

Олена МІХО

**АНІМАЦІЯ
В РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМІ**

СЛОВНИК-ДОВІДНИК

Київ
Видавництво Ліра-К
2019

УДК 379.8
М69

Рецензенти:

Божук Тетяна Іванівна – доктор географічних наук, доцент кафедри туризму Інституту сталого розвитку імені В'ячеслава Чорновола Національного університету «Львівська політехніка»;

Мелько Людмила Федорівна – кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК».

*Рекомендовано Вченою Радою Академії праці, соціальних відносин і туризму як навчально-методичний посібник для студентів вищих навчальних закладів.
Протокол № 3 від «01» листопада 2018 р.*

Міхо О.І.

М69 Анімація в рекреації та туризмі: Словник-довідник. – К. : Видавництво Ліра-К, 2019. – 224 с.

ISBN 978-617-7748-14-3

Словник-довідник містить тлумачення основних термінів і понять, що відносяться до анімаційної діяльності в рекреації і туризмі. Видання включає більше 600 статей, що описують спільну термінологію для індустрій туризму, гостинності, дозвілля та розваг. Словник-довідник призначений для студентів вищих навчальних закладів галузі знань «Сфера обслуговування», аспірантів, фахівців туристичної справи, усіх, хто цікавиться впровадженням анімаційних технологій в процес обслуговування.

УДК 379.8

ISBN 978-617-7748-14-3

© Міхо О.І., 2019

© Видавництво Ліра-К, 2019

ЗМІСТ

| | |
|--|------------|
| ПЕРЕДМОВА | 4 |
| ЧАСТИНА I. ТИПОЛОГІЯ ТУРИСТСЬКОЇ АНІМАЦІЇ | 7 |
| ЧАСТИНА II. АКТОРСЬКА ТА РЕЖИСЕРСЬКА МАЙСТЕРНІСТЬ В РОБОТІ ТУРИСТСЬКОГО АНІМАТОРА | 185 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 210 |
| РЕСУРСИ ІНТЕРНЕТ | 214 |
| АЛФАВІТНИЙ ПОКАЗЧИК ТЕРМІНІВ І ПОНЯТЬ..... | 215 |

ПЕРЕДМОВА

Туризм – багатогранне явище сучасності – демонструє стабільне зростання і за всіма показниками перевищує навіть прогнози ЮНВТО. Колосальне збільшення кількості туристів призведе до значних змін соціального простору. Ці зміни зумовлять появу нових туристичних дестинацій, адже традиційні вже знаходяться на межі вичерпання ресурсів. Основою створення бренду нових дестинацій стане тематичність (тематичні парки Діснея, тематичні міста Лас-Вегас, Макао, тематичні світи). Зміни в поведінці туристів призведуть до необхідності диверсифікації туристичного продукту, використання інноваційних технологій та гуманізації інформаційних технологій, що зробить подорожі більш персоніфікованими. Зміни в структурі закладів розміщення індустрії гостинності будуть пов'язані із популярністю нетрадиційного дизайну (підводні, космічні готелі) та унікальними концепціями відпочинку. Вже зараз спостерігається зближення індустрії дозвілля та розваг з індустрією туризму.

Однією з основних функцій туризму в сучасному суспільстві є рекреаційна, адже за даними ЮНВТО 55% туристичного ринку складає рекреаційний туризм. Організація повноцінного відпочинку (відновлення) стала актуальною у зв'язку з реаліями сучасного життя (погіршення екології навколишнього середовища, зменшення активності та збільшення психологічного та інформаційного навантаження сучасної людини) та важливістю соціально активних форм дозвілля. Холістична (від грец. holos – цілісний) функція туризму – здатність туризму вносити різноманіття та радість у повсякденне життя людини, створювати атмосферу свята. Холістичний характер рекреаційної діяльності людини зумовив появу терміна «анімація».

