

OSNOVNE KARAKTERISTIKE I SUŠTINA ANIMACIONIH AKTIVNOSTI U TURIZMU

Tamara Gajić *

Sažetak: Turizam je jedna kompleksna privredna grana koja osim osnovnih aktivnosti poseduje i dodatne, čiji značaj nije nimalo umanjen. Radi se o animacionim aktivnostima čiji je glavni zadatak posredovanje na relaciji turista – domaćin i između turista različitih kultura i podneblja. Uspeh animacionih projekata je osetan poslednjih nekoliko decenija, u sektoru ekonomije, ali i u domenu kulture. Animatori moraju posedovati znanje iz svih društvenih nauka i primenjivati ga u skladu sa zahtevima i mogućnostima turista i domaćina.

Ključne reči: animacija, turizam

Abstract: Tourism is one complex part of economy which has, in addition to basic activities, some additional activities with the same significance. They involve animation activities whose main aim is intermediary role in the relation tourist – host and also among tourists from different places and with different cultural characteristics. The success of animation projects has been visible in the last few decades in the sector of economy, but also in culture. The animators must be familiar with all social sciences and must know how to use it with all requests and possibilities of tourists and hosts.

Key words: animation, tourism

Uvod

Turizam poslednjih decenija doživljava svoju ekspanziju, uvodeći velike promene u sistemu poslovanja, naravno u pozitivnom pravcu. Često se kaže da nije dovoljno nuditi turistima samo usluge smeštaja i hrane, već je neophodno osmisliti dodatne načine animacije i aktivnosti, koji će privući pažnju turista, ispuniti slobodno vreme, učiniti celokupan boravak interesantnijim, a naravno to je i ključ uspeha u privlačenju novih i stvaranju stalnih turista.

Sunce, more, planine, luksuzne hotele poseduju mnoge države, ali je bitno stvoriti prepoznatljiv kulturni identitet. Destinacije i turistički objekti mogu da ostvare izuzetnu osobenost u turističkoj ponudi, upravo aktivacijom animacionih programa. Poznato je da turistički radnici tvrde da svaki potencijal postoji da bi privukao turistu. S toga se svi prirodni i društveno organizovani potencijali iskorištavaju u cilju buđenja interesovanja kod potencijalnih turističkih potrošača¹.

Da li je turizam samo turistima pružiti ključ u ruke i pustiti ih da se sami snalaze? Zaposleni u turističkoj delatnosti pokušavaju upotrebiti sva kulturna i animaciona sredstva kao mamac za goste. Animacija je postala neraskidiva karika u lancu turističkih delatnosti, ali na jedan način doprinosi povećanju ekonomske dobiti i naravno utiče na pozitivan rast ponude određene destinacije ili objekta na turističkom tržištu.

Osnovne karakteristike, sadržaj i suština animacije u turizmu

Teško je definisati reč animacija u turizmu, jer se ona u stvari oslanja na sve elemente umetničkog stvaralaštva. Vremenom je animacija postala neophodan oblik posredovanja između ljudi i umetnosti, akcija koja predstavlja ukupnost delovanja kojima se uspostavlja živ odnos između primaoca i kulturnih aktivnosti. Animacija kao način komuniciranja, vuče korene iz dalekih, antičkih vremena, ali svoju ekspanziju doživljava od 1940. godine, kada počinje izgradnja mnogobrojnih kulturnih i društvenih objekata. U SAD se

* Tamara Gajić, saradnik u nastavi, Visoka poslovna škola strukovnih studija, Novi Sad, Srbija

¹ V. Đukić, *Kulturni turizam*, Clio, Beograd, 2005.

animacija pojavljuje u klubovima koji se otvaraju isključivo u svrhe razonode i prezentacije pojedinih glumačkih, plesnih predstava posetiocima².

Reč animacija je francuskog porekla i retko se može naći njeno suštinsko objašnjenje u engleskom rečniku. Najčešće se prevodi kao sociokulturni razvoj zajednice. U turističko-kulturnom sektoru vremenom se stvorila potreba za uvođenjem posebnog zanimanja *fundraisera*, agenta za kulturu, animatora kulture.

