

Міністерство освіти і науки України  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

**В. Б. БУТОРІНА**  
**А. Ю. ХОПТЯР**

# **ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИЙ АСПЕКТ**

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК**



**Електронне видання**

Кам'янець-Подільський  
2025

УДК 338.483.12:[791-57+930.85

Б93

*Рекомендувала вчена рада Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, протокол № 12 від 26.12.2024 р.*

#### **Рецензенти:**

**Виткалов С. В.** – д-р. культ., професор, професор кафедри івент-індустрій, культури та музеєзнавства Рівненського державного гуманітарного університету;

**Овчарук Т. С.** – завідувач відділу туризму департаменту гуманітарної політики Кам'янець-Подільської міської ради;

**Урсу Н. О.** – д-р. мист., художник декоративно-прикладного мистецтва, професор, завідувач кафедри образотворчого і декоративно-прикладного мистецтва та реставрації творів мистецтва Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

#### **Автори-укладачі:**

**Буторіна В. Б.** – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, доцент кафедри економіки підприємства

**Хоптяр А. Ю.** – кандидат історичних наук, старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

**Буторіна В. Б., Хоптяр А. Ю.**

**Б93** **Організація анімаційної діяльності: культурно-мистецький аспект:** навчально-методичний посібник [Електронний ресурс]. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2025. 160 с.

Навчально-методичний посібник до вивчення курсів «Організація туризму: організація анімаційної діяльності» і «Світова культура та мистецтво» є однією зі складових допоміжної методичної бази викладання освітніх компонентів професійної підготовки студентів за освітньо-професійною програмою «Туризм» першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 242 Туризм і рекреація. Посібник містить 14 тем, окремі з яких розглядаються у зазначених освітніх компонентах, тренувальні тести для самоперевірки, запитання для експрес-опитувань, теми для інформаційних повідомлень, творчі (аналітичні) завдання, глосарій.

УДК 338.483.12:[791-57+930.85

**Електронна версія посібника доступна за покликанням:**

**URL:** <http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/8645>

© Буторіна В. Б., Хоптяр А. Ю., 2025



## ЗМІСТ

ВСТУП .....	5
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ: ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» .....	9
РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «СВІТОВА КУЛЬТУРА ТА МИСТЕЦТВО» .....	27
<b>РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЕВОЇ СФЕРИ</b> .....	42
Тема 1. Історія формування культурно-дозвіллевої та мистецької діяльності .....	42
Тема 2. Теорія культурно-дозвіллевої діяльності .....	48
Тема 3. Структура культурно-дозвіллевої діяльності сучасного світу .....	54
Тема 4. Роль культурної політики у розвитку дозвілля .....	60
Тема 5. Організація дозвілля та економіка культури.....	65
Тема 6. Тенденції розвитку культури і дозвілля в умовах глобальних взаємодій .....	70
Тема 7. Розвиток культурно-дозвіллевої діяльності в сучасній Україні .....	76
Тренувальні тести для самоперевірки за розділом 1 .....	83
<b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b> .....	90
Тема 8. Основи організації анімаційної діяльності .....	90

Тема 9. Організація анімаційних послуг в готелях і туристичних комплексах.....	101
Тема 10. Організація ігрової та спортивної анімації .....	115
Тема 11. Музичне і танцювальне мистецтво в анімаційній діяльності.....	124
Тема 12. Специфіка вербальної анімації .....	134
Тема 13. Організація анімаційних шоу .....	139
Тема 14. Свято як основа комплексної анімації.....	144
Тренувальні тести для самоперевірки за розділом 2 .....	148
ГЛОСАРІЙ .....	154



## ВСТУП

Гостру необхідність відновлення фізичних і духовних сил, які людина втрачає в процесі трудової діяльності і повсякденного спілкування зумовлюють сучасні реалії техногенного середовища. Культура, мистецтво, дозвіллева діяльність допомагають у реалізації рекреаційних потреб, відновленні й розвитку фізичних і духовних сил людини, її інтелектуальному вдосконаленню. Вони є сегментом індустрії гостинності, який сьогодні у світі найбільш динамічно розвивається.

Анімація сьогодні набуває розвитку по всьому світі як адекватний засіб у конкурентній боротьбі між подібними за рівнем сервісу й облаштуванням інтер'єрів готелями і туристськими комплексами. Культурно-мистецький компонент таких послуг значно підвищує їх споживчу вартість. Зазначені фактори переконують у потребі в набутті знань з організації анімаційної діяльності і світової культури та мистецтва фахівцями з туризму.

Організація анімаційної діяльності на туристичних підприємствах передбачає розробку та подання спеціальних програм проведення вільного часу. При наданні цієї туристської послуги турист залучається до активних дій, отримує задоволення, позитивні емоції, гарний настрій. Культурно-мистецький потенціал індустрії дозвілля безпосередньо впливає на туристичний вибір певного регіону, зацікавленість споживача у придбанні анімаційної послуги і збільшує надходження до місцевого бюджету.

Метою навчально-методичного видання є опанування теоретичними, професійними знаннями і практичними навичками щодо організації анімаційних послуг в туристичній сфері з використанням культурно-мистецького потенціалу країни і світу.

Основними завданнями посібника є:

- 1) аналіз культурно-дозвіллевої діяльності;
- 2) використання культурно-мистецького потенціалу у сфері дозвілля;
- 3) дослідження способів організації і технологій обслуговування споживачів у сфері дозвілля;
- 4) отримання практичних навиків щодо організації дозвілля в туризмі з використанням надбань культури та мистецтва;
- 5) дослідження сутності, значення та передумов зародження анімації в туризмі;
- 6) визначення особливостей роботи аніматора з різними категоріями туристів;
- 7) визначення особливостей складання анімаційних програм з урахуванням культурно-мистецького компоненту;
- 8) отримання практичних навиків розробки анімаційних програм різного спрямування.

Під час використання навчально-методичного посібника студенти отримають фахові знання професійної термінології, що існує в даній сфері; передумов зародження сфери дозвілля; українського законодавства у сфері сервісу, культури, дозвілля; особливостей різних складових культурно-дозвіллевої інфраструктури; особливостей використання культурно-мистецького потенціалу під час організації дозвілля в туризмі; передумов зародження анімації в туризмі; критеріїв класифікації підприємств дозвілля; особливостей різних категорій туристів; особливостей складання анімаційної програми з використанням культурно-мистецьких надбань країни і світу.

## ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ПОСІБНИКА

Назва теми	Зміст теми
<b><i>Розділ 1. Розвиток культурно-дозвілєвої сфери</i></b>	
ТЕМА 1. Історія формування культурно-дозвілєвої та мистецької діяльності	Етапи історичного розвитку культурно-дозвілєвої та мистецької діяльності. Культурно-дозвілєва діяльність постіндустріального суспільства. Культурно-дозвілєва діяльність у ХХ ст.
ТЕМА 2. Теорія культурно-дозвілєвої діяльності	Поняття рекреації. Зміст культурно-дозвілєвої діяльності. Мотиви культурно-дозвілєвої та мистецької діяльності. Функції дозвілєвої діяльності. Види дозвілля і класифікація дозвілєвої діяльності.
ТЕМА 3. Структура культурно-дозвілєвої діяльності сучасного світу	Суб'єкти культурно-дозвілєвої діяльності. Культурно-художні та мистецькі цінності. Матеріально-технічні засоби дозвілєвої діяльності. Суспільний потенціал дозвілля. Культурно-мистецький потенціал дозвілля.
ТЕМА 4. Роль культурної політики у розвитку дозвілля	Культура та етика дозвілєвої діяльності. Призначення держави у розвитку культури і дозвілля. Національні проекти в області культури та дозвілля. Регулювання розвитку дозвілєвої діяльності підрастаючого покоління. Етика дозвілля.
ТЕМА 5. Організація дозвілля та економіка культури	Економіка культури та її соціальне значення. Функції економіки культури. Структура економіки культури. Місце економіки культури в господарській практиці. Інфраструктура культури і дозвілля. Сутність соціокультурних і дозвілєвих послуг. Різні сфери діяльності і сфера повсякденних відносин в структурі сучасної культури.
ТЕМА 6. Тенденції розвитку культури і дозвілля в умовах глобальних взаємодій	Формування світової культурно-дозвілєвої інфраструктури. Альтернативність культурно-дозвілєвих видів діяльності. Технізація дозвілля. Стандартизація відпочинку. Види інформаційно-культурних комунікацій. Створення тематичних парків і штучних зон дозвілля.
ТЕМА 7. Розвиток культурно-дозвілєвої діяльності в сучасній Україні	Складові одиниці культурно-дозвілєвого комплексу української економіки. Українське законодавство у сфері сервісу, культури, дозвілля. Організаційно-правові відносини нового типу у сфері організації дозвілля.
<b><i>Розділ 2. Методичні основи організації анімаційної діяльності</i></b>	
ТЕМА 8. Основи організації анімаційної діяльності	Характеристика процесу розваг. Класифікація підприємств індустрії дозвілля. Функції туристичної анімації. Типологія анімації в туризмі. Ознаки і мета дозвілля. Фактори, що впливають на вибір розваг.

ТЕМА 9. Організація анімаційних послуг в готелях і туристичних комплексах	Підрозділи, що надають анімаційні послуги. Класифікація туристів. Форми роботи з різними віковими групами відпочиваючих. Матеріальна база анімації. Анімаційна програма. Фактори, що впливають на кількість та склад закладів дозвілля в готелях та туристичних комплексах. Особливості роботи з туристами різних категорій. Національні особливості туристів.
ТЕМА 10. Організація ігрової та спортивної анімації	Позитивний вплив гри на людину. Форми ігрової діяльності в туристичній анімації. Ігрова програма. Підготовка аудиторії до участі у ігровій анімації. Методика проведення рухливих ігор. Оцінка ігрового майданчика ігрової анімації. Оцінка технічних засобів та реквізиту. Побудова програм рухливих ігор.
ТЕМА 11. Музичне і танцювальне мистецтво в анімаційній діяльності	Форми музичної анімації. Музичні анімаційні програми. Форми сучасної танцювальної анімації. Особливості анімаційної дискотеки. Матеріально-технічна база танцювальних заходів. Диференційований підхід при розробці музичних анімаційних програм. Акустична характеристика танцювального майданчика. Врахування гучності при складанні танцювальних програм.
ТЕМА 12. Специфіка вербальної анімації	Поняття вербальної анімації. Імпровізація як найвища форма анімації. Ораторське мистецтво в анімації. Форми сучасної вербальної анімації. Складання вербальної анімаційної програми. Поняття візуального каналу (кінетичного коду). Необхідність знання іноземних мов при підготовці аніматорів дозвілля. Характерні риси вербального спілкування.
ТЕМА 13. Організація анімаційних шоу	Поняття шоу. Різновиди анімаційних шоу. Театралізація анімаційних програм. Матеріально-технічна база анімаційних шоу. Характеристика шоу. Необхідність врахування матеріально-технічної бази анімаційного шоу. Кафешантани, кафконси, кафе-театри, мюзик-холи, кабаре, вар'єте. Сцена-арена, сцена-коробка, сцена-подіум, сцена-шашка, просторова сцена.
ТЕМА 14. Свято як основа комплексної анімації	Поняття свята. Різновиди свят. Народні свята. Карнавальна анімація. Організація свята. Побутові і релігійні свята. Державні і календарні свята. Свята казкових героїв і окремих професій. Сільські і міські свята.



Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
Природничо-економічний факультет  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

## **РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

# **ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ: ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

для підготовки фахівців першого(бакалаврського) рівня вищої освіти  
за освітньо-професійною програмою *Туризм*  
спеціальності *242 Туризм*  
галузі знань *24 Сфера обслуговування*  
мова навчання *українська*

2024 – 2025 навчальний рік

*Розробник програми:* Буторіна Вероніка Борисівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Ухвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Протокол № 10 від «26» серпня 2024 року

**ПОГОДЖЕНО**

*Гарант освітньо-професійної програми*

Андрій ХОПТЯР

## ЗМІСТ РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Організація туризму: організація анімаційної діяльності» є опанування теоретичними, професійними знаннями і практичними навичками щодо організації анімаційних послуг в туристичній сфері.

### 2. Обсяг дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни, денна форма здобуття вищої освіти
Рік навчання	2024-2025 н.р.
Семестр вивчення	7-й
Кількість кредитів ЄКТС	4
Загальний обсяг годин	120
Кількість годин навчальних занять	48
Лекційні заняття	24
Практичні заняття	24
Самостійна та індивідуальна робота	72
Форма семестрового контролю	Екзамен

**3. Статус дисципліни** – обов'язковий освітній компонент професійної підготовки.

### 4. Передумови для вивчення навчальної дисципліни

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Організація туризму: організація анімаційної діяльності» є наявність знань з таких предметів: «Вступ до спеціальності», «Світова культура та мистецтво», «Організація готельного господарства».

### 5. Програмні компетентності навчання

**Інтегральна компетентність.** Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

### ***Загальні компетентності:***

**ЗК 12.** Навички міжособистісної взаємодії.

**ЗК 14.** Здатність працювати в команді та автономно.

### ***Спеціальні компетентності:***

**СК 16.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

**СК 21.** Здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організувати споживання туристичного продукту.

**СК 22.** Розуміння принципів, процесів і технологій організації суб'єкта туристичної індустрії та її підсистем.

**СК 28.** Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

## **6. Очікувані результати навчання з дисципліни**

### ***Програмні результати:***

**ПРН 06.** Застосовувати у практичній діяльності принципи і методи організації та технології обслуговування туристів.

**ПРН 07.** Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт.

**ПРН 13.** Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей.

**ПРН 17.** Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

**7. Методи навчання.** Словесні, наочні методи; дедуктивний, індуктивний, аналітичний, метод порівняння, узагальнення, конкретизація; пояснювально-ілюстративний метод, демонстрація, робота малими групами, «ажурна пилка», методи ділової гри, проблемні методи навчання.

## **8. Засоби діагностики результатів навчання**

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є опитування, виконання завдань для практичних занять, тести, зокрема із використанням модульного об'єктно-орієнтованого динамічного навчального середовища Moodle, модульна контрольна робота, студентські презентації, екзамен.

## 9. Програма навчальної дисципліни

### Денна форма здобуття вищої освіти

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
	разом	у тому числі			
		лекційні заняття	практичні заняття	самостійна робота	індивідуальна робота
<b>ЗМ 1. Розвиток сфери дозвілля</b>					
Тема 1. Культурно-дозвіллева діяльність минулого і сучасності.	12	2	2	3	5
Тема 2. Структура культурно-дозвільної діяльності сучасного світу.	12	2	2	5	3
Тема 3. Роль культурної політики у розвитку дозвілля.	12	2	2	5	3
Тема 4. Організація дозвілля як частина економічної діяльності.	12	2	2	5	3
Тема 5. Розвиток дозвіллевої діяльності в сучасній Україні.	12	2	2	3	5
<b>ЗМ 2. Методичні основи організації анімаційної діяльності</b>					
Тема 6. Основи організації анімаційної діяльності.	12	2	2	3	3
Тема 7. Організація анімаційних послуг в готелях і туристичних комплексах.	12	4	2	5	3
Тема 8. Організація ігрової та спортивної анімації.	12	2	4	3	3
Тема 9. Музична і танцювальна анімація.	14	2	2	3	5
Тема 10. Специфіка вербальної анімації.	14	2	2	3	5
Тема 11. Організація анімаційних шоу та свят.	14	2	2	3	5
<b>Разом годин</b>	<b>120</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	<b>44</b>	<b>46</b>

## 10. Форми поточного, семестрового та підсумкового контролю

*Поточний контроль* – аудиторна робота. Знання, вміння та навички студентів оцінюються через визначення якості виконання конкретизованих завдань. Кількісна оцінка певного поточного контролю за конкретним видом навчального заняття визначається як сума балів за окремі види навчальної роботи. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за результатами поточного контролю – 24.

Органічною складовою навчального процесу є *контроль знань* здобувачів. До основних завдань контролю знань належать:

- підвищення мотивації студентів до систематичної активної роботи впродовж навчального року, переорієнтація їхніх цілей з отримання позитивної оцінки на формування стійких знань, умінь та навичок;
- систематизація знань та активне їх засвоєння упродовж навчального року;
- недопущення розриву між завданнями, що виносяться для контролю і програмою дисципліни;
- відкритість контролю: ознайомлення студентів на початку вивчення дисципліни з контрольними завданнями та всіма формами контрольних заходів і критеріями їх оцінювання;
- подолання елементів суб'єктивізму при оцінюванні знань, що забезпечується складанням контрольних завдань та іспитів у письмовій формі із застосуванням 100-бальної шкали оцінювання;
- забезпечення належних умов вивчення програмного матеріалу і підготовки до контрольних заходів, що досягаються шляхом чіткого їх розмежування за змістом й у часі;
- розширення можливостей для всебічного розкриття здібностей студентів, розвитку їх творчого мислення та підвищення ефективності роботи викладацького складу.

Враховуючи специфіку навчальної дисципліни «Організація туризму: організація анімаційної діяльності» були визначені наступні *форми контролю*:

- написання студентом інформаційного повідомлення та доповідь за його тематикою на практичному занятті;
- перевірка конспекту на практичних заняттях;
- усне обговорення теоретичного матеріалу, винесеного на самостійне опрацювання;
- усне обговорення виконання тестів для самоперевірки знань студентом;
- написання тестів для проміжного контролю на практичних заняттях, до складу яких включаються також питання, винесені на самостійне опрацювання;
- написання письмового експрес-опитування (економічного диктанту), до складу яких включаються також питання, винесені на самостійне опрацювання.

Завданням поточного контролю є перевірка розуміння та засвоєння певного матеріалу, вироблених навичок проведення творчих робіт, умінь самостійно опрацьовувати теоретичний та практичний матеріал, здатності осмислити зміст теми чи розділу, умінь публічно чи письмово представити певний матеріал (презентація).

*Модульний контроль* – дві модульні контрольні роботи. Передбачає розкриття теоретичних питань. Кожне завдання модульної контрольної роботи (2 теоретичні питання і 4 тестових) оцінюється окремо. Загальна оцінка розраховується як сума оцінок: 3 бали за перше теоретичне питання, 4 бали за друге теоретичне питання, по 2 бали за кожне тестове завдання (разом за кожну контрольну – 15 балів).

Оцінювання самостійної роботи (дослідницьких завдань) здійснюється у межах 3 балів за кожен модуль.

*Підсумковий контроль*: екзамен.

## 11. Критерії оцінювання результатів навчання

### **Структура оцінювання предмету «Організація туризму: організація анімаційної діяльності»:**

Поточний і модульний контроль (60 балів)						Екзамен	Сума
Змістовий модуль 1 (30 балів)			Змістовий модуль 2 (30 балів)			40 балів	100 балів
Поточний контроль	МКР	Самостійна робота	Поточний контроль	МКР	ІНДЗ		
12 балів	15 балів	3 бали	12 балів	15 балів	3 бали		

### **Критерії оцінювання практичного заняття**

Поточний контроль проводиться з метою перевірки рівня підготовки здобувачів вищої освіти за визначеною темою; забезпечення зворотного зв'язку між викладачем та здобувачами вищої освіти, управління навчальною мотивацією здобувачів.

Оцінювання на практичних заняттях відбувається за 12 бальною системою відповідно до критеріїв, визначених «Положенням про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка» (нова редакція). Максимальний бал оцінки поточної успішності здобувачів вищої освіти на навчальних заняттях 12. URL:

[https://drive.google.com/file/d/1aD\\_jeL-jGRbDWAegkQ58tdMxxbqQKufF/view](https://drive.google.com/file/d/1aD_jeL-jGRbDWAegkQ58tdMxxbqQKufF/view)

Відповіді студентів на практичних заняттях оцінюються за 12-бальною системою за наступними критеріями:

Рівні навчальних досягнень	Оцінка в балах (за 12-бальною шкалою)	Критерії оцінювання
Початковий (понятійний)	1	Здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів, фактів без зв'язку між ними: відповідає на запитання, які потребують відповіді „так” чи „ні”.
	2	Здобувач вищої освіти не достатньо усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні „так” чи „ні”; може самостійно знайти в підручнику відповідь.
	3	Здобувач вищої освіти намагається аналізувати на основі елементарних знань і навичок; виявляє окремі закономірності; робить спроби виконання вправ і завдань репродуктивного характеру; за допомогою викладача виконує прості вправи за готовим алгоритмом.
Середній (репродуктивний)	4	Здобувач вищої освіти володіє початковими знаннями, здатний виконати вправи і завдання за зразком; орієнтується в термінах, поняттях, визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні труднощі.
	5	Здобувач вищої освіти розуміє суть навчальної дисципліни, може дати визначення понять, категорій (однак з окремими помилками); вміє працювати з конспектом лекцій, самостійно опрацювати частину навчального матеріалу; виконує прості вправи і завдання за алгоритмом, але окремі висновки є нелогічними та непослідовними.
	6	Здобувач вищої освіти розуміє основні положення навчального матеріалу, може поверхнево аналізувати цифрові явища, робить певні висновки; відповідь може бути правильною, проте недостатньо осмисленою; самостійно відтворює більшу частину матеріалу; вміє застосовувати знання під час виконання вправ і завдань за алгоритмом, послуговуватися додатковими джерелами.
Достатній (алгоритмічно дієвий)	7	Здобувач вищої освіти правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими поняттями, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; складати таблиці, схеми. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.

