

Теоретски аспекти на туристичката анимација

1. Значење и цел на анимацијата во туризмот

Во современата светска туристичка литература се сретнуваат различни аспекти за поимот анимација. Некои автори зборуваат за опуштање, физичко или психичко растеретување, други автори сметаат дека туристичката анимација е разонода, а трети ги истакнуваат нејзините комуникативни аспекти.

Во тој контекст Јост Крипендорф истанува: „Многу туристи се беспомошни и осамени во својата нова околина, имаат тешкотии во другарувањето со луѓето или им е тешко да прават нешто на кое не се навикнале дома. Слободата ги збунува. Секојдневниот живот создал прекумерни блокади и препреки со што ја закопал способноста.“¹ Според тоа анимирањето спрема Јост Крипендорф треба да биде сфатено како „Давање на упатства за покултурни патувања, а целта на анимирањето е да го направи туризмот почовечен... и да го поттикне целосниот развој на големиот личен потенцијал кој се крие во секој човек.“² Во современи услови, познато е дека доаѓа до оттуѓување на човек од човек како резултат на урбанизацијата и индустријализацијата. Тоа оттуѓување се среќава и за време на туристичките движења. Во тој контекст посебно е значајно искажувањето на Ерих Фром: „Туристот тргнува со својата камера, таа гледа за него, а резултатот од патувањето е збирката на фотографии која ги заменува доживувањата.“³

Неопходно е да се напомене дека, од друга страна, во врска со истражувањето на мотивацијата во туризмот „новото доживување“ е всушност еден од главните мотиви за туристичко патување. А самото доживување претставува активен однос кон туристичките вредности т.е. во неговиот фундамент е потребата за истражување на нови и непознати хоризонти, односи, процеси и проблеми кои М. Звонаревиќ ги вбројува во примарни социјални

¹JostKripendorf: “Putujucecovjecanstvo”, SNL I Zavodzaistrazivanjeturizma, Zagreb, 1986 god., str. 133-134.

²JostKripendorf: “Putujucecovjecanstvo”, SNL I Zavodzaistrazivanjeturizma, Zagreb, 1986 god., str. 132

³ E. From: “Zdravodrustvo”, Rad, Beograd, 1980 god., str. 144.

потреби. Доживувањето е обратнопропорционално од оттуѓувањето на современиот човек. Прашање е колку анимацијата во туризмот, како поттикнувач на активно дејствување и креативност, може да дејствува на оттуѓувањето и пасивноста на туристот. Колку низ програмата на туристичката анимација, базирана на културно – вредносната содржина, може слободно време да го формира како време на „прав живот“? Анимацијата, мора да тежи кон таа цел, бидејќи тоа е всушност, културна активност во туризмот.

Современиот турист, жителот на урбаната средина, често е неспособен да воспостави контакт со другите луѓе, иако тој за тоа чувствува потреба – истакнуваат современите социолози. Потребата за друштво и перманентно контактирање со другите луѓе – туристи се јавува како еден од фундаментите во мотивирањето на туристите за туристичкото движење и сето тоа заради не задоволството во секојдневниот живот.

Треба да се истакне дека комуницирањето е интегрален сегмент на анимацијата. Затоа се формираат помали групи, внатре во туристичката маса, со што се обезбедува подобра комуникација, па според тоа намерното формирање на групи е една од задачите на анимацијата во туризмот. Аниматорот се јавува како посредник со чија помош туристите полесно започнуваат да комуницираат преку заедничко партиципирање во спортски активности, излети и прошетки, културно –забавни активности и друго. За да ја оствари својата цел, анимацијата мора да бара одговори на прашањата со кои инаку се занимава социјалната психологија: 1) Како настануваат групите? и 2) Зошто поединците се вклучуваат во групите и стануваат нејзини членови? За анимацијата сепак најзначајно е формирање на групите за постигнување на целта: заедничка активност која ќе биде доволно атрактивна да ги привлече туристите и да ги повика да се вклучат во групата. Доколку анимацијата се третира од аспектот на туристичката понуда, истата треба да се третира како составен дел на понудата. Таа треба да се третира рамноправно со другите услуги, како што се сместувањето и исхраната.