Kada je reč o turizmu, animatori pre svega imaju primarni zadatak da uspostave najbliže relacione odnose između domaćina i gostiju. S obzirom na to da u turističkim kretanjima učestvuje istovremeno mnogo posetilaca sa različitim podneblja, preko je potreban posrednik između njih radi lakšeg razumevanja i međusobnog druženja. Takođe, cilj animatora jeste da uspostavi srdačne odnose sa turistima, da im omogući prijatan boravak, te da utiče na zbližavanje posetilaca međusobno i uspostavljanje novih druženja tokom boravka u određenim destinacijama. Zaposleni kadrovi u animaciji se pre svega koriste znanjem (kulturološkim, sociološkim, psihološkim), moraju posedovati određene pedagoške i umetničke sposobnosti i senzibilitet, da bi uzdrmali, podstakli emotivne potencijale ljudi i usmerili ih ka stvaralaštvu i sudelovanju u programu.

Suština animacije u turizmu je sledeća³:

- oslobađanje mogućnosti svakog čoveka u cilju slobodnog i stvaralačkog izražavanja sopstvene ličnosti putem raznih igara i predstava;
- podsticanje i omogućavanje posetiocima da sudeluju u aktivnostima animacije;
- podsticanje aktivnog i kreativnog duha (stvaralačkog) u društvenom i kulturnom delu tokom boravka potencijalnih turista.

Koncept animacije u turizmu se definiše kao kreativni deo umetnika animatora i posetilaca, u trenutku kada se stvara potreba za dodatnim aktivnostima, koje će privući pažnju posetilaca i na taj način ostaviti pozitivan utisak i ulepšati razmišljanja o destinaciji ili ugostiteljskom objektu. Tu se naravno govori o kompleksnoj organizaciji i vođenju kulturne akcije prilikom prikazivanja svakog programa. U toku boravka u jednom hotelu, animatori imaju osmišljen program rada. Velika pažnja se poklanja činjenici da sve starosne strukture dobiju odgovarajući deo animacionog projekta u kojem će se pronaći i uživati.

Animacioni projekti obuhvataju:

- sportske aktivnosti;
- umetničke predstave;
- muzičke doživljaje;
- kreativne aktivnosti za odrasle i decu (slikanje, kuvanje i sl.), obuke plesa i vežbi za oblikovanje tela;
- karaoke zabave;
- edukativne aktivnosti;
- večeri literature i poezije;
- šetnje u prirodi;
- društvene aktivnosti;
- ekskurzije i sl.

U svakom slučaju, na osnovu navedenih aktivnosti, glavni zadatak animatora jeste da program bude dobro osmišljen, kako bi privukao pažnju posetilaca tokom održavanja animacionog projekta. Često se dečje aktivnosti održavaju preko dana, ali i u večernjim satima pre programa za odrasle. Sadržaj animacionih projekata mora biti detaljno razrađen i po unapred utvrđenom planu i programu. Osobe koje su zadužene za program animacije najčešće rade timski i u dogovoru. Veoma je važno da se razradi plan rada za nedelju dana, mesec, ali i dnevni i vikend program, a nakon određenog broja dana kreće ili ponovo isti program prema rasporedu ili se organizuje novi sadržaj.

² www.touristanimation.com

³ D. Landes, *Wealth and Poverty of Nations*, W.W. Northon & Thomson Company, England, 2004.

Animatori su takođe zaduženi za obezbeđivanje sve dodatne opreme koja je potrebna u njihovim umetničkim izlaganjima. Vizuelni prostor igra bitnu ulogu kao stimulaciono sredstvo za goste. Osim primarne funkcije animatora, postoji i jedna neizostavna koja se provlači tokom celokupnog rada i aktivnosti animatora, a to je gostoljubivost u radu sa turistima i spremnost na sve dodatne zahteve turista u animacionim projektima. Animator se koristi znanjima iz sociologije, psihologije, ekonomije, kulturologije, pedagogije, kako bi podstakao intelektualne i emotivne ljudske potencijale. Menadžerski kadrovi u turizmu su poslednjih godina potpuno svesni da se osim postizanja ekonomske dobiti, ne sme zanemariti humanistička i kulturna funkcija. Aktivnosti o kojima se govori pomažu, osim u uspostavljanju komunikacije, i u razmeni novca i umetničkih vrednosti.