<i>Достатній (алгоритмічно дієвий)</i>	8	Знання здобувача досить повні, він вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях; вміє аналізувати, робити висновки; відповідь повна, логічна, обґрунтована, однак з окремими неточностями; вміє самостійно працювати, може підготувати реферат і обґрунтувати його положення. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	9	Здобувач вищої освіти вільно володіє вивченим матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії; може самостійно опрацьовувати матеріал, виконує прості творчі завдання; має сформовані типові навички. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
<i>Високий (творчо-професійний)</i>	10	Здобувач вищої освіти володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначати особливості цифрових процесів; робить аргументовані висновки; самостійно визначає мету власної діяльності; виконує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні дисципліни; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	11	Здобувач вищої освіти володіє узагальненими знаннями з навчальної дисципліни, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє знаходити джерела інформації та аналізувати їх, ставити і розв'язувати проблеми, застосовувати вивчений матеріал для власних аргументованих суджень у практичній діяльності (диспути, круглі столи тощо); спроможний за допомогою викладача підготувати виступ на студентську наукову конференцію; самостійно вивчити матеріал; визначити програму своєї пізнавальної діяльності; оцінювати різноманітні явища, процеси в ОБО. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	12	Здобувач вищої освіти має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності в навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні ситуації та завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; уміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою; логічно та творчо викладає матеріал в усній та письмовій формі; розвиває свої здібності й схильності; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.



При визначенні підсумкової оцінки, поточна успішність за кожним з двох змістових модулів інтегрується у 100-бальну систему за формулою  
**(середній бал × 0,05 + 0,4) × 12,**  
де 12 – це максимальна кількість балів, виділена на оцінювання поточної успішності.

**Відвідування занять.** Очікується, що всі здобувачі вищої освіти відвідають лекційні та практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом. Організацію освітнього процесу регламентує «Положення про організацію освітнього процесу в К-ПНУ імені Івана Огієнка (нова редакція)», URL:

<https://drive.google.com/file/d/1ZbMN35h-7ZSJBBOVvL2bTCaLtRbcQA86/view>

В умовах застосування дистанційних технологій навчання організація поточного і семестрового контролю відбувається відповідно до «Порядку організації поточного та семестрового контролю із застосуванням дистанційних технологій навчання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка (зі змінами)», URL:

[https://drive.google.com/file/d/15qM6nA\\_NtvOZxOYz4Hzc8DZNqgnAiL\\_zz/view](https://drive.google.com/file/d/15qM6nA_NtvOZxOYz4Hzc8DZNqgnAiL_zz/view)

### **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи**

Після вивчення кожного з двох змістових модулів освітнього компоненту здобувачі пишуть модульну контрольну роботу. Модульна контрольна робота виконується у письмовій формі. До її написання допускаються усі студенти. Позитивну оцінку за МКР не рекомендується покращувати.

Невиконання МКР оцінюється 0 балів.

Здобувачі вищої освіти, які за результатами виконання модульних контрольних робіт отримали рейтинговий бал менший 60% від максимальної кількості балів, виділених на цей вид роботи, а також ті, що не з'явилися для виконання або не виконали завдань, вважаються такими, що мають академічну заборгованість за результатами поточного контролю, ліквідація якої є обов'язковою.

Модульна контрольна робота проводиться у формі письмової відповіді на запропоновані запитання. Максимальна кількість балів за МКР – 15. Для зарахування модульної контрольної роботи мінімальна кількість

набраних балів повинна становити не менше 9, у іншому випадку МКР потрібно виконати повторно.

Поточна модульна контрольна робота містить практичну та теоретичну складові і включає: 2 проблемно-аналітичних завдання і 4 тестових запитання. Максимальна кількість балів за контрольну роботу – 15, з них за завдання – 7 балів, за тести – 8 балів. Критерії оцінювання проблемно-аналітичних завдань відповідають екзаменаційним. Модульний контроль виставляється у терміни, визначені програмою курсу.

### ***Критерії оцінювання модульної контрольної роботи***

<b>Шкала ECTS</b>	<b>Оцінка в балах</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
<i>Відмінно</i>	13-15	Здобувач вищої освіти у відповідях на варіант МКР демонструє глибокі знання з освітнього компоненту, повною мірою володіє матеріалом, що дозволяє виявляти розуміння змісту предмету, його основних положень, категоріального апарату тощо, може обґрунтовувати свої судження, аргументуючи правильну відповідь, логічно та послідовно формулює текст відповідей на поставлені завдання.
<i>Добре</i>	10-12	Результати відповідей здобувача вищої освіти на варіант МКР відповідають тим самим вимогам, що й для оцінки «відмінно», але при цьому здобувач допускає певні неточності та незначні помилки. Здобувач володіє матеріалом, правильно відповідаючи на поставлені завдання, логічно формулює відповіді, намагаючись аргументувати їх.
<i>Задовільно</i>	6-9	Відповіді здобувача вищої освіти на варіант МКР дозволяють виявити знання і розуміння основних положень предмета, певне володіння категоріальним апаратом, проте характеризуються фрагментарністю, відсутністю повноти та аргументованості. Здобувач допускає помилки при відповідях на питання МКР, не вміє достатньо обґрунтувати свої судження.
<i>Незадовільно</i>	0-5	Відповіді здобувача вищої освіти на варіант МКР не виявили знань та розуміння основних положень предмета, що спричинило значну кількість помилок або, взагалі, повну/часткову відсутність відповідей. Здобувач не вміє логічно побудувати відповідь, обґрунтовувати свої судження, плутається у розумінні категоріального апарату тощо.

## Критерії оцінювання самостійної та індивідуальної роботи

Максимальна кількість балів, які студент може отримувати за виконання самостійної та індивідуальної роботи за підсумками двох змістових модулів – 6. Контроль за самостійною та індивідуальною роботою здійснює науково-педагогічний працівник на практичних заняттях та консультаціях.

Значна частина матеріалу винесена на самостійне опрацювання здобувачами. Питання для самостійної роботи включені до кожної теми дисципліни. Їх оцінювання є частиною оцінювання під час оцінювання за практичне заняття. Крім того контроль самостійної роботи здобувачів здійснюється шляхом включення питань до МКР та поточного тестування.

Значна частина матеріалу винесена на самостійне опрацювання здобувачами. Питання для самостійної роботи включені до кожної теми дисципліни. Їх оцінювання є частиною оцінювання під час оцінювання за практичне заняття. Крім того контроль самостійної роботи здобувачів здійснюється шляхом включення питань до МКР та поточного тестування.

Протягом усього навчального курсу здобувачі отримують *ІНДЗ* один раз – за змістом тем другого змістового модуля. Кожен здобувач отримує власну тему для цього виду навчальної діяльності. Здобувач представляє письмовий звіт про виконання ІНДЗ і презентацію під час одного з навчальних занять у вигляді інформаційного повідомлення.

Отже, у підсумку здобувач за виконання ІНДЗ може отримати 0-3 бали, які уже представлені у 100-бальній шкалі, тому у абсолютному вигляді додаються до підсумкової оцінки за модуль. Позитивною оцінкою вважається оцінка у діапазоні 2-3 бали.

*Робота оцінюється в 3 бали, якщо:* автором чітко поставлена проблема і представлена власна точка зору стосовно її вирішення; проблема розкрита на високому теоретичному рівні, простежені системні зв'язки предмету дослідження, подані обґрунтування заявлених характеристик з коректним використанням фахових термінів, що мають відношення до завдання; надана аргументація власної думки з опорою на соціально-політичний аспект в контексті проблематики; робота розгорнуто розкриває заявлену тему.

*Робота оцінюється в 2 бали, якщо:* представлена власна точка зору (позиція, ставлення) стосовно вирішення проблеми; тема розкрита з конкретним використанням спеціальних понять у контексті відповіді (теоретичні зв'язки та обґрунтування явно не простежуються); надана аргументація власної думки з опорою на факти розвитку соціально-політичних уявлень з проблематики; заявлена тема розкрита не в повній мірі, зокрема не проаналізовані деякі суттєві характеристики предмету аналізу.

*Робота оцінюється в 1 бал, якщо:* представлена власна точка зору (позиція, ставлення) при розкритті проблеми; проблема розкрита на буденному (а не теоретичному) рівні; аргументація власної думки слабо пов'язана з розкриттям проблеми; опущений аналіз суттєвих характеристик явища, тобто розкриті лише несуттєві характеристики предмету дослідження.

*Робота оцінюється в 0 балів, якщо:* робота немає унікальності, тобто коли автор скористається нечесним шляхом представлення чужих думок власними.

### **Критерії оцінювання екзамену**

Здобувачі вищої освіти, які не мають академічної заборгованості за результатами поточного контролю, допускаються до екзамену. Здобувачі вищої освіти, які мають академічну заборгованість за результатами поточного контролю, зобов'язані ліквідувати її в терміни, визначені графіком навчального процесу. Здобувачі вищої освіти, які мають академічну заборгованість за результатами підсумкового контролю у формі екзамену, зобов'язані ліквідувати її в терміни, визначені графіком ліквідації академічної заборгованості.

Екзамен проводиться у формі письмового опитування за питаннями екзаменаційного білета. Максимальна кількість балів за всіма видами завдань на екзамені дорівнює 40 балів.

Екзаменаційний білет містить 3 теоретичних питання і 1 практичне творчого характеру.

Теоретичні питання екзаменаційного білету оцінюються максимально 10 балами кожне, практичне завдання – також 10 балами.

### **Критерії оцінювання теоретичного питання до екзамену**

<b>Шкала ECTS</b>	<b>Оцінка в балах</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
<i>Відмінно (високий рівень)</i>	9-10	Здобувач виявляє глибокі фундаментальні знання теорії, повно викладає вивчений матеріал, виявляє розуміння предмета висловлювання, формулює своє бачення проблеми, виявляє розуміння матеріалу, може обґрунтовувати свої судження, наводити необхідні приклади, викладає матеріал логічно, послідовно. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
<i>Добре (достатній рівень)</i>	7-8	Відповідь здобувача відповідає тим самим вимогам, що і для високого рівня, але він допускає 1-2 помилки, які сам виправляє, і 1-2 недоліки в послідовності викладу матеріалу. Здобувач уміє наводити власні приклади на підтвердження нових думок. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
<i>Задовільно (середній рівень)</i>	5-6	Здобувач виявляє знання і розуміння основних положень дисципліни, але викладає матеріал неповно і допускає неточності у визначенні понять; не вміє досить глибоко і доказово обґрунтовувати свої судження і наводити приклади; викладає матеріал непослідовно. Здобувач переважно дотримується принципів академічної доброчесності.
<i>Незадовільно (початковий рівень)</i>	менше як 5	Здобувач виявляє незнання більшої частини вивченого матеріалу, не володіє методичним апаратом, допускає помилки у формулюванні понять, які спотворюють їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал. Під час підготовки до відповіді (або в процесі відповіді) наявні ознаки академічної недоброчесності.

### **Критерії оцінювання практичного завдання до екзамену**

<b>Шкала ECTS</b>	<b>Оцінка в балах</b>	<b>Критерії оцінювання</b>
<i>Відмінно (високий рівень)</i>	9-10	Здобувач застосовує глибокі фундаментальні знання теорії під час виконання творчого завдання, повно викладає вивчений матеріал у супровідному коментарі, виявляє розуміння предмета висловлювання, може обґрунтовувати свої судження, наводити необхідні приклади, викладає матеріал логічно, послідовно. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.

<i>Добре (достатній рівень)</i>	7-8	Відповідь здобувача відповідає тим самим вимогам, що і для високого рівня, але він допускає 1-2 помилки, які сам виправляє, і 1-2 недоліки в послідовності викладу матеріалу. Здобувач уміє наводити власні приклади на підтвердження нових думок. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
<i>Задовільно (середній рівень)</i>	5-6	Здобувач виявляє знання і розуміння основних положень дисципліни, але викладає матеріал неповно і допускає неточності під час оформлення творчого завдання; не вміє досить глибоко і доказово обґрунтовувати свої судження і наводити приклади; викладає матеріал непослідовно. Здобувач переважно дотримується принципів академічної доброчесності.
<i>Незадовільно (початковий рівень)</i>	менше як 5	Здобувач виявляє незнання більшої частини вивченого матеріалу, не володіє методичним апаратом, допускає помилки у формулюванні понять, які спотворюють їх зміст, хаотично і невпевнено викладає матеріал під час виконання творчого завдання. Під час підготовки до відповіді (або в процесі відповіді) наявні ознаки академічної недоброчесності.

**Академічна доброчесність.** Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її не зарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. URL: <https://integrity.kpnu.edu.ua/>

### **Підсумкова шкала оцінювання**

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про організацію освітнього процесу КПНУ (зі змінами)» введеного в дію наказом від 03.07.2024 № 79-ОД. URL: <https://drive.google.com/file/d/1ZbMN35h-7ZSJBOVvL2bTCaLtRbcQA86/view>

### **Підсумкова шкала оцінювання**

<b>Рейтингова оцінка</b>	<b>За шкалою ECTS</b>	<b>За національною шкалою</b>
90-100	A (відмінно)	Відмінно
82-89	B (дуже добре)	Добре
75-81	C (добре)	
67-74	D (задовільно)	Задовільно
60-66	E(достатньо)	
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)	Незадовільно
34 і менше	F (незадовільно з обов'язковим проведенням додаткової роботи щодо вивчення навчального матеріалу кредитного модуля)	

#### **Умови визначення успішного засвоєння освітнього компоненту «Організація туризму: організація анімаційної діяльності»:**

– кредити присвоюються здобувачам вищої освіти після завершення навчальної дисципліни та успішного оцінювання досягнутих ними результатів навчання;

– критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти оцінювання результатів навчання є досягнення ним мінімального порогового рівня оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компоненту та мінімального порогового рівня оцінки за освітнім компонентом загалом, яких складає 60% від максимально можливої кількості балів, визначеної відповідними нормативними документами Університету;

– здобувачам вищої освіти, які за результатами підсумкового контролю отримав незадовільну оцінку, дозволяють ліквідувати академічну заборгованість після належної підготовки;

– ліквідацію академічної заборгованості за результатами семестрового контролю дозволяють до початку наступного семестру в час, визначений графіком ліквідації академічної заборгованості, та допускають не більше двох разів: перший раз – викладачеві, другий – комісії, яку створюють за розпорядженням декана факультету;

– за неуспішного проходження оцінювання результатів навчання за освітнім компонентом кредити здобувачу вищої освіти не присвоюють.

В умовах застосування дистанційних технологій навчання організація поточного і семестрового контролю відбувається відповідно до «По-

ряду організації поточного та семестрового контролю із застосуванням дистанційних технологій навчання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка (зі змінами)». URL:

[https://drive.google.com/file/d/1c--sYRfDI\\_iAT7L766LprKB-x9GGKaEy/view](https://drive.google.com/file/d/1c--sYRfDI_iAT7L766LprKB-x9GGKaEy/view)

**Неформальна та/або інформальна освіта.** Визнання К-ПНУ ім. І. Огієнка результатів навчання, здобутих шляхом формальної або інформальної освіти регламентовано «Порядком визнання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка результатів навчання, здобутих шляхом формальної або інформальної освіти». URL:

<https://drive.google.com/file/d/19GCSM3y-K496qs8RQJp0mO9FjUJumB4T/view>

У випадку, якщо здобувач освіти отримав знання у неформальній та інформальній освіті, зарахування результатів навчання здійснюється згідно Порядку визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих шляхом здобуття неформальної/інформальної освіти в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка, зокрема, якщо їх тематика відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю).

*У неформальній освіті:*

- закінчення професійних курсів, семінарів або тренінгів, тематика яких відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю);
- підготовка конкурсної наукової роботи;
- призове місце на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт;
- призове місце на Всеукраїнській студентській олімпіаді.

Безкоштовний курс «Ораторське мистецтво – Почни говорити зараз». Платформа професійного розвитку Prometheus. URL:

<https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/public-speaking/>

Навчання «Акторський інтенсив». Українська кіношкола. URL:

[https://filmschool.com.ua/acting\\_intensive](https://filmschool.com.ua/acting_intensive)

*В інформальній освіті:*

- наявність наукової публікації;
- волонтерська діяльність.



## **12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна**

Вивчення курсу потребує використання загальнонавчаних програм і операційних систем, а також презентаційного обладнання, навчальні площі, обладнання і програмне забезпечення навчальних аудиторій і лабораторій університету.

## **13. Рекомендована література**

### **Основна**

1. Буторіна В.Б. Організація анімаційної діяльності на туристичних підприємствах: навчально-методичний посібник. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006, 2016. 123 с.
2. Кравець О.М., Байлик С.І. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 335 с.
3. Кукліна Т.С., Віндюк А.В., Булатов С.В. Організація анімаційних послуг: навчальний посібник. Запоріжжя: Національний університет «Запорізька політехніка», 2022. 279 с.
4. Міхо О.І. Анімація в рекреації та туризмі: словник-довідник. Київ: Ліра-К. 2020. 224 с.
5. Паскаль О.В. Система культурно-дозвілєвої роботи: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та доп. Одеса: Університет Ушинського, 2022. 146 с.
6. Основи організації індустрії дозвілля: методичні рекомендації до практичних занять / уклад. Т.Ю. Чаркіна, В.О. Задоя; Укр. держ. ун-т науки і технологій. Дніпро: УДУНТ, 2022. 42 с.

### **Допоміжна**

1. Іванов А.М., Олійник В.Д. Класифікація анімаційних програм у круїзі. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2022. № 2 (79). С. 104-118.
2. Історико-культурні географічні та економічні аспекти туризму на прикладі Хмельниччини / [кол. авт.; за ред.: С.А. Копилова (гол. ред.), С.Е. Баженова (наук. ред.)] Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2017. С. 101–120.
3. Мілютіна К., Пащенко С. Психологія дозвілля та рекреації: навчальний посібник. Київ: ГО «Міжнародна наукова гільдія». 2022. 304 с.
4. Панова І. О. Теоретичні основи дослідження анімаційних послуг у туризмі. *Бізнес-інформ*. 2021. № 6. С. 170–175.

5. Паришкура (Козерук) Ю.В., Колісниченко Т.О., Демко В.С., Бистра І.І., Сефіханова К.А.. Витоки розвитку та характеристика анімаційних послуг у туризмі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 1 (11). С. 40–44.
6. Сидорук А., Криволапов Е. Вплив анімаційної діяльності на процес розвитку курортних комплексів. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 47. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2095>
7. Шикіна О.В., Гончаренко Я.Є., Ремігайло І.Ю. Дослідження надання анімаційних послуг в Одеській області. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 37. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/37>

### ***Інформаційні ресурси***

1. Державне агентство з розвитку туризму URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 25.08.2024).
2. Бібліотека КПНУ ім. І. Огієнка. URL: <https://library.kpnu.edu.ua/> (дата звернення: 28.08.2023).
3. Безкоштовний курс «Ораторське мистецтво – Почни говорити зараз». *Платформа професійного розвитку Prometheus*. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/public-speaking/>
4. Vafoyeva Sevinch. The role of animation programs in the field of tourism. *Scientific research journal*. 2022, July. Volume 3. Issue 7. P. 396-405.
5. Навчання «Акторський інтенсив». Українська кіношкола. URL: [https://filmschool.com.ua/acting\\_intensive](https://filmschool.com.ua/acting_intensive)

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка  
Природничо-економічний факультет  
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

## **РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

# **СВІТОВА КУЛЬТУРА ТА МИСТЕЦТВО**

для підготовки фахівців першого(бакалаврського) рівня вищої освіти  
за освітньо-професійними програмами *Туризм*  
спеціальності *242 Туризм і рекреація*  
галузі знань *24 Сфера обслуговування*  
мова навчання *українська*

2024 – 2025 навчальний рік

*Розробник програми:* Хоптяр Андрій Юрійович, кандидат історичних наук,  
старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Ухвалено на засіданні кафедри туризму та готельно-ресторанної справи  
Протокол № від «26» серпня 2024 року

**ПОГОДЖЕНО**

*Гарант освітньо-професійної програми*

Андрій ХОПТЯР

## ЗМІСТ РОБОЧОЇ ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### 1. Мета вивчення навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Світова культура та мистецтво» є сформувати у майбутніх спеціалістів в галузі туризму знання про просторові моделі культури та мистецтва (суть, складові, функції), розуміння комплексної структури світової культури, єдності та багатоманітності світового культурного простору, як необхідного компоненту світоглядних та естетичних орієнтацій, національної та громадянської свідомості.

