєння культурного досвіду. Завдяки цьому вона сприяє інтеграції індивіда в соціокультурне середовище, формуванню ціннісних орієнтацій, розвитку комунікативних умінь та емоційного інтелекту. Ігрові механізми активно використовуються в анімаційній діяльності як засіб впливу на емоційний стан учасників, мотивація до співпраці й залучення до активного дозвілля.

Мотиваційною основою участі в грі є прагнення до отримання естетичного задоволення, емоційного розвантаження та почуття приналежності до соціальної групи. На відміну від діяльності, обумовленої зовнішніми обов'язками, гра ініціюється добровільно, у момент, коли особа відчуває внутрішню готовність до взаємодії в ігровому контексті. Саме тому ігрова активність є значущою складовою рекреаційної сфери.

Анімаційна гра – це специфічна форма комунікації, що забезпечує учасникам можливість пережити багатий спектр естетичних вражень: відчуття

краси руху в танці, задоволення від співу, демонстрації кмітливості у вікторинах, вияв гумору у конкурсах чи самореалізації в несподіваних ситуаціях. Саме ці характеристики роблять ігрову форму ефективним інструментом соціального виховання та поширення культурних цінностей у сфері анімаційної діяльності.

У сучасній анімаційній практиці ігри поділяються на численні типи залежно від цілей, учасників, змісту, форми проведення та ступеня організованості. Визначальними критеріями класифікації є такі (табл. 6.1).

Таблиця 6.1 – Класифікація видів ігор

Класифікаційна ознака	Вид	Приклади
1 За формою ігрової діяльності	1.1 Фізичні та психологічні ігри та тренінги	рухливі, спортивні, екстатичні, терапевтичні, ігри для подолання стресу та зняття емоційної напруги
	1.2 Інтелектуально-творчі ігри	дидактичні, сюжетно-інтелектуальні, технічні, комп'ютерні, навчально-методичні
	1.3 Соціальні ігри	сюжетно-рольові, драматизовані, організаційно-комунікативні, імітаційні
	1.4 Комплексні ігри	колективна дозвіллєва діяльність з елементами шоу, мистецтва, педагогіки
	1.5 Шоу-ігри	конкурси, лотереї, вікторини, інтерактивні імпровізації
2 Жанрово-тематична спрямованість	музичні, спортивні, інтелектуальні, професійно зорієнтовані, святкові	
3 За характеристикою учасників	3.1 За віком	дитячі (з урахуванням вікових підгруп), юнацькі, молодіжні, для дорослих, осіб третього віку
	3.2 За кількістю	індивідуальні, парні, групові, командні, масові
	3.3 За складом	гендерно зорієнтовані, універсальні, родинні
4 За формою організації	4.1 Структуровані	регламентовані за чіткими правилами, з визначеними ролями та сценарієм
	4.2 Імпровізовані	експромтні, з елементами спонтанності
5 Просторово-часові параметри	5.1 За місцем проведення	кімнатні, вуличні, туристичні, сцени, природні локації
	5.2 За тривалістю	ігри-хвилинки, короткочасні, тривалі
	5.3 За сезонністю	зимові, весняні, літні, осінні
6 За наявністю ігрового реквізиту	6.1 Ігри без предметів	
	6.2 Ігри з аксесуарами	інвентарем, костюмами, атрибутами, декораціями тощо
	6.3 Електронні та комп'ютеризовані ігри	

Особливої уваги заслуговують фізичні ігри, які можна поділити так:

- рухливі (з переважанням елементів змагальності, зорієнтовані на спритність, швидкість, координацію);
- сюжетні (відтворюють соціальні моделі поведінки, професійні дії, природні явища);
- безсюжетні (акцент робиться на правилах, технічності виконання і взаємодії учасників);
- ігри-забави (атракціони) (мають видовищний характер, спрямовані на підняття настрою, розвиток фантазії, зняття соціального бар'єру).

Ігрова діяльність у сфері анімації є важливим засобом соціокультурної взаємодії, психоемоційного розвитку особистості та ефективним інструментом організації змістовного дозвілля. Її багатофакторна природа потребує комплексного підходу до класифікації, методичного забезпечення та творчої інтерпретації.

6.2 Технічне забезпечення ігрової програми як об'єкт оцінювання в анімаційній діяльності

Ігрова програма в індустрії анімаційних послуг розглядається як складна форма організації дозвілля, що інтегрує різноманітні ігрові практики в межах єдиної ідейно-тематичної концепції. Її ефективність визначається не лише змістовим наповненням, але й технічними, організаційними та психологічними чинниками, які потребують системного підходу до проєктування й реалізації.

На етапі підготовки до реалізації ігрової програми необхідно здійснити комплексне попереднє оцінювання, яке охоплює такі ключові параметри:

- 1) соціально-демографічний портрет цільової аудиторії – передбачає аналіз вікових, освітніх, психофізіологічних характеристик потенційних учасників, що дозволяє прогнозувати рівень їхньої залученості, інтересів і потреб;

2) просторові характеристики локації – визначають технічну доцільність і безпечність проведення заходу; зокрема, враховуються площа, форма і тип покриття ігрового майданчика;

3) наявність технічних ресурсів і реквізиту – оцінюється стан та відповідність технічного забезпечення (аудіоапаратура, освітлення, радіомікрофони, костюми, декорації) функціональним потребам програми.

Методи вивчення аудиторії залежать від специфіки закладу:

– у спеціалізованих рекреаційних центрах (наприклад, дитячих таборах чи казино-готелях) параметри цільової аудиторії зазвичай задані структурно;

– у випадку індивідуальних туристів, які тимчасово перебувають у готелі, аудиторія виявляється гетерогенною. Це зумовлює необхідність гнучкого адаптивного підходу до формування змісту програми, що враховує потреби гостей, а також стратегічні завдання готельного менеджменту.

Ігрова діяльність не піддається повному алгоритмуванню, оскільки її структура визначається творчим мисленням та емпатією аніматора. Формування гри починається з усвідомлення соціальної чи психологічної проблеми, яка трансформується в ігрову мету та завдання. Саме вони визначають стратегічні орієнтири сценарного проектування.

Важливим етапом є типологізація гри. Її вид обирається відповідно до вікових особливостей, досвіду участі аудиторії в анімаційних подіях, рівня групової згуртованості, сформованості довіри до аніматора. Ретельна діагностика цих параметрів дозволяє мінімізувати ризики ігрового «відторгнення».

Найбільш критичним є етап розроблення сюжету. Використання метафоричних або фантастичних сюжетів, зокрема казкових, відкриває широкі можливості для психоемоційного занурення учасників. Подібні наративи стимулюють уяву, дозволяють сформувати ситуації символічного вирішення конфліктів, моделюючи альтернативні варіанти поведінки. Це особливо ефективно для дітей віком 6–10 років, однак потребує попереднього врахування рівня їхньої уяви й психоемоційного стану.

Якість фізичного простору безпосередньо впливає на безпеку та комфорт учасників. Покриття підлоги має відповідати функціональному призначенню ігрового процесу. Зокрема, асфальтоване покриття не підходить для динамічних ігор і танців, тоді як дерев'яне або спеціальне штучне покриття забезпечує оптимальні умови для різних видів активностей.

Розміри й форма майданчика можуть підказати ідеї сюжетного оформлення програми. Доцільність розміщення технічних засобів (звукова апаратура, освітлення, екрани, сцена) впливає на вибір жанрової форми заходу. Сучасні стандарти анімаційної діяльності передбачають обов'язкове використання бездротових мікрофонів, що гарантує мобільність ведучого та безпеку учасників. Акустичне оформлення має охоплювати всю площу майданчика, що сприяє створенню єдиного аудіального середовища і формуванню ефекту присутності.

Аніматор є не лише ведучим, а й модератором соціальної взаємодії, психологічним фасилітатором і носієм емоційного тону події. Він зобов'язаний дотримуватися мовленнєвої культури, уникати упередженості, дбати про емоційний комфорт кожного учасника. В умовах конкуренції або наявності журі важливо зберігати об'єктивність та нейтральність поведінки.

Зазвичай поширеною помилкою є насильне залучення осіб, які не бажають брати участі у грі. Це суперечить принципам добровільності та психологічної безпеки. Примус до участі може спричинити внутрішній опір, емоційну закритість і навіть фрустрацію. Альтернативним рішенням є завчасне формування психологічної готовності аудиторії до участі через низку відповідних прийомів (табл. 6.2).

Таблиця 6.2 – Прийоми формування психологічної готовності аудиторії до участі у грі

Прийом	Характеристика
1	2
Афішування заходу	Забезпечує попередню установку на ігрову діяльність, формуючи відповідні очікування

Продовження таблиці 6.2

1	2
Естетизація простору	Оформлення майданчика, музичний супровід, декоративні елементи створюють атмосферу занурення
Візуально-комунікативна поведінка ведучого	Міміка, інтонації, стиль одягу мають бути гармонійно поєднані з тематикою заходу
Залучення публіки через інтеракцію	Застосування запитань до вболівальників сприяє колективному переживанню гри та підвищенню рівня загальної активності

Завершення ігрової програми повинно бути логічним і емоційно позитивним. Підведення підсумків, вручення призів та подяка сприяють формуванню відчуття завершеності, задоволення і очікування майбутніх зустрічей. Таким чином, правильно спроектована і реалізована анімаційна програма не лише забезпечує якісне дозвілля, але й сприяє соціальній інтеграції, розвитку комунікативних навичок і позитивної емоційної атмосфери в рекреаційному середовищі.

6.3 Рухливі ігри як засіб активізації учасників у структурі анімаційних заходів

Сучасна практика анімаційної діяльності в індустрії гостинності свідчить про те, що рухливі ігри є не лише розважальним елементом, а й потужним засобом фізичної та психоемоційної активізації відпочивальників. Їх ефективність доводиться зростанням популярності, позитивним іміджем та високим рівнем конкурентоздатності підприємств гостинності, у структурі яких анімаційні послуги займають провідне місце.