Анімація стала незамінним комунікаційним знаряддям на початку XXI ст., її здатність розбудити емоції, «оживити», «вдихнути життя» в будь-яку програму відпочинку пояснює популярність в рекреації та туризмі. Анімація в туризмі – порівняно новий вид туристичної діяльності. Вона почала активно розвиватися в останній чверті XX ст., але достатньо швидко стала невід'ємною складовою туристичного бізнесу. Саме тому робота з формування

термінологічного апарату, що виокремлює та визначає поняття анімації в рекреації і туризмі, ще триває.

Термінологічні поняття – це наукова мова відображення системи понять певної галузі знань. У сфері туризму використовується значна кількість спеціальних термінів, які ще не отримали загальноприйнятого визначення. Ця ситуація в повній мірі відповідає стану розробки термінологічного апарату анімації, яка тривалий час ототожнювалась суто із мультиплікацією. Створення словника-довідника пов'язано із необхідністю виокремлення та детермінації основних термінів та понять у цій сфері, досягнення чіткості та однозначності їх формулювання. Основна мета – упорядкування понятійно-термінологічного апарату, що характеризує анімаційну діяльність в рекреації та туризмі. При цьому це видання не є остаточним, швидкий розвиток туристичної індустрії, спроба задовольнити зростаючі потреби туристів і рекреантів призведе до розширення термінологічного апарату.

Статті у словнику розміщено відповідно до тематики та за алфавітом. Вони складаються зі слова або слів-заголовків, етимологічної довідки, у разі іншомовного походження терміна, поняття чи категорії та визначення (дефініції). Етимологічна довідка включає іншомовне слово або сполучення слів, від якого цей термін походить. Етимологічна довідка надрукована в дужках (наприклад: «від лат. *anima* – душа, вітер»), може вказувати вказує на історичне або географічне походження терміну. За потребою вводяться додаткові пояснення, наводяться приклади тощо. Стаття може мати розширений характер за умови, що термін вводиться вперше.

Слово або слова-заголовки подаються, як правило, в однині і називному відмінку. Заголовок подано у множині, якщо це відповідає загальноприйнятій практиці використання цього терміна чи поняття (наприклад, Олімпійські ігри). Після заголовку в дужках може бути подано іншомовний аналог в тому випадку, коли цей термін частіше використовується у практиці туризму в іншомовному варіанті або з метою забезпечення готовності студентів до здійснення анімаційної діяльності у мультилінгвокультурному середовищі.

Різні значення того самого слова (терміна, поняття) чи слів-заголовків виділено цифрою з дужкою. Близькі за змістом

визначення термінів і понять відділено крапкою з комою. З метою уникання навантаження у словнику подано лише те тлумачення слова, яке має безпосереднє відношення до туризму і рекреації.

Аніматор – це творча професія, вона вимагає знань з історії та теорії дозвілля, технології створення програм організації дозвілля та методології цього процесу. Аналізуючи вимоги сучасного ринку праці щодо професійних компетентностей туристичного аніматора, слід зазначити, що студент повинен бути готовим до виконання двох соціальних ролей в своїй майбутній професійній діяльності: 1) фахівця високої кваліфікації з розробки творчого задуму, його втілення в художніх формах та практичної реалізації у вигляді анімаційних програм; 2) організатора анімаційної діяльності, тобто виконавця управлінських функцій. Враховуючи специфіку майбутньої професійної діяльності словник-довідник включає дві частини: частина I. Типологія туристичної анімації та частина II. Акторська та режисерська майстерність в роботі туристичного аніматора. Okремо сформовано перелік міжнародних організацій, які визначають тенденції розвитку в галузі рекреації і туризму.