### 2. Обсяг дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни, денна форма здобуття вищої освіти
Рік навчання	1-й
Семестр вивчення	2-й
Кількість кредитів ЄКТС	4
Загальний обсяг годин	120
Кількість годин навчальних занять	48
Лекційні заняття	24
Практичні заняття	24
Самостійна та індивідуальна робота	72
Форма семестрового контролю	Залік

**3. Статус дисципліни** – обов'язковий освітній компонент професійної підготовки.

### 4. Передумови для вивчення навчальної дисципліни

Передумовами вивчення навчальної дисципліни «Світова культура та мистецтво» є наявність знань з таких предметів як «Історія туризму».

### 5. Програмні компетентності навчання

**Інтегральна компетентність.** Здатність комплексно розв'язувати складні професійні задачі та практичні проблеми у сфері туризму і рекреації як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій і методів системи наук, які формують туризмознавство, і характеризуються комплексністю та невизначеністю умов.

### ***Загальні компетентності:***

**ЗК 02.** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

**ЗК 07.** Здатність працювати в міжнародному контексті.

### ***Спеціальні (фахові) компетентності:***

**СК 15.** Знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності.

**СК 28.** Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.

## **6. Очікувані результати навчання з дисципліни**

### ***Програмні результати:***

**ПРН 14.** Проявляти повагу до індивідуального і культурного різноманіття.

**ПРН 17.** Управляти своїм навчанням з метою самореалізації в професійній туристичній сфері.

**ПРН 18.** Адекватно оцінювати свої знання і застосовувати їх в різних професійних ситуаціях.

**7. Методи навчання.** Словесні, наочні методи; дедуктивний, індуктивний, аналітичний, метод порівняння, узагальнення, конкретизація; пояснювально-ілюстративний метод, демонстрація, метод проблемного викладу матеріалу (ігрові методи, дискусійна панель, кейс-метод тощо).

## **8. Засоби діагностики результатів навчання**

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є:

- опитування;
- виконання завдань практичних занять;
- тести;

- модульні контрольні роботи;
- самостійна робота;
- оцінювання презентацій дослідницьких завдань, презентацій виконаних в рамках самостійної роботи.

## 9. Програма навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин						
	разом	Зокрема					
		лекційні заняття	практичні заняття	семінарські заняття	лабораторні заняття	самостійна робота	індивідуальна робота
Тема 1. Вступ до предмету «Світова культура і мистецтво».	10	2	2			6	
Тема 2. Цивілізації та етнічні типи культури	10	2	2			6	
Тема 3. Культура та мистецтво в епохах	10	2	2			6	
Тема 4. Європейська культура та мистецтво: Греція, Італія, Франція та Іспанія	10	4	4			12	
Тема 5. Європейська культура та мистецтво: Англія, Німеччина, Нідерланди, Австрія	10	2	2			6	
Тема 6. Європейська культура та мистецтво: Данія, Норвегія, Швеція, та південно-західні слов'янські народи	10	2	2			6	
Тема 7. Арабська культура та мистецтво. Культура та мистецтво Далекого Сходу. Культура та мистецтво Індії	20	2	2			6	
Тема 8. Культура та мистецтво Америки	10	2	2			6	
Тема 9. Культура та мистецтво народів Африки, Австралії та Океанії	10	2	2			6	
Тема 10. Українська культура та мистецтво як складові світової культурно-мистецької спадщини.	20	4	4			12	
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>24</b>	<b>24</b>			<b>72</b>	

## 10. **Форми поточного, семестрового та підсумкового контролю**

*Форми поточного контролю:* самостійна робота, доповідь на одну із запропонованих тем практичного заняття.

Знання, вміння та навички студентів оцінюються через визначення якості виконання конкретизованих завдань. Кількісна оцінка певного поточного контролю за конкретним видом навчального заняття визначається як сума балів за окремі види навчальної роботи. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент за результатами поточного контролю – 40 балів.

*Форма модульного контролю:* модульна контрольна робота. Передбачає розкриття теоретичних питань. Кожне завдання модульної контрольної роботи (2 теоретичні питання) оцінюється окремо. Загальна оцінка розраховується як сума оцінок: по 20 балів кожне теоретичне питання (разом за контрольну – 40 балів).

*Оцінювання самостійної роботи (дослідницьких завдань)* здійснюється у межах 20 балів.

*Форма підсумкового семестрового контролю:* залік.

## 11. **Критерії оцінювання результатів навчання**

### **Структура оцінювання предмету «Світова культура та мистецтво»:**

Поточне оцінювання (у перерахунку з 12-бальної системи)	Модульне оцінювання	Оцінювання виконання самостійної роботи (дослідницького завдання)	Підсумкове оцінювання (залік)
40 балів	40 балів	20 балів	100 балів

### **Критерії оцінювання практичного заняття**

Поточний контроль проводиться з метою перевірки рівня підготовки здобувачів вищої освіти за визначеною темою; забезпечення зворотного зв'язку між викладачем та здобувачами вищої освіти, управління навчальною мотивацією здобувачів.

Оцінювання на практичних заняттях відбувається за 12 бальною системою відповідно до критеріїв, визначених «Положенням про рейтингову систему оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка» (нова редакція). Максимальний бал оцінки поточної успішності здобувачів вищої освіти на навчальних заняттях рівний 12. URL:

[https://drive.google.com/file/d/1aD\\_jeL-jGRbDWAeqkQ58tdMxxbqQKuf/view](https://drive.google.com/file/d/1aD_jeL-jGRbDWAeqkQ58tdMxxbqQKuf/view)

Відповіді студентів на практичних заняттях оцінюються за 12-бальною системою за наступними критеріями:

Рівні навчальних досягнень	Оцінка в балах (за 12-бальною шкалою)	Критерії оцінювання
<i>Початковий (понятійний)</i>	1	Здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні засвоєння окремих термінів, фактів без зв'язку між ними: відповідає на запитання, які потребують відповіді „так” чи „ні”. Здобувач порушує принципи академічної доброчесності.
	2	Здобувач вищої освіти мало усвідомлює мету навчально-пізнавальної діяльності, робить спробу знайти способи дій, розповісти суть заданого, проте відповідає лише за допомогою викладача на рівні „так” чи „ні”; може самостійно знайти в підручнику відповідь. Здобувач порушує принципи академічної доброчесності.
	3	Здобувач вищої освіти намагається аналізувати на основі елементарних знань і навичок; виявляє окремі властивості; робить спроби виконання вправ, дій репродуктивного характеру; за допомогою викладача робить прості розрахунки за готовим алгоритмом. Здобувач порушує принципи академічної доброчесності.
<i>Середній (репродуктивний)</i>	4	Здобувач вищої освіти володіє початковими знаннями, знає близько половини навчального матеріалу, здатний відтворити його, провести за зразком розрахунки; орієнтується у поняттях, визначеннях; самостійне опрацювання навчального матеріалу викликає значні труднощі. Здобувач переважно дотримується принципів академічної доброчесності.
	5	Здобувач вищої освіти знає більше половини навчального матеріалу, розуміє сутність навчальної дисципліни, може дати визначення понять, категорій (однак з окремими помилками); вміє працювати з підручником, самостійно опрацювати частину навчального матеріалу; робить прості розрахунки за алгоритмом, але окремі висновки не логічні, не послідовні. Здобувач переважно дотримується принципів академічної доброчесності.
	6	Здобувач вищої освіти розуміє основні положення навчального матеріалу, може поверхнево аналізувати події, ситуації, робить певні висновки; відповідь може бути правильною, проте недостатньо осмисленою; самостійно відтворює більшу частину матеріалу; вміє застосовувати знання під час розв'язування розрахункових завдань за алгоритмом, користуватися додатковими джерелами. Здобувач переважно дотримується принципів академічної доброчесності.



<i>Достатній (алгоритмічно-дієвий)</i>	7	Здобувач вищої освіти правильно і логічно відтворює навчальний матеріал, оперує базовими теоріями і фактами, встановлює причинно-наслідкові зв'язки між ними; вміє наводити приклади на підтвердження певних думок, застосовувати теоретичні знання у стандартних ситуаціях; за допомогою викладача може скласти план реферату, виконати його і правильно оформити; самостійно користуватися додатковими джерелами; правильно використовувати термінологію; скласти таблиці, схеми. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	8	Знання здобувачем вищої освіти досить повні, він вільно застосовує вивчений матеріал у стандартних ситуаціях; вміє аналізувати, робити висновки; відповідь повна, логічна, обґрунтована, однак з окремими неточностями; вміє самостійно працювати, може підготувати реферат і обґрунтувати його положення. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	9	Здобувач вищої освіти вільно володіє вивченим матеріалом, застосовує знання у дещо змінених ситуаціях, вміє аналізувати і систематизувати інформацію, робить аналітичні висновки, використовує загальновідомі докази у власній аргументації; чітко тлумачить поняття, категорії, нормативні документи; формулює закони; може самостійно опрацьовувати матеріал, виконує прості творчі завдання; має сформовані типові навички. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
<i>Високий (творчо-професійний)</i>	10	Здобувач вищої освіти володіє глибокими і міцними знаннями та використовує їх у нестандартних ситуаціях; може визначати тенденції та суперечності різних процесів; робить аргументовані висновки; практично оцінює сучасні тенденції, факти, явища, процеси; самостійно визначає мету власної діяльності; розв'язує творчі завдання; може сприймати іншу позицію як альтернативну; знає суміжні дисципліни; використовує знання, аналізуючи різні явища, процеси. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
	11	Здобувач вищої освіти володіє узагальненими знаннями з навчальної дисципліни, аргументовано використовує їх у нестандартних ситуаціях; вміє знаходити джерела інформації та аналізувати їх, ставити і розв'язувати проблеми, застосовувати вивчений матеріал для власних аргументованих суджень у практичній діяльності (диспути, круглі столи тощо); спроможний за допомогою викладача підготувати виступ на студентську наукову конференцію; самостійно вивчити матеріал; визначити програму своєї пізнавальної діяльності; оцінювати різноманітні явища, процеси; займає активну життєву позицію. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.

Високий (творчо-професійний)	12	Здобувач вищої освіти має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності у навчальній діяльності; використовує широкий арсенал засобів для обґрунтування та доведення своєї думки; розв'язує складні проблемні завдання; схильний до системно-наукового аналізу та прогнозу явищ; уміє ставити і розв'язувати проблеми, самостійно здобувати і використовувати інформацію; займається науково-дослідною роботою; логічно та творчо викладає матеріал в усній та письмовій формі; розвиває свої здібності й нахили; використовує різноманітні джерела інформації; моделює ситуації в нестандартних умовах. Здобувач дотримується принципів академічної доброчесності.
------------------------------	----	--

При визначенні підсумкової оцінки, поточна успішність студентів інтегрується у 100-бальну систему за формулою

$$(\text{середній бал} \times 0,05 + 0,4) \times 40,$$

де 40 це максимальна кількість балів, виділена на оцінювання поточної успішності.

**Відвідування занять.** Очікується, що всі студенти відвідають лекційні та семінарські заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. У будь-якому випадку студенти зобов'язані дотримуватися термінів виконання усіх видів робіт, передбачених курсом.

«Положення про організацію освітнього процесу КПНУ (зі змінами)» введеного в дію наказом від 03.07.2024 № 79-ОД. URL:

<https://drive.google.com/file/d/1ZbMN35h-7ZSJBBOVvL2bTCaLtRbcQA86/view>

### **Критерії оцінювання модульної контрольної роботи**

Після вивчення освітнього компонента здобувачі пишуть модульну контрольну роботу.

Модульна контрольна робота виконується у письмовій формі. До її написання допускаються усі студенти. Позитивну оцінку за МКР не рекомендується покращувати.

Невиконання МКР оцінюється 0 балів.

Здобувачі вищої освіти, які за результатами виконання модульних контрольних робіт отримали рейтинговий бал менший 60 % від максимальної кількості балів, виділених на цей вид роботи, а також ті, що не з'явилися для виконання або не виконали завдань, вважаються такими, що мають академічну заборгованість за результатами поточного контролю, ліквідація якої є обов'язковою.

Модульна контрольна робота проводиться у формі письмової відповіді на запропоновані запитання.

Максимальна кількість балів за МКР – 40. Для зарахування модульної контрольної роботи мінімальна кількість набраних балів повинна становити не менше 18, у іншому випадку МКР потрібно виконати повторно.

Шкала ECTS	Критерії оцінювання
«Відмінно» 36-40 балів	Здобувач вищої освіти у відповідях на варіант МКР демонструє глибокі знання з предмету, повною мірою володіє матеріалом, що дозволяє виявляти розуміння змісту предмету, його основних положень, категоріального апарату тощо, може обґрунтовувати свої судження, аргументуючи правильну відповідь, логічно та послідовно формулює текст відповідей на поставлені завдання.
«Добре» 30-35 балів	Результати відповідей здобувача вищої освіти на варіант МКР відповідають тим самим вимогам, що й для оцінки «відмінно», але при цьому здобувач допускає певні неточності та незначні помилки. Здобувач володіє матеріалом, правильно відповідаючи на поставлені завдання, логічно формулює відповіді, намагаючись аргументувати їх.
«Задовільно» 24-29 балів	Відповіді здобувача вищої освіти на варіант МКР дозволяють виявити знання і розуміння основних положень предмета, певне володіння категоріальним апаратом, проте характеризуються фрагментарністю, відсутністю повноти та аргументованості. Здобувач допускає помилки при відповідях на питання МКР, не вміє достатньо обґрунтувати свої судження.
«Незадовільно» 0-23 балів	Відповіді здобувача вищої освіти на варіант МКР не виявили знань та розуміння основних положень предмета, що спричинило значну кількість помилок або, взагалі, повну/часткову відсутність відповідей. Здобувач не вміє логічно побудувати відповідь, обґрунтовувати свої судження, плутається у розумінні категоріального апарату тощо.

### Критерії оцінювання самостійної роботи

Максимальна кількість балів, які може отримати здобувач за цей вид роботи – 20

Робота оцінюється в *18-20 балів*, якщо: автором чітко поставлена проблема і представлена власна точка зору стосовно її вирішення; проблема розкрита на високому теоретичному рівні, простежені системні зв'язки предмету дослідження, подані обґрунтування заявлених характеристик з коректним використанням фахових термінів, що мають відношення до завдання; надана аргументація власної думки з опорою на со-

ціально-політичний аспект в контексті проблематики; робота розгорнуто розкриває заявлену тему.

Робота оцінюється в *15-17 балів*, якщо: представлена власна точка зору(позиція, ставлення) стосовно вирішення проблеми; тема розкрита з конкретним використанням спеціальних понять у контексті відповіді (теоретичні зв'язки та обґрунтування явно не простежуються); надана аргументація власної думки з опорою на факти розвитку соціально-політичних уявлень з проблематики; заявлена тема розкрита не в повній мірі, зокрема не проаналізовані деякі суттєві характеристики предмету аналізу.

Робота оцінюється в *12-14 балів*, якщо: представлена власна точка зору(позиція, ставлення) при розкритті проблеми; проблема розкрита на буденному(а не теоретичному) рівні; аргументація власної думки слабо пов'язана з розкриттям проблеми; опущений аналіз суттєвих характеристик явища, тобто розкриті лише несуттєві характеристики предмету дослідження.

Робота оцінюється в *0 балів*, якщо: робота є плагіатом, тобто коли автор скористається нечесним шляхом представлення чужих думок власними.

**Академічна доброчесність.** Очікується, що роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Відсутність посилань на використані джерела, фабрикування джерел списування, втручання в роботу інших студентів становлять, але не обмежують приклади можливої академічної недоброчесності. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента є підставою для її не зарахування викладачем, незалежно від масштабів плагіату чи обману. URL:

<https://integrity.kpnu.edu.ua/>

### **Підсумкова шкала оцінювання**

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про організацію освітнього процесу КПНУ (зі змінами)» введеного в дію наказом від 03.07.2024 № 79-ОД. URL:

<https://drive.google.com/file/d/1ZbMN35h-7ZSJBBOVvL2bTCaLtRbcQA86/view>

### **Підсумкова шкала оцінювання**

<b>Рейтингова оцінка</b>	<b>За шкалою ECTS</b>	<b>Залікова оцінка</b>
90-100	A (відмінно)	зараховано
82-89	B (дуже добре)	
75-81	C (добре)	
67-74	D (задовільно)	
60-66	E(достатньо)	
35-59	FX (незадовільно з можливістю повторного складання)	не зараховано
34 і менше	F (незадовільно з обов'язковим проведенням додаткової роботи щодо вивчення навчального матеріалу кредитного модуля)	

Перескладання рейтингових оцінок (від 60 і більше балів) з метою їх підвищення дозволяється лише у виняткових випадках за погодженням з деканом факультету та з дозволу ректора університету.

#### **Умови визначення успішного засвоєння освітнього компоненту «Світова культура та мистецтво»:**

- кредити присвоюються здобувачам вищої освіти після завершення навчальної дисципліни та успішного оцінювання досягнутих ними результатів навчання;
- критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти оцінювання результатів навчання є досягнення ним мінімального порогового рівня оцінок за кожним запланованим результатом навчання освітнього компоненту та мінімального порогового рівня оцінки за освітнім компонентом загалом, яких складає 60 % від максимально можливої кількості балів, визначеної відповідними нормативними документами Університету;
- здобувачам вищої освіти, які за результатами підсумкового контролю отримав незадовільну оцінку, дозволяють ліквідувати академічну заборгованість після належної підготовки;
- ліквідацію академічної заборгованості за результатами семестрового контролю дозволяють до початку наступного семестру в час, визначений графіком ліквідації академічної заборгованості, та допускають не більше двох разів: перший раз – викладачеві, другий – комісії, яку створюють за розпорядженням декана факультету;
- за неуспішного проходження оцінювання результатів навчання за освітнім компонентом кредити здобувачу вищої освіти не присвоюють.

В умовах застосування дистанційних технологій навчання організація поточного і семестрового контролю відбувається відповідно до «Порядку організації поточного та семестрового контролю із застосуванням дистанційних технологій навчання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка (зі змінами)». URL:

[https://drive.google.com/file/d/1c--sYRfDI\\_iAT7L766LprKB-x9GGKaEy/view](https://drive.google.com/file/d/1c--sYRfDI_iAT7L766LprKB-x9GGKaEy/view)

**Неформальна освіта.** Визнання КПНУ ім. І. Огієнка результатів навчання, здобутих шляхом формальної або інформальної освіти регламентовано «Порядком визнання в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка результатів навчання, здобутих шляхом формальної або інформальної освіти». URL:

<https://drive.google.com/file/d/19GCSM3y-K496gs8RQJp0mO9FjUJumB4T/view>

У випадку, якщо здобувач освіти отримав знання у неформальній та інформальній освіті, зарахування результатів навчання здійснюється згідно Порядку визнання результатів навчання здобувачів вищої освіти, отриманих шляхом здобуття неформальної/інформальної освіти в Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка, зокрема, якщо їх тематика відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю).

*У неформальній освіті:*

- закінчення професійних курсів, семінарів або тренінгів, тематика яких відповідає змісту навчальної дисципліни (окремій темі або змістовому модулю);
- підготовка конкурсної наукової роботи;
- призове місце на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт;
- призове місце на Всеукраїнській студентській олімпіаді.

*В інформальній освіті:*

- наявність наукової публікації;
- волонтерська діяльність.

## **12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна**

Вивчення курсу передбачає використання загальноновживаних програм і операційних систем, а також презентаційного обладнання.

### 13. Рекомендована література

#### **Основна:**

1. Греченко В.А. Історія світової та української культури: підручник для вищих закладів освіти Київ: Літера, 2010. 480 с.
2. Гула Р.В., Передерій І.Г., Дерев'янка Л.І. Історія культури США: навч. посіб. Київ: Каравела, 2021. 216 с.
3. Гула Р.В., Передерій І.Г., Дерев'янка Л.І. Історія зарубіжної культури у схемах та ілюстраціях: навч. посіб. Київ: Каравела, 2018. 262 с.
4. Климова Л.В. Світова художня культура: навч. посіб. Харків: Вид-во «Ранок», 2012. 160 с.
5. Кордон М.В. Українська та зарубіжна культура. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 584 с.

#### **Допоміжна:**

1. Білик А., Думасенко С. Мистецтвознавство ХХ ст. Хрестоматія-Довідник. Одеса, Гельветика, 2021. 424 с.
2. Буравченкова С., Тюрменко І., Коб Є., Рудик П. Культурологія: теорія та історія культури. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 368 с.
3. Буторіна В.Б., Хоптяр А.Ю. Організація анімаційної діяльності: культурно-мистецький аспект. Кам'янець-Подільський: Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2025. 135 с.
4. Гаврюшенко О. Історія культури: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2004. 763 с.
5. Годж С'юзі. Коротка історія мистецтва. Львів, Видавництво Старого Лева, 2021. 224 с.
6. Історія мистецтва від найдавніших часів до сьогодення / за загальною редакцією Стівена Фартінга. Харків: Vivat, 2021. 576 с.
7. Історія світової культури: навч. посіб. 3-тє вид., перероб. і доп. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 400 с.
8. Коневич Ольга. Культурологія. Тернопіль: Bohdan Books, 2022. 88 с.
9. Кордон М.В. Українська і зарубіжна культура: підручник. 3-тє видання. Київ: ЦУЛ, 2019. 584 с.
10. Культуротворчі виміри людини у сучасному універсумі. Київ: ЛіраК, 2019. 380 с.
11. Левчук Л., Панченко В., Шинкаренко О. Історія світової культури. Київ: Центр учбової літератури, 2021. 400 с.
12. Полікарпов В.С. Лекції з історії світової культури. Харків, 2004.
13. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 28.08.2024).
14. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text> (дата звернення: 28.08.2024).
15. Рафальський О.О., Калакура Я.С., Коцур В.П., Юрій М.Ф. Антропологічний код української культури і цивілізації. У 2-х кн. Київ: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса, 2020. Кн.1. 432 с.