Висока мотивація до участі в рухливих іграх пояснюється базовими психофізіологічними потребами людини: з одного боку, це прагнення до фізичної активності, з іншого – потреба в опануванні нових знань і навичок через ігрові форми. Гра виконує як компенсаторну, так і стимулюючу функцію, сприяючи утворенню фізичної форми та загального тону організму. Саме тому рухливі ігри доцільно інтегрувати в багатофункціональні анімаційні

програми, де вони слугують важливою складовою процесу активного відпочинку.

Рухливі ігри сприяють розвитку ключових фізичних якостей: сили, швидкості, спритності, витривалості та гнучкості. Проте, на відміну від професійного спорту, у контексті анімаційної діяльності основною метою є не досягнення спортивних результатів, а забезпечення фізіологічно обґрунтованого активного дозвілля, що підтримує життєдіяльність організму, підвищує психоемоційний стан і працездатність відпочивальників:

1. *Формування сили в контексті ігрової активності.* Розвиток фізичної сили за допомогою ігор передбачає цілеспрямований вплив на групи м'язів, які зрідка зазнають навантаження в повсякденній активності. У таких іграх передбачене подолання власної ваги або опір супротивнику, що зумовлює включення м'язів-стабілізаторів і сприяє формуванню функціональної сили. Застосовується спеціальний інвентар – набивні м'ячі, гантелі, спортивні снаряди або участь партнера з групи. Доцільно використовувати і природні умови середовища, наприклад, пісок чи сніг як природні «тренажери», що підсилюють навантаження. У вправах варто акцентувати увагу на менш розвинених кінцівках задля вирівнювання фізичного розвитку. Рекомендовані ігри: «Вершники», «Тачка», «Біг крабів», «Регбі на колінах», «Тягни в коло».

2. *Розвиток швидкості через ігрову діяльність.* Формування швидкісних якостей відбувається через поєднання реакції на зовнішній сигнал, частоту рухів, швидкість м'язових скорочень і просторове переміщення. Ігри, що активізують сенсомоторну реакцію, особливо актуальні в умовах спортивних змагань і єдиноборств. Найбільш доцільно розвивати швидкість у першій половині дня, коли нервова система ще не зазнала втоми. Ігри типу «Мисливці на качок», «Боротьба за м'яч», «Карасі та щуки» дозволяють реалізувати змагальну складову, що додатково стимулює мотивацію.

3. *Спритність як координативна основа рухової активності.* Розвиток спритності передбачає вдосконалення здатності до швидкого й чіткого виконання рухів у мінливих умовах. Особливої уваги заслуговує координація та

відчуття ритму й часу. Ігри з елементами рівноваги, точного прицілювання, зміни положення тіла в просторі (найкраще підходять для цієї мети). З огляду на потребу в тонкій м'язовій координації такі ігри не можна проводити в стані втоми. Рекомендовані ігри: «Переправа на гімнастичних ослонах», «Захист укріплення», «Передач – сідай», «Естафета з повзанням».

4. *Розвиток витривалості в умовах ігрової взаємодії.* Витривалість у рухливих іграх реалізується в динамічному режимі, коли відбувається чергування напруження і розслаблення м'язів. Для її розвитку доцільно застосовувати циклічні вправи, що наближені до природного руху, наприклад, біг, пересування у просторі тощо. Оптимізація навантаження досягається шляхом регулювання кількості учасників, площі майданчика та ускладнення правил. З огляду на підвищене навантаження на ЦНС, ігри з елементами витривалості варто чергувати з емоційно розвантажувальними. Ефективні такі: «Гонки з вибуванням», «Колесо», «Не давай м'яч ведучому», «Вмій наздоганяти».

5. *Збереження й розвиток гнучкості як основа рухової культури.* Гнучкість є важливою передумовою безпечного й технічно правильного виконання рухів. Вправи, спрямовані на розвиток гнучкості, потребують попередньої розминки та дозованих навантажень на зв'язки й суглоби. Рухливі ігри зі збільшеною амплітудою рухів, елементами розтягування й силового опору є найдоцільнішими. Особливо корисно включати гнучкі рухи в активний емоційний контекст гри (це стимулює нейрофізіологічні механізми поліпшення еластичності м'язів). Водночас неправильне включення складних рухових елементів може призвести до травм, тому важливо, щоб ігрові ситуації відповідали сформованим навичкам. Рекомендовані ігри: «Передача м'ячів», «Регбі на колінах», «Естафета з повзанням».

Рухливі ігри в анімаційній діяльності є не лише засобом дозвілля, але й ефективним педагогічним і оздоровчим інструментом. Їх цілеспрямоване впровадження у програму анімаційних заходів сприяє гармонійному розвитку рухових якостей, соціальній активності, підвищенню настрою та загальної

працездатності відпочивальників. Системний підхід до організації рухливих ігор дозволяє сформувати фізично активне, соціально згуртоване та психоемоційно стабільне анімаційне середовище.

6.4 Структурно-функціональна модель організації спортивно-анімаційної активності

У структурі сучасної анімаційної діяльності важливу нішу займає спортивна анімація, яка виконує не лише розважальну, але й відновлювально-оздоровчу функцію. Її популярність зумовлена зростанням попиту на активні форми дозвілля та орієнтацією індустрії гостинності на цілісне забезпечення фізичного, психоемоційного та соціального благополуччя відпочивальників.

Під **спортивною анімацією** розуміють інноваційну форму дозвіллевої активності, яка передбачає організацію інтерактивних програм на основі спортивних ігор, спрямованих на стимулювання учасників до взаємодії, змагання, творчого самовираження та фізичного самовдосконалення. Основою таких програм є принцип змагальності, що виявляється у прагненні до лідерства, самореалізації та отримання соціального визнання.

Ефективна організація спортивно-анімаційної діяльності потребує відповідної матеріально-технічної бази, зокрема, спортивного інвентарю, обладнання, майданчиків, системи прокату тощо. Ці умови зазвичай враховуються під час проєктування сучасних готельно-курортних комплексів, санаторіїв та баз відпочинку, що орієнтуються на задоволення потреб рекреантів у фізичній активності як одному з ключових чинників якісного відпочинку.

Центральною ідеєю спортивної анімації є *пропагування здорового способу життя*, що ґрунтується на принципах активного дозвілля, зміцненні здоров'я та гармонійному розвитку особистості. Рухова активність у формі спортивних змагань, естафет, конкурсів і командних ігор не лише виконує оздоровчу

функцію, але й сприяє соціалізації, розвитку комунікативних навичок, формуванню позитивного емоційного клімату в колективі туристів.

Потрібно підкреслити, що рухлива гра – феномен, який супроводжує людину протягом усього життя. Через гру особистість навчається, пізнає соціальні ролі, взаємодіє з іншими, реалізує потребу в самовираженні. Універсальність гри як форми активності пояснюється її багатофункціональністю: з одного боку, вона забезпечує релаксацію, емоційне розвантаження, з іншого – виконує роль потужного мотиваційного чинника, зокрема за рахунок елементів змагання та нагородження. Стимул до перемоги, бажання бути визнаним, прагнення отримати приз – усе це формує механізми внутрішньої мотивації, які активно використовуються в спортивній анімації.

Професійна діяльність спортивного аніматора передбачає поєднання інструкторських, організаційних і комунікативних функцій. Специфіка цієї професії полягає в проактивному підході до роботи: замість очікування на клієнтів аніматор самостійно ініціює взаємодію, пропонує активності, залучає рекреантів до участі в спортивно-ігрових заходах.

До основних обов'язків аніматора належать:

1. Безпосередня участь у грі в ролі ведучого, судді або гравця з метою формування позитивного ігрового досвіду, підтримання інтересу учасників та забезпечення контролю за динамікою і безпекою події.

2. Організація ігрового процесу – від чіткого пояснення правил до логічного завершення з обов'язковим підбиттям підсумків і публічним визнанням переможців, що сприяє мотивації до подальшої участі.

3. Раціональний вибір призів, які мають бути привабливими для учасників, хоча й не обов'язково коштовними. Вони виконують важливу роль як зовнішні мотиваційні чинники.

4. Урахування особливостей цільової аудиторії при виборі як призів, так і реквізиту з огляду на вікові, гендерні, культурні характеристики та актуальні потреби рекреантів.

5. Застосування яскравого, тематично обґрунтованого реквізиту, який спричиняє емоційний відгук і сприяє залученню до гри.

6. Інклюзивність ігор: рухливі ігри, що мають динамічний, змагальний характер, практично завжди входять до складу анімаційних програм і є адаптованими до учасників з різним рівнем фізичної підготовки, враховуючи, що багато туристів мають попередній досвід участі в спортивних заходах.

7. Використання ігор, які потребують активних фізичних дій (бігу, стрибків тощо), стає дедалі більш актуальним, адже за даними наукових досліджень фізичні можливості сучасної людини поступово зростають, що сприяє розширенню вікових меж учасників таких заходів.

Спортивна анімація в сучасних умовах виконує багаторівневу функцію, поєднуючи рекреаційні, освітні, оздоровчі та соціалізуючі аспекти. Її ефективна реалізація потребує комплексного підходу до планування, гнучкості у виборі методик, а також високого рівня професіоналізму персоналу відповідального за організацію ігор та змагань.

У структурі туристично-анімаційної діяльності спортивна анімація займає провідне місце завдяки своїй здатності задовольняти потреби людини у фізичній активності, змаганні, соціалізації та підтриманні здоров'я. Основною характеристикою спортивної анімації є її змагальний характер, що передбачає формування мотиваційного середовища для фізичного самовдосконалення. До найбільш поширених форм спортивної анімації належать колективні ігрові види спорту (футбол, теніс, бадмінтон, гольф, більярд), заняття фітнесом та аеробікою, водні види спорту (веслування, водні лижі, серфінг), індивідуальні фізичні активності (велоспорт, верхова їзда, стрільба з лука, ранкові пробіжки), а також екстремальні й пригодницькі заходи (рафтинг, джип-сафарі, польоти на повітряній кулі, гірськолижний спорт).

Більшість зазначених активностей інтегруються в програми анімації у формі комплексних заходів, що поєднують оздоровчі, соціальні й естетичні компоненти. Особливої уваги заслуговує включення елементів ігрової моторики (наприклад, стрибки в мішках, біг із ложкою та предметом,

закріпленим між колінами тощо), адаптовані до різновікових груп і мають значний вплив на підвищення емоційного тону, командної взаємодії та рівня загальної рухової активності.

