

UOT: 338.482.224

Терлан НОВРАСЛИ  
Азербайджанский университет туризма и менеджмента,  
доктор философии по искусству, доцент  
novrasli@hotmail.com

Турал АЛИЕВ  
Азербайджанский университет туризма и менеджмента,  
магистрант  
turalmtir@mail.ru

## АНИМАЦИЯ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СТРАНЕ

### ANIMASIYA TURİZMİN ÖLKƏDƏ İNKİŞAFI ÜÇÜN VACİB AMİL KİMİ

#### ANIMATION AS THE IMPORTANT FACTOR OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE COUNTRY

**Абстракт:** В данной статье рассмотрены нынешнее положение и перспективы развития анимационной деятельности в Азербайджане. Осуществлен краткий анализ туристической отрасли и развитие этой отрасли с внедрением анимации. В статье рассматриваются теоретические особенности эффективности деятельности досуга. Анализируются междисциплинарные показатели влияния индустрии туризма на экономику страны. Описано добавление и внедрение туранимационных программ в турпродукт.

**Ключевые слова:** туризм, экономика, анимация, рекреация, досуг.

**Xülasə:** Bu məqalədə animasiya fəaliyyətinin Azərbaycanadakı mövcud vəziyyəti və perspektivləri müzakirə edilir. Turizm sənayesinin qısa təhlili aparılmışdır və animasiya fəaliyyətinin tətbiqi ilə turizm sənayesində inkişafı göstərilmişdir. Məqalədə asudə vaxtın səmərəli keçirilməsi fəaliyyətinin nəzəri xüsusiyyətləri müzakirə edilir. Ölkə iqtisadiyyatında turizm sənayesinin sahələrarası fəaliyyətə təsirini təhlil edir. Turməhsula animasiya fəaliyyətini əlavə etməklə tərtib edilməsi və tətbiqi tədqiq edilir.

**Açar sözlər:** turizm, iqtisadiyyat, animasiya, rekreasiya, asudə vaxt.

**Abstract:** This article deals with the current situation and prospects of development of animation activity in Azerbaijan. A brief analysis of the tourism industry and the development of the industry with the introduction of animation have been shown. In the article the theoretical features of leisure activity are considered. The impact of inter-disciplinary performance of the tourism industry to the economy of the country is analyzed in this article, as well. The article describes the addition and introduction of animation programs to the tourism product.

**Key words:** tourism, economics, animation, recreation, leisure time.

Туранимационная деятельность имеет огромное значение не только для людей, но и для всей индустрии туризма. Совместимость анимационных программ с такими туранимационными функциями, как адаптационная, экономическая, компенсационная, стабилизирующая, оздоровительная, информационная, образовательная, совершенствующая, рекламная, психологическая, информативная, педагогическая функции повышает спрос на туристические маршруты и путешествия, рынок туристических услуг с интересным контентом, увеличивает репутацию работы гостиничного предприятия. В условиях жесткой конкуренции на рынке туристских обслуживаний, ни одно мероприятие не может быть задумано или организовано без добавления анимационных программ [16, стр. 105].

Анимация стала неотъемлемой частью современных туристских обслуживаний для культурных, развлекательных и тематических мероприятий, предлагаемых туристам для отдыха и развлечений. Аниматор играет важную роль в организации анимационных программ. К сожалению, в нашей стране, в этой области очень мало квалифицированных кадров. Поэтому одной из важнейших задач туристического бизнеса является подготовка специалистов в области анимации на профессиональном уровне. Специалисты, искусно владеющие этой профессией, смогут разрабатывать и внедрять множество анимационных программ на высоком уровне в этой области, что напрямую повлияет на развитие индустрии туризма и продемонстрирует необходимость в анимации [13].

Сценарий – с древнегреческого слова «сцаена» означает «сцена, театр, эстрада». Сценарий является неотъемлемой частью анимационной программы. Без грамотно проработанного сценария невозможно представить организацию анимационной программы. Так как сценарий представляет из себя по-секундно расписанный список всей программы, который наглядно показывает в котором часу, какие лица будут выступать и как. Синописис происходит с древнегреческого слова

«örsis» – «обзор, сводка, краткое обозрение». Синописис – это краткое описание всей анимационной программы [22].