16. Сабадаш Ю.С. Культурологія. Київ: Ліра-К, 2021. 216 с.
17. Сабадаш Ю.С., Нікольченко Ю.М. Культурологія. Практикум. Київ: Ліра-К, 2022. 118 с.
18. Сучасна культурологія. Актуалізація теоретико практичних вимірів / ред. Сабадаш Ю.С. Київ: Ліра-К, 2019. 307 с.
19. Ханко В.М. Лекції з історії мистецтва: Історія зарубіжного мистецтва від палеоліту до XII ст. Київ, 2006. 204 с.
20. 1Learning About Art – Google Arts & Culture. URL: <https://artsandculture.google.com/project/learning-art> (дата звернення: 28.08.2024).

### **Інформаційні ресурси:**

1. *Discover.ua*: сайт віртуальних 3-D турів. URL: <http://www.Discover.ua> (дата звернення: 28.08.2024).
2. Modern and Contemporary Art. URL: <https://www.thecollector.com/difference-between-modern-art-and-contemporary-art/> (дата звернення: 28.08.2024).
3. Victoria Museum (Приватний музей історичного костюма та стилю Вікторії Лисенко). URL: <https://victoriamuseum.com.ua/> (дата звернення: 28.08.2024).
4. *Актуальні питання гуманітарних наук*: міжвузівський збірник наукових праць молодих учених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка». URL: <http://www.apfn-journal.in.ua/avtoram> (дата звернення: 28.08.2024).
5. Бібліотека КПНУ ім. І. Огієнка. URL: <https://library.kpnu.edu.ua/> (дата звернення: 28.08.2025).
6. Британський музей. URL: <http://www.britishmuseum.org> (дата звернення: 28.08.2024).
7. Верховна Рада України. URL: <https://www.rada.gov.ua/> (дата звернення: 28.08.2023).
8. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*: науковий журнал. URL: <http://journals.uran.ua/visnyknakkim> (дата звернення: 28.08.2024).
9. Галерея Уффіці (Флоренція). URL: <http://www.uffizi.it>
10. Державний історико-культурний заповідник міста Острога. URL: <https://ostroycastle.com.ua/> (дата звернення: 28.08.2024).
11. Державний комітет статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 28.08.2024).
12. Кабінет міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/> дата звернення: 28.08.2023).
13. Кам'янець-Подільський державний історичний музей-заповідник: сайт URL: <http://muzeum.in.ua/> (дата звернення: 28.08.2024).
14. КПНУ ім. І. Огієнка. URL: <https://kpnu.edu.ua/> (дата звернення: 28.08.2025).
15. *Культура і сучасність*: альманах. URL: <http://journals.uran.ua/kis>
16. *Культурологічна думка*: збірник наукових праць. URL: <https://www.culturology.academy/> (дата звернення: 28.08.2024).



17. Лувр. URL: <https://www.louvre.fr/en/> (дата звернення: 28.08.2024).
18. Міністерство культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkip.gov.ua/> (дата звернення: 28.08.2024).
19. Музей мистецтв ім. Ханенків, Київ. URL: <http://www.khanenkomuseum.kiev.ua> (дата звернення: 28.08.2024).
20. Музей Прадо. URL: <http://www.museodelprado.es/the-collect> (дата звернення: 28.08.2024).
21. Музей сучасного українського мистецтва Корсаків. URL: <https://msumk.com>
22. Музей східного і західного мистецтва, Одеса. URL: <http://www.museum.odessa.ua> (дата звернення: 28.08.2024).
23. Музеї Ватикану. URL: <https://www.museivaticani.va/content/museivaticani/en.html> (дата звернення: 28.08.2024).
24. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/> (дата звернення: 28.08.2024).
25. Національний музей ім. Шептицького у Львові. URL: <http://www.nml.com.ua> (дата звернення: 28.08.2024).
26. Національний художній музей України. URL: <https://museum.mcsc.gov.ua/museums/nacionalnij-hudoznij-muzej-ukraini> (дата звернення: 28.08.2024).
27. Платформна для самоосвіти. *ДІЯ.Освіта*. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/> (дата звернення: 28.08.20235).
28. Україна поруч. Проект, присвячений збереженню українського мистецтва й культури. URL: [https://artsandculture.google.com/project/ukraine?fbclid=IwAR3fYLue2bKOaDQL5DaDo5Tm6SwoyVdAFRWaSi\\_C8li5Pr24T4GmakPpYM](https://artsandculture.google.com/project/ukraine?fbclid=IwAR3fYLue2bKOaDQL5DaDo5Tm6SwoyVdAFRWaSi_C8li5Pr24T4GmakPpYM) (дата звернення: 28.08.2024).
29. Український центр культурних досліджень. URL: <https://uccs.org.ua/> (дата звернення: 28.08.2024).
30. Харківський художній музей. URL: <http://www.artmuseum.kh.ua> (дата звернення: 28.08.2024).
31. Як розпочати власну справу. *Платформа професійного розвитку Prometheus*. URL: [https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+SYOBTU101+2023\\_T1](https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+SYOBTU101+2023_T1) (дата звернення: 28.08.2024).

# РОЗДІЛ 1. РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЕВОЇ СФЕРИ



## ТЕМА 1. ІСТОРІЯ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЕВОЇ ТА МИСТЕЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### Інформаційний обсяг теми

1. Етапи історичного розвитку культурно-дозвільної та мистецької діяльності.
2. Культурно-дозвільна діяльність у ХХ ст.
3. Культурно-дозвільна діяльність постіндустріального суспільства.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Розвиток культурно-дозвільної діяльності в різних країнах.
2. Рекреація в культурно-дозвільній діяльності.

### Теми інформаційних повідомлень

1. Дозвільні заняття Стародавнього світу.
2. Дозвільні заняття у Середньовіччі (середина V–XIV ст.)
3. Дозвільні заняття Нового часу.

#### ***1.1. Етапи історичного розвитку культурно-дозвільної та мистецької діяльності***

*1. Первіснообщинний лад.* Зародження активного відпочинку було пов'язано з іграми, змаганнях у спритності та силі. Залучалися і дорослі і діти. Магічні та ігрові заняття допомагали людям не лише набути необхідні навички, а й дозволяли звільнитися від негативних станів – пасив-

ності, втоми, страху. Люди вірили у заклинання шамана, що підтримувались звучанням ударних інструментів та ритмічними рухами. Свято наступало, коли первісний колектив досягав успіху – вдале полювання, порятунок від природного лиха, перемога над ворогом. Якщо подія повторювалась систематично, то перетворювалась на традицію.

*II. Стародавній світ.* Розвиток відпочинку народів перших держав в долині Нілу, Тигру, Євфрату, Інду, Хуанхе та на півдні Західної Європи між III-IV тис. до н.е. і V ст. н. е. У великих культурах Давнього Єгипту, Месопотамії, Стародавній Індії, Стародавньому Китаї, культурі античності (Давній Греції та Давньому Римі) виникли передумови появи дозвільної діяльності. Почали формуватися державницько-правові форми організації і регулювання суспільної практики. Розвиток економічних відносин призвів до майнового і соціального розшарування, зростають міста. Діяльність громадян відзначається духовною активністю – набувають ваги служителі культу та творці художньо-естетичних цінностей. Більша частина населення не майже мала вільного часу. Жінки проводили вільний час удома, а чоловіки – вдома або поза ним. дозвільні заняття пов'язані з традиційними іграми або спостереженням за ними, з'являються настільні ігри (Індія, Китай). Зароджується театр, цирк, спортивні змагання, перегони. Для вищих верств населення характерними були індивідуальні розваги – колекціонування, творчі заняття, відпочинок у банях, бенкетування. Сформувалися традиції, що об'єднували людей під час свят. Праця та розваги чітко розділилися.

*III. Середньовіччя (середина V-XIV ст.)* У арабо-мусульманському світі існував ряд заборон, проте розвивалася наука, театр тіней, зображення мініатюри, акторство розмовного жанру. У країнах Західної Європи та Середземномор'я розвивалися виробничо-фінансові механізми, проте дозвільна діяльність регламентувалась церквою. Читання релігійних текстів, паломництво отримує розвиток. Популярними стають фольклорні форми дозвілля, рукоділля, танці, рухливі ігри, азартні ігри для простих громадян та лицарство для заможних. Розвиваються карнавали.

*IV. Новий час.* У період реформації роль релігії послаблюється дозвілля стає різноманітнішим. Поширення книжкових текстів, ЗМІ. У період просвітництва зароджується масове тиражування культури, вплив науки і технології. Під час дозвілля чітко виділяється аудиторія і виконавці. Дозвілля втрачає зв'язок з традиціями і домом і тяжіє до організованості і масовості.

V. XX ст. Дозвілля стає різноманітним і масовим. Причиною є індустріалізація суспільного та господарського життя. Розвивається індустрія розваг. Поширюються різні види розваг: азартні ігри, спортивні змагання, перегони, лотереї, масові свята, релігійні свята, національні свята, відвідання закладів відпочинку, заклади громадського харчування, туризм, екстремальні розваги, хобі, відпочинок за допомогою телебачення, читання тощо.

### **1.2. Культурно-дозвіллева діяльність у XX ст.**

Розвиток індустрії дозвілля та рекреації доцільно простежити як створення та генезис *парків відпочинку*. Прообразами сучасних парків розваг та відпочинку були парки 50-х років XX ст., що мали у своєму розпорядженні 1-2 атракціони, зазвичай, маленьку карусель або «чортове» колесо, які обслуговували переважно дітлахів. Зростання парків відбувається паралельно з удосконаленням обслуговування відвідувачів. Серед цих парків особливої популярності набувають тематичні парки та парки казкової країни. Діти, які відвідували парки разом із своїми батьками були задоволені знайомством із казковими персонажами, можливістю відчути себе господарем казкової країни. Поступово формується концепція дитячого відпочинку, що втілюється і в роботі сучасних парків.

У 70-х роках XX ст. відкриваються великі парки відпочинку з потужною матеріально-фінансовою базою та високим технологічним рівнем. Слід зазначити, що парк, створений Уолтом Діснеєм, і сьогодні сприймається усіма парками Європи як зразок паркового обслуговування. В межах парків відкриваються готелі, ресторани, автостоянки, театри, басейни, бібліотеки, дитячі центри. До чинників, які надали популярності парку не лише як місця відпочинку, а й туристичного центру та курортної зони, можна віднести:

- формування цінностей сімейного відпочинку;
- інноваційність запропонованого парком способу сімейного дозвілля;
- поєднання культури, традицій та звичаїв населення з дозвіллевими новаціями (наприклад, створенням у парках Південно-Східної Азії зимових селищ та ковзанок);
- створення у межах парку «казкової» атмосфери, «чарівного» світу, що відволікає відвідувачів від щоденних турбот та буденних проблем;
- високоякісне обслуговування; естетичність паркового середовища; розвиток автомагістралей, авіації, залізниць.

«Світ Уолта Диснея» в Орландо (США) 1970 р. відвідало 500 тисяч осіб, 1980 р. – 3 млн. осіб, 1989 р. – більше 9 млн. осіб. «Диснейленд» в Токіо (Японія) відкрився 1983 р. і перевищив сподівання: парк відвідало того ж року понад 10 млн. осіб, 1987 р. цей показник зріс до 11 млн. 975 тис., 1988 – до 13 млн. 382 тис., 1989 – до 14 млн. 752 тис., 1993 – до 16 млн. чоловік.

Наслідком розвитку індустрії дозвілля є створення у 70-х роках ХХ ст. інтерактивних та інноваційних розважальних закладів – *центрів сімейного дозвілля*. Центри сімейного дозвілля функціонують автономно або інтегровані в інші види бізнесу. Центри пропонують відвідувачам різноманітні види дозвіллевої та рекреаційної діяльності: ігрові програми, спортивні змагання, віртуальну реальність, розважальні заходи, святкові проекти. Дозвіллеві послуги, що надаються центрами, залежать від обсягів діяльності центру, його фінансових можливостей, складу родин, що відвідуватимуть центр.

Безмежні можливості для індустрії дозвілля та розвитку туристичного бізнесу має інтеграція засобів обслуговування, що призвела до поєднання на одній території різних за призначенням дозвіллевих закладів: парку, готелю, мережі магазинів, клубу, кінотеатру. Яскравим прикладом поширення дозвіллевої індустрії на традиційні заклади дозвілля може бути розважальний центр «Тропікана», що відкрився у Нью-Джерсі (США) 1988 року. На території центру розташовано парк відпочинку, атракціони, готель, казино, гумористичний клуб, приміщення для зустрічей та спілкування, магазини.

### ***1.3. Культурно-дозвіллева діяльність постіндустріального суспільства***

На межі 1960-1970 рр. у розвинутих країнах формується постіндустріальне суспільство. Його динаміка визначається наукоємними, інформаційними технологіями, підвищенням ролі сервісної діяльності. Відбувається інформаційна революція. Виникають нові культурні потреби. Формується глобальна інфраструктура індустрії дозвілля.

Велику роль відіграють засоби зв'язку і ЗМІ.

У 80-х роках ХХ ст. в результаті інтеграційних процесів виникають «магазинні» алеї, що надають торговельні та рекреаційні послуги. Однією з перших таких алеї була Едмонтська Алея (Альберті, Канада), що

почала діяти 1981 року. Вона має більше 800 магазинів, різноманітні атракціони, зоопарк, ковзанку, аквапарк, один з найбільших акваріумів країни, готель «Країна фантазій».

Потужних обертів у Північній Америці, Європі, Японії набуває будівництво *штучних зон дозвілля* (синтетичні тропіки, імітовані середземноморські поселення, казкові тематичні парки, технічні ярмарки). Такі «кунсткамери» дозвілля пропонують ознайомитися із світовими надбаннями «вдома»: відвідати штучні пляжі, покататися на ковзанах та лижах влітку, незважаючи на погодні зміни та природні катаклізми, оглянути Голландське селище у Нагасакі (Японія), взяти участь в оглядовій екскурсії нужденних кварталів Лос-Анджелеса, не боячись політичних негараздів та соціальних криз. На думку вчених та практиків, окремі країни світу скоро перетворяться на суцільні парки дозвілля.

Багато педагогів не сприймають штучних вакаційних зон, вважаючи їх духовною та психічною катастрофою в суспільстві, порівнюючи їх з екологічною. Альтернативою є створення *тематичних парків*. Велике майбутнє має й розвиток *віртуального дозвілля*.

У пошуках нових, ефективних форм організації дозвіллевої та рекреаційної діяльності набуває розвитку спільна робота комерційних дозвіллевих закладів з фондами, асоціаціями, виховними й освітніми установами. Результатом такої співпраці є: розширення доступу до культурно-мистецьких заходів шляхом реалізації програм естетичного виховання, культурно-творчих акцій у певному регіоні; надання допомоги окремим діячам культурно-мистецької сфери; систематичне вивчення духовних запитів населення; сприяння збереженню й розвитку культурної спадщини, розвитку народного мистецтва та народної творчості.

Свідченням модернізації комерційної системи дозвілля в другій половині ХХ ст. можна вважати проникнення у соціально-культурну сферу бізнесу (комерційних фірм, корпорацій, інших бізнесових структур) як засобу підтримки того чи іншого виду мистецтва, соціального чи дозвіллевого проекту, естетичної програми чи культурного заходу. Передумовами такої співпраці стали соціальні, економічні, політичні зміни в сучасному світі.

### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Функції шамана у племені:*
2. *Тематичний парк – це...*
3. *Віртуальне дозвілля – це...*
4. *Штучна зона дозвілля – це...*
5. *Парк відпочинку – це...*
6. *Центр сімейного дозвілля – це...*
7. *Постіндустріальне суспільство – це...*





Дж. Дюмазедье вважає, що **дозвілля** – це єдність трьох мотиваційних устремлінь, що відіграють важливу роль у розвитку індивіда:

- 1) бажання домогтися релаксації і різноманітності переживань,
- 2) збільшити обсяг своїх знань, створити умови для гри емоцій і пам'яті;
- в) розширити можливості своєї участі у спонтанному соціальному участі та безпосередньому міжіндивідуальному спілкуванні.

*Змістовні компоненти* дозвіллевої діяльності:

1. Рекреаційний ефект – позитивні сенсорні враження та емоції (фізичні навантаження на свіжому повітрі, нічний сон, сприйняття ландшафту, споживання їжі, комфортне приміщення).

2. Реалізація прагнень, втілення власної життєвої позиції (паломницькі поїздки, хобі).

3. Усвідомлення професійного мистецтва і народної культури (сприйняття витворів мистецтва, музики, театралізованих дійств).

4. Аматорські художні заняття.

5. Знайомство з історичними пам'ятками і художніми шедеврами культури інших народів.

6. Безпосередня участі у грі, змаганні або спостереження за їх перебігом.

7. ЗМІ (телебачення, радіо, Інтернет).

8. Позитивні соціально-психологічні і міжособистісні контакти для сплесків емоцій та почуттів.

Багато дозвільних занять мають багатоцільовий характер, тому у них можна інтегрувати різні змістовні компоненти.

**Рекреація** (фр. recreation, пол. rekreacja – відпочинок, від лат. recreatio – відновлення сил) – просте відновлення, відтворення фізичних і духовних сил, витрачених людиною в процесі трудової, навчальної та побутової діяльності. Охоплює всі види відпочинку.

**Рекреація** (у вузькому розумінні) – різноманітні види людської діяльності у вільний час, спрямовані на відновлення сил й задоволення широкого кола особистих і соціальних потреб. Останні включають розвиток фізичних і духовних цінностей.

*Форми використання часу в рекреації:*

- 1) туризм,
- 2) лікування,
- 3) відпочинок.

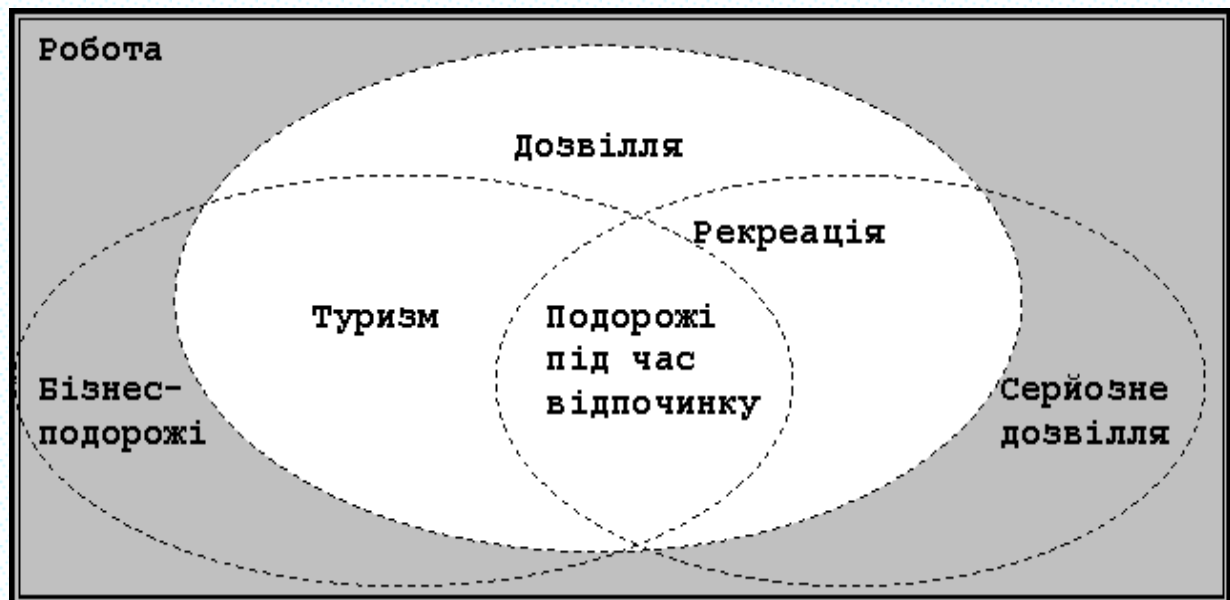


Рис. 1.1. Взаємозв'язок роботи і дозвілля

## 2.2. Мотиви і функції культурно-дозвіллевої та мистецької діяльності

**Цілі дозвілля** – це уявлення про сукупний результат, якого хоче досягти людина у тих чи інших дозвільних заняттях і які усвідомлюються нею як пріоритетні, бажані. Головне в дозвіллі – свобода від звичних обов'язків, реалізація тих аспектів внутрішнього розвитку, які важко здійснити в інших областях практики. Тому дозвілля контрастує з робочими буднями. Мотиви складніші, ніж цілі.