Функціональне поєднання спортивної та туристичної анімації зумовлене їхньою спільною оздоровчо-мотиваційною спрямованістю. Обидва напрями зорієнтовані на активізацію фізичних і психоемоційних ресурсів особистості, що сприяє зміцненню здоров'я, поліпшенню психофізіологічного стану, формуванню здорового способу життя. Саме тому сучасні готелі, туристичні комплекси та рекреаційні бази обов'язково включають у свою інфраструктуру спортивні майданчики, тренажерні зали, фітнес-простори та спеціалізовані зони для занять водними видами спорту.

У разі розташування туристично-готельного комплексу біля морського узбережжя або великої водойми зростає зацікавлення водними активностями, такими як вітрильний спорт, серфінг, каное та водні лижі. Якщо ж комплекс розташовується в гірській місцевості, гостям пропонуються заняття гірськолижним спортом, сноубордингом та іншими видами альпійської анімації. Наявність відповідної матеріально-технічної бази та кваліфікованих інструкторів розширює спектр можливостей для організації різних спортивно-анімаційних заходів.

Важливу роль у плануванні та реалізації спортивної анімації відіграють спеціалізовані спортивні клуби при готельних комплексах, які розробляють власні програми, тісно співпрацюючи з анімаційними службами. Це дозволяє створити індивідуалізовані програми для різних цільових аудиторій з урахуванням віку, фізичної підготовки, потреб і побажань клієнтів.

Окрім класичних видів спорту, туристам можуть бути запропоновані заняття загально-зміцнювального характеру: ранкова зарядка, оздоровчі пробіжки, пішохідні та велосипедні маршрути, човнові прогулянки тощо. Такі активності мають низький рівень травмонебезпеки, доступні широкому колу осіб та сприяють зниженню рівня стресу.

Окремий напрям спортивної анімації становлять заняття в умовах водного середовища, зокрема аквааеробіка. Ефективність цього виду фізичної активності обумовлена фізичними властивостями води – її щільністю, опором і здатністю до зменшення навантаження на суглоби й хребет. Аквааеробіка поєднує тренувальний ефект і терапевтичну дію: вона сприяє поліпшенню функціонального стану серцево-судинної системи, нормалізації кров'яного тиску, активізації метаболічних процесів, зміцненню м'язової системи та розвитку витривалості. Особливо важливою є її адаптивність для людей з надмірною вагою або обмеженнями у русі.

До ключових переваг аквааеробіки належать універсальність для різних вікових і фізичних категорій; зниження травмонебезпеки; зменшення навантаження на опорно-руховий апарат; підвищення м'язового тону й витривалості; формування позитивного психоемоційного стану; ефективна боротьба з гіподинамією; сприятливий вплив на обмін речовин і загальне самопочуття.

При плануванні програм аквааеробіки необхідно враховувати специфіку водного середовища. Не можна порівнювати ці вправи з «сухопутним» фітнесом, оскільки вода змінює механіку рухів, зменшує навантаження і водночас збільшує опір. Наприклад, вправи з просуванням у воді є більш інтенсивними порівняно із вправами на місці. Також важливо враховувати площу працюючої поверхні тіла та форми опору, що впливають на ефективність тренування.

Розробка сценаріїв спортивних анімаційних заходів є складним і багаторівневим процесом, який включає не лише програмне планування, але й забезпечення відповідною матеріально-технічною базою – інвентарем, майданчиками, транспортними засобами, костюмами тощо. Важливою умовою успішності заходу є наявність не лише учасників, але й глядачів, оскільки саме атмосферність, емоційне залучення та дух суперництва створюють позитивне враження і підвищують цінність анімаційної події.

Спортивна анімація в туристично-рекреаційних закладах виконує не лише дозвілєву функцію, але й відіграє вагомую роль у фізичному, психоемоційному й соціальному оздоровленні особистості, сприяючи реалізації концепції гармонійного туризму, зорієнтованого на людину.

7 ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ МУЗИЧНИХ, ТАНЦЮВАЛЬНИХ І ШОУ-ПРОГРАМ У СТРУКТУРІ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

7.1 Врахування емоційного впливу музики під час підготовки та реалізації анімаційних програм

У сучасних умовах розвитку індустрії гостинності та туризму анімаційна діяльність набуває дедалі більшого значення як ефективний засіб організації дозвілля, формування емоційного комфорту гостей, зміцнення іміджу туристичного чи готельного комплексу. Одним із ключових засобів підвищення ефективності анімаційних програм є використання музики, яка володіє унікальною здатністю впливати на емоційний, психофізіологічний і поведінковий стан особистості.

Музика – це форма художньої діяльності, що реалізується через організовану систему звуків і ритмів, які формують емоційно-естетичне враження. Музика виконує функцію універсального коду комунікації, що здатен впливати на людину без використання мовних засобів. Це вид мистецтва, що виражає емоції, настрій та ідеї за допомогою звуків, організованих як ритм, мелодію та гармонію. Вона виникла ще в прадавні часи як форма комунікації, обряду, а згодом – розваги й натхнення.

Історично музика супроводжувала людину з первісних часів. У найдавніших культурах музика мала сакральне значення, використовувалась у релігійних обрядах, культах, ініціаціях. У подальшому її функції розширились і охопили сфери розваг, виховання, комунікації та терапії. З плином часу сформувалися численні жанри й стилі, що задовольняють естетичні потреби різних груп населення. Таким чином, із давніх-давен музика супроводжувала людину в найважливіші моменти життя. У первісних племенах барабани, флейти, голосові співи використовувалися в обрядах та ритуалах для заклик дощів, поклоніння богам, лікування або проводів у світ мертвих. У цивілізаціях

Стародавнього Єгипту, Греції, Риму музика лунала під час урочистих свят та зібрань, театральних вистав, спортивних ігор. Супроводжувала музика і різні військові події, коли сурми, барабани та бойові пісні піднімали бойовий дух воїнів. У період Середньовіччя та Бароко музика виконувала освітні, релігійні, придворно-розважальні функції. Сучасне суспільство характеризується появою різноманітних музичних жанрів, техніки та звукозапису, музика стала масовою культурою.

Стиль виразності музики постійно еволюціонував в процесі розвитку суспільства. Відповідні напрями характеризувалися так:

- класична музика – витонченість, емоційна глибина, гармонійність;
- народна музика – вираження етнічної ідентичності, національного духу;
- джаз – імпровізація, свобода вираження;
- рок, поп, хіп-хоп, електронна музика – яскраві стилі масової культури з різним емоційним впливом;
- нью-ейдж (new age), лаунж (lounge), чіл аут (chillout), ембієнт (ambient) – спрямованість на релаксацію;
- фольклорні стилі – вираження етнічної автентичності.

Процес музичного сприйняття є індивідуалізованим і варіюється залежно від особистісних характеристик слухача та конкретного контексту прослуховування. У науковій літературі виокремлюють чотири основні типи музичного сприйняття, серед яких естетична насолода акустичною красою звучання, емоційне реагування на виразний зміст музичного твору, формування зорових асоціативних образів, а також аналітичне наслідування структурних компонентів музики – форми, ритміки, аранжування, інтонаційних особливостей. Усвідомлення наявності різних способів сприйняття дає змогу цілеспрямовано моделювати аудіосприйняття відповідно до завдань конкретного заходу, а також активізувати або змінювати домінантні перцептивні стратегії впродовж реалізації анімаційної програми.

Прийнято виокремлювати низку основних функцій музики, що мають особливе значення у сфері анімації (табл. 7.1).

Таблиця 7.1 – Перелік функцій музики

Функція	Характеристика
Емоційно-регулятивна	Музика впливає на емоційний стан, сприяє підвищенню настрою або, навпаки, розслабленню
Психотерапевтична	Музика сприяє зменшенню тривожності, стресу, емоційного напруження
Мотиваційна	Ритмічна музика здатна стимулювати фізичну активність, участь в ігрових і танцювальних заходах
Культурно-ідентифікаційна	Музика відображає культурний код нації, етносу, соціальної групи
Комунікативна	Музика полегшує налагодження соціальних зв'язків, сприяє взаємодії учасників

У процесі підготовки та реалізації анімаційної програми командою аніматорів обов'язково необхідно враховувати, що музичні ритми та тембри прямо впливають на роботу нервової системи, частоту серцебиття, дихання, рівень гормонів. До того ж мозок реагує на ритм, темп, гармонію і відбувається вироблення ендорфінів (гормонів радості), зниження рівня стресу, стимуляція рухової активності. Численні наукові дослідження довели, що різні стилі по-різному діють на психіку та фізіологію, а саме:

1) класична музика (особливо твори Моцарта, Вівальді, Баха) сприяє зниженню частоти серцевих скорочень, заспокоєнню, підвищенню когнітивної продуктивності та поліпшенню концентрації;

2) рок, техно та електронна музика збуджують, активізують діяльність лімбічної системи мозку, спричиняючи прилив енергії та бажання рухатися;

3) етнічна та народна музика сприяє формуванню почуття автентичності, культурної приналежності;

4) релаксативні стилі (лаунж, чіл аут, ембієнт) сприяють гармонізації психоемоційного стану, розслаблюють, створюють тло для спілкування;

5) поп-музика легка для сприйняття і створює позитивний настрій;

6) веселі дитячі пісні активізують фантазію, залучають до гри.

Під час проведення анімаційної програми музика є потужним інструментом управління станом людини, її поведінкою, залученістю до подій, а також фундаментальним засобом створення атмосфери, моделювання

емоційного тла заходу та регуляції динаміки програми. Врахування емоційного впливу музики на етапах планування, режисури, реалізації є принципово важливим із таких причин (рис. 7.1).



Рисунок 7.1 – Врахування емоційного впливу музики

У процесі планування змісту та структури музичної анімаційної програми першочерговим завданням є орієнтація на цільові естетичні та музичні запити аудиторії. Визначальними у цьому контексті є жанрові уподобання, інтерес до конкретних музичних творів або прагнення до безпосередньої участі в музичному креативному процесі. Актуальність персоніфікованого підходу зумовлена потребою підвищення емоційної залученості та інтерактивної активності учасників, що, своєю чергою, сприяє збільшенню ефективності всієї програми.

