

СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ АНИМАЦИЯ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Современная социокультурная ситуация характеризуется процессами глобализации, в условиях которой усиливается внешнее воздействие на национальную культуру. Ее духовные ценности и установки проходят проверку на прочность. В настоящее время остро стоит задача сохранения национального духовного наследия. Без понимания себя, своей культуры невозможно найти собственный путь развития в современном мире.

Белорусская культура имеет большую историю и традиции. В ней воплотились самобытные мифологические, религиозные, художественные, нравственные представления белорусского народа. Беларусь обладает также уникальным историко-культурным наследием, воплощенным в материализованных предметах художественно-пространственной среды: памятниках истории и культуры, экспозициях краеведческих и художественных музеев и т.д. В процессе приобщения к национальному достоянию своего народа личность усваивает нравственные ориентиры, выработанные предыдущими поколениями, которые позволяют ощущать свою принадлежность к определенной этнокультурной общности, сохранять национальную самобытность в условиях глобализации.

В связи с этим развитие национального туризма приобретает особую актуальность, ибо именно туристско-экскурсионные путешествия по родному краю позволяют человеку познать во всем многообразии уникальность белорусской культуры и природы, ощутить себя носителем традиций своего народа, осознать необходимость сохранения, распространения и дальнейшего развития историко-культурных и природных ценностей.

Учитывая значимость туризма в развитии личности и общества, проблемы национального туризма рассматриваются на самом высоком уровне. Об этом свидетельствуют принятие ряда нормативно-правовых актов, широкое освещение проблем туристической отрасли в СМИ, интерес к проблемам туризма научной общественности. В настоящее время нерешенными остаются вопросы научно-методологического обеспечения

национального туризма, разработки и внедрения инновационных технологий его функционирования.

К инновациям в области туризма в мировой практике следует отнести развитие анимации. В узко прикладном значении анимация рассматривается как сравнительно новое направление в туристской и курортной деятельности, предполагающее как зрительское, так и личное участие туристов в игровых и театрализованных шоу-программах, спортивных и культурно-развлекательных мероприятиях [1, с. 105]. В этом смысле анимация близка понятию “культурно-досуговая деятельность”, специалисты-аниматоры приравниваются к организаторам досуга, которые, по мнению М.Б.Биржакова, “берут на себя не только увеселительные функции, они позитивно влияют на восстановление физической формы, на активацию умственных способностей отдыхающих” [1, с. 107].

В научно-методической литературе получает распространение понятие “социально-культурная анимация”. Оно трактуется в более широком смысле как одно из наиболее интенсивно развивающихся направлений современной социально-культурной деятельности, которое предполагает реализацию программ творческой реабилитации, активного отдыха, социально-психологической консолидации общественных групп на основе ценностей культуры [4, с. 5]. Анимация использует традиционные виды и жанры художественного творчества в качестве основных методов “оживления и одухотворения” (само понятие происходит от лат. *anima* – душа) социума, отношений между людьми. Это своеобразное “наведение мостов” между отдыхом, досугом и культурой, искусством. Анимация в практической деятельности рассматривается как оживление отдыха, как особая форма работы с людьми, формирующая положительные впечатления и положительную оценку [2, с. 3]. В настоящее время анимация внедряется во многих сферах общественной жизни, что определяет ее видовое разнообразие. Так, в сфере предпринимательства получает распространение анимация продаж и бизнес-встреч, в области духовной практики широко внедряется музейная, экскурсионная анимация.

Анимация в туризме – это целостный процесс взаимодействия аниматора с туристами в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются релаксационно-оздоровительные,

культурно-образовательные, культурно-творческие потребности и интересы участников данного процесса, создаются условия для формирования социально активной личности, способной к преобразованию окружающей действительности и себя в ней [2, с. 19].