**Мотиви дозвілля = потреби + раціональні цілі + несвідомі прагнення + неявні бажання і комплекси**

Американський соціолог *Г. Маркузе* вважає дозвілля невилльним у тій частині, у якій воно регулюється бізнесом, а також залежить від економічного становища суспільства і людини, культурних, національних та традиційних особливостей. Дозвілля може мати стандартні форми, які замість збагачення призводять до безособовості – комп'ютерні ігри, телебачення.

*Мотиви* дозвіллевої діяльності:

- досягнення рекреаційного ефекту;
- свобода дій;
- розширення життєвого досвіду;

- осмислення власного, чужого існування;
- примноження комунікацій;
- наявність творчого начала;
- отримання тактильних, зорових, смакових відчуттів.

*Дж. Дюмазедьє* вважає, що дозвілля поєднує три мотиваційних прагнення:

- 1) бажання досягти релаксації і різноманіття переживань;
- 2) збільшити обсяг своїх знань, створити умови для гри емоцій та пам'яті;
- 3) розширити можливості своєї участі у спонтанному соціальному та міжособистісному спілкуванні.

*Функції* дозвіллевої діяльності:

- ✓ Компенсаторні – задоволення потреби людини у внутрішньому розвитку.
- ✓ Виховні і просвітницькі – для дітей та молоді – виховання, для старших – вторинна соціалізація.
- ✓ Рекреаційно-оздоровчі, терапевтичні – усувають стрес, неврози, запобігають неврівноваженості.
- ✓ Усвідомлення особистістю протилежних векторів існування – розстановка пріоритетів.

### **2.3. Види дозвілля і класифікація дозвільної діяльності**

*Історичні види дозвілля:*

- ✓ Дозвілля, що реалізується людиною або групою осіб – на основі етно-національних традицій, має спонтанний та органічний характер, проводиться у звичних та розповсюджених формах: настільні ігри, застілля, зустрічі, обряди, змагання, полювання, риболовля.
- ✓ Спеціально організоване дозвілля – характерне для групових та масових заходів, потребує спеціальних навичок розробки, реалізується після попередньої підготовки і неможливе без контролю менеджерів-професіоналів. Організаторами можуть виступати – спеціалізовані фірми, спеціалізовані культурно-дозвільні структури, громадські та політичні організації, релігійні структури, адміністративно-керівний склад трудових колективів, добровільні групи.

*Види дозвілля за місцем проведення:* домашній (сімейний, з коханою людиною, наодинці, з друзями чи сусідами), поза домашній (наодинці, з рідними чи друзями, з партнерами по бізнесу, з малознайомими чи незнайомими людьми).

*Види дозвілля за критеріями:* за віком, статтю, соціально-майновим статусом, рівнем освіченості.

*Види дозвілля за змістовою спрямованістю:*

- культурно-художній – звернення до витворів мистецтва, знайомство з історичними пам'ятками;
- освітньо-розвиваючий – навчання у вільний час, гуртки, просвітницькі заходи;
- природно-рекреаційний – перебування на природі, спілкування з домашніми тваринами, спостереження за дикими тваринами;
- санатрон-оздоровчий і туристичний – мандрівка, відпочинок на курорті;
- спортивно-видовищний – заняття і спостереження за спортивними змаганнями;
- самодіяльно-аматорський – хобі, заняття художньою творчістю;
- звернення до ЗМІ та аудіовізуальної продукції;
- видовищно-розважальний:
  - а) карнавали, святкові гуляння;
  - б) розважальні заходи у приміщеннях (циркові вистави, капусники, концерти);
  - в) розважальні жанри мистецтва (комедії, комікси, трилери);
  - г) легка музика (оперета, мюзикл);
  - д) розважальні заходи у місті (атракціони, концерти);
  - е) ігрова діяльність (казино, іподром).

*Види дозвілля за групами учасників:*

- невелика (2-7 осіб),
- середня (до 30 осіб),
- велика (30-100 осіб);
- надвелика (більше 100 осіб)

*Види дозвілля за важкістю характеру та побудови:*

- одне нескладне заняття, що може складатися з кількох етапів та несхожих між собою процедур – догляд за квітами, читання, засмагання;

- кілька відносно простих занять, у яких суб'єкт дозвілля може звертатися одночасно чи по чергово, з перервами – відвідування ресторану;
- складне за структурою дозвільне заняття, що може складатися з комплексних заходів, що відбуваються одночасно чи по чергово, кожен з яких збирає свою аудиторію – міське свято.

Виділяють також серйозні та звичні види дозвілля; екстравагантні види мають місцевий характер і зустрічаються в окремих місцевостях або стосуються лише деяких верств населення; види дозвілля, що мають анти суспільний або протиправний характер.

### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Культурно-дозвільна діяльність – це...*
2. *Рекреація (у вузькому розумінні) – це...*
3. *Рекреація (у широкому розумінні) – це...*
4. *Дозвілля – це...*
5. *Цілі дозвілля – це...*
6. *Серйозне дозвілля – це...*
7. *Спеціально організоване дозвілля – це...*
8. *Самодіяльне дозвілля – це...*
9. *Культурно-художнє дозвілля – це...*
10. *Освітньо-розвиваюче дозвілля – це...*
11. *Природно-рекреаційне дозвілля – це...*
12. *Санатрон-оздоровче і туристичне дозвілля – це...*
13. *Спортивно-видовищне дозвілля – це...*
14. *Самодіяльно-аматорське дозвілля – це...*
15. *Видовищно-розважальне дозвілля – це...*



## ТЕМА 3. СТРУКТУРА КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЕВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО СВІТУ

### Інформаційний обсяг теми

1. Суб'єкти культурно-дозвіллевої діяльності.
2. Культурно-художні та мистецькі цінності. Матеріально-технічні засоби дозвіллевої діяльності.
3. Суспільний і культурно-мистецький потенціал дозвілля.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Взаємодія суб'єктів культурно-дозвілльної діяльності.
2. Визначення суспільного потенціалу дозвілля.
3. Визначення культурно-мистецького потенціалу дозвілля.

### Теми інформаційних повідомлень

1. Товари культурного призначення.
2. Рослинний світ як компоненти дозвілльної діяльності.
3. Тваринний світ як компоненти дозвілльної діяльності.

### 3.1. Суб'єкти культурно-дозвіллевої діяльності

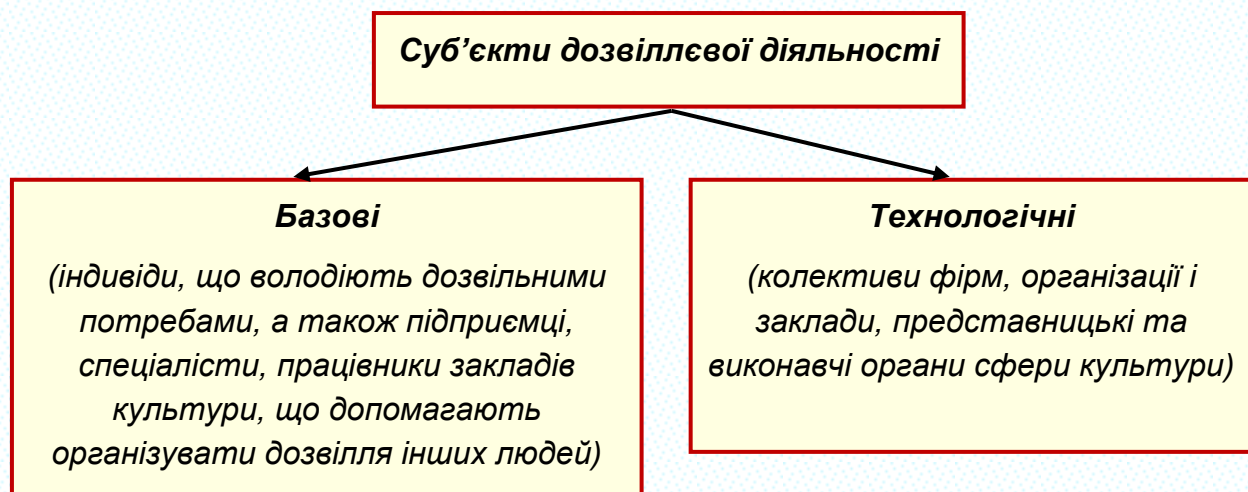


Рис. 1.2. Суб'єкти дозвіллевої діяльності

Індивідуальні суб'єкти поділяються на *групи*:

1) *основні* – індивіди, дружні групи і колективи працівників, що бажають реалізувати свої потреби у дозвільних заняттях –

- самодільні – задіяні у самодіяльно-активних видах дозвілля і не звертаються до послуг організаторів-професіоналів (полювання, риболовля, мандрівки автостопом, піші походи);
- суб'єкти, що вдаються до допомоги організаторів з боку – окремі громадяни та колективи працівників;

2) *організатори* – беруть участь у дозвільній діяльності професійно, створюють умови і допомагають основним суб'єктам реалізувати потреби у відпочинку і розвагах –

- керівний склад професійних організаторів дозвілля – провідні менеджери дозвільних фірм, режисери, керівники закладів культури, що працюють у різних сферах дозвілля і соціокультурного сервісу;
- професійно-творчий склад працівників мистецтва і ЗМІ – здійснюють безпосередній контакт з аудиторією (артисти-виконавці, що працюють у різних жанрах мистецтва, ведучі концертів, концертмейстери, диригенти, журналісти, ведучі радіо- і телепередач);
- висококваліфіковані працівники і спеціалісти різних сфер виробництва товарів і продуктів культурного призначення, а також персонал закладів культури, організації сфери сервісу (працівники друку та видавництва, лікарі, тренери, аніматори рекреаційних центрів, місць розміщення, керівники туристичних груп, екскурсіводи, інженери, програмісти, провайдери);
- рядові виконавці та виробники послуг у сфері дозвілля – працівники закладів культури, дозвільних центрів і тур фірм, що не належать до керівного складу, до висококваліфікованих спеціалістів і творчих працівників (рядові виконавці, помічники, офіціанти, чергові);
- допоміжний персонал – технічні працівники закладів культури, персонал охоронних фірм тощо, які не вступають у тісний контакт зі споживачами послуг;
- представники виконавчої та законодавчої влади у центрі і на місцях, працівники культурних, лікувально-курортних, спортивно-туристичних закладів, інформаційних структур і правових організацій;
- особи та структури, що здійснюють підприємницькі функції, що пов'язані з фінансуванням, а також надають донорську допомогу організа-

торам дозвілля (продюсери, органи влади, громадські фонди, спонсори, меценати), партнери по бізнесу (банківські структури).

Класифікації колективних організаторів дозвілля:

- За формою власності – заклади муніципальної власності, державні, приватної власності юридичних чи фізичних осіб
- За різновидом діяльності видом культурно-дозвільного продукту підприємств і закладів дозвілля:
  - ті, що виробляють товари і продукти культурного призначення (поліграфічні комбінати, художні майстерні),
  - ті, що надають різні послуги (матеріальні – реставрації, відеозапис; нематеріальні – розвивальні, фотозйомки),
  - ті, що торгують культурними товарами, предметами мистецтва.
- За цільовою спрямованістю підприємств і закладів дозвілля (культурне просвітництво, художня творчість, відпочинок та розвага аудиторії).
- За способом господарювання підприємств чи закладу дозвілля (комерційні, некомерційні, змішаний тип).



*Рис. 1.3. Інституційна структура дозвіллевої сфери*



### **3.2. Культурно-художні та мистецькі цінності. Матеріально-технічні засоби дозвіллевої діяльності**

Культурно-художні цінності і товари культурного призначення:

- культурно-історичні та художні цінності, що знаходяться в музеях;
- цінності що розташовані на історичних територіях
- цінності регіонального локального чи приватного значення.

*Значення:* культурно-виховний ефект, економічний ефект завдяки входження у економічну інфраструктуру.

Предмети і товари культурного призначення: книжкова продукція, настільні ігри, образотворча продукція, ком пакт-диски, аудіо-продукція, колекційна та сувенірна продукція.

Важливе значення має природно-ландшафтна основа, рослинний і природний світ як компоненти дозвільної діяльності. Великим є попит на екологічно чисте середовище, здоровий ландшафт і клімат.

До *масштабних чистих зон* відносять: рекреаційні, курортні, заповідні, особливо охоронні зони відпочинку, заказники-заповідники, великі парки (національні, прогулянково-пейзажні, аквапарки).

До *локального рекреаційного простору* належать: зелені насадження, міські сади, парки, зони відпочинку, майданчики розваг.

Дозвільні заняття, у процесі яких людина звертається до рослинного світу, представників тваринного світу: зоопарки, зоомагазини, сервісні фірми з розведення і продажу звірів, кімнатних та вуличних рослин. Сьогодні природні компоненти ландшафтного середовища, флори і фауни вводяться у приміщення закладів дозвілля і центрів розваг.

До матеріально-технічних засобів дозвіллевої діяльності відносяться:

- матеріальні споруди і будови – стадіони, національні парки, фітнес-клуби, ресторани, культурні заклади, альтанки, лавки, місця для пікніку (важливими є дизайн і безпека),
- машини, технічні засоби та механізми – атракціони, тренажери, обладнання для дитячих майданчиків, тирів, більярдних залів, боулінг- і фітнес-клубів,
- комп'ютерна техніка,
- промислові товари і ресурсні засоби – харчові продукти, напої, одяг, лікувально-оздоровчі препарати, санітарно-гігієнічні засоби.

*Вимоги:* зручність, простота використання, безпека.

### 3.3. Суспільний і культурно-мистецький потенціал дозвілля

Раніше суспільний потенціал дозвілля визначався релігією. У культурі Стародавнього світу і Середньовіччя девізом дозвілля було: якщо ціль дозвілля – конструктивні завдання і суспільно-значимі цінності, воно має для особистості позитивний характер. У епоху Просвітництва девіз дозвілля: тільки те дозвілля, який наповнений позитивним змістом по відношенню до особистості і оточуючих людей, може бути визнаний позитивним для усього суспільства.

Сучасне західноєвропейське суспільство звернулося до інших цінностей – повсякденних турбот, споживчих потреб, задоволень і розваг. На вибір занять у вільний час спливають мода, реклама, соціальний статус. Індивідуальні потреби перетворюються у суспільні. Людина усвідомлює свою ідентичність з культурним середовищем, глибше інтегрується у життєвий простір свого суспільства.

Суспільна значимість дозвілля – це зворотний бік його індивідуальної значимості. Сучасне суспільство розглядає дозвільну діяльність як самостійну сферу життєдіяльності, яка тісно перегукується зі сферами: спорт, мандрівки, релігія, мистецтво, сімейно-родинні відносини, побут, система соціальних комунікацій, практика масових видовищ, індивідуальні захоплення.

*Соціальна стратифікація дозвіллевих занять.* Індивідуальний розвиток людини трансформує його соціальні та культурні потреби, включаючи проведення вільного часу. У молодому віці соціальне середовище повинно створити сприятливі умови для того, щоб молодь могла: засвоїти культурну спадщину, фольклор, народні ігри, музику, важливі моральні цінності; реалізувати свій творчий потенціал, вроджені якості, які визначають конструктивний розвиток особистості. Тому у кожному суспільстві є великий обсяг ігор, мистецтва, розваг, призначених для індивідуального розвитку підростаючого покоління.

Пік потреби спілкування з однолітками спостерігається у 15-25 років. Дозвілля людей похилого віку пов'язано з рекреаційними потребами, хоча і у цьому віці доцільно вводити інновації в дозвілля. Для представників середнього віку пропонується організоване дозвілля, що залежить від: місця проживання, сімейного стану, характеру та рівня оплати праці, індивідуальних захоплень.

### Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)

1. *Базові суб'єкти дозвілля – це...*
2. *Технологічні суб'єкти дозвілля – це...*
3. *Масштабні чисті зони – це...*
4. *Локальний рекреаційний простір – це...*
5. *Культурно-художні цінності – це...*
6. *Товари культурного призначення – це...*



## **ТЕМА 4. РОЛЬ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ У РОЗВИТКУ ДОЗВІЛЛЯ**

### **Інформаційний обсяг теми**

1. Культура та етика дозвіллевої діяльності.
2. Призначення держави у розвитку культури і дозвілля.
3. Регулювання розвитку дозвіллевої діяльності підростаючого покоління.

### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Створення національних проєктів в області культури та дозвілля.
2. Дозвіллева діяльність молоді.

### **Теми інформаційних повідомлень**

1. Соціальна стратифікація дозвіллевих занять.
2. Використання дозвілля в поліетнічних спільнотах для соціально-культурної інтеграції.
3. Державно-правове та суспільне регулювання діяльності ЗМІ та мережі Інтернет.
4. Правове регулювання організації різних видів дозвілля.

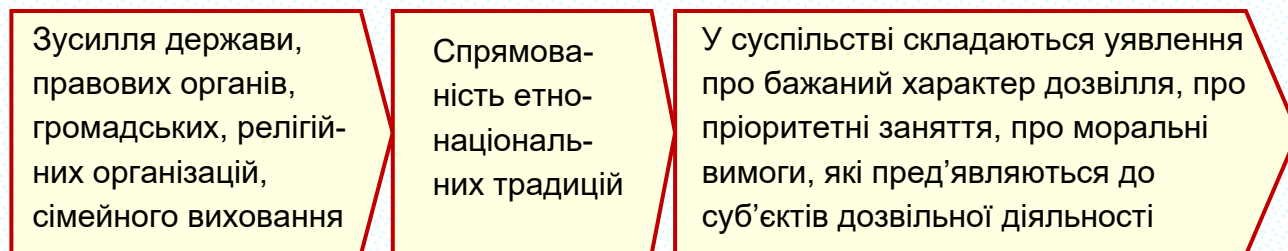
#### ***4.1. Культура та етика дозвіллевої діяльності***

Дозвільна активність реалізується як суспільна необхідність. Тому у кожній країні виробляються уявлення про культуру дозвілля.

*Культура індивідуального і суспільного дозвілля* передбачає таке проведення людьми вільного часу, яке збалансоване за різними видами рекреаційної, розвивальної і розважальної активності, наповнене соціально значущим сенсом і оцінюється у даному суспільстві як відповідне до сучасних вимог, узгоджене з вітчизняними традиціями. Культура індивідуального і суспільного дозвілля пов'язана із системою еталонних норм

дозвільної діяльності, які склалися у народу, громадян країни і які співвідносні з сучасними якостями дозвілля, етичними принципами рекреаційної діяльності.

Для того, щоб дозвілля інтегрувалося з суспільством потрібні умови та механізми – це соціальні інститути, традиції і звичаї, духовні цінності. Сьогодні до таких механізмів додаються бізнес, ЗМІ, реклама, мода, сучасна держава, що створює законодавчо-правові механізми.



*Рис. 1.4. Інтеграція дозвілля і суспільства*

До основних суб'єктів проведення і організації дозвілля пред'являються однакові серйозні вимоги морального, психологічного, технологічного і правового характеру. Таким чином формується уявлення про етику дозвільної діяльності.

**Етика дозвілля** – моральні принципи і духовні цінності, що визначають його цілі, функції і в цілому поведінку людини на відпочинку, а також його взаємодії з оточуючими людьми, дбайливе ставлення до природи. Також виробляються етичні вимоги до поведінки артистів, обслуговуючого персоналу по відношенню до аудиторії і відвідувачів дозвільних закладів.

У суспільстві завжди існують окремі уявлення про відпочинок і розваги, які не співпадають з культурою та етикою дозвілля, суперечать традиціям чи закону. Особливо організаторам дозвілля потрібно бути обережними при трансляції дозвільних розваг з однієї країни в іншу.

#### **4.2. Призначення держави у розвитку культури і дозвілля**

У Новому часі і епоху просвітництва дозвілля використовувалось для формування громадянського суспільства. З часом сформувалася цілісна культурна політика. З часом законодавчо стали регламентуватись робочий та вільний час, почали відзначатися загальногромадянські свята. Дозвілля може виступати фактором усвідомлення суспільством своєї національної єдності і розвивати у людей громадянські почуття. Пере-

розподіляючи фінансові ресурси, держава своєю культурною політикою створює сприятливі умови для того, щоб представники молоді і соціально незахищені верстви населення могли долучатись до національної спадщини, включаючи творчі заняття, ознайомитись із сучасними формами дозвілля.

**Культурна політика** – це система заходів і законодавчо-правових механізмів, що здійснюються органами влади з метою культурного розвитку окремих груп населення і всього суспільства.

Держава сприяє розвитку і регулює діяльність ЗМІ, музеїв, бібліотек, спорту, туризму, освітньої системи, спрямовує зусилля на виховання підростаючого покоління. Державно-правове регулювання стосується регламентації діяльності бізнесу у сфері культури і рекреації, домашніх і недомашніх занять населення у вільний час.