Primeri rada animatora i animacionih projekata

Animatori pre svega svojim radom i zalaganjem u oblasti animacionih porijekata ističu zahtev za produblivanjem senzibiliteta i znanja, ali je to jedan od razloga zbog kojeg ove projekte vode stručno obučene osobe, da ne bi odbili već privlačili turiste.

Rad sa turističkom publikom podrazumeva jednu vrstu edukativnih programa u animacionim projektima. Često su tada potencijalni učesnici deca, ali takvi animacioni sadržaji ne smeju imati čisto školski pristup, već jedan zanimljiv program koji će privući maksimalnu pažnju i dečija interesovanja. Funkcija animacije je pre svega komunikacija. Engleski izraz sociokulturne animacije je *socio-cultural community development*⁴, čime se ukazuje na društveni značaj animacije. To se naročito ističe kao pozitivna funkcija, prvenstveno zbog uspostavljanja kontakata i smanjivanjem različitosti između naroda i civilizacija. Animacioni rad se zasniva na stvaranju grupa i na taj način se pristupa realizaciji zamišljenih ideja.

Rad animatora i stvaranje programa bazira se na sledećim fazama:

- animator mora dobro da poznaje sredinu ili objekat;
- animatori uočavaju i dogovaraju se o vrsti programa koji će se izvoditi;
- opredelivši se za program vrše podelu uloga;
- teže i iniciraju stvaranju programa, pokreću realizaciju;
- prate, kontrolišu akcije;
- podstiču želju i radoznalost turista;
- razvijaju komunikaciju među gostima.

Nakon dobro sprovedenih osnovnih i suštinskih ideja i planova, sledi nastavak koji se bazira na oživljavanju atmosfere i uspostavljanju kontakata sa posetiocima i između njih. Često se dešava da, ako je atmosfera pozitivna i ako su se posetioci prepustili zabavi i uživanju, da se program produži uz slušanje i zabavu uz dobru muziku prema zahtevima publike. Takođe, nakon održanih tematskih večeri, animatori iz određenog sektora kulture (umetnosti, književnosti), stvaraju prisniji odnos sa posetiocima, prepuštajući se slobodnim temama iz svakodnevnog života i iskustva. Nekada će i sami posetioci osetiti da žele dati svoj komentar o programu, a zatim i ispričati svoja lična opredeljenja i iskustva.

Kao jedan od primera uspešnosti animacionih projekata može da se navede hotel *Iberostar* na Krfu⁵. Prema anketnim podacima koje istoimeno hotel poseduje i prema statistici, unazad nekoliko godina primećuje se rast stalnih turista, koji su bili u istom hotelu najmanje dva ili tri puta. Jedan od razloga jeste i dobro organizovan animacioni program za decu i odrasle. Prema istim podacima, saznaje se čak i to, da nekoliko porodica iz različitih krajeva dolaze na isto mesto, radi ponovnog zajedničkog druženja i zabave. U ovom slučaju animacija je imala pozitivan učinak.

Animacioni projekat bazirao se na sledećim stavkama⁶:

- dokumentarno-kulturološka izložba;
- pozorišne predstave sa različitim temama i za različite starosne strukture;
- filmski program;

⁴ D. Landes, *Wealth and Poverty of Nations*, W.W. Northon & Thomson Company, England, 2004.

⁵ www.corfu.com

⁶ V. Đukić, *Kulturni turizam*, Clio, Beograd, 2005.

- kabare program;
- par večeri sa takmičenjima između dece, a nakon toga između muškog i ženskog dela publike;
- različite vrste muzičkih i filmski kvizova, sa dodelom odgovarajućih i šaljivih nagrada;
- izvođenje folklornih tradicionalnih predstava radi upoznavanja posetilaca sa istorijom, kulturom i tradicijom naroda Krfa;
- sportsko-rekreativna takmičenja roditelja, te takmičenje i nadmetanje u ispijanju pića i brzini jela kolača itd.