Мир с каждым годом стремительно меняется, таким образом меняются и потребности людей. Если раньше туристические услуги, путешествия считались роскошью, то сейчас туризм стал неотъемлемой частью жизни и даже необходимо для большинства людей [1]. Пакет услуг, формируемый и предоставляемый отелями и другими туристическими предприятиями, уже не отвечает потребностям современного человека. В результате, ряд предприятий сталкиваются с проблемой привлечения туристов.

Современный отель – это не просто средство размещения, это также культурный центр, который создает условия для приобщения людей к развлечениям и отдыху после трудовой деятельности, то есть – к анимации.

Отели обязаны реагировать на постоянно меняющиеся потребности и желания туристов, продолжая свою деятельность предлагать различные услуги, чтобы иметь преимущество среди конкурентов. Поэтому, помимо организации проживания и питания, многие отели с целью развлечения своих гостей, а также увеличения продаж, прибегают к анимационной деятельности. Отели и другие туристические предприятия устанавливают деловые и экономические отношения с развлекательными и спортивными учреждениями для получения данных услуг. Но некоторые отели создают анимационные отделы уже в своей структуре. Кроме того, многие средства размещения имеют собственные спортивные сооружения (бассейн, водные аттракционы, поля для тенниса и гольфа), а также концертные залы, дискотеки, различные игровые залы и т.д. [20, стр. 45].

Сфера развлечений и спорта играют важную роль в индустрии гостеприимства. В настоящий период технологического развития повышается интенсивность труда, ускоряется ритм жизни, ухудшается экологическая обстановка, у людей часто возникают эмоциональные перегрузки, физические и моральные расстройства. Поэтому индустрия туризма является неким инструментом для избавления от стресса, усталости и напряжения повседневной жизни. В то же время одни и те же услуги быстро надоедают туристам, они жаждут новых ощущений. Поэтому сфера анимации является чуть ли не первой необходимостью на любом туристическом предприятии, иначе оно обречено на провал [25, стр. 74]. Следует отметить, что анимационные программы широко используются не только в туристической сфере, но и в социальной. Как пример можно привести организацию юбилеев, дней рождений, памя-

ных событий, свадеб и так далее. Таким образом анимацию можно назвать составной частью культурно-развлекательных программ.

Сегодня люди устали от стрессовой, однообразной и скучной среды, созданной тяжелым трудом и городской жизнью. Такая ситуация негативно сказывается на здоровье человека. Кроме того, такие факторы, как сокращение рабочего времени, рост дохода на душу населения и развитие транспортных и коммуникационных систем, сделали досуг важной частью жизни людей [10].

Быстрые темпы индустриализации и урбанизации также влияют на туристический сектор. Отдых важен для людей, чтобы они могли эффективно использовать свое свободное время, уйти от среды, в которой они живут, обновиться и вернуться к своей повседневной жизни с более высокой мотивацией. Сегодня люди предпочитают частый и краткосрочный отдых. Развитие коммуникационных и транспортных технологий позволяет осуществлять туристическую деятельность, одновременно повышая интенсивность конкуренции между туристическими направлениями. Туристические направления стремятся повысить свою конкурентоспособность при помощи мероприятий, которые они организуют, или проводят, в дополнение к своим историческим и культурным характеристикам, чтобы привлечь и создать спрос на туризм [11, стр. 59].

**Досуг и отдых:** в свободное время люди занимаются расслабляющими и бодрящими занятиями, для того, чтобы избавиться от стресса из-за утомительной повседневной работы. Отдых, обычно, рассматривается как способ разнообразить свое свободное время различными занятиями. Рекреация представляет собой занятия, которые участники выбирают добровольно, чтобы провести свое свободное время с пользой для физического и морального здоровья [7]. Отдых относится к любому виду деятельности, в котором человек добровольно активизирует свой творческий потенциал для повышения релаксации, информированности и общительности, помимо работы и социальной необходимости. Отдых – это деятельность, в которой люди добровольно, по своей воле участвуют активно либо пассивно.

Слово «рекреация» происходит с латинского языка «recretio» и означает «отдых, восстановления, возрождение». Наблюдая за поведением людей, участвующий в рекреационных мероприятиях, можно заметить, что эти люди чувствуют себя комфортно, они мотивированы, у них наблюдается прилив внутренних сил. Кроме того, рекреация положительно влияет на развитие социальной жизни человека [5, стр. 73].