З огляду на міждисциплінарність анімаційної діяльності музична анімація потребує чітко структурованої організаційної моделі, заснованої на принципах

диференціації та адаптивності. Конкретна тема заходу, його формат (розважальний, освітній, етнокультурний тощо), а також очікуваний рівень аудиторної взаємодії зумовлюють добір відповідних інструментів керування музичним сприйняттям: жанрових, темпоритмічних, тембрових і інтонаційних засобів, які повинні відповідати психофізіологічним характеристикам слухачів.

Належна увага має бути приділена соціально-демографічним характеристикам потенційної аудиторії, зокрема віковим, освітнім, соціокультурним та етнолокальним особливостям. Ці чинники є критично важливими для адаптації музичного контенту та вибору ефективних комунікативних стратегій. Отже, професійний склад анімаційної команди повинен формуватися за принципом вузькопрофільної спеціалізації, що забезпечує високий рівень якості реалізації програми.

Зокрема, такі фахівці, як діджеї, вокалісти, інструменталісти та музичні аніматори-ігровики, повинні проходити попередню професійну атестацію до початку туристичного сезону. Це тестування покликане виявити як природні музичні здібності (музичний слух, ритмічне чуття, вокальні дані), так і набуті навички (музична грамотність, володіння інструментом, знання методики проведення музичних заходів).

Крім музичної обізнаності, музичний аніматор як представник публічної та творчої професії має володіти ґрунтовними знаннями з психології музичного впливу, тонко відчувати емоційний стан аудиторії, прогнозувати її реакції та гнучко реагувати на зміни в настроях учасників. Такий комплексний підхід дозволяє забезпечити не лише естетичне задоволення, а й психоемоційний комфорт і гармонійне включення слухача в загальну атмосферу заходу.

Музика є ключовим інструментом впливу в процесі анімаційної програми, здійснення інтерактивної розважальної діяльності із залучення гостей до активного відпочинку (табл. 7.2).

Таблиця 7.2 – Вплив музики на різних етапах створення та реалізації анімаційної програми

Етап реалізації програми	Вибір різновиду музики та її вплив
1 Вибір музики відповідно до аудиторії	Для дітей: весела, ритмічна, з чітким текстом або знайомими мультгероями
	Для молоді: сучасна танцювальна, динамічна
	Для сімей: доброзичлива, оптимістична
	Для людей похилого віку: знайомі ретро-композиції, спокійні мелодії
2 Створення необхідної атмосфери	У програмі зустрічі гостей: фонові музика з теплим настроєм
	У рухливих іграх, танцях: швидкий темп, активна мелодія
	У вечірніх шоу: вступ, кульмінація, фінал – усе через музику
	У релаксаційних блоках: повільна, гармонійна музика, можливо, з природними звуками
3 Посилення емоційного ефекту	Музика допомагає: підсилити сценічну дію; акцентувати моменти радості, сюрпризу, напруження; створити відчуття єдності, коли всі учасники танцюють або співають разом
4 Підтримка ритму програми	Музика організовує, дає змогу: сигналізувати про початок / завершення етапів; використовувати мотиви-заставки для окремих блоків чи персонажів
5 Інтерактивність	Гості можуть: підспівувати, плескати, танцювати під знайомі мотиви; відчувати себе частиною шоу – саме музика це стимулює

У процесі реалізації анімаційної програми особливу увагу потрібно приділяти співпраці з професійним звукорежисером, адже технічна якість музичного супроводу істотно впливає на сприйняття.

7.2 Формати анімаційних заходів музичного спрямування

Музика є не тільки декоративним або розважальним елементом анімаційної програми, а й потужним засобом емоційного, поведінкового та комунікативного впливу. Її правильне використання дозволяє підвищити якість дозвілєвих заходів, зробити їх більш захопливими, змістовними та пам'ятними. Врахування емоційного впливу музики повинно стати обов'язковою складовою професійної підготовки аніматора, сценографа та організатора подій у сфері туризму.

Музична анімація як специфічний різновид культурно-дозвілєвої діяльності має багатогранну систему форм, що сформувались у процесі

тривалого історичного розвитку. Становлення музичних форм анімаційної діяльності відбувалося еволюційно, як відповідь на зміну суспільних потреб у самовираженні, комунікації та емоційному відпочинку. Спочатку музика слугувала засобом спілкування між людьми й емоційного розвантаження, а перші її форми виникали стихійно, у вигляді демонстрації здатності до гри на ударних інструментах (зокрема барабанах). Згодом, унаслідок технічного і культурного поступу, до ударних приєдналися дерев'яні духові інструменти (дудки, сопілки, флейти), що розширили діапазон емоційної виразності.

Поява струнних інструментів, таких як ліра, кіфара та арфа, стала наступним етапом ускладнення музичного інструментарію. Паралельно з цим відбувалася еволюція вокального мистецтва – від примітивного інтонаційного виголошування гортанних звуків до сакралізованого співу а капела, що не потребувало інструментального супроводу. Історично закономірним кроком стало об'єднання вокалу з інструментальною музикою, що надало можливість не лише співати, а й рухатися під музику, започаткувавши традиції музично-хореографічної взаємодії, зокрема в межах розважальних подій. У новітній період домінуючий вплив на розвиток сучасної музичної анімації мали форми світської, народної та розважальної музики.

Сучасна музична анімація представлена низкою структурованих форм, серед яких найбільш поширеними є музичний фестиваль, фестиваль авторської пісні, фестиваль самодіяльної творчості, концерт, концерти народної музики, музичні конкурси, клубні музичні заходи.

Музичний фестиваль постає як комплексна анімаційна програма, в якій основним засобом естетичного впливу є музика. Однією з її важливих соціокультурних функцій є стимулювання туристичної активності, адже проведення масштабних музичних подій сприяє залученню туристичних потоків до певного регіону або країни. Фестивалі можуть варіюватися за віковою аудиторією (дитячі, молодіжні, фестивалі майстрів), жанровим спрямуванням (симфонічна, камерна, джазова, народна музика), а також за професійним рівнем учасників (аматорські або професійні). Окреме місце в

історії музичної анімації посідають фестивалі авторської пісні. У сучасних туристично-рекреаційних установах фестивалі авторської пісні організовуються як самостійні події або входять до складу більш масштабних заходів – фестивалів самодіяльної творчості. Останні є інструментом демократизації відпочинку, дозволяючи кожному незалежно від рівня музичної підготовки реалізувати свій творчий потенціал. У таких фестивалях учасники можуть демонструвати свої вміння з образотворчого, музичного, театального, танцювального та вербального жанрів. Аніматори в межах таких подій можуть брати на себе роль ведучих, акомпаніаторів або співвиконавців.

Завдяки технічному прогресу виникли й нові форми музичної активності, наприклад караоке, що є особливо популярною формою інтерактивної музичної анімації. Караоке дозволяє реалізувати прагнення до співу навіть тим особам, які не мають спеціальної підготовки. Ця форма активно застосовується в рекреаційних осередках: готелях, санаторіях, дитячих таборах, ресторанах. Організація караоке-фестивалю створює сприятливе середовище для емоційного розвантаження та соціальної інтеграції учасників.

Концерт як форма туристичної анімації має свої витоки у змаганнях мистецького спрямування. У сучасному контексті концерт – це публічне виконання музичних, вокальних, хореографічних або театральних номерів за визначеною програмою. Анімаційні служби туристичних об'єктів активно використовують концерти для ознайомлення туристів з локальними культурними традиціями, зокрема через організацію виступів фольклорних колективів. Це сприяє не лише урізноманітненню дозвілля, а й виконує функцію збереження нематеріальної культурної спадщини.

Музичні конкурси у практиці анімації поділяються на професійні та аматорські (ігрові). Перші зазвичай є частиною великих фестивалів або функціонують як самостійні культурно-мистецькі події, що приваблюють туристів своєю видовищністю. Аматорські конкурси реалізуються безпосередньо в межах туристичних закладів і передбачають участь широкої аудиторії. У разі організації конкурсів для змішаної вікової аудиторії доцільним

є формування команд, які складаються з представників різних вікових категорій. Відповідно до цього варіюються і конкурсні завдання: виконання пісень із мультфільмів, інсценування відомих пісень, створення музичних кліпів, знання репертуару конкретних виконавців, імпровізоване створення «оркестру» з використанням реквізиту тощо.

Музична анімація в сучасному туризмі є не лише засобом організації дозвілля, а й важливим інструментом міжкультурної комунікації, соціальної взаємодії та збереження культурних традицій. Її форми постійно трансформуються, адаптуючись до змін соціокультурного середовища, запитів аудиторії та технологічних новацій.

7.3 Різновиди і форми театралізації анімаційних шоу

У науковій термінології поняття «шоу» (від англ. «show») визначається як форма видовищної діяльності розважального спрямування, ключовими засобами виразності якої є театралізація, хореографія, музичний супровід, візуально-естетичне оформлення (сценографія, сценічні костюми), а також світлові, звукові та піротехнічні ефекти. Шоу є особливою формою інтегрованого видовища, що поєднує елементи мистецтва, технологій та креативного дизайну з метою впливу на емоційно-психологічний стан глядача. У сфері туризму термін «шоу» набув поширення і використовується переважно у двох контекстах – сценічне шоу та технічне шоу, кожне з яких має свої особливості, функціональне призначення та засоби реалізації.

Сценічне шоу в туристичному середовищі не обмежується лише простором традиційної театральної або концертної сцени. В умовах туристично-рекреаційної інфраструктури воно може реалізовуватися на будь-якому облаштованому або імпровізованому майданчику – від ярмаркових площ і стадіонів до природних амфітеатрів, палуб теплоходів, пляжів чи територій біля готелів. Це розширює ареал сценічної діяльності, трансформуючи її в мобільну, гнучку форму культурно-дозвілєвого забезпечення туристів.

Основними суб'єктами сценічного шоу є професійні або аматорські виконавці: музиканти, актори, танцівники, аніматори, які своїм виступом створюють естетично завершену подію. Характерною ознакою сценічного шоу є його спрямованість на досягнення максимальної емоційної насиченості, глядацької залученості та видовищності, що дозволяє створити в туристичній аудиторії глибоку емоційну пам'ять – один із ключових чинників формування позитивного туристичного досвіду.