Postoji bitna činjenica i zadatak koji ne sme da se zaboravi i stavi po strani, a to je da animatori koji održavaju svoje programe u prirodnim ambijentima moraju da vode računa da se prirodni resursi ne uništavaju. Na taj način će pozitivno uticati na razvoj svesti o ekološkoj zaštiti i značaju prirode kod samih posetilaca. Znači, da je zamisao animatora usmerena ka ekološkim zahtevima i pozitivnim aspektima u interaktivnom odnosu turizam – ekologija.

U pojedinim država animatori prolaze veoma složene obuke na specijalističkim studijama. To je jedan od prvih koraka koji je napravljen u cilju obrazovanja ovih kadrova. Međutim, nije još uvek razrađen taj sistem školovanja i obrazovanja, tako da animatori mogu da budu iz bilo koje branše, ali da poseduju glavne karakteristike ili osnovno znanje i obučenosť jednog animatora.

Iz svega što je navedeno izvodi se zaključak da animatori pre svega moraju da: budu ljubazni, strpljivi, prisutni i informisani, da brinu o svom imidžu i ugledu, ponekada neutralni, moralni, da poseduju znanja iz sociologije, psihologije i više stranih jezika, da budu spremni na pomoć turistima u svakoj situaciji, da pruže turistima osećaj sigurnosti i prijatnosti uz njih itd.

Animacija kao edukacija

Jedan od osnovnih problema animacije u turizmu jeste što je publika najčešće multikulturalna, tj. posetioci dolaze iz različitih krajeva sveta, te je vrlo teško postići da svi oni razumeju svaki deo animacionog projekta. Činjenica je da ne poznaju svi engleski jezik, ali su u tom slučaju trud i zalaganje animatora otežani, a samim tim i uspostavljanje međusobnog kontakta. S toga je neophodno, u nekim delovima animacije, uvesti i angažovati same turiste u animacione projekte. Nekada se realizuju projekti i stvaralačke radionice gde se učesnici uključuju u rad spram svojih sposobnosti.

Međutim, u krajnjem cilju animacionih projekata tj. organizovanju zabave podrazumeva se uključivanje posetioca, čime se dodatno utiče na razvijanje svesti i upoznavanje i kulturnih vrednosti drugih naroda i naravno komunikacija dobija na većem značaju. Svi projekti u animaciji: pripremna faza, edukativni, zabavni i stvaralački deo, čine jedan lanac animacije ili neraskidivu kariku u njoj. Kao krajnji rezultat je produbljivanje kulturnih interesovanja, te razvoj ili podsticanje edukativnih sposobnosti u animacionim aktivnostima.

Vrste projekata u animaciji

Teoretičari navode više vrsta animacionih projekata koji se koriste u turističkom sektoru. Nemoguće je izvoditi isti program u različitim starosnim, polnim, kulturnim strukturama.

Najčešća je podela na:

- totalna animacija (usmerena ka svim potencijalnim turistima);
- projekti namenjeni određenim osobama prema starosnim strukturama (dečja, omladinska i animacija za ljude trećeg doba);
- projekti namenjeni određenim grupama: invalidima, sportistima, ženama deci sa posebnim potrebama;
- projekti namenjeni određenim grupama radi očuvanja njihovog identiteta: Romi, Vlasi i sl.
- projekti namenjeni intelektualcima, sportistima, novinarima i sl.

Animaciona akcija može biti jednostavne forme do složenog spektakla. U zavisnosti od toga metod animacije može biti: paternalistički metod (gde se animator postavlja kao glavni rukovodilac), direktivni

(animator je glavi činilac, ali ne nameće rad, to se koristi najčešće kod dece), učesnički metod (ravnopravna saradnja svih učesnika grupe).