У рамках загальнодержавної чи регіональної культурної політики, а також завдяки корпоративній або громадській ініціативі у різних країнах здійснюються великі інноваційні проекти у сфері культури і дозвілля. Це дозволяє підвищити культурний престиж регіону і країни. Владні органи мають можливість: стимулювати розробку проекту, об'єднати сторони, підтримати впровадження і подальший розвиток проекту у суспільній практиці. Приклади: Канський фестиваль у Франції, розвиток в'їзного туризму у Туреччині.

Контроль за діяльністю ЗМІ, глобальних мереж зв'язку здійснюється навіть у демократичному суспільстві (поширення незаконної інформації через Інтернет, цензура ЗМІ). Приватні ЗМІ у конкурентній боротьбі і гонитві за сенсаціями подають недостовірну інформацію, формують неетичні програми. Виходом є *громадські ЗМІ*, що покликані виражати національні інтереси, публікувати матеріали, розраховані для різних верств населення. У Великобританії – Бі-Бі-Сі, у Німеччині – АРБ і ЦДФ, у Японії – Ен-Ейч Кей, у США – Паблік Бродкастінг Систем. Рекламна продукція майже відсутня, надається перевага освітнім, культурно-просвітницьким, історичним, художньо-естетичним програмам.

Особливо важлива державна культурна політика у полі етнічних суспільствах, що спрямована на залучення представників різних національностей до громадських дозвільних заходів.

У різних країнах відмінним є ставлення держави і громадськості до надання секс-послуг та грального бізнесу. Найбільш спокійним є ставлення до секс-послуг у Німеччині, а до грального бізнесу – у США. Проте

і в цих країнах державою встановлюються обмеження на організацію цих видів дозвілля.

### **4.3. Регулювання розвитку дозвіллевої діяльності підростаючого покоління**

Будь-яке суспільство визнає особливе значення дозвілля у процесі виховання підростаючого покоління. Період становлення особистості (3-25 років) є ключовим у процесі розвитку дозвілля.

Діти *дошкільного віку* оволодівають навичками праці, спілкування, моральними цінностями рідної культури. Участь дорослого у процесі пояснення дозвільних занять є важливою.

Час дітей *шкільного віку* розподіляється на навчальне і дозвільне. Навчання для дітей і юнацтва до 15-17 років є трудовим заняттям, а не відпочинком. Дозвілля стосується більше вихідних днів і канікул. Дітей потрібно відгородити від втілення зла, насилля, бездуховності у матеріалах ЗМІ, деяких жанрах мистецтва. Це робиться у законодавчій площині.

Проблеми педагогіки дитячого і молодіжного дозвілля є у центрі уваги батьків, працівників виховних і освітніх закладів, організаторів дозвілля.

#### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Культурна політика – це...*
2. *Громадські ЗМІ – це...*
3. *Культура індивідуального і суспільного дозвілля – це...*
4. *Етика дозвілля – це...*
5. *Дошкільний вік – це...*
6. *Шкільний вік – це...*

#### **Аналітичне завдання**

Проаналізуйте статистичні дані, подані на *рисунок 1.5*:



**Рис. 1.5.** Структура видатків на культуру та мистецтво за джерелами 2018 р. – ліворуч, 2021 р. – праворуч

*Джерела:* Державний комітет статистики України.

URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> ; Офіційний сайт Верховної Ради України.

URL: [https://www.rada.gov.ua/news/news\\_kom/241512.html](https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/241512.html)





## **ТЕМА 5. ОРГАНІЗАЦІЯ ДОЗВІЛЛЯ ТА ЕКОНОМІКА КУЛЬТУРИ**

### **Інформаційний обсяг теми**

1. Економіка культури та її соціальне значення.
2. Структура економіки культури.
3. Сутність соціокультурних і дозвільних послуг та продуктів.

### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Соціокультурні послуги.
2. Функції економіки культури.
3. Дозвільні послуги.

### **Теми інформаційних повідомлень**

1. Культурний продукт.
2. Інфраструктура культури і дозвілля.
3. Організаційно-правові форми культурного виробництва і культурно-дозвільних послуг.

### **5.1. Економіка культури та її соціальне значення**

Цілісна культура народу відтворюється історично, тобто за допомогою життєдіяльності різних поколінь, у рамках культури економіка займає визначене місце поряд з політикою, релігією, мистецтвом. Тому культура є системою, що складається з різних сфер діяльності і повсякденних відносин.

Будь-яке сучасне суспільство включає в себе інтегровану *соціокультурну сферу*, яка в свою чергу складається з елементів:

- 1) простори породження культурних цінностей у системі освіти, науки, мистецтва (художня культура, освітня діяльність, інформаційна діяльність);

2) виробництво товарів культурного призначення (сфера господарської діяльності);

3) діяльність з поширення культурної інформації (інформаційна діяльність, науково-пізнавальна діяльність);

4) системи організації дозвілля населення і надання культурно-дозвільних послуг (сфера господарської діяльності, сфера повсякденних відносин).

У будь-якій культурі завжди немало механізмів, які, діючи спонтанно, одночасно потребують в організаційно-адміністративному, правовому регулюванні, а також у матеріальній підтримці спеціалізованих інститутів і громадських структур. Така підтримка здійснюється різними способами:

- через соціальну і культурну політику органів влади,
- через активність громадських організацій, спонсорів, меценатів,
- шляхом включення соціокультурних механізмів у ринкові відносини.

**Економіка культури** – це широка область виробництва, пов'язана з функціонуванням и обслуговуванням вказаних вище сфер сегментів культури – повсякденних відносин людей, їх дозвільних занять, системи освіти, мистецтва, інформації. Мова йде не про усю культуру, а про відтворення деяких її областей і сегментів в системі економічного виробництва.

*Функції економіки культури:*

- інкультуризація і соціалізація нових поколінь,
- підтримка соціальних зв'язків і взаємодій,
- потреби людини в рекреації і самореалізації, переважно у вільний час,
- духовний розвиток (естетичний, моральний, релігійний, інтелектуальний) як всього суспільства, так і різних соціальних груп, конкретних громадян.

*Культурно-дозвільна діяльність* як частина економіки включає в себе:

- підприємства, що випускають товари культурного призначення;
- заклади культури і організації, що надають дозвільні послуги;
- фірми, що створюють і транслюють кіно-, теле-, радіопродукцію;
- туристичні організації;
- розважальні центри тощо.

В умовах ринку у дозвільну діяльність впроваджується нова техніка, розвиваються ефективніші технології соціального і культурного обслуго-

ування. Водночас ринкові відносини у сфері культури і дозвілля мають свою специфіку, оскільки вони одночасно конфліктують із сутністю культурного розвитку (виховання нових поколінь, духовний розвиток особистості, творча діяльність в мистецтві, дозвілля, пізнавальні завдання суспільства). Ринок здебільшого є антидемократичним, породжуючи соціальну несправедливість, антидуховність. Економізація і комерціалізація сфери культури виросла, що потребувало від суспільства нових політико-господарських стратегій відносно її розвитку.

## 5.2. Структура економіки культури

У сучасній господарській практиці економіка культури охоплює різні сектори.

Таблиця 1.1

### Місце економіки культури в господарській практиці

Сектор	Галузі	Задоволення культурно-дозвіллевих потреб
Первинний	сільське господарство, добувна промисловість	
Вторинний	промислове виробництво, включаючи виробництво товарів культурного призначення	виробництво товарів культурного призначення
Третинний	сфера послуг, у рамках яких реалізуються соціокультурні послуги	соціокультурні та дозвільні послуги
Четвертинний	інформаційні, телекомунікаційні послуги	рекламні, інформаційні, телекомунікаційні послуги
П'ятий	послуги, високоінтелектуальної праці – художньо-творчою та науково-технічною	художні цінності і результати наукової творчості, задіяні в економіці культури

Культурне виробництво і соціокультурні послуги, виступаючи одиницями економіки, мають спільну спрямованість і змістовну ціль. Проте вони розташовані в різних секторах економічної практики.

**Інфраструктура культури і дозвілля** – це комплекс галузей, закладів і організацій господарської практики, які створюють умови їх функціонування як економічної галузі.

**Елементи:**

1. Виробничий і сервісний комплекси тих галузей господарства, які обслуговують населення у вільний час і створюють умови для рекреації,

індивідуального розвитку людей, їх розваг. Це історичні центри, культурні пам'ятки, галузеві організації сфери культури та мистецтва, розвивальні організації, міські зони відпочинку, заклади надання спортивно-оздоровчих, культурних, художньо-навчальних послуг, рекреаційні зони поза містом, тур фірми і система гостинності, ігрові центри, тематичні парки, ресторани, модельний бізнес.

2. Виробництво і трансляція культурно-дозвільної інформації. Це розважальні телепрограми, радіопередачі, мережа Інтернет, артпродукти, редакційно-видавнича діяльність, виробництво товарів і техніки культурно-спортивного призначення.

3. Дороги, зв'язок, транспорт.

4. Професійні кадри і заклади з їх підготовки.

**Індустрія дозвілля** – це бізнес у сфері дозвільного сервісу, виробництво продуктів і послуг на сучасній технічній базі.

**Індустрія розваг** – це бізнес, спрямований на заняття, які надають людям задоволення, створюють святковий настрій.

### **5.3. Сутність соціокультурних і дозвільних послуг та продуктів**

**Послуги соціального спрямування** – це послуги, що дозволяють кожній людині розвиватися як громадянину, члену сучасного суспільства, суб'єкту соціальних відносин. Приклади: торгіві, транспортні, юридичні, громадського харчування, гостинності і розміщення, рекреації і медичного обслуговування, фізичної культури, зв'язку, інформаційно-рекламні.

**Культурні послуги** – це послуги, які набувають розвивальний, освітній і творчий характер, включають змістовно-духовний потенціал. Приклади: послуги виховання, освіти, індивідуального розвитку, у сфері культури та мистецтва, паломництва, модельного і шоу-бізнесу тощо.

**Соціокультурні послуги** – це послуги, що мають двоїстий характер і розвиваються у сферах рекреації та дозвілля. Приклади: туристичні послуги, рекреаційно-оздоровчі. **Ознаки:**

1. Надавані послуги мають невідчутний, неречовий характер.
2. Послуги не існують до початку їх надання.
3. Споживач часто бере участь у наданні послуги.
4. Споживач послуг не може стати їх власником.
5. Надання послуги – це діяльність, тому послуги не можуть бути протестовані і оцінені раніше, ніж покупець їх оплатить.

6. Конкретна послуга являє собою конкретну споживчу вартість лише у певний час.

7. Попит на послуги є мінливим.

**Культурний продукт** – це завершена одиниця культурно-дозвільного виробництва. Це результат технічного забезпечення, технологічності, ретельної переробки усіх аспектів сервісної діяльності у багатьох сегментах індустрії дозвілля. Уречевлені – це книги, компакт-диски, кінофільми, записи телепрограм тощо. Неуречевлені – це театральні спектаклі, прямий ефір телепередачі, система послуг фітнес-клубів, ресторанів, казино тощо.

### Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)

1. Економіка культури – це...
2. Інфраструктура культури і дозвілля – це...
3. Індустрія дозвілля – це...
4. Послуги соціального спрямування – це...
5. Соціокультурні послуги – це...
6. Культурний продукт – це...
7. Уречевлені культурні продукти – це...
8. Не уречевлені культурні продукти – це...

### Аналітичне завдання

Проаналізуйте статистичні дані, подані в таблиці 1.2:

Таблиця 1.2

### Індекси капітальних інвестицій за видами економічної діяльності за 2018–2021 рр., % до підсумку

Роки	Тимчасове розміщування й організація харчування	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок
2018	106,7	185,8
2019	148,7	117,1
2020	55,2	28,9
2021	110,9	201,5

Джерело: Державний комітет статистики України.

URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>



## **ТЕМА 6. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРИ І ДОЗВІЛЛЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВЗАЄМОДІЙ**

### **Інформаційний обсяг теми**

1. Культурно-дозвіллева діяльність постіндустріального суспільства.
2. Формування світової культурно-дозвільної інфраструктури.
3. Альтернативність культурно-дозвіллевих видів діяльності і технізація дозвілля.

### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Світова культурно-дозвільна інфраструктура.
2. Вибір культурно-дозвільних видів діяльності.
3. Процес технізації дозвілля.

### **Теми інформаційних повідомлень**

1. Культурний продукт.
2. Інфраструктура культури і дозвілля.
3. Організаційно-правові форми культурного виробництва і культурно-дозвільних послуг.
4. Створення тематичних парків і штучних зон дозвілля.

### ***6.1. Культурно-дозвіллева діяльність постіндустріального суспільства***

На межі 1960–1970 рр. у розвинутих країнах формується постіндустріальне суспільство. Його динаміка визначається наукоємними, інформаційними технологіями, підвищенням ролі сервісної діяльності. Відбувається інформаційна революція. Виникають нові культурні потреби. Формується глобальна інфраструктура індустрії дозвілля.

Велику роль відіграють засоби зв'язку і ЗМІ.

У 80-х роках ХХ ст. в результаті інтеграційних процесів виникають «магазинні» алеї, що надають торговельні та рекреаційні послуги. Однією з перших таких алей була Едмонтська Алея (Альберті, Канада), що почала діяти 1981 р. Вона має більше 800 магазинів, різноманітні атракціони, зоопарк, ковзанку, аквапарк, один з найбільших акваріумів країни, готель «Країна фантазій».

Потужних обертів у Північній Америці, Європі, Японії набуває будівництво *штучних зон дозвілля* (синтетичні тропіки, імітовані середземноморські поселення, казкові тематичні парки, технічні ярмарки). Такі «кунсткамери» дозвілля пропонують ознайомитися із світовими надбаннями «вдома»: відвідати штучні пляжі, покататися на ковзанах та лижах влітку, незважаючи на погодні зміни та природні катаклізми, оглянути Голландське селище у Нагасакі (Японія), взяти участь в оглядовій екскурсії нужденних кварталів Лос-Анджелеса, не боячись політичних негараздів та соціальних криз. На думку вчених та практиків, окремі країни світу скоро перетворяться на суцільні парки дозвілля.

Тематичні парки «Disneyland», іспанський парк пригод «Port Aventura», «Santa-Park» в Лапландії, музеї типу «Скансен» (м. Стокгольм, Швеція), фортеці-музеї із лицарськими турнірами і фестивалями привидів – у Великобританії і Словачії, костюмовані бали у Відні тощо. В Україні такими прикладами можуть бути фольклорні свята і обряди – Масляна, Обжинки, цикл новорічних свят з колядками й щедрівками на базі Музеїв народної архітектури й побуту, Козацькі забави та турніри на Хортиці, в Кам'янець-Подільському.

Головною передумовою створення *віртуального дозвілля* стало активне використання комп'ютерної техніки у дозвіллевій сфері. За допомогою комп'ютерів значно спрощується обслуговування клієнтів (зокрема, продаж квитків); удосконалюється маркетинг організацій (наприклад, електронні картки використовуються як сувенірна продукція, діє система знижок та пільг для окремих категорій відвідувачів). Збільшується прибуток дозвіллевих закладів і завдяки використанню цифрових систем зображення для безпеки діяльності дозвіллевої установи, удосконалюється процес фотографування. Багато років величезну популярність серед туристів мають галереї гральних автоматів, що пропонують автозмагання з перешкодами, електронні тематичні парки, клуби віртуальної реальності та ін.

Американський економіст Дж. Ріфкін, автор книги «Кінець праці», стверджує, що з середини ХХІ ст. 5% світової робочої сили буде достат-

ньо, щоб забезпечити весь сектор виробництва товарів та послуг. Зародження суспільства дозвілля несе у собі додаткові загрози дегуманізації.

Хоча аналіз зарубіжного досвіду доводить, що створення штучних дозвіллевих центрів доцільне в тих регіонах, де немає туристичних об'єктів. Якщо ж подібні центри створюються в місцях потужних туристичних потоків, вони лише шкодять природному середовищу та екології.

У пошуках нових, ефективних форм організації дозвіллевої та рекреаційної діяльності набуває розвитку спільна робота комерційних дозвіллевих закладів з фондами, асоціаціями, виховними й освітніми установами. Результатом такої співпраці є: розширення доступу до культурно-мистецьких заходів шляхом реалізації програм естетичного виховання, культурно-творчих акцій у певному регіоні; надання допомоги окремим діячам культурно-мистецької сфери; систематичне вивчення духовних запитів населення; сприяння збереженню й розвитку культурної спадщини, розвитку народного мистецтва та народної творчості.

Свідченням модернізації комерційної системи дозвілля в II половині ХХ ст. можна вважати проникнення у соціально-культурну сферу бізнесу (комерційних фірм, корпорацій, інших бізнесових структур) як засобу підтримки того чи іншого виду мистецтва, соціального чи дозвіллевого проєкту, естетичної програми чи культурного заходу. Передумовами такої співпраці стали соціальні, економічні, політичні зміни в сучасному світі.

## **6.2. Формування світової культурно-дозвіллевої інфраструктури**

У II половині ХХ ст. почалися проблеми розвитку культурно-дозвіллевої діяльності як суспільного та економічного явища. Світова культурно-дозвільна інфраструктура почала складатися з різних ланок у країнах, розташованих на різних континентах, які активно беруть участь в міжнародному обміні культурними товарами і дозвільним сервісом.

Важливим компонентом глобальної інфраструктури виступають безпрецедентні за масштабом охоплення та інтенсивності поширення продукції *інформаційно-культурні комунікації* різних видів: телекомунікаційні системи, кіновиробництво, радіо- та музична індустрія, комп'ютерні мережі. Ці ланки забезпечують поширення світом продукції масової культури.

Наступна ланка світової індустрії дозвілля – *міжнародний туризм*. Він включає в себе курортно-туристичну індустрію, індустрію перевезень, розміщення, харчування, розваг.



З одного боку, туристичні потоки розташовані на територіях зі сприятливим для відпочинку кліматом і екологічно чистим середовищем, а також з мережею історичних територій і пам'яток. З іншої – спостерігаються протирічливі процеси: саме навколо курортно-рекреаційних територій і зон відпочинку створюються нові центри розваг, тематичні парки, проводять заходи дозвільного характеру, які збільшують кількість туристів.

В середині ХХ ст. найважливіші компоненти світової інфраструктури культури і дозвілля були розташовані у країнах Західної Європи, Північної Америки, Радянському Союзі. На межі ХХ-ХХІ ст. картина змінюється. Найважливіші частини цієї інфраструктури залишалися у Західній Європі, країнах Середземномор'я, США, але з'явилися нові ланки у країнах Центральної Америки, деяких державах Південної та Південно-Східної Азії.

Виробниками культурної продукції і центрами дозвілля є США, Франція, Німеччина, Великобританія. У частині культурних виробництв до них стали приєднуватись деякі держави і міста, розташовані на інших материках – Мексика, Бразилія, Гонконг, Бомбей. Туристів усе більше приваблюють Мексика, Китай, Індія.

### ***6.3. Альтернативність культурно-дозвільних видів діяльності і технізація дозвілля***

Існує великий спектр рекреаційних занять і ціннісно-змістових напрямків дозвілля. Стає більше видів і фірм обслуговування. Розвиваються такі сегменти як виробництво товарів культурного призначення, індустрія харчування і розваг, інформаційно-культурні комунікації. Високий ступінь конкуренції змушує виробників реагувати на запити, які відхиляються від масових потреб. Таким чином, на ринку культурних продуктів і послуг постійно зберігається попит як на стереотипні сервісні продукти, так і на дозвілля альтернативного плану.

З одного боку, існують масові і опосередковані форми дозвілля, але одночасно зберігається прагнення до групових форм його проведення, коли домінують комунікації «тут і зараз», «обличчям до обличчям». При поширенні усередненої культурної продукції продовжує цінуватися багатий зміст дозвілля, який можна знайти у класичному або релігійному мистецтві, у народних формах відпочинку.

Стандартизація робить відпочинок безпечним, полегшує контроль за якістю обслуговування, знижує собівартість товарів і послуг. Проте це

скорочує відчуття новизни вражень від дозвілля. Тому з'являються нові види відпочинку (екстремальний туризм), розширення активних видів рекреації (з використанням тварин, піших походів тощо), анти урбаністичний туризм (провінційний, агро-, екотуризм).

**Екологічний туризм** – тип туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та, часто, природоохоронних територій.

**Агротуризм, сільський туризм** – туризм у сільській місцевості: у селах, на хуторах, у зручних селянських будинках, в агрооселях.

Організація дозвілля індустріального типу неможлива без опори на техніку і автомати. Вони дозволяють полегшити працю обслуговуючого персоналу, внести новизну у зміст самого дозвілля. Приклад: індустрія харчування, гостинності, шоу-технології, організація атракціонів. Скорочується доля самостійної творчості і свободи відпочиваючого.