На відміну від сценічного, *технічне шоу* базується переважно на використанні технологічних засобів виразності, зокрема світлодіодних інсталяцій, лазерних проєкцій, 3D-мапінгу, піротехніки, спецефектів та синхронізованих звукових систем. Хоча концептуальна ідея та технічне управління шоу завжди належать людині, для аудиторії візуально домінує саме технологічний результат. Тобто комунікація з глядачем у техношоу здійснюється через візуально-динамічні імпульси, які здатні викликати естетичне захоплення і стимулювати сенсорне сприйняття. Це особливо актуально в сучасному туризмі, що дедалі активніше впроваджує діджиталізовані форми дозвілля.

В умовах функціонування туристичних рекреаційних закладів, насамперед готелів, курортних комплексів та круїзних лайнерів пріоритет надається саме анімаційним сценічним шоу, у яких провідним засобом художньої виразності є театралізація. У науковому розумінні **театралізація** – це процес включення до розважального дійства сюжетної основи, що базується на конфлікті або взаємодії символічних персонажів (героїв), які втілюють певні ідеї, соціальні ролі або культурні архетипи. Театралізація сприяє не лише підвищенню рівня драматургічної складності заходу, але й активізує когнітивно-емоційну взаємодію між глядачем і виконавцем, спричиняючи глибше занурення аудиторії в атмосферу події.

Театралізація у сфері анімації виконує низку функцій (табл. 7.3).

Таблиця 7.3 – Перелік функцій театралізації у сфері анімації

Функція	Характеристика
Комунікативна	Забезпечення ефективного контакту між аніматором і глядачем
Естетична	Формування художньої культури споживача
Ігрова	Інтеграція елементів гри як форми активної участі глядача
Психоемоційна	Створення умов для емоційного розвантаження, релаксації
Соціокультурна	Відтворення культурних кодів, звичаїв, традицій

Саме тому більшість анімаційних шоу реалізуються з використанням театралізованих елементів, особливо у таких жанрах, як кабаре, вар'єте, мюзик-хол, кафешантан, ревію, естрадна вистава або ж гумористичні імпровізації типу «капусника». Важливо зазначити, що ефективність театралізованих шоу значною мірою залежить від врахування специфіки сценічного простору, який у рекреаційних умовах може мати обмеження щодо технічного оснащення, акустики, освітлення тощо. Тому на етапі проєктування і режисерського планування таких дійств доцільно враховувати ці чинники як складові художньої реальності.

Анімаційні шоу з елементами театралізації класифікуються за кількома критеріями:

1. За ступенем театралізованості:

1.1) повноцінні театралізовані вистави (із чіткою драматургією, розподілом ролей, сценографією);

1.2) напівтеатралізовані шоу (з елементами театру – інтермедії, персонажі, сценки);

1.3) імпровізаційні анімаційні дійства (театральна дія вибудовується спонтанно, з урахуванням реакцій публіки).

2. За тематичним наповненням:

2.1) фольклорні театралізації (на основі народних обрядів, традицій, етнічних сюжетів);

2.2) міфологічні та казкові постановки (інтерпретація відомих казок або міфів);

2.3) історичні реконструкції (театралізоване відтворення подій певної епохи);

2.4) сучасні культурні шоу (на основі популярних фільмів, мультфільмів, телешоу).

3. За цільовою аудиторією:

3.1) дитячі театралізовані шоу (з простими сюжетами, яскравими персонажами, інтерактивністю);

3.2) сімейні шоу (поєднання елементів, цікавих як дітям, так і дорослим);

3.3) анімація для дорослих (з більш глибоким змістом, гумором, культурними алюзіями).

Форма театралізації в анімаційній програмі визначає зовнішній формат проведення заходу, способи організації простору, участі глядачів, темпоритму дії. Основні форми включають такі види: інтерактивна театралізована гра (гостям пропонується взяти участь у сценарній дії – квести, театралізовані вікторини, конкурси з персонажами); перформанс (виступ, що поєднує акторську гру, музичний супровід, світло і хореографію); карнавальна хода / парад (масштабна театралізована хода з участю глядачів, костюмами, музикою, мімами); анімаційний флешмоб (швидке залучення публіки до театралізованої дії у неочікуваний момент); мінівистава або сценка (заздалегідь підготовлений сюжет із персонажами, діалогами, конфліктом і розв'язкою).

Вибір форми театралізації безпосередньо впливає на якість сприйняття шоу публікою, зокрема:

- інтерактивні форми сприяють залученню учасників до дії, формуючи ефект особистісного включення, що зумовлює позитивні емоції і підвищує загальне задоволення від відпочинку;

- тематичні вистави дозволяють досягти емоційного катарсису завдяки послідовній драматургії;

- перформанси приваблюють аудиторію своєю видовищністю, що є вирішальним чинником у конкурентному середовищі туристичного сервісу.

Правильне поєднання різновидів і форм театралізації відповідно до цілей, аудиторії та умов проведення є запорукою успішної реалізації анімаційної програми. Театралізація анімаційних шоу є складним багатоаспектним феноменом, який поєднує елементи театру, ігрових практик і масового мистецтва. Її різновиди та форми реалізації мають бути адаптовані до культурного контексту, вікових і психологічних особливостей аудиторії, матеріально-технічних можливостей об'єкта гостинності. Системне використання театралізації як засобу активної комунікації й емоційного впливу значною мірою визначає конкурентоздатність анімаційного продукту туристичної сфери.

Тема 8 ФУНКЦІОНАЛЬНА РОЛЬ СВЯТКОВИХ І КАРНАВАЛЬНИХ ПОДІЙ У ФОРМУВАННІ КОМПЛЕКСНИХ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ

8.1 Свято як системоутворювальний чинник формування анімаційної активності: типологічна характеристика

З наукової точки зору термін «свято» відображає багатогранне соціокультурне явище, що має як буденне, так і глибоко символічне значення. Попри широку варіативність значень у побутовій, художній і науковій сферах свято об'єднує низку характерних ознак, що дозволяють розглядати його як системоутворювальний компонент формування анімаційної активності.

На емоційному рівні свято зазвичай ототожнюється з піднесеним станом свідомості, що виражається через такі поняття, як «свято душі», «емоційне піднесення», «радість спілкування» тощо. Така інтерпретація, хоча й відображає один з аспектів явища, є лише частковою, оскільки не охоплює його структурну, часову, соціальну та культурно-антропологічну глибину.

Феномен свята має виразну часову прив'язку – воно означає визначений проміжок (день або кілька днів), під час якого призупиняється звична трудова активність, а пріоритет надається символічно значущим діям. Зазвичай ідеться про ритуальні або обрядові практики, що виокремлюють певну подію з потоку повсякденності, перетворюючи її на культурно значущий акт. Така виокремленість надає святу характеру культурного маркера, що сигналізує про перехідний або кризовий момент – у природному, соціальному чи особистісному сенсі.

Святкова подія завжди потребує психологічної налаштованості та глибокої внутрішньої включеності індивіда. Створення відповідного емоційного тла є не лише наслідком зовнішніх умов, а й результатом внутрішніх мотиваційних процесів. Святковий стан функціонує як своєрідне психоемоційне піднесення, що сприяє відновленню психологічного балансу індивіда та його інтеграції в соціальну спільноту.

У контексті соціальної взаємодії свято виконує роль механізму колективної ідентифікації. Процеси святкування передбачають вільне, невимушене спілкування, спільне емоційне переживання, що сприяє тимчасовому нівелюванню соціальних і психологічних бар'єрів. У такому аспекті свято є інструментом символічного розвантаження, дозволяє учасникам події вийти за межі щоденних обмежень і відчутти причетність до спільної культурної моделі.

Існують два базові підходи до розуміння природи свята (рис. 8.1).

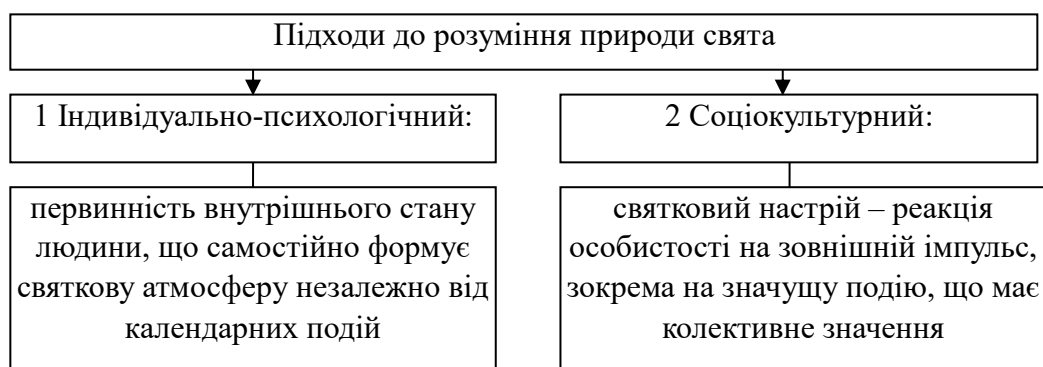


Рисунок 8.1 – Розуміння природи свята

Обидва підходи не заперечують, а навпаки, доповнюють один одного, підкреслюючи подвійну природу свята як особистісно-психологічного та колективно-культурного явища.

Свята мають виразну кореляцію з концепцією часу. Їхнє походження та структура тісно пов'язані з ритмами природного (сезонного), космічного (астрономічного), біологічного (життєвого циклу) та історичного часу. Упродовж розвитку людства свята зазвичай приурочувалися до точок переходу – змін пір року, циклів життя, значущих соціальних подій – і таким чином набували символічного змісту як акт оновлення або трансформації.

Функціонально свято сприяє:

– актуалізації особистісного потенціалу (особа відчуває можливість реалізувати свої мрії, цілі, проєкції);

- соціальному підтвердженню (отримання подарунків і знаків уваги підтверджує значущість індивіда в соціальному середовищі);
- переосмисленню міжособистісних відносин (у ситуації відкритості та довіри особа краще ідентифікує дружні, суперницькі або конфліктні зв'язки);
- реакції щодо матеріальних цінностей (поведінка під час свята демонструє ставлення до фінансів, споживання та щедрості);
- аналізу родинних зв'язків (подарункова практика, емоційна взаємодія дозволяють виявити щирість або формальність у стосунках).