Зміст словника-довідника відповідає тематиці дисциплін професійно орієнтованого циклу «Організація анімаційних послуг в туризмі», «Організація анімаційної діяльності», «Анімація в туризмі», «Акторська майстерність» (спецкурс для фахівців туристичної анімації), «Анімаційний практикум», «Анімаційний менеджмент». Основна тематика: «Історичні форми дозвілля», «Анімаційні технології в різних видах туризму», «Напрями анімаційних туристських маршрутів», «Анімація тематичних парків», «Культурні заходи як об'єкти туризму», «Поняття анімаційного менеджменту», «Спортивна анімація», «Дитяча анімація», «Анімація в сегменті СПА-індустрії», «Курортна анімація», «Організація азартно-ігрової діяльності», «Акторська та режисерська майстерність в роботі туристичного аніматора». Словник-довідник розраховано на студентів спеціальностей «Туризм», «Готельно-ресторанна справа», «Менеджмент організацій», викладачів та всіх, хто бажає працювати у сфері туризму, практиків туристичної і готельно-ресторанної справи, які спрямовані на підвищення атрактивності створюваного продукту за допомогою анімаційних технологій.

ЧАСТИНА І



ТИПОЛОГІЯ ТУРИСТСЬКОЇ АНІМАЦІЇ

Міжнародні організації

AEME (The Association for Events Management Education) – Асоціація закладів освіти в сфері менеджменту спеціальних подій. Створена у 2004 р., об'єднує всіх зацікавлених (освітян, науковців та підприємців) у розвитку івент-індустрії, для підвищення ефективності івент-освіти, стимулювання наукових досліджень в цій галузі. Івент-менеджмент вважається новим напрямом в освіті, адже перші університетські програми з'явилися лише два десятиліття тому у Великобританії. З того часу спостерігається значне зростання кількості освітніх програм з івент-менеджменту на рівні бакалавріата, магістратури.

AIT (Academie Internationale du Tourisme) – Міжнародна академія по туризму (Монте-Карло, Монако). Створена у 1951 р. з метою розвитку культурного та гуманістичного характеру міжнародного туризму, формування термінологічної бази, уточнення основних понять, що відносяться до сфери гостинності і туризму. Для досягнення цієї мети Академія видає «Міжнародний туристичний словник» кількома мовами та журнал, де розміщуються статті з наступної проблематики: лінгвістика туризму; підвищення культурного та стилістичного рівня туристичної літератури; захист культурних цінностей і гуманістична концепція туризму.

AMFORHT (World Association for Hospitality and Tourism Education and Training) – Всесвітня асоціація професійного навчання в сфері гостинності і туризму. Створена у 1969 р. з метою удосконалення методів професійної туристичної підготовки, впорядкування та стандартизації освітніх програм, впровадження технічних засобів у навчання. Членами асоціації є дослідницькі центри, навчальні заклади, офіційні туристичні організації та підприємства, фахівці з туризму з 63 країн світу. За ініціативою асоціації було випущено міжнародне посвідчення фахівця з туризму.

ATLAS (The Association for Tourism and Leisure Education) – Асоціація закладів освіти в сфері дозвілля і туризму. Асоціація була заснована в 1991 р., наразі включає 186 членів більш ніж з 60 країн світу. Окрім поділу за географічною ознакою, існує поділ на групи за спеціальними інтересами (SIG), наприклад, дослідницькі групи «Діловий туризм», «Міський та столичний туризм», «Культурний

туризм», «Спеціальні події», «Гастрономія і туризм», «Волонтерський туризм». Основні навчальні заклади: Les Roches Gruyère (Швейцарія), Cesar Ritz Colleges (Швейцарія), Leeds Metropolitan University (Великобританія), Sheffield Hallam University (Великобританія), University of Greenwich (Великобританія), Institute for Tourism Studies (IFT) (Китай) та інші. Випускники навчальних закладів, що входять до складу Асоціації, після закінчення навчання, окрім традиційних професій в готелях, ресторанах і турфірмах, можуть обіймати посади на підприємствах індустрії дозвілля та розваг: тематичні парки, парки розваг і атракціонів, приватні клуби, казино, компанії в сфері організації спеціальних подій (Event Management), Велнес і СПА (Wellness and SPAs).

EHFA (The European Health and Fitness Association) – Європейська асоціація фітнесу, об'єднує 16 національних асоціацій з 23 країн (більше 9 тис. клубів). Основне завдання асоціації: впровадження стандартів в галузі фітнесу та кращих практик інструкторів і тренерів.