Profit ili igra

Profit je opet u igri, ali ovoga puta se i ostvaruje kroz samu igru. Igra je osnovni oblik turističke animacije. Turisti vole neke od animacionih igara, što ih navodi da se i sledeće godine vraćaju na isto mesto. Gosti kluba *Mediterran*⁷ širom sveta su jedno vreme koristili kuglice umesto novca. To je bila jedna animaciona igra ili projekat kada se težilo da se među članovima kluba stvori bar nakratko iluzija o jednakosti. U Crnoj Gori dobar primer daje Slovenska plaža gde se organizuju škole crtanja, izleti, skulpture, folklor i sl. Ovi primeri govore da su animacioni projekti strukturisani prvenstveno da turiste zabave, da stvore umetnički i kulturni doživljaj, ali i da omoguće ostvarivanje pozitivnog ekonomskog efekta u poslovanju. Ističe se da je glavni cilj da se program stimuliše i pokrene turiste u cilju dubljeg upoznavanja kulture i tradicije lokalnog stanovništva, te da animacioni projekti u turizmu prevashodno treba da izgrade vezu između turističkih i kulturnih aktivnosti, a zadatak animatora je da izgradi komunikaciju između gostiju.

Naravno da se ne sme nikako izostaviti i činjenica da je animacija u turizmu i jedan od načina da pojedina turistička preduzeća ostvare ili povećaju svoj profit. Ova se posebno odnosi na hotele i ugostiteljske objekte. Kada se govori o ekonomskim efektima ove delatnosti, uočavaju se dve faze: direktna i indirektna. Direktna zarada u turizmu od animacionih projekata dolazi plaćanjem od strane turista pojedinih sportskih i kulturnih aktivnosti u kojima neposredno i učestvuju. Često su to i kulturni događaji, predstave izleti. Indirektna profitabilnost proizilazi iz potrošnje turista u komplementarnim delatnostima turizmu, ne direktno u animaciji. Primera radi, često animacioni projekat pruža mogućnosti turistima da u toku praćenja programa kupe neke suvenire, majice, prehrambene proizvode, razglednice i sl.

S toga se, kod isticanja glavnih karakteristika turizma, a ujedno i animacije kao jedne od aktivnosti koje se prožimaju u turističkoj delatnosti, ne sme izostaviti takođe jedna komplementarna delatnost, a to je ekonomija. Turizam je delo čoveka, nastao zarad njega i održava se zahvaljujući čoveku, ali je i jedan ekonomski fenomen 21. veka.

Zaključak

Turizam je društvena pojava, u kojoj ljudi i događaji postaju inspiracija i podsticaj za razvoj animacionih aktivnosti. Svaki potencijalni turista od jednog turističkog aranžmana očekuje osnovne uslove (usluge smeštaja i ishrane), ali naravno i dodatne aktivnosti koje će učiniti odmor kompletnim. Mnogi hoteli u turističkoj ponudi, ali i određene destinacije se trude da svojim animacionim programima zainteresuju i stimulišu turiste ka jednom zajedničkom radu i širenju komunikacije. Tu se upravo ogleda jedna karakteristika turizma, a to je da ova delatnost smanjuje razlike među ljudima, produbljuje veze i kominukaciju ma koliko to izgledao nemoguće zbog multikulturalnih razlika.

Sektor animacije u turizmu razvija se ekspanzivno, ističući kako društveno-kulturne tako i ekonomske koristi od ovih aktivnosti. Animatori se susreću sa teškim i zahtevnim zadacima u radu sa turistima, a možda je i jedan ključni problem reforma obrazovnih sistema, kako bi animacioni kadrovi dobili mogućnosti školovanja i unapređenja. Daljni razvoj turizma povlačiće neminovno i razvoj i osavremenjavanje animacionih projekata, kao neizostavnih delova turističke delatnosti.

Literatura

- [1] Đukić, V., (2005) *Kulturni turizam*, Beograd, Clio
- [2] Landes, D., (2004) *Wealth and Poverty of Nations*, W. W. Northon & Company, England
- [3] www.corfu.com
- [4] www.mediterranhotel.com
- [5] www.tourismanimation.com

⁷ www.mediterranhotel.com