Свято як форма анімаційної активності становить синтетичну подію, у якій інтегруються різні види мистецтва: музика, спів, танець, поезія, театралізовані елементи, ігрові практики тощо. Завдяки цьому свято стає потужним засобом комунікації, репрезентації культури, збереження традицій і зміцнення соціальної згуртованості. Свято – це не лише тимчасове відхилення від буденності, а й глибоко структурована соціокультурна форма, що виконує адаптивну, інтегративну, комунікативну та регулятивну функції. У сфері анімаційної діяльності воно постає як системоутворювальний чинник, що дозволяє формувати, відтворювати й передавати культурні змісти в емоційно насиченій, символічно значущій формі.

Святкові заходи як форми організованої культурно-дозвілєвої діяльності виконують комплекс взаємопов'язаних функцій, що безпосередньо впливають на особистісний, комунікативний і соціальний розвиток учасників. Їх зміст формується на основі поєднання естетичних, освітніх, психоемоційних і соціокультурних чинників, що визначає їхню вагому роль у виховному та просвітницькому процесах. Функціями святкових заходів є такі (табл. 8.1).

Таблиця 8.1 – Функції святкових заходів

Функція	Характеристика
Навчальна	Реалізується через включення учасників у процес підготовки свята, що охоплює створення сценаріїв, опанування сценічного руху, розвиток мовленнєвих навичок (дикція, інтонаційна виразність), вокальні й танцювальні вправи, ознайомлення з основами художнього оформлення (декорації), оволодіння елементами пантоміми, невербальної комунікації (жести, міміка), техніки діалогу, сценічного перевтілення та імпровізації. Цей комплекс сприяє формуванню креативних і когнітивних компетентностей
Виховна	Полягає у створенні умов для самовираження особистості в моделюванні ігрових життєвих ситуацій. Через художньо-образні засоби індивід має змогу проявити моральні якості, соціальні установки, емоційну чутливість, що забезпечує глибшу інтеграцію соціальних норм у внутрішню структуру особистості
Розвивальна	Виявляється в гармонійному поєднанні інтелектуального, емоційного та соціального розвитку. Підготовка до виступу стимулює пізнавальну активність, розширює світогляд, сприяє формуванню навичок рефлексії, самопізнання й самоактуалізації. Святковий простір стає платформою для особистісного зростання та соціального самоствердження
Комунікативна	Реалізується через активну взаємодію учасників у процесі колективної творчості. Спільна підготовка свята сприяє формуванню навичок міжособистісного спілкування, соціальної адаптації, розвитку емоційного інтелекту та налагодженню зв'язків як у межах окремого колективу, так і між колективами
Естетична	Забезпечує розвиток художнього смаку та здатності до сприйняття прекрасного через ознайомлення з різними формами мистецького вираження (музика, танець, слово, театралізація). Учасники вчаться цінувати культурну спадщину, символіку, стилістику, що формує естетичну свідомість
Просвітницька	Виявляється у стимулюванні інтересу до соціокультурних явищ, таких як кіномистецтво, телебачення, література, традиції. Свято стає механізмом неформального засвоєння знань і орієнтирів у культурному просторі
Розважальна	Спрямована на створення позитивного емоційного тла. Через включення до захопливих форм діяльності (ігри, квести, творчі конкурси, імпровізації) забезпечується залучення до процесу в умовах психологічного комфорту, що сприяє внутрішньому розкріпаченню й підвищенню мотивації
Релаксаційна	Виконує важливу роль у психоемоційному розвантаженні. За допомогою ігрових прийомів і сценічної діяльності відбувається зниження рівня тривожності, напруги, спричинених надмірним навчальним або соціальним навантаженням

Усі зазначені функції в реальній практиці не існують ізольовано, вони функціонують взаємопов'язано, утворюючи складну інтегративну систему впливів, що забезпечує цілісність освітньо-культурного процесу.

Класифікація свят охоплює різні типи та форми. Зокрема, за змістовою спрямованістю свята поділяються на побутові (сімейні), релігійні, державні, календарні, професійні, а також на свята, пов'язані з фольклорними чи казковими персонажами. За характером проведення вони можуть бути офіційними та неофіційними, урбаністичними чи сільськими, регулярними або одноразовими. Кожен із цих різновидів відображає особливості культурного середовища, соціальних запитів та ідеологічних орієнтирів спільноти.

Варто наголосити, що народні свята, як частина нематеріальної культурної спадщини, відіграють значну роль у сфері розважального туризму. Їхня привабливість зумовлена автентичністю, видовищністю та унікальністю. Відомими прикладами таких заходів є «Фестиваль вікінгів» у Йорку (Велика Британія), «Афінський марафон» (Греція), «Апельсинові бої» у Івреї (Італія), «Біг биків» у Памплоні (Іспанія). Особливою популярністю користуються свята врожаю, що поєднують елементи гастрономічної культури, ритуалу й розваги. Зокрема, іспанське місто Бунйоль щорічно проводить фестиваль «Томатіна», в рамках якого відбувається символічна «битва помідорами», для якої використовується близько 120 тонн овочів, що приваблює десятки тисяч туристів.

Окремий сегмент туристичного інтересу становлять релігійні свята, які мають глибоке символічне значення, усталені ритуальні практики й культурну унікальність. Основні святкування, притаманні різним релігіям світу, виконують функцію духовного об'єднання та приваблюють паломників і культурних туристів. У християнстві до найбільш значущих свят належать Різдво, Великдень і Трійця – події, що акумулюють культурну, духовну та соціальну активність віруючих і туристів.

8.2 Характеристика святкових форм анімації та організаційно-методичні підходи до їх реалізації

Організація святкових заходів є одним із ключових елементів анімаційного обслуговування в індустрії гостинності, оскільки саме такі події

дозволяють створити емоційно насичене середовище, сприяють залученню рекреантів та формують у них позитивні враження від перебування в готельному комплексі. Ефективна підготовка анімаційних програм до свят передбачає виокремлення характерних ознак конкретного заходу та інтеграції в сценарій відповідних тематичних елементів, які будуть найбільш привабливими для цільової аудиторії. Особливого значення ця діяльність набуває у великих готельних комплексах, що приймають іноземних туристів: у таких випадках анімаційні менеджери розробляють програми відповідно до культурних традицій країни, прагнучи через розваги не лише забезпечити дозвілля, а й ознайомити гостей з національними звичаями, цінностями та стилем життя. Зазвичай такими подіями стають національні, релігійні або державні свята, які мають яскраво виражений культурний контекст і дозволяють організувати змістовні вечірні програми. Отже, у процесі створення та реалізації святкових анімаційних заходів важливо враховувати не лише тематичні особливості події, але й культурні очікування, інтереси й ментальні характеристики гостей, а також локальний контекст країни, де відбувається святкування.

Святкові анімаційні програми є важливим інструментом у системі соціокультурного обслуговування рекреантів. Їх ефективність визначається низкою ключових характеристик, які забезпечують максимальне залучення аудиторії та досягнення бажаного емоційного ефекту. До основних характеристик таких програм належать:

1) доступність сприйняття – ця ознака відображає рівень відповідності змісту, форми та подачі програми віковим, культурним, соціальним особливостям туристичної аудиторії. Врахування сезонного чинника, локації та специфіки цільової групи є необхідною умовою забезпечення інклюзивності анімаційного контенту;

2) атмосферність – ефективність анімаційної програми значною мірою залежить від емоційного середовища, в якому вона відбувається. Через сенсорне сприйняття (звукове, візуальне, тактильне) створюється настрій, що стимулює емоційну відкритість аудиторії до активної взаємодії;

3) взаємодія рекреантів з аніматорами – аніматори відіграють провідну роль у створенні інтерактивної структури програми. Вони не лише є організаторами, а й повинні проєктувати сценарій так, щоб участь рекреантів була гармонійною, поступовою та інтегрованою в усі етапи святкової дії – від вступу до фіналу;

4) міжособистісна взаємодія серед рекреантів – програмна діяльність передбачає створення умов для соціалізації учасників, що виявляється у колективній активності, спільному виконанні завдань та ініціативній поведінці. Цей аспект посилює ефект групової динаміки та сприяє формуванню позитивного емоційного клімату;

5) емоційна залученість – безпосередня участь рекреантів у програмі зумовлює підвищення рівня їхнього задоволення, створення почуття значущості власної ролі у події та зниження ймовірності критичної оцінки інших складників туристичного сервісу.

Одним із принципів успішної анімаційної діяльності є стимулювання самодіяльності аудиторії. Тільки в разі активного включення рекреантів у процес як глядачів, учасників, організаторів чи ініціаторів можна досягти справжнього емоційного резонансу. Це обумовлює необхідність налагодження сталого комунікативного зв'язку між туристичною установою та її клієнтами, що в довгостроковій перспективі сприяє формуванню лояльності, довіри й повторного вибору.

Організація святкової анімаційної події повинна ґрунтуватися на чітко структурованому підході, який включає кілька етапів:

1. Формулювання концепції заходу, яка має відображати основну ідею, логіку побудови та стилістичне рішення майбутньої події. Концепція має бути унікальною, оригінальною, здатною відрізнити подію від інших та забезпечити її запам'ятовуваність.

2. Розробка сценарію – це творчо-аналітичний процес, що передбачає колективну роботу фахівців (режисера, сценариста, постановника, аніматорів, композиторів тощо). Сценарій повинен містити вступну частину, розвиток дії,

кульмінаційний момент, завершення. Важливу роль відіграє ритміка, емоційна насиченість, логічність переходів між епізодами, збереження глядацької уваги.

3. Планування – складається загальний план заходу, що містить назву, яка відображає концепцію, дату та час, склад учасників (з урахуванням цільової аудиторії), графік (розклад подій, час виступів, технічні паузи тощо), медіапідтримку, бюджет (з розрахунком гонорарів, логістики, реклами, технічного забезпечення); варіанти локацій.