Одним из факторов, обуславливающим развитие туристской анимации, является структурное изменение свободного времени в процессе занятий туризмом. Б.Ф.Омельченко справедливо указывает на дифференциацию свободного времени туриста и выделение в его структуре двух блоков: 1) общественно регулируемого времени, связанного с программой путешествия и реализацией его основных элементов; 2) лично регулируемого времени, так называемого свободного, заполняемого туристами по своему усмотрению в зависимости от интересов, потребностей, уровня образования, традиций и т.д. [3]. Соотношение объемов времени данных блоков различно и зависит от контингента туристов, от целевого назначения тура, от особенностей организации путешествия. Таким образом, анимация рассматривается как деятельность по разработке и предоставлению специальных программ проведения свободного времени туристов, организации их досуга. Анимационные программы различаются по своему содержанию (спортивно-оздоровительные, театрализованные, информационно-познавательные, фольклорные и др.), по ориентации на возрастную категорию (детские, молодежные, рассчитанные на зрелый возраст), по форме организации.

Необходимость разработки анимационных программ как средства развития национального туризма определяется, на наш взгляд, следующими обстоятельствами.

1. Возрастающие потребности туристов в настоящее время не могут быть удовлетворены традиционными услугами – размещением, питанием, определенным набором экскурсий. Мировая практика в области туризма и наш собственный опыт показывают, что осмотр туристами достопримечательностей занимает не более половины времени путешествия, а если они расположены не в крупных центрах, то и вовсе – 3–4 часа. Поэтому анимационные технологии позволяют не просто разнообразить досуг туристов разного возраста, но и решать задачи удовлетворения и расширения духовных запросов личности.

2. Многие исторические и культурные памятники нашей страны сохранились лишь в руинах (Кревский замок, дворцовый комплекс в Ружанах и др.), а в музейных экспозициях восстановленных и реставрируемых историко-архитектурных комплексов отсутствуют оригинальные экспонаты. Отсюда возникают особые требования к разработке содержания экскурсий. От экскурсоводов требуется особое мастерство, чтобы у камня Кревского замка турист мог мысленно реконструировать этот памятник и осознать историческую значимость осматриваемого объекта. Приемы анимации позволяют решать эти задачи. И такая практика в стране уже существует. Например, тематическая экскурсия “Замки Беларуси” сопровождается анимационными программами “Коронация Миндовга”, “Свадьба Ягайло”, во время которых экскурсанты становятся непосредственными участниками реконструкции исторических событий.

3. Содержание анимационных программ может включать самобытные народные праздники и обряды, песенно-танцевальный фольклор, театрализацию народных преданий и легенд, которыми богата белорусская земля. Реализация анимационных фольклорных программ в естественных природных условиях включает туристов в процесс совместного культуротворчества, содействует приобщению личности к традициям своего народа. Такие программы способствуют также организации взаимодействия между учреждениями культуры (Домами творчества, центрами ремесел и др.) и туризма при их разработке и внедрении, что положительно сказывается на развитии малых городов. Примером такого плодотворного сотрудничества является востребованный турпродукт “В гостях у Зюзи” (Поставский район Витебской области), в котором на основе белорусской мифологии разворачивается театрализованное действо с использованием народных игр, песен, хороводов, организуется угощение блюдами народной кухни, осуществляются розыгрыш и продажа сувениров с национальной символикой.

Таким образом, использование анимационных технологий в туризме имеет важное социально-экономическое и воспитательное значение, способствует сохранению, трансляции и развитию ценностей национальной культуры.

1. Биржаков, М.Б. Анимация в программах делового туризма / М.Б.Биржаков, Н.Б.Раева // Туристские фирмы. – 2006. – Вып. 40 (8). – С. 105–118.

2. Курило, Л.В. Теория и практика анимации. Ч. 1. Теоретические основы туристской анимации: учеб. пособие / Л.В.Курило; Рос. междунар. акад. туризма. – М.: Советский спорт, 2006. – 195 с.

3. Омельченко, Б.Ф. Экскурсионное общение: познание, воспитание, отдых / Б.Ф.Омельченко. – М.: Наука, 1991. – 120 с.

4. Ярошенко, Н.Н. Социально-культурная анимация: учеб. пособие / Н.Н.Ярошенко; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – 2-е изд., испр. и доп. – М., 2005. – 126 с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