Негативные изменения в социальной и физической среде повышают потребности людей в отдыхе и мотивации. Людям важно периодически избавляться от стрессов, которые вызываются у людей, вынужденных адаптироваться к образу жизни, созданному индустриализацией и урбанизацией, и поддерживать свое психологическое равновесие. Если отвлечься от повседневной работы и жизни, это не только повысит эффективность работы и мотивацию, но и поможет восстановлению физического и психического здоровья.

Анимационная деятельность включают активное или пассивное, групповое или индивидуальное участие в спортивных, культурных мероприятиях, прогулки, развлечения и участие в неформальном обучении. Анимационные мероприятия приносят участникам счастье, удовлетворенность, творческий потенциал, конкурентоспособность, моральную силу и более широкий кругозор. Гетц отметил восемь особенностей анимации:

- Отвлечься от повседневной жизни
- Свободный выбор занятий
- Наслаждаться от мероприятия
- Спонтанность
- Наличие времени
- Творческое воображение
- Приключения и открытия
- Проведение рекреации [9]

Анимационные мероприятия классифицируются по масштабу и содержанию. Мероприятия по масштабу охватывают мега-события, крупные и местные события. Мега-события определяются как события, оказывающие влияние на всю экономику и глобальные средства массовой информации. Крупные мероприятия имеют доминирующее влияние с точки зрения интереса средств массовой информации, количества посетителей и экономического воздействия. В эту категорию попадают многие международные спортивные мероприятия. Местные события могут включать в себя все типы событий, которые имеют культурные особенности нации или проводятся в определенной географической области.

Активный отдых очень богат и разнообразен по своему содержанию. Рекреационную деятельность можно классифицировать как развлекательные, музыкальные, спортивные, игровые, художественные, социальные и культурные мероприятия. Гетц делит мероприятия на четыре основные группы:

- Культурные праздники, политические и официальные мероприятия, искусство и развлечения

- Бизнес и торговля, образование и наука
- Спортивные соревнования и развлечения
- Особые мероприятия [9]

Важность рекреационных мероприятий растет день ото дня с точки зрения потребностей, которые стремится удовлетворить туризм. При помощи анимационных мероприятий регион продвигает свою туристическую деятельность. Культурные, художественные и спортивные мероприятия считаются одними из самых эффективных методов, используемых в современном туризме для создания имиджа событий.

**Анимационные события и туризм.** Из-за неблагоприятных условий в крупных городах, люди предпочитают отдых за пределами города. Сегодня людям необходимы развлекательные мероприятия, чтобы поддерживать желаемый уровень жизни. В частности, желание людей, живущих в больших городах, избегать многолюдной городской жизни является одним из важных факторов, создающих потребность в туризме и анимационной деятельности [21, стр. 17]. Анимационная деятельность привлекает потенциальных туристов, желающих отдохнуть в регионе, где проводится мероприятие, и обеспечить туристическую мобильность.

Туризм, значение которого в мире постоянно растет, и сегодня достигло больших масштабов, является одним из наиболее эффективных видов деятельности, способных прямо или косвенно удовлетворить физические, социальные и психологические потребности людей в течение определенного периода времени. В туризме имеются разные мотивы, побуждающие людей путешествовать. К ним относятся отдых, физическое и умственное самообновление, небольшой перерыв от окружающей среды, в которой вы живете, посещение исторических и культурных достопримечательностей, близость к природе, развлечения, встречи с разными людьми и занятия спортом, и эти причины способствуют активному отдыху [6].

Сегодня анимационные мероприятия стали неотъемлемой и важной частью стратегии развития туризма и маркетинга. Систематически разрабатываются, планируются меры по привлечению туристов, и реализуется маркетинговая политика. На сегодняшний день анимация является важной и быстро развивающейся частью международного туризма и широко исследуемой темой в литературе.

Гетц делит анимационные мероприятия на две группы: запланированные и незапланированные. По словам Гетца, благодаря своей роли и влиянию на туризм, запланированные мероприятия являются

важным фактором повышения конкурентоспособности туристических дестинаций [2].