Врз основа на горенаведеното може да се заклучи дека е огромно значењето на анимацијата во туризмот. Нејзиното значење се согледува во тоа

што, од една страна ги задоволува потребите и склоностите на туристите и ги мотивира на што поактивен престој, преку анимациските програми. А од друга страна се зголемуваат економските ефекти.

Целта на анимацијата е да се креираат такви програми кои ќе се базираат на желбите и интересите на туристите, ќе ги задоволат нивните потреби и ќе го направат нивниот престој посодржаен.

За жал, може да се констатира дека не и се посветува доволно внимание на оваа проблематика во Р. Македонија и крајно време е да се извршат радикални промени во сваќањата и ставовите на директорите, кои се инволвирани во туризмот, кон анимацијата како главен сегмент на туристичката понуда и како важен услов за квалитетни услуги. Но, се добива силен впечаток дека не постои соодветна спремност за реализирање на таа иницијатива. Би требало да се промовираат нови стручни кадри кои би ја надминале индиферентноста, незаинтересираноста на досегашните раководители во хотелите, одморалиштата и камповите. Тие во целост би го забрзале развојот на туризмот. Неопходно е максимално да се искористат и валоризираат туристичките вредности со кои располага нашата земја преку програмите на анимацијата, бидејќи таа е најзначаен начин на користење на слободното време во туризмот.

2. Принципи на анимацијата во туризмот

За да ја реализира својата цел, туристичката анимација мора да се раководи од одредени принципи. Постојат повеќе принципи, но како најзначајни се два и тоа:

1. Принцип на слобода и
2. Принцип на активност

Принципот на слобода е еден од фундаменталните принципи за користење на слободното време и значи дека активностите на слободното време не смеат да

се пропишуваат, туку треба да се препуштат на поединецот тој сам слободно да ги избира. Неопходно е да се истакне дека во програмите на анимацијата не треба никогаш да постои принуда. За тоа во психологијата се извршени истражувања и се дошло до заклучок дека со принуда се постигнуваат послаби резултати, а посебно тоа се однесува на туристичката анимација. Може да се констатира дека со почитувањето на овој принцип всушност се овозможува „водење на туристи“ и „служење“ на интересите на туристите. Тој всушност е „поттикнувач на слободен избор“.⁴

Вториот принцип е принципот на активност. Со почитување на овој принцип може да се констатира дека анимацијата треба да се стреми кон оние содржини кои овозможуваат активна партиципација на туристите. Во поглед на учеството на туристите во програмите на анимацијата се разликуваат два основни видови:

А) Програми во кои учеството на туристите е активно. Тоа значи дека туристите се непосредно инволвирани како учесници, а тоа значи дека токму во овие програми може да дојде до израз креативноста на туристите;

Б) Програми во кои туристите се релативно пасивни гледачи, публика. Повеќе од програмите можат да бидат организирани на таков начин, да иницираат активно или пасивно учество на туристите, а степенот на активности зависи од самата организација на анимацијата. Доколку на пример, излетот се организира на класичен начин, туристите се пасивни гледачи. Тие се активни доколку учествуваат во реализацијата на програмата за излетот околу припремите, извршување на задачите во текот на излетот и друго. Врз основа на досега кажаното може да се констатира дека анимацијата треба да е насочена кон оние форми и содржини кои бараат активно учество на туристите.

JostKripendorf: "Putujucecovjecanstvo", SNL I Zavodzaistrazivanjeturizma, Zagreb, 1986 god., str. 133-134

JostKripendorf: "Putujucecovjecanstvo", SNL I Zavodzaistrazivanjeturizma, Zagreb, 1986 god., str. 132

E. From: "Zdravodrustvo", Rad, Beograd, 1980 god., str. 144

D-r RadoslavaRavkin: "Animacija u turizmu", Zalozba, mladinskaknjiga, Zagreb, 1989 god., str. 16

⁴ D-r RadoslavaRavkin: "Animacija u turizmu", Zalozba, mladinskaknjiga, Zagreb, 1989 god., str. 16