ESPA (European SPA Association) – міжнародна професійна організація, що займається просуванням СПА-послуг та бальнеології в Європі, об'єднує 24 учасники з 22 країн. Однією з послуг, що пропонує організація своїм учасникам, є сертифікація курортів та СПА згідно своїх стандартів якості – EUROPESPA, що фактично включає два сертифікати – EUROPESPA MED та EUROPESPA WELLNESS.

FEF (European Federation of Tourist Guide Associations) – Європейська Федерація Асоціацій туристичних гідів створена у 1986 р. Наразі об'єднує національні асоціації гідів 21 (15 повних членів і 6 асоційованих) країни Європи, серед яких провідні туристичні країни – Велика Британія, Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Греція. Основні завдання: просування професії туристичного гіда на європейському рівні; підготовка фахівців відповідно до Європейського стандарту EN 15565:2008; зміцнення професійних зв'язків завдяки організації зустрічей, конференцій, семінарів, практикумів з метою заохочення культурних і навчальних обмінів для подальшої взаємодії та консолідації туристичних гідів; захист прав споживачів через Кодекс поведінки гіда тощо.

IAAPA (The International Association of Amusement Parks and Attractions) – Міжнародна асоціація парків розваг та атракціонів.

Заснована в 1918 р. з метою дослідження нових продуктів на ринку розваг, наразі є найбільшою міжнародною торгівельною асоціацією на ринку розваг в світі. Об'єднує атракції за наступними типами: тематичні парки та парки розваг, сімейні розважальні центри, історичні місця, музеї, природні парки, аквапарки, зоопарки та ботанічні сади, діяльність яких і досліджує та готує відповідні кадри.

IAEE (International Association of Exhibitions and Events) – Міжнародна Асоціація виставок та спеціальних подій. Заснована в 1928 р., є лідером світової виставкової індустрії, об'єднує 10 тис. представників індустрії з 52 країн світу.

ISPA (The International SPA Association) – Міжнародна СПА Асоціація, професійна організація, що діє з 1991 р. та об'єднує 3200 представників з 83 країн світу. ISPA розвиває СПА – індустрію шляхом формування мережі, через яку розповсюджується освітній та професійний досвід. Девіз ISPA: «Relax, Reflex, Revitalize and Rejoice» (розслабся, медитуй, оживись, радій). У 2007 р. було визначено 10 головних сегментів СПА – індустрії: 1) води (мінеральні, термальні, теплі); 2) дієти та харчування; 3) рух, фізичні вправи та фітнес; 4) масаж; 5) гармонія розуму, тіла й духу; 6) естетика, догляд за шкірою; 7) кліматологія, глобальна екологія; 8) культурні та соціальні цінності, СПА–культура; 9) управління, маркетинг; 10) час, ритм та цикли. ISPA демонструє переважно північноамериканській підхід до організації СПА–послуг, де домінують денні СПА (Див. *СПА*).

SITE (Society of Incentive and Travel Executives) – професійне об'єднання організаторів інсентів-подорожей, засноване в 1973 р., нараховує 650 членів, офіс розташовано в Нью-Йорку, включає 18 комітетів, що займаються організацією семінарів, виставок, конференцій та інших тематичних заходів. За визначенням SITE інсентів-туризм є глобальним інструментом управління на основі використання туристичного ресурсу для заохочення та/або визнання досягнень учасників інсентів-програм у зв'язку із перевиконанням встановлених показників у роботі на підтримку організаційних цілей підприємства.

TEA (The Themed Entertainment Association) – Асоціація тематичних розваг, міжнародна некомерційна асоціація, що об'єднує

найбільших розробників, дизайнерів та операторів тематичних розваг в світі. TEA заснована у 1991 р., наразі включає 1300 членів. Серед основних досягнень асоціації: найбільш престижна премія TEA Awards, щорічна конференція SATE conference (Storytelling, Architecture, Technology, Experience), постійний моніторинг розвитку індустрії розваг та видання аналітично-статистичного звіту TEA/AECOM Theme Index and Museum Index, програма працевлаштування для випускників TEA NextGen Initiative.

UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) – Всесвітня асоціація виставкової індустрії, створена в 1925 р. в Мілані (Італія), де й отримала назву «Union des Foires Internationales» (UFI), за ініціативи 20 організаторів європейських міжнародних торгівельних ярмарок. Наразі об'єднує 776 організацій-членів з 88 країн світу, співпрацює з 52 національними та регіональними асоціаціями. UFI виконує роль галузевої платформи для обміну досвідом; займається просуванням виставок як унікального інструменту в галузі маркетингу та комунікацій; проводить сертифікацію виставок за своїми стандартами; проводить вебінари, тренінги, розробляє освітні програми для підготовки кадрів для виставкової індустрії; проводить статистичні дослідження виставкового ринку. За даними UFI щорічно в світі проводиться 31 тис. виставок, що приваблюють 4,4 млн. експонентів та 260 млн. відвідувачів, що разом витрачають 109 млрд. доларів США. Виставкова індустрія безпосередньо створює 680 тис. робочих місць та опосередковано, через індустрію туризму (транспорт, розміщення, харчування), 1,8 млн. робочих місць.

А



Агоністика (від грец. Agon – бій, боротьба) – принцип змагальності (в спорті, мистецтві), характерний для культури Стародавньої Греції. Від народження еллінам прищеплювались навички спортивної боротьби. Такі змагання називались агонами, а систему спортивних змагань з демонстрацією спортивних досягнень – агоністиком. Серед грецьких агонів найбільш відомими були Піфійські, Істмійські, Немейські, Парафінейські та Олімпійські ігри.

Агонофет – організатор та розпорядник атлетичних ігор та театральних вистав в античних містах Північного Причорномор'я, де наслідувались грецькі традиції.

Адаптація – процес пристосування організму до різноманітних умов існування (в т. ч. й під час подорожей). Фізіологічна адаптація – сукупність реакцій, що забезпечують пристосування організму до змін зовнішніх умов, наприклад клімату (акліматизація), висоти тощо. Соціальна адаптація – процес активного пристосування особистості або соціальної групи до соціального середовища, що змінюється. Спортивна адаптація – сукупність захисних реакцій організму спортсмена, вироблення психічної стійкості, пристосування організму до умов середовища і тренувальних завдань в процесі підготовки до змагань. Однією із функцій туристичної анімації є адаптаційна, що дозволяє перейти від буденності до дозвілля в умовах туристично-рекреаційних закладів.

Аерарій (від грец. аер – повітря) – спеціально обладнана споруда або майданчик для прийняття повітряних ванн, захищена від прямих сонячних променів. Подібні конструкції будуються на пляжах або в санаторіях, можуть бути частиною аеросолярію.

Аеробіка – («аеробний» фактично «той, що живе в повітрі», «той, що використовує повітря»; англ. Aerobics) – ритмічна гімнастика; комплекс рухів під музику, що збільшує споживання кисню організмом. Засновник лікар Кеннет Купер вважав аеробіку засобом протистояння факторам, що спонукають розвиток серцево-судинних захворювань: гіподинамії, нервовим перенапругам, надлишковому харчуванню. За допомогою вправ, що виконуються в аеробному режимі, і харчування з низьким змістом тваринних жирів в організмі людини найбільш активно руйнується надлишковий холестерин – головний ворог судин. Фізичні навантаження усувають гіподинамію, а емоційність при проведенні занять поліпшує настрій, ліквідуючи негативний вплив стресів. Позитивний ефект забезпечується через стимулювання роботи серцево-судинної і дихальної систем людини та, за бажанням, корегують фігуру. Комплекс вправ будується за такою схемою: розминка, аеробна фаза, затримка, силове навантаження. Регулярні заняття аеробікою підвищують здатність організму пропускати повітря крізь легені,