4. Технічна та організаційна підготовка, яка включає логістику (транспорт, харчування, туалети); оформлення простору; встановлення обладнання; запрошення колективів; забезпечення охорони, медичної допомоги; інформаційне супроводження; взаємодію з партнерами, спонсорами.

5. Контроль на етапі реалізації – у день заходу необхідно координувати прибуття учасників, перевіряти гримерні, гардероби, слідкувати за дотриманням розкладу та оперативно вирішувати організаційні питання. Особливу увагу варто приділити дотриманню дисципліни учасників (зокрема, щодо вживання алкоголю).

6. Підведення підсумків – після завершення заходу важливо провести заключний моніторинг: зібрати відгуки, оцінити дотримання поставлених цілей, проаналізувати сильні та слабкі сторони реалізації, зафіксувати напрацювання для наступних подій.

Ефективне проведення святкових анімаційних програм у туристичній сфері потребує системного підходу, в якому поєднуються креативність, організаційна чіткість, психологічна чутливість до потреб аудиторії та стратегічне мислення. Саме інтеграція цих компонентів забезпечує високу якість дозвіллевих послуг, формує позитивний імідж закладу та сприяє підвищенню конкурентоздатності туристичних продуктів.

Організація святкових заходів у межах туристично-рекреаційних закладів становить одну з найскладніших і водночас найвідповідальніших функціональних сфер діяльності анімаційної команди, зокрема шеф-аніматора. Цей вид діяльності потребує не лише високого рівня креативності, а й

ґрунтовної фахової підготовки, оскільки свято є формою комплексного культурно-дозвілєвого продукту, що потребує системного підходу до розробки сценарію, логістики, інженерії вражень та комунікаційної стратегії.

Анімаційні свята, які організовуються на базі туристичних об'єктів, класифікуються за тематичними ознаками, що обумовлюють їхню змістову структуру, цільову аудиторію та стилістику проведення. До найпоширеніших належать такі категорії:

- свята, засновані на казкових або міфологічних образах (наприклад, «Свято Попелюшки», «Свято Нептуна»), які активізують асоціативне мислення й занурюють учасників у світ архетипів, що викликають сильний емоційний відгук;

- свята природи (наприклад, свята, присвячені лісу, морю, річці, квітці), що формують екологічну свідомість та естетичну чутливість;

- народні обрядові свята (Купала, Масляна, Русалчин тиждень), які відіграють важливу роль у збереженні нематеріальної культурної спадщини та етнокультурної ідентичності;

- релігійні свята (Миколая, Різдво, Великдень), що в контексті туристичної анімації набувають здебільшого розважального характеру, адаптуючись до інтернаціонального складу рекреантів;

- календарні й державні свята (Новий рік, 1 жовтня), які мають високу популярність завдяки своїй загальній пізнаваності, ритуалізованості та передбачуваності святкових сценаріїв.

Особливу популярність у практиці туристичної анімації мають календарні події, насамперед Новий рік, який у східнослов'янській культурі має глибоку традицію, а також початок весни, що нині зазвичай асоціюється з природним оновленням.

Включення конкретного свята до програми відпочинку визначається не лише календарними чинниками. Переважну роль відіграє професійний рівень анімаційного персоналу, насамперед шеф-аніматора, який має володіти необхідними компетенціями – організаторськими, креативними,

комунікативними, а також досвідом сценарної та режисерської діяльності. Саме здатність команди забезпечити високоякісний сценарний, естетичний і технічний рівень реалізації свята зумовлює його успішність у межах туристичного сервісу.

8.3 Роль карнавальної анімації в організації свят

Карнавал як соціокультурний феномен виник у Європі в період IX–X століть, про що свідчать перші документальні згадки про циклічні святкові дійства в містах Західної Європи. Його поява пов'язана з процесами урбанізації та формуванням незалежних міст-держав, передусім в Італії, де зародилися найдавніші осередки карнавальної традиції. Поступове розширення цього явища охоплює Францію, а пізніше німецькі міста Майнц, Дюссельдорф і Кельн, що відображає загальноєвропейський характер еволюції міського ритуального простору.

Карнавал історично приурочувався до періоду за сорок днів до початку Страсного тижня, слугуючи своєрідним маркером переходу до Великого посту. Така календарна прив'язка засвідчує глибинний зв'язок карнавалу з християнським релігійним циклом, однак його глибинні витoki сягають ще дохристиянських обрядових практик. Насамперед ідеться про давньоєгипетські містерії на честь Осиріса та римські сатурналії (свята, у межах яких тимчасово скасовувалась соціальна ієрархія, що дозволяло навіть рабам висміювати своїх господарів). При цьому збереження анонімності через носіння масок відображає соціальну обережність і водночас творчу свободу.

У Середньовіччі, в умовах посилення церковного контролю (зокрема інквізиційного тиску), карнавальні форми трансформувалися й частково знайшли прихисток у народно-сміховій культурі. Відзначення таких свят, як «День дурня», «Свято осла», «Свято короля бобів», а також «Свято невинних», свідчить про збереження анімаційно-карнавального початку в межах храмових або напіврелігійних форм. У цьому контексті карнавал постає як базова

обрядово-видовищна форма середньовічної народної культури, що забезпечувала колективне емоційне розвантаження й соціальну регуляцію через символічну інверсію усталених норм. До XV століття в Європі сформувалася структурно-змістова модель класичного карнавалу, що включала визначені засоби художньої виразності та сценарну логіку. Основні ознаки середньовічного карнавалу окреслюють його концептуальну суть: тимчасове скасування соціальної ієрархії; співіснування протилежних відносин або почуттів, образів і дій (смерть – народження, сатира – возвеличення); тілесне розгалуження (верх – божественне, низ – диявольське); спрямованість на майбутнє як простір надії та оновлення.

Формування карнавалу як культурного феномену супроводжувалося виникненням базових форм анімаційної діяльності – від ігрових дійств до театралізованих процесій. Етимологічні версії слова «карнавал» лише підкреслюють його багатовекторність: з одного боку, *carrus navalis* – ритуальний віз-корабель, що використовувався в аграрних культурах бронзової доби, з іншого – *carne vale* – «прощавай, м'ясо», що вказує на постовий контекст.

Функціонально карнавал задовольняє низку базових людських потреб (табл. 8.2).

Таблиця 8.2 – Базові людські потреби, що задовольняє карнавал

Потреба	Характеристика
Неформальна комунікація	Карнавал створює простір для відкритої міжособистісної взаємодії без соціальних обмежень
Візуально-естетична	Реалізується через костюми, феєрверки, сценічні ефекти
Духовно-мистецька	Виявляється у спільному переживанні музики, танцю, театральних імпровізацій
Творча самореалізація	Учасники долучаються до створення події
Ігрова	Реалізується через конкурсні, інтерактивні й театралізовані форми
Гедоністична	Забезпечується загальним настроєм радості, звільнення від повсякденної рутини

Карнавал, таким чином, є синкретичним явищем – поєднанує гру, театр, ритуал та соціальний перформанс. Його основна мета – актуалізація духовно-

моральних потреб індивіда та стимуляція творчого дозвілля, що реалізується через колективну театралізовану участь.

За формою карнавал може бути:

- автономною подією, тематично пов'язаною з певною соціальною або релігійною нагодою;
- структурним елементом більшого культурного заходу (фестивалю, концерту), виконуючи роль підтеми, яка збагачує основну подію.

Актуалізація карнавальної теми визначається соціально-демографічними характеристиками цільової аудиторії: віком, соціальним статусом, культурним середовищем, ментальністю. Ідея карнавалу оформлюється через вибір теми, що, своєю чергою, зумовлює підбір костюмів, оформлення простору, написання сценарію та формування динаміки дійства. У розробці художнього рішення враховуються жанрові особливості обраного типу карнавалу. Роль головних персонажів зазвичай виконують підготовлені актори-аніматори, що задають тон події, координують учасників і вибудовують символічний каркас заходу.

Семантична основа карнавалу – принцип інверсії, тобто тимчасове перетворення соціальних ролей та ієрархій (цар – раб, пан – слуга, чоловік – жінка), що забезпечує ефект соціального «переродження» та одночасно виконує функцію критичного переосмислення суспільного порядку.

Сучасні карнавали мають два основні напрями розвитку (рис. 8.2).

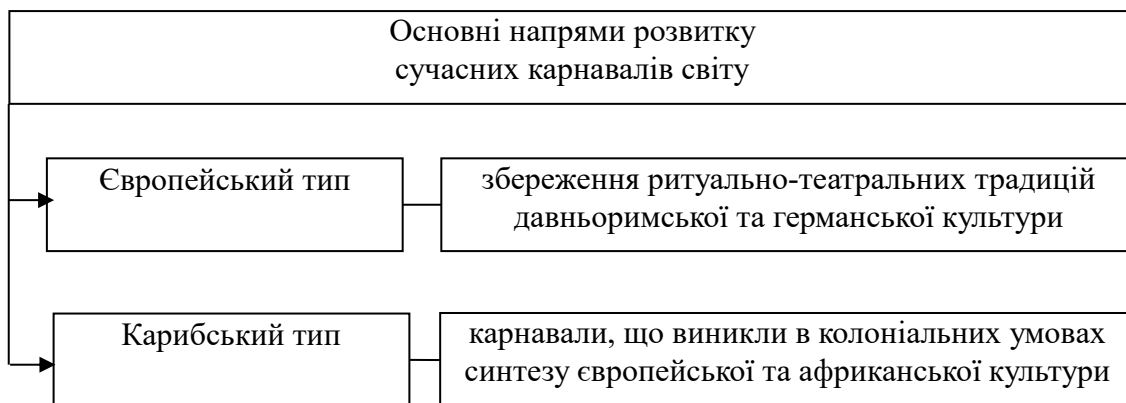


Рисунок 8.2 – Напрямки розвитку сучасних карнавалів світу

Карнавал став важливою формою подієвого туризму. Серед країн, що найбільше приваблюють туристів завдяки карнавальним традиціям, Італія (Венеційський карнавал); Франція (Ніцца); Іспанія (Кадіс); Німеччина (Кельн, Бремен); Бразилія (Ріо-де-Жанейро); США (Марді Гра у Новому Орлеані); Португалія (Фуншал, Мадейра); Бельгія (Бенш).