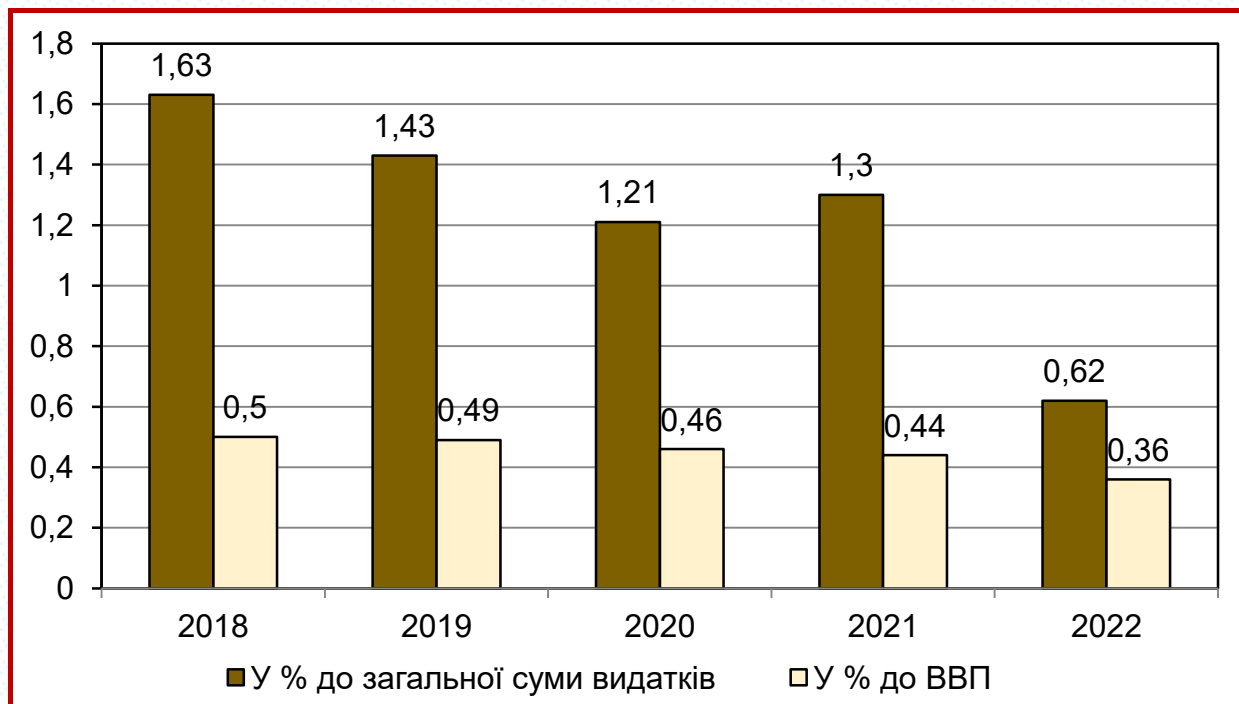
Перше місце у дозвільній техніці за частотою і масштабу звернень посідають телетрансляція, Інтернет, електронні ігри. Результати не завжди є задовільними (соціально-психологічні ефекти, асоціювання електронних іграшок з живими істотами, переживання підробних емоцій). Створюються неприродні штучні зони відпочинку, тематичні парки, ігрові приміщення з комп'ютерною графікою, зони штучного клімату. Іноді виявляється відсутність відчуття міри і поганий смак організаторів. Користувачі техніки повинні діяти за інструкцією, не проявляючи індивідуальності.

### Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)

1. *Постіндустріальне суспільство – це...*
2. *Штучна зона дозвілля – це...*
3. *Віртуальне дозвілля – це...*
4. *Тематичний парк – це...*
5. *Інформаційно-культурні комунікації – це...*
6. *Технізація дозвілля – це...*
7. *Екотуризм – це...*
8. *Агротуризм – це...*

### Аналітичне завдання

Проаналізуйте статистичні дані, подані на *рисунку 1.6*:



**Рис. 1.6.** Видатки зведеного бюджету України на культуру і мистецтво

Джерела: Державний комітет статистики України.

URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>;

Офіційний сайт Верховної Ради України.

URL: [https://www.rada.gov.ua/news/news\\_kom/241512.html](https://www.rada.gov.ua/news/news_kom/241512.html)



## **ТЕМА 7. РОЗВИТОК КУЛЬТУРНО- ДОЗВІЛЛЕВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ**

### **Інформаційний обсяг теми**

1. Складові одиниці культурно-дозвільного комплексу української економіки.
2. Українське законодавство у сфері сервісу, культури, дозвілля.
3. Організаційно-правові відносини нового типу у сфері дозвілля.

### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Масове самодіяльне дозвілля у незалежній Україні.
2. Книжкова справа у незалежній Україні.
3. Фестивалі і конкурси у незалежній Україні.

### **Теми інформаційних повідомлень**

1. Роль масової культури і розваг.
2. Проблеми сучасного розвитку дозвільної діяльності в різних регіонах світу.

#### ***7.1. Складові одиниці культурно-дозвільного комплексу української економіки***

У нашій країні *дозвіллєва сфера* за інституційним критерієм містить:

- культурно-дозвіллєві заклади (клуби, будинки культури, будинки народної творчості);
- установи соціокультурної сфери (бібліотеки, музеї, кінотеатри, філармонії, концертні зали);

- позашкільні заклади (палаци дитячої та юнацької творчості, клуби за місцем проживання тощо);
- літні табори, санаторії, освітні заклади (загальноосвітні, професійно-технічні, вищої освіти);
- туристично-готельні установи, розважальні заклади (нічні клуби);
- паркові комплекси, стадіони, басейни, спортивні майданчики.

До сучасних інститутів дозвілля належать комплексні комерційні дозвіллеві центри, гральні салони, казино та ін. Суттєвий дозвіллевий потенціал мають громадські організації, благодійні фонди, різноманітні об'єднання громадян.

Велика кількість інститутів дозвілля може ілюструвати його доцільність у соціальній інфраструктурі, значне суспільне навантаження. Однак соціальні умови, що змінюються, диктують певні правила існування дозвіллевої сфери. В сучасній Україні організація інфраструктури дозвіллевої сфери перебуває в стані трансформації. Традиційна структура закладів та установ дозвілля руйнується, занепадає, потерпає від недофінансування.

Таким чином, необхідно оптимізувати дозвіллеву інфраструктуру, зокрема соціально-педагогічними засобами. Наприклад, у Палацах дитячої та юнацької творчості є соціально-виховні відділи, але зміст їх діяльності залишається одностороннім – здебільшого організація масових заходів. Інший приклад: у юнацьких бібліотеках є спеціальні відділи з характерною назвою (відділ сприяння естетичному розвитку та організації дозвілля молоді), котрі здебільшого організують роботу міні-гуртків рукоділля або ж естетичних видів діяльності. З одного боку, наведені приклади свідчать про увагу до соціального розвитку в дозвіллевій сфері, а з іншого, – про обмеженість діяльності в цьому напрямі.

Дослідники сфери дозвілля зважають на те, що неможливо оминати інноваційні процеси, зокрема для вдосконалення змісту дозвіллевої діяльності.

**Дозвіллєві інновації** – це такі явища сфери дозвілля, яких не було на попередній стадії розвитку суспільства, але які виникли і знайшли свій прояв або в абсолютно нових формах дозвіллевої діяльності, або в трансформаційних формах, що існували раніше. Однією з новітніх тенденцій, наприклад, молодіжного дозвілля, є комп'ютеризація та використання мережі Інтернет як засобу самореалізації.

*Особливості розвитку дозвіллевої сфери:*

- ✓ наявність явища регіоналізації в площині дозвілля;
- ✓ деякі форми користуються попитом і доступні практично всім верствам населення (телебачення, домашнє хобі, суспільно-політична і релігійна діяльність);
- ✓ участь у деяких формах культурно-дозвіллевої практики елітарного типу (відвідування театрів, музеїв, концертів) поступово скорочується відповідно до рівня соціальних сходинок.

Як і раніше, відрізняються дозвіллеві орієнтації жителів міст і сіл:

- перші активніше обстоюють подолання національного екстремізму, ворожого ставлення до інших культур;
- жителі міст та міських поселень частіше вимагають забезпечення гарантованих державою безплатних культурно-дозвіллевих послуг, виявляють культурну свідомість, що пов'язана з відродженням української культури.

Процес трансформації дозвіллевої сфери пов'язаний як із загальносвітовою соціокультурною ситуацією, так і з економічними та політичними змінами в країні: можливість зарубіжних туристичних поїздок, потік кінопродукції Голівуду, руйнування державної дозвіллевої інфраструктури, її комерціалізація. Набувають цінності індивідуальні форми дозвіллевої практики.

Отже, проблеми дозвіллевої сфери в сучасній Україні можна пов'язати з необхідністю вдосконалення інфраструктури, інтенсифікацією процесу наповнення сучасного змісту дозвіллевої діяльності, дослідженням уподобань різних соціальних суб'єктів. Актуалізується соціально-педагогічна функція дозвіллевої сфери. Пріоритетними завданнями вирішення проблем соціально-педагогічного вдосконалення сфери дозвілля є ті, що сприяють соціальному розвиткові особистості, групи, соціуму.

## ***7.2. Українське законодавство у сфері сервісу, культури, дозвілля***

Українське законодавство у сфері культури і дозвілля включає Закони України «Про культуру», «Про бібліотеки і бібліотечну справу», «Про музеї і музейну справу», «Про кінематографію», «Про охорону культурної спадщини». В більшій мірі ці нормативні акти або регулюють лише окремі галузеві проблеми, або мають численні недоліки, через що загалом правове забезпечення культурної сфери залишається незадовільним.

1. Про культуру: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2011. № 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17#Text>
2. Про бібліотеки і бібліотечну справу: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 7. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-%D0%B2%D1%80#Text>
3. Про музеї і музейну справу: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 25. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80#Text>
4. Про охорону культурної спадщини: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2000. № 39. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text>
5. Про кінематографію: Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 1998. № 22. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/9/98-%D0%B2%D1%80#Text>

Основними *принципами* культурної політики в Україні є:

- ✓ визнання культури як одного із головних чинників самобутності української нації та національних меншин, які проживають на території України;
- ✓ утвердження гуманістичних ідей, високих моральних засад у суспільному житті, орієнтація як на національні, так і на загальнолюдські цінності, визнання їх пріоритетності над політичними і класовими інтересами;
- ✓ збереження і примноження культурних надбань;
- ✓ розвиток культурних зв'язків з українцями, що проживають за кордоном, як основи збереження цілісності української культури;
- ✓ гарантування свободи творчої діяльності, невтручання у творчий процес з боку держави, політичних партій та інших громадських об'єднань;
- ✓ рівність прав і можливостей громадян незалежно від соціального стану та національної приналежності у створенні, використанні та поширенні культурних цінностей;
- ✓ доступність культурних цінностей, усіх видів культурних послуг та культурної діяльності для кожного громадянина;
- ✓ забезпечення умов для творчого розвитку особистості, підвищення культурного рівня та естетичного виховання громадян;
- ✓ заохочення благодійної діяльності у сфері культури підприємств, організацій, громадських об'єднань, релігійних
  - ✓ організацій, окремих громадян;
  - ✓ всебічне міжнародне культурне співробітництво;
  - ✓ визнання пріоритету міжнародно-правових актів у сфері культури;
  - ✓ поєднання державних і громадських засад у забезпеченні розвитку культури.

### 7.3. Організаційно-правові відносини нового типу у сфері дозвілля

Сучасні тенденції трансформації сфери дозвілля доцільно аналізувати в загальнолюдських масштабах (глобалізація) в межах регіону (європейська інтеграція), країни (національний характер), регіону країни (схід – захід), масштабах місця проживання (місто – село, промислові центри). Тобто інфраструктура, зміст, дозвіллеві вподобання мають зважати на можливості різнорівневого наповнення дозвілля, що також відбиває соціально-педагогічний аспект дозвіллевої діяльності, під час якої об'єднуються цінності різних рівнів організації соціального середовища.

Разом з «вертикальним вектором» розвитку (від індивідуальних до загальнолюдських цінностей та рівнів) дозвілля також має об'єднувати представників різних соціальних груп, незважаючи на наявність суттєвих відмінностей дозвіллевих можливостей та прагнень. Відтак, мають зберігатися традиційні форми, що затребувані, і водночас виникати нові, які необхідно модернізувати до економічних можливостей та потреб часу соціальних суб'єктів.

Наприклад, діяльність клубних установ, що залишаються, має наповнюватися соціально-виховним змістом, зокрема клубів за місцем проживання. Це уможлиблюється через вияв власної активності громадян, які зацікавлені в розвитку цих установ, створення громадських організацій підтримки культурно-дозвіллевої та творчої діяльності на місцевому рівні.

Однак негативним чином відбивається на сучасній дозвіллевій сфері те, що різні міністерства та відомства відповідають за регулювання сфери дозвілля, що призводить до ускладнення створення єдиної системи. На нашу думку, необхідним є узгодження діяльності, зокрема через створення міжвідомчої установи, яка координуватиме певні спектри сфери дозвілля.

Можна виокремити проблеми, що стосуються як соціального середовища взагалі, так і дозвіллевої сфери зокрема (див. *рис. 1.7*).

*Соціально-виховні завдання у сфері дозвілля:*

- ✓ подолання розмежування та споживацтва соціальних суб'єктів,
- ✓ розвиток самоактивності соціальних суб'єктів,
- ✓ посилення духовних напрямів усупереч комерціалізованим формам дозвілля,
- ✓ збереження традицій національних видів і форм дозвіллевої діяльності,



- ✓ введення нових глобальних форм, що дозволяють адаптуватися до нових умов соціального середовища,
- ✓ необхідно створювати систему регулювання дозвіллевою інфраструктурою, визначати пріоритетні напрями діяльності, зокрема анімацію, як можливість активізації суб'єктності особистості та групи у сфері дозвілля, підготовку професійних аніматорів, доповнення системи соціального виховання життєздатною сферою дозвілля, новітніми методами діяльності.

### ПРОБЛЕМИ КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЕВОЇ СФЕРИ

#### **Регіональні:**

- брак вільного часу в певних категоріях населення;
- низький рівень дозвіллевих уподобань соціальних суб'єктів;
- нестача підготовлених фахівців для роботи у сфері дозвілля;
- слабка інфраструктура;
- брак поінформованості громадян про її діяльність;
- низький рівень мотивації до соціально-продуктивного дозвіллевого функціонування;
- комерціалізованість дозвілля;
- зниження рівня реального доходу пересічного громадянина;
- недосконалість та застарілість форм роботи в дозвіллевій сфері.

#### **Загальносуспільні:**

- кожен із рівнів і форм управління галуззю живуть своїм окремим замкненим життям;
- соціальна ригідність громадян;
- з'явилися соціальні верстви, культурні потреби яких не можуть задовольнити заклади ані державного, ані недержавного секторів;
- низький рівень духовності;
- соціальна напруженість;
- міжгрупові конфлікти;
- проблеми національної ідентичності;
- ціннісна нестабільність;
- втрата традицій, духовної єдності поколінь;
- інформатизація і глобалізація;
- споживацтво в соціальному житті;
- духовне роз'єднання регіонів.

*Рис. 1.7. Проблеми культурно-дозвіллевої сфери в Україні*

З одного боку, відбувається усвідомлення важливості розвитку соціально-дозвіллевого простору з метою соціального самовдосконалення особистості через сферу дозвілля, з іншого, – понині залишаються невирішеними суттєві проблеми (недосконалість інфраструктури, споживацька спрямованість дозвілля, стримування інновацій), які гальмують не тільки її розвиток, але й відбиваються на процесі соціального формування соціальних суб'єктів. У зв'язку з цим необхідно вдосконалювати сферу

дозвілля соціально-педагогічними методами, визначати основні пріоритети її перебудови, розвивати систему регулювання та координації.

### Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)

1. Дозвіллеві інновації – це...
2. Внутрішні проблеми організації дозвілля в Україні – це...
3. Зовнішні проблеми організації дозвілля в Україні – це...
4. «Вертикальний вектор» розвитку дозвілля – це...
5. «Горизонтальний вектор» розвитку дозвілля – це...
6. Регіональні проблеми культурно-дозвіллевої сфери:
7. Загальносуспільні проблеми культурно-дозвіллевої сфери:

### Аналітичне завдання

Проаналізуйте статистичні дані, подані в таблиці 1.3:

Таблиця 1.3

**Кінцеві споживчі витрати домашніх господарств за цілями**  
(розраховано за матеріалами Державної служби статистики України)

Роки	Відпочинок і культура		Ресторани та готелі	
	% до попереднього року	% до підсумку	% до попереднього року	% до підсумку
2018	126,1	3,9	132,4	3,3
2019	116,8	3,8	122,6	3,3
2020	96,0	3,5	79,9	2,5
2021	131,2	3,8	133,5	2,8

Джерела: Державний комітет статистики України. URL:

<https://www.ukrstat.gov.ua/> ;

Портал відкритих даних Дія. URL: <https://data.gov.ua/dataset/e0896c50-f438-40fb-84d3-92ec14733f40/resource/65b15b3c-c1c4-4080-8d00-76606d4ca4f7>



## ТРЕНУВАЛЬНІ ТЕСТИ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ ЗА РОЗДІЛОМ 1

- 1. На якому етапі історичного розвитку культурно-дозвілєвої діяльності розвивається шаманізм?*
  - а) Середньовіччя;
  - б) первіснообщинний лад;
  - в) постіндустріальне суспільство;
  - г) стародавній світ.
- 2. Активне використання комп'ютерної техніки у дозвілєвій сфері стало передумовою створення:*
  - а) центрів сімейного дозвілля;
  - б) парків відпочинку;
  - в) тематичних парків;
  - г) віртуального дозвілля.
- 3. На якому етапі історичного розвитку культурно-дозвілєвої діяльності формується індустрія розваг?*
  - а) Середньовіччя;
  - б) індустріальне суспільство;
  - в) постіндустріальне суспільство;
  - г) стародавній світ.
- 4. Прообрази сучасних парків розваг були створені:*
  - а) у 50-х роках ХХ ст.;
  - б) наприкінці ХІХ ст.;
  - в) на початку ХХ ст.;
  - г) наприкінці ХХ ст.

5. Цілеспрямована, змістовна і функціонально виправдана активність людини у вільний час, місце і форми проведення якої вона обирає сама відповідно до своїх запитів і можливостей – це:
- а) рекреація (у вузькому розумінні);
  - б) рекреація (у широкому розумінні);
  - в) культурно-дозвільна діяльність;
  - г) туризм.
6. До мотивів дозвілля не відносять:
- а) контроль власних дій;
  - б) раціональні цілі;
  - в) комплекси людини;
  - г) потреби.
7. Вивчення себе та розстановка пріоритетів є основою функції дозвілля:
- а) компенсаторної;
  - б) виховної і просвітницької;
  - в) рекреаційно-оздоровчої і терапевтичної;
  - г) світоглядної.
8. Різноманітні види людської діяльності у вільний час, спрямовані на відновлення сил, задоволення широкого кола особистих і соціальних потреб...
- а) це рекреація (у вузькому розумінні);
  - б) це рекреація (у широкому розумінні);
  - в) це культурно-дозвіллева діяльність;
  - г) це туризм.
9. Рекреаційний ефект – це...
- а) реалізація під час дозвілля своїх прагнень, втілення власної життєвої позиції;
  - б) усвідомлення професійного мистецтва і народної культури;
  - в) безпосередня участь у грі, змаганні чи спостереження за їх перебігом;
  - г) позитивні сенсорні враження та емоції.

10. Звернення до витворів мистецтва, знайомство з історичними пам'ятками відноситься до типу дозвілля:

- а) освітньо-розвиваючого;
- б) культурно-художнього;
- в) санатрон-оздоровчого;
- г) самодіяльно-аматорського.

11. Дозвілля для великої групи передбачає залучення...

- а) до 30 осіб;
- б) 30-100 осіб;
- в) більше 100 осіб;
- г) до 10 осіб.

12. Бізнес-подорожі – тип проведення часу, що формується при поєднанні:

- а) роботи і туризму;
- б) роботи і рекреації;
- в) роботи і дозвілля;
- г) роботи і серйозного дозвілля.

13. Можливість задовольнити потребу людини у внутрішньому розвитку на відміну від інших сфер діяльності є основою функції дозвілля:

- а) компенсаторної;
- б) виховної і просвітницької;
- в) рекреаційно-оздоровчої і терапевтичної;
- г) світоглядної.

14. Перебування на природі, спілкування з домашніми тваринами, спостереження за дикими тваринами відноситься до типу дозвілля:

- а) освітньо-розвиваючого;
- б) культурно-художнього;
- в) санатрон-оздоровчого;
- г) природно-рекреаційного.

15. Дозвілля для середньої групи передбачає залучення...

- а) до 30 осіб;
- б) 30-100 осіб;
- в) більше 100 осіб;
- г) до 10 осіб.

16. *Серйозне дозвілля – тип проведення часу, що формується при поєднанні:*

- а) роботи і туризму;
- б) роботи і рекреації;
- в) роботи і дозвілля;
- г) роботи і серйозного дозвілля.