Анимационная деятельность определяется как сегмент рынка, при котором турист путешествует с целью участия в анимационной деятельности или же участвует в мероприятиях, организованных на местах назначения. Анимационные мероприятия можно рассматривать как основной или альтернативный туристический продукт. Анимационная деятельность определяется как планирование, разработка и маркетинг конкретных мероприятий, направленных на увеличение числа участников. Анимационная деятельность – это быстрорастущий сектор туристического рынка.

Организованные местные мероприятия обеспечивают туристическую мобильность в регионе, все больше привлекая потенциальных туристов, которые хотят участвовать в анимационных мероприятиях. Гетц отметил, что анимационные мероприятия по развитию туризма играют важную роль в маркетинге и развитии туристических направлений [2].

Причины, по которым туристические дестинации проводят определенные анимационные мероприятия, могут быть следующими:

- ✓ Возможность привлечения туристов каждый сезон
  - ✓ Увеличить время пребывания туристов
  - ✓ Создать положительный образ дестинации
  - ✓ Способствовать улучшению инфраструктуры
  - ✓ Более эффективно использовать имеющиеся возможности
- Мален и Адамс описали функции анимационных мероприятий следующим образом:

- Маркетинговая функция: для привлечения инвесторов и туристов к дестинациям
- Функция туристической привлекательности: распределить спрос по разным регионам, увеличить продолжительность визитов и пребывания туристов
- Функция создания имиджа: создать и укрепить положительный имидж для дестинаций и других достопримечательностей, разрушить отрицательный образ
- Функция поддержки: улучшение инфраструктуры, оказание поддержки в обновлении дестинации, с целью ее развития.
- Мотивационная функция: для поощрения первых или повторных посещений дестинаций. [8, стр. 154].

Анимационная деятельность может уменьшить воздействие сезона и принести значительную прибыль за счет использования природных достопримечательностей в межсезонье. Сезонность – одна из важ-

нейших проблем туристической отрасли. Анимационные мероприятия имеют значительное преимущество по снижению влияния сезонов. Особые мероприятия для клиентов или гостей, возможность хорошо провести время – это социально-культурный опыт, происходящий за пределами обычного повседневного выбора [9, стр. 59]. Анимация обеспечивает туристическую мобильность в регионе за счет привлечения потенциальных туристов, желающих заняться рекреационной деятельностью. В большинстве случаев люди во время высокого сезона пребывают за границей. Анимация в сфере туризма стала одной из самых популярных способов продлить сезон. Анимационные программы увеличивают общие расходы туристов при увеличении срока их пребывания. Анимационная деятельность – это быстрорастущая профессиональная сфера, в которой туристы ценятся так же как и потенциальный рынок, а туристический сектор стал важным партнером в успехе и привлекательности мероприятий [2]. Определение того, почему люди посещают анимационные мероприятия, играет ключевую роль как в управлении мероприятием, так и в маркетинге. Планирование и программирование анимационных мероприятий определяют качество и привлекательность мероприятия. В то время как сезонная деятельность вызовет скопление людей в регионе, деятельность в межсезонье окажет влияние на стимулирование экономики. Сильная связь между удовлетворением и повторными посещениями требует от организаторов мероприятий сосредоточения внимания на стратегиях, целью которых является повышение удовольствия и развлечения гостей мероприятия. Хотя анимационные программы охватывают художественную, культурную и научную деятельность наряду со спортом, спортивные мероприятия сыграли ключевую роль в развитии этой области. Это связано с тем, что занятия спортом ценятся как положительное значение для экономического развития городов и улучшения рыночных позиций города [23]. В заключении можно также отметить, что анимационная деятельность – одна из наиболее быстрорастущих сегментов всего туристического сектора и одна из важнейших элементов в развитии, маркетинге и брендировании дестинаций. В последние годы анимационные мероприятия вызвали большой спрос на туризм, внося важный вклад в индустрию туризма, путешествий, отдыха и гостеприимства. Это также замечательный инструмент для достижения различных экономических, социальных и экологических целей, приносящий пользу обществу и странам. Организация и развитие анимационных мероприятий превратились в большой сектор из-за усиления конкуренции между дестинациями.