Інституціоналізація карнавального руху зумовила створення профільних об'єднань і асоціацій – як національних, так і міжнародних, – що опікуються організаційною, фінансовою, інформаційною та безпековою підтримкою. Найвідомішими з них є Вест-Індійська карнавальна асоціація (WIACA) у Північній Америці та Асоціація європейських карнавальних міст (FECC), яка об'єднує понад 100 міст із 52-х країн світу.

Карнавал є потужним засобом культурної комунікації, духовного оновлення, соціального діалогу і креативної взаємодії, зберігаючи актуальність у межах глобального культурного простору.

У контексті туристичної індустрії, зокрема в межах готельних та курортних комплексів, карнавал є надзвичайно продуктивним інструментом анімаційної діяльності. Його сценарно-видовищна гнучкість, естетична привабливість і потенціал щодо емоційного залучення аудиторії дозволяють адаптувати карнавальні форми до різноманітних запитів і очікувань туристів. Саме завдяки здатності карнавалу поєднувати розвагу, гру, символічну інверсію та культурну репрезентацію він набуває особливої значущості як форма інтерактивного дозвілля.

В анімаційній практиці карнавал може реалізовуватися в кількох функціональних форматах (табл. 8.3).

Таблиця 8.3 – Функціональні формати реалізації карнавалу в анімаційній практиці

Формат	Характеристика
Тематизовані вечори та шоу-програми	Відтворення атмосфери відомих карнавалів світу (наприклад, «Венеційська ніч», «Бразильський карнавал», «Марді Гра»), що включають театралізовані костюмовані виступи, дефіле, конкурси масок, танцювальні флешмоби, фасер-шоу. У таких випадках готельна територія стилізується відповідно до заданої концепції, а аніматори виконують роль ведучих, конферансьє, карнавальних персонажів
Партиципативні (учасницькі) заходи	Активне залучення гостей до підготовки й участі в карнавальних дійствах: створення костюмів, навчання традиційним танцям (наприклад, самби чи сальси), участь у карнавальних ходах, конкурсах на кращий образ чи перформанс. Така модель особливо ефективна в контексті формування колективної атмосфери відпочинку та подолання міжособистісних бар'єрів
Дитячі карнавали	Адаптовані варіанти карнавальних свят для дітей із включенням казкових персонажів, інтерактивних ігор, творчих майстер-класів (виготовлення масок, декорацій), які забезпечують не лише розважальну, а й освітньо-культурну функцію
Карнавальні тури та події тижні	Комплексні анімаційні програми, присвячені темі карнавалу, які поєднують розважальні заходи з гастрономічними фестивалями, майстер-класами, лекторіями з історії та традицій карнавалу, фотозонами, виставками костюмів та ін., що сприяє створенню довготривалої емоційної взаємодії між туристом і культурним продуктом

У процесі реалізації карнавальної тематики в готельному анімаційному середовищі важливо дотримуватися кількох принципів:

- культурна адаптація – врахування етнокультурних особливостей цільової аудиторії, її очікувань, рівня поінформованості, готовності до участі;
- інклюзивність – залучення представників усіх вікових категорій, врахування можливостей гостей із різним рівнем фізичних та соціальних компетенцій;
- сценарна цілісність – побудова логічно завершеного наративу карнавального дійства із символічною структурою, центральними персонажами, кульмінацією та розв'язкою;
- естетична виразність – використання виразних засобів художнього оформлення: світла, кольору, музики, костюмів, масок, декоративного простору.

Застосування карнавальних форм в анімаційній діяльності сприяє формуванню позитивного емоційного досвіду у рекреантів, розширює спектр креативних методів комунікації та підвищує рівень лояльності рекреантів до туристичного продукту. Карнавал, вбудований у структуру готельної анімації, перетворюється на ефективний засіб емоційного брендингу туристичного об'єкта, стимулюючи повторні візити та підвищуючи конкурентоздатність закладу в умовах сучасного ринку гостинності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білоусова А. Ю. Особливості менеджменту анімаційного сервісу / А. Ю. Білоусова, В. Ю. Балко // Економічні студії. – 2019. – № 24. – С. 25–29.
2. Грепан Т. С. Роль анімації на фестивалях та карнавалах / Т. С. Грепан // Управління розвитком. – 2012. – № 5. – С. 163–165.
3. Ільтьо Т. І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському та світовому ринках / Т. І. Ільтьо // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 6. – С. 174–178.
4. Кальченко С. В. Рекреаційні аспекти організації анімаційної діяльності в сільському туризмі / С. В. Кальченко, Д. В. Грибова, В. С. Демко // Вісник Одеського національного університету (Секція «Економіка»). – 2019. – Т. 24. – Вип. 4 (77). – С. 94–98.
5. Килимистий С. Класифікація видів анімаційної діяльності в туризмі / С. Килимистий // Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство. – 2015. – № 5. – С. 77–83.
6. Кондес Т. Використання форм туристської анімації в системі професійної підготовки майбутніх фахівців з туризму [Електрон. ресурс] / Т. Кондес // Вчені записки Університету «Крок». – Електрон. текст. дані. – 2023. – № 1 (69). – Режим доступу: <https://snku.krok.ua/article>, вільний (дата звернення: 08.05.2025). – Назва з екрана.
7. Короваєва Б. Організаційно-методичні засади у розробці сценарію свята для майбутніх фахівців фітнесу та рекреації / Б. Короваєва, Ю. Паришкура, Л. Томіч // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія «Педагогічні науки». – 2022. – Вип. 3. – С. 307–313.
8. Кукліна Т. С. Організація анімаційних послуг : навч. посіб. / Т. С. Кукліна, А. В. Віндюк, С. В. Булатов. – Запоріжжя : Національний університет «Запорізька політехніка», 2022. – 279 с.

9. Лисюк Т. В. Анімаційна служба готельних підприємств як перспективний напрям інноваційної діяльності в Україні / Т. В. Лисюк, О. С. Терещук // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2017. – Т. 22. – Вип. 1 (54). – С. 85–88.

10. Малик Ю. Р. Вітчизняний та зарубіжний досвід організації анімаційної діяльності в готелях / Ю. Р. Малик, Н. Г. Босецька // Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Черкаси, 18 травня 2023 р. – Черкаси, 2023. – С. 39–44.

11. Маховка В. М. Сутність та значення анімації в сучасній туристичній діяльності / В. М. Маховка, О. Є. Кременецька // Теоретичні та практичні наукові досягнення: дослідження та результати їх впровадження : матеріали міжнар. наук.-теорет. конф., м. Піза, Італія, 12 лют. 2021 р. – Піза : European Scientific Platform, 2021. – С. 51–55.

12. Міхо О. І. Анімація в рекреації та туризмі. Словник-довідник / О. І. Міхо. – Київ : Ліра-К, 2019. – 224 с.

13. Носа Б. Особливості організації дитячої анімації у готелях курортного типу [Електрон. ресурс] / Б. Носа // Економіка та суспільство. – Електрон. текст. дані. – 2021. – Вип. № 29. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/591>, вільний (дата звернення: 09.05.2025). – Назва з екрана.

14. Кравець О. М. Організація анімаційних послуг в туризмі : навч. посіб. / 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.

15. Панова І. О. Теоретичні основи дослідження анімаційних послуг у туризмі / І. О. Панова // Бізнес-Інформ. – 2021. – № 6. – С. 170–175.

16. Петрова І. О. Дозвілля в зарубіжних країнах : підручник / І. О. Петрова. – Київ : Кондор, 2015. – 408 с.

17. Витоки розвитку та характеристика анімаційних послуг у туризмі / Ю. Паришка (Козерук), Т. Колісниченко, В. Демко, І. Бистра, К. Сефіханова // Інновації та технології в сфері послуг і харчування. – 2024. – № 1 (11). – С. 40–45.
18. Прилепа Н. В. Сутність анімаційної діяльності в туристичній індустрії / Н. В. Прилепа // Вісник Хмельницького національного університету. – 2018. – № 4. – С. 287–290.
19. Саламаха О. Є. Роль культурно-дозвіллевої діяльності у формуванні здорового способу життя студентської молоді / О. Є. Саламаха, Г. Ю. Чеховська // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. – 2021. – Вип. 11 (142). – С. 135–138.
20. Сидорук А. В. Вплив анімаційної діяльності на процес розвитку курортних комплексів [Електрон. ресурс] / А. В. Сидорук, Е. А. Криволапов // Економіка та суспільство. – Електрон. текст. дані. – 2023. – Вип. 47. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2095>, вільний (дата звернення: 09.05.2025). – Назва з екрана.
21. Терещук Н. В. Сучасні форми організації і процес анімаційного обслуговування на підприємствах готельного господарства / Н. В. Терещук, С. В. Тимчук // Інновації та технології в сфері послуг і харчування – 2021. – № 1–2 (3–4). – С. 84–92.
22. Федотова Ю. В. Анімаційна діяльність : сутність, особливості та соціально-економічна ефективність / Ю. В. Федотова, О. М. Кравець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 11. – С. 530–534.
23. Шикіна О. В. Дослідження надання анімаційних послуг у Одеської області [Електрон. ресурс] / О. В. Шикіна, Я. Є. Гончаренко, І. Ю. Ремігайло // Економіка та суспільство. – Електрон. текст. дані. – 2022. – Вип. 37. – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1237>, вільний (дата звернення: 09.05.2025). – Назва з екрана.

Електронне навчальне видання

СВІТЛИЧНА Вікторія Юріївна

ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
всіх форм навчання зі спеціальностей
241 – Готельно-ресторанна справа, 242 – Туризм і рекреація)*

Відповідальний за випуск *Н. М. Богдан*

Редактор *О. А. Норик*

Комп'ютерне верстання *В. Ю. Світлична, І. В. Волосожарова*

План 2025 поз. 242Л

Підп. до друку 17.11.2025. Формат 60 × 84/16.

Ум. друк. арк. 8,3.

Видавець і виготовлювач:

Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Чорноглазівська, 17, Харків, 61002.

Електронна адреса: office@kname.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:

ДК № 8386 від 14.07.2025.