17. *Моральні принципи і духовні цінності, що визначають цілі дозвілля, функції і в цілому поведінку людини на відпочинку, а також його взаємодії з оточуючими людьми, дбайливе ставлення до природи – це...*

- а) культура індивідуального дозвілля;
- б) етика дозвілля;
- в) культура суспільного дозвілля;
- г) культурна політика.

18. *Економіка культури – це...*

- а) системи організації дозвілля населення і надання культурно-дозвільних послуг;
- б) виробництво товарів культурного призначення;
- в) область виробництва, пов'язана з функціонуванням и обслуговуванням сегментів культури;
- г) діяльність з поширення культурної інформації.

19. *Система заходів і законодавчо-правових механізмів, що здійснюються органами влади з метою культурного розвитку окремих груп населення і всього суспільства – це...*

- а) культура індивідуального дозвілля;
- б) етика дозвілля;
- в) культура суспільного дозвілля;
- г) культурна політика.

20. *Послуги, що дозволяють кожній людині розвиватися як громадянину, члену сучасного суспільства, суб'єкту соціальних відносин – це...*

- а) культурні послуги;
- б) соціокультурні послуги;
- в) культурний продукт;
- г) послуги соціального спрямування.

21. *Бізнес, спрямований на заняття, які надають людям задоволення, створюють святковий настрій – це...*

- а) індустрія розваг;
- б) індустрія дозвілля;
- в) інфраструктура культури і дозвілля;
- г) інформаційно-культурні комунікації.

22. *Яка із запропонованих ознак соціокультурних послуг є вірною?*

- а) попит на послуги є стабільним;
- б) споживач не бере участь у наданні послуги;
- в) споживач послуг не може стати їх власником;
- г) послуги існують до початку їх надання.

23. *У господарській практиці економіки культури до третинного сектора відносять...*

- а) промислове виробництво, включаючи виробництво товарів культурного призначення;
- б) сферу послуг, у рамках яких реалізуються соціокультурні послуги;
- в) інформаційні, телекомунікаційні послуги;
- г) послуги, високоінтелектуальної праці.

24. *Інфраструктура культури і дозвілля – це...*

- а) системи організації дозвілля населення і надання культурно-дозвільних послуг;
- б) комплекс галузей, закладів і організацій господарської практики, які створюють умови їх функціонування як економічної галузі;
- в) область виробництва, пов'язана з функціонуванням и обслуговуванням сегментів культури;
- г) діяльність з поширення культурної інформації.

25. *До культурно-дозвільних закладів відносять:*

- а) палаци дитячої та юнацької творчості;
- б) будинки культури;
- в) бібліотеки;
- г) літні табори.

26. *До установ соціокультурної сфери відносять:*

- а) клуби;
- б) будинки культури;
- в) бібліотеки;
- г) будинки народної творчості.

27. Явища сфери дозвілля, яких не було на попередній стадії розвитку суспільства, але які виникли і знайшли свій прояв в нових або трансформаційних формах дозвіллевої діяльності, що існували раніше – це...

- а) дозвіллевi інновації;
- б) соціокультурні послуги;
- в) товари культурного призначення;
- г) розважальні послуги.

28. Який із Законів України у сфері культури та дозвілля був прийнятий раніше за інших?

- а) «Про культуру»;
- б) «Про оздоровлення та відпочинок дітей»;
- в) «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні»;
- г) «Про дозвілля».

29. Послуги, що мають двоїстий характер і розвиваються у сферах рекреації та дозвілля – це...

- а) культурні послуги;
- б) соціокультурні послуги;
- в) культурний продукт;
- г) послуги соціального спрямування.

30. Бізнес у сфері дозвільного сервісу, виробництво продуктів і послуг на сучасній технічній базі – це...

- а) індустрія розваг;
- б) індустрія дозвілля;
- в) інфраструктура культури і дозвілля;
- г) інформаційно-культурні комунікації.

31. Яка із запропонованих ознак соціокультурних послуг є вірною?

- а) споживач часто бере участь у наданні послуги;
- б) надавані послуги мають відчутний характер;
- в) послуги можуть бути оцінені раніше, ніж покупець їх оплатить;
- г) надавані послуги мають речовий характер.



32. У господарській практиці економіки культури до четвертинного сектора відносять...

- а) промислове виробництво (в т.ч. товарів культурного призначення);
- б) сферу послуг, у рамках яких реалізуються соціокультурні послуги;
- в) інформаційні, телекомунікаційні послуги;
- г) послуги, високоінтелектуальної праці.

## **РОЗДІЛ 2. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**



### **ТЕМА 8. ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

#### **Інформаційний обсяг теми**

1. Трансформація анімаційних послуг.
2. Класифікація підприємств індустрії дозвілля.
3. Види туристичної анімації.

#### **Питання для самостійного опрацювання**

1. Типологія анімації в туризмі.
2. Ознаки і мета дозвілля.
3. Фактори, що впливають на вибір розваг.
4. Анімаційна програма.

#### **Теми інформаційних повідомлень**

1. Місце дозвілля у структурі бюджету часу людини.
2. Модель фахівця туристичної анімації.
3. Закордонний досвід підготовки фахівця з анімаційної діяльності.
4. Сценарій анімаційної програми.

#### **8.1. Трансформація анімаційних послуг**

Сучасні реалії техногенного середовища зумовлюють гостру необхідність відновлення фізичних і духовних сил, які людина втрачає в процесі трудової діяльності і повсякденного спілкування. Саме рекреація як діяльність, спрямована на реалізацію рекреаційних потреб, відновлення й розвиток фізичних і духовних сил людини, її інтелектуальне вдоскона-

лення є тим сегментом індустрії гостинності, який сьогодні найбільш динамічно розвивається у світі.

Зародження туристської анімації пов'язано з організацією дозвілля у давні часи – проведенням культових фольклорних свят і обрядів, Олімпійськими іграми, лицарськими турнірами тощо. Проте у Радянському Союзі поняття «анімація» з'явилося в 70-х рр. минулого сторіччя і було пов'язано з мультиплікацією, тобто надаванням руху намальованим картинкам, і особу, яка цим займалася, стали називати аніматором.

Однак люди, які виконують роль аніматорів, з'явилися на Русі значно раніше. Спочатку з'явилися шинки, потім – трактири і ресторани. Відрізнялися трактири від ресторанів обслуговуванням і кухнею. У ресторанах була французька кухня, а в трактирах – російська, і обов'язково чай. У ресторанах працювали офіціанти у фраках, як правило, татари (непитущі мусульмани), у трактирах – колишні селяни в білих фартухах. А подібним було те, що в трактирах і в ресторанах виступали циганські, російські, угорські й інші хори. Організацією виступів артистів, поряд з проведенням популярних у той час півнячих боїв, картярських ігор і більярду, займалися перші аніматори.

За радянських часів був створений державний культурно-просвітницький рух, спрямований на масову організацію дозвілля та розваг суспільства. Роль аніматорів виконували масовики-витівники.

Таблиця 2.1

### **Термін «фахівець сфери дозвілля»**

<b>Країни</b>	<b>Тлумачення</b>
Італія, Іспанія, Франція	• соціокультурні аніматори
Німеччина	• соціальні працівники, педагоги вільного часу
США	• терапевти-рекреатори
Великобританія	• соціальні працівники

У наш час у більшості випадків під аніматором розуміють людину, яка відповідає за поживлення бізнесу і збільшення продажів. Зіштовхуємося ми з цим досить часто. У супермаркетах відбувається презентація товарів, де кожному відвідувачу пропонують продегустувати продукт і зробити свій вибір на його користь. У даному випадку людина, яка рекламує товар, – це аніматор продажів (промоутер). Він може бути задіяний у всіляких заходах: в акціях і лотереях, розрахованих на залучення уваги покупців до визначеного виду товару, до вивчення досвіду продажів конкурентів, маркетингових досліджень тощо.

### Мета діяльності аніматора

Ставлення до аніматора	Мета
<ul style="list-style-type: none"> <li>професійний працівник соціально-виховної анімації</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>розвиток виховного, культурного й спортивного потенціалу людини</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>фахівець соціальної області</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>задоволення потреб, бажань і запитів соціальних верств населення</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>агент культурної й суспільної діяльності</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>підвищення суспільної свідомості, поліпшення життя громади, розвиток культурної демократії</li> </ul>

**Аніматор** – це творча комунікабельна особистість, яка запалює відпочиваючих, публіку, особливо дітей, на різних заходах.

### Загальні правила поведінки аніматора

Для аніматора, який безпосередньо спілкується з гостями, особливо важливо сподобатися, бути милим	Лояльність, терпіння, стриманість, дипломатичність, чесність, подяка, дружелюбність	Талант організації заходів, чуйність і такт у спілкуванні з гостями
Щира посмішка, що діє на гостя заразливо і не так стомлює, як похмуре обличчя	Постійний візуальний контакт і дружелюбність, що не припиняється при вітанні гостей	Саме вітання гостя повинне говорити про те, що йому раді в готелі і з справжнім інтересом будуть піклуватися про його благополуччя
Ясна вимова без діалекту і підбір слів, посилені через приємний, звучний голос	Неправильна вимова імені гостя кривдить його	Слова подяки, побажання на день і «до побачення» при прощанні
Здоров'я, відкритість, здатність захоплюватися, ретельний догляд за тілом – необхідні умови в анімації.	Неприйнятні неохоча форма вітання, невиразне «Дякую»	Кожен співробітник анімації покликаний вносити нові ідеї для поліпшення сервісу, наданого гостям
Наскільки можливо, потрібно дарувати кожному гостеві повну і безроздільну увагу. Навіть при нестачі часу не можна давати гостеві привід відчувати, що його хочуть «відправити»	Гарний співробітник анімації повинен передбачати побажання гостей. Найчастіше потрібно виконувати і невимовлені побажання	За кожного гостя потрібно постійно боротися. Нові гості не повинні почувати себе відсунутими на другий план. При першому ж відвідуванні треба завоювати гостя для готелю
«Складні» гості є викликом для кожного співробітника анімації. Треба уникати зіткнень з гостями і висміювання їх помилок	Навіть коли на складне для гостя питання співробітник відразу ж може дати відповідь, занадто швидка реакція є недоречною	Усі питання, що хвилюють гостей, є важливими, кожне побажання гостя повинне бути персональне і розглянуте як важливе

Ніколи не говорити погане з гістьми про інших гостей	Занадто привітні гості, що намагаються утягнути співробітників у розмови, не повинні погіршувати сервіс для інших гостей	Особлива увага потрібна на заключній стадії роботи з гостями. Навіть утомлений гість повинен залишати місце заняття з посмішкою
Здатність підбудуватися і робота в команді входять до обов'язків аніматора	Власні зроблені помилки потрібно обговорити зі старшим аніматором	Аніматори представляють гостям керівництво готелю і своєї служби
Позитивне відношення персоналу анімації до гостя полегшує успішне взаєморозуміння гостей і керівників готелю	Особливі побажання і коментарі гостей треба передавати далі старшому аніматору	Орієнтування на допомогу і попереджувальне співробітництво з усіма відділами готелю полегшує роботу аніматора
Важливою є професійна передача інформації про гостей суміжним зацікавленим підрозділам	Ідентифікація анімації з управлінням підсилює враження відпочиваючих про готель у цілому	З довірчою інформацією (гостей / аніматора) треба обходитися уважно
Непунктуальність погіршує враження гостей	Кожен співробітник анімації готовий взяти на себе відповідальність готелю	Ніколи конкуруючий готель не повинен бути очорнений перед власними гостями

Отже, в образі аніматора сьогодні виступають представники таких професій:

- аніматор-мультиплікатор – людина, яка оживляє мальовані картинки;
- аніматор у бізнесі – людина, яка збільшує продажі, похваляє бізнес;
- аніматор шоу-бізнесмен – масовик-витівник у сфері гостинності, що займається організацією культурно-масових заходів, розвагою гостей, організовує дозвілля відпочиваючих.

## **8.2. Класифікація підприємств індустрії дозвілля**

**Дозвілля** – діяльність у вільний час поза сферою суспільної і побутової праці, завдяки якій індивід відновлює свою здібність до праці і розвиває в собі в основному ті уміння і здібності, які неможливо удосконалити у сфері трудової діяльності. Це діяльність, здійснювана в руслі певних інтересів і цілей, які ставить перед собою людина (засвоєння культурних цінностей, пізнання нового, спорт, творчість тощо).

Комбінація активного та пасивного відпочинку рекреантів незалежно від вікової категорії та соціального статусу передбачає наявність розважальних заходів, яким притаманні емоційне переключення, незвичай-

ність, святковість, несхожість на те, чим займаються у своєму повсякденному житті. В зарубіжній практиці гостинності застосовують термін «*amusements*» (розваги).

**Розваги** – це об'єднаний комплекс видів рекреаційної діяльності людини в період відпочинку, крім суто розважальної: пізнавальну, спортивно-оздоровчу, соціокультурну тощо.

Індустрія дозвілля – це молода галузь, яка формує і розвиває особистість, впливає на виховання, формування оптимістичного настрою, відпочинок, культурний розвиток людини тощо.

Можна виділити класифікацію підприємств індустрії дозвілля за напрямками:

1) **створення спеціалізованого турпродукту** – створення спеціальних музеїв та парків, організація костюмованих балів, шоу, свят та інших дійств за конкретними сценаріями.

2) **анімаційна послуга** – оживлення програм дозвілля туристів в місцях тривалого відпочинку – курортних готельних комплексах, туристських центрах, туристичних селищах (*holiday villages*) і базах, на круїзних судах тощо.

Обидва напрями передбачають незвичайність і різноманітність заходів, безпосереднє залучення туристів до дії, що вимагає від організаторів дозвілля певних творчих здібностей для створення спеціальних програм і сценаріїв, вміння стимулювати інтерес туриста, змусити його попри зняковіння, інертність взяти участь в анімаційних програмах.

Формула ділового зв'язку «бізнес-комерція-культура» найповніше реалізується в індустрії дозвілля. Індустрія гостинності розвивається швидким темпами завдяки соціальному, економічному і політичному прогресу та завдяки тому, що кількість подорожуючих суттєво збільшилася.



**Рис. 2.1.** Індустрія дозвілля і розваг

Індустрія дозвілля реалізується сьогодні в різних інститутах: тематичних парках, готельних та туристичних комплексах, туркомпаніях, спортивних магазинах, клубах, спорткомплексах, транспортних компаніях, курортах, рекреаційних центрах і таборах.

Спосіб господарської діяльності підприємства чи установи дозвілля:

- комерційний тип – фірми, які надають послуги в різних сферах культури і дозвілля, а також приватні організації, комерційні структури з виробництва, демонстрації та торгівлі товарами культурного призначення;
- некомерційний тип – громадські канали ЗМІ, державні театри, бібліотеки, музеї, клуби;
- змішаний тип – в умовах недостатнього фінансування в цей тип вливається частина некомерційних організацій.

### **8.3. Види туристичної анімації**

Новий напрямок туристської діяльності – анімація – сьогодні набуває активного розвитку по всьому світі як адекватний засіб у конкурентній боротьбі між подібними за рівнем сервісу й облаштуванням інтер'єрів готелями і туристськими комплексами. Це поняття вживається в багатьох сферах людської діяльності.

*Холістичний* (англ. *holism* від гр. *holos* – цілий, увесь) характер рекреаційної діяльності який проявляється у здатності туризму вносити різноманітність та радість в повсякденне життя людини, створювати атмосферу свята обумовив появу терміну «*animation*» від англ. «*animation*» – оживлення (анімація).

За своєю етимологією слово «анімація» має латинське походження («*anima*» – душа, повітря, вітер) і визначає насагу, натхнення, залучення до руху, до активної діяльності, стимулювання життєвих сил.

В анімації використовуються активні види відпочинку, до яких відносяться рухливі спортивні ігри, плавання, біг, лижі, піші прогулянки, аеробіка, скелелазіння, туристські походи, і пасивні – читання, риболовля, заняття музикою, садівництво, комп'ютерні ігри, відвідування стадіонів, концертів, виставок, музеїв, огляд пам'ятників архітектури, історії й культури.

У сфері гостинності сформувалися наступні *види анімації*:

➤ *Анімація в русі* – задовольняє потреби сучасної людини в русі шляхом залучення її до участі в рухливих спортивних іграх, заняттях аеробікою, відвідування дискотек і просто заняттю елементарною фіззарядкою.

➤ *Анімація через спілкування* – задовольняє потребу людини в спілкуванні з іншими людьми, а як говорив Сент-Екзюпері: “Спілкування – це розкіш”.

➤ *Анімація через залучення до культури* – задовольняє потребу людей у духовному розвитку за допомогою відвідування музеїв, пам'ятників культури, історії й архітектури, покупки сувенірів, особливо виготовлених місцевими умільцями тощо.

➤ *Творча анімація* – задовольняє потребу людини у творчості, у спілкуванні з людьми, близькими за духом, за професією, шляхом диспутів, обміні інформацією, взаємозбагачення один одного.

➤ *Реабілітаційна анімація* – задовольняє потребу людини в психологічному розвантаженні від повсякденної втоми за допомогою контакту з природою, участі в турпоходах, морських прогулянках тощо.

Анімація не обмежується мультиплікацією і збільшенням продажів. В останні роки великого розвитку досягла туристська анімація на Середземноморському узбережжі Туреччини, Іспанії і Франції.

Одним з шляхів відродження та стабілізації внутрішнього і в'їзного туризму в нашій країні сьогодні можна впевнено назвати розвиток *рекреаційної анімації*. Саме тому виникає гостра потреба в кваліфікованих аніматорах, підготовка яких базується на сучасній філософії відпочинку, на принципах і цінностях активного ентузіазму. В зв'язку з цим, питання професійної підготовки спеціалістів-аніматорів досить актуальне для системи туристської освіти в Україні.

#### **8.4. Анімаційна програма**

*Функції анімації*, які необхідно враховувати в цільовій розробці анімаційних програм:

1) адаптаційна – дозволяє перейти від щоденного оточення до вільного, відпочинкового;

2) компенсаційна – дозволяє звільнити людину від фізичної і психологічної втоми повсякдення;



3) стабілізуюча – створює позитивні емоції та стимулюючу психічну рівновагу;

4) оздоровча – спрямована на відновлення і розвиток фізичних сил людини.

Враховуючи всі вищевказані функції, а також інформаційне, освітнє, удосконалююче і рекламне завдання анімаційної діяльності, можна говорити про багатогранність її видів, великі різновиди анімаційних програм і заходів.

**Програма відпочинку** – це об'єднаний спільною метою чи ідеєю план проведення туристських, спортивно-оздоровчих, культурно-масових, пізнавальних і любительських занять.

**Функції анімаційних програм:** організація і керівництво культурними, оздоровчими та спортивними заходами, їх подальше розповсюдження серед туристів.

Таблиця 2.4

**Питання, на які слід відповісти перед складанням анімаційної програми**

Питання	Зміст
Для кого складається програма?	<ul style="list-style-type: none"><li>вік, стать майбутніх туристів (якщо це сімейний готель, який його контингент, чи будуть дивитись програму діти, люди старшого віку);</li><li>соціальний стан і професійна приналежність (чи є готель закритим клубом для аристократів і бізнесменів, чи це молодіжний табір для студентів), національність (особливості культури і традицій);</li><li>стиль життя відпочиваючих у готелі людей (класичний, екстремальний);</li><li>стан здоров'я (це важливо в розробці спортивно-оздоровчих програм).</li></ul>
Що закладено в основу анімаційної програми?	Головна ідея та мета її досягнення.
Як побудувати анімаційне дійство?	<ul style="list-style-type: none"><li>спортивно-оздоровчий напрям;</li><li>робота міні-клубу та юніор-клубу;</li><li>культурно-розважальні заходи;</li><li>святкові заходи як анімаційні об'єкти.</li></ul>

**Правила складання анімаційної програми.** На початку нового сезону головний менеджер аніматорів при взаємодії з командою розробляє і за-

тверджує програму на весь сезон. На кожен день тижня (по годинах) складається точний розклад заходів, і на кожного члена команди накладають певні обов'язки з їх проведення.

Загальна програма анімації готується так, щоб розважальні та спортивні елементи були різноманітні за своєю формою, цікаві туристам і щоб у цих діях брали участь якомога більше відпочиваючих.

Вечірні шоу повинні повторюватись не частіше одного разу в два тижні, із розрахунку, зазвичай, двотижневого відпочинку туристів у готелі. Сценарій, музика, світло, хореографія, костюми – все чітко продумується й організовується членами команди і керівником, який часто сам бере участь у шоу-програмах.

Під час обіду і перед вечерею аніматори зустрічають гостей біля входу до ресторану, бажають гарного апетиту, знайомляться з новими туристами, спілкуються з тими, з ким сьогодні грали, підсідають за столики і, намагаючись не допустити паузи в розмові, розважають гостей і запрошують узяти участь в іграх і розважальних шоу після обіду, а зайняті у вечірньому шоу аніматори, проводять репетиції вечірнього спектаклю. Всі аніматори, не зайняті у вечірньому дійстві, беруть участь у підготовці: готують декорації, костюми та ін. реквізит, гримують акторів і допомагають їм одягатися.