**Литература**

1. Christopher A.A. The impact of entertainment on tourism /Case Study: Agency Remark in Greece. Thesis. Central Ostrobothnia University of Applied Sciences. Degree Programme in Tourism. June 2012
2. Getz D.A. Event Management & Event Tourism, Cognizant Communication Corporation. New York, 2<sup>nd</sup> edition, 2017, p. 305
3. Güngör S. Animasyon. İstanbul: "Ya-Pa Yayınları", 2003, 216 s.
4. Hacıoğlu, N., A. Gökdenez, Y. Dinç. Boş Zaman Ve Rekreasyon Yönetimi-Örnek Animasyon Uygulamaları, "Detay Yayıncılık", 2017, 216 s.
5. Hazar A. Turizmde Rekreasyon ve Animasyon. Ankara: "Detay Yayıncılık", 2003, 344 s.
6. Karağöz G.İ. Destinasyon Yönetimi ve Pazarlanması, "Detay Yayıncılık", Ankara, 2017, 345 s.
7. Koçak N. Konaklama işletmelerinde animasyonun önemi ve animasyon personeline yönelik bir araştırma // Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 2001, ss: 61-79
8. Malen. C., Adams L.J. Sport, Recreation And Tourism Event Management: Theoretical And Practical Dimensions. Oxford, 2018, 357 p.
9. Mc Donnell I., Johnny A. Festival and Special Event Management, John Wiley & Sons Australia Ltd., Brisbane, 2018, 258 p.
10. Növrəslı T. N. "Turizm hadisəsinə ümumi yanaşma". // Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri" elmi analitik jurnal, №4, Bakı: "Bakı Dövlət Universiteti", 2015, səh. 411-417.
11. Növrəslı T.N. "Azərbaycan Turizm Potansiyelinin Kalkınma Amaçlı Değerlendirilmesi". // Doktora Tezi. İzmir: "YÖK", 2010, 299 s.
12. Növrəslı T.N. "Azərbaycan turizm potensialının iqtisadi inkişaf üçün töhfələri". // "Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri" elmi analitik jurnalı, №1, Bakı: "Bakı Dövlət Universiteti", 2013, səh. 411-416
13. Növrəslı T.N. "Turizm biznesində animasiya xidmətlərinin zəruriliyi". // "Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları" beynəlxalq jurnalı, №1, Bakı: "KOMPAS CO" MMC, 2017, səh. 98-108
14. Növrəslı T.N. "Turizm hadisəsinə ümumi yanaşma". // "Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri" elmi analitik jurnalı, №4, Bakı: "Bakı Dövlət Universiteti", 2012, səh. 255-257
15. Növrəslı T.N. "Turizm olayına genel yaklaşım". // "Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri" analitik jurnalı, №4, Bakı: "Bakı Dövlət Universiteti", 2015, s. 411-416
16. Növrəslı T.N. Unanimasiya. Dərs vəsaiti. Bakı: "Zərdabi LTD" MMC Nəşriyyat poliqrafiya müəssisəsi, 2018, 168 səh.

17. Булыгина И.И. «Значение курса туранимации в подготовке менеджеров туризма» // «Актуальные проблемы туризма». Москва: «РМАТ», 1999, 98 с.
18. Власова Т.И., Шарухин А.П., Панов Н.И. Анимационный менеджмент в туризме. Учеб. пособие. Москва: «Академия», 2010, 312 с.
19. Гальперина Т. И. Режиссура культурно-досуговых программ в работе менеджера туристской анимации. Учебно-практическое пособие. Москва: «Советский спорт», 2008, 292 с.
20. Гаранин Н.И., Булыгина И.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации. Москва: «Советский спорт», 2004, 127 с.
21. Гончаренко А.Б. Анимационный сервис. Учеб. пособие. Санкт-Петербург: «СПбГУПТД», 2016, 101 с.
22. Дворецкий Х. Латинско-русский словарь. Москва: «Русский язык», 1976, 1096 с.
23. Журавлева М. М. Анимация в рекреации и туристской деятельности. Курс лекций. Иркутск: «Мегапринт», 2011, 159 с.
24. Зайцева Н.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. Учеб. пособие. Москва: «Академия», 2006, 240 с.
25. Курило Л. Теория и практика анимации. Учеб. пособие. Москва: «Советский спорт», 2006, 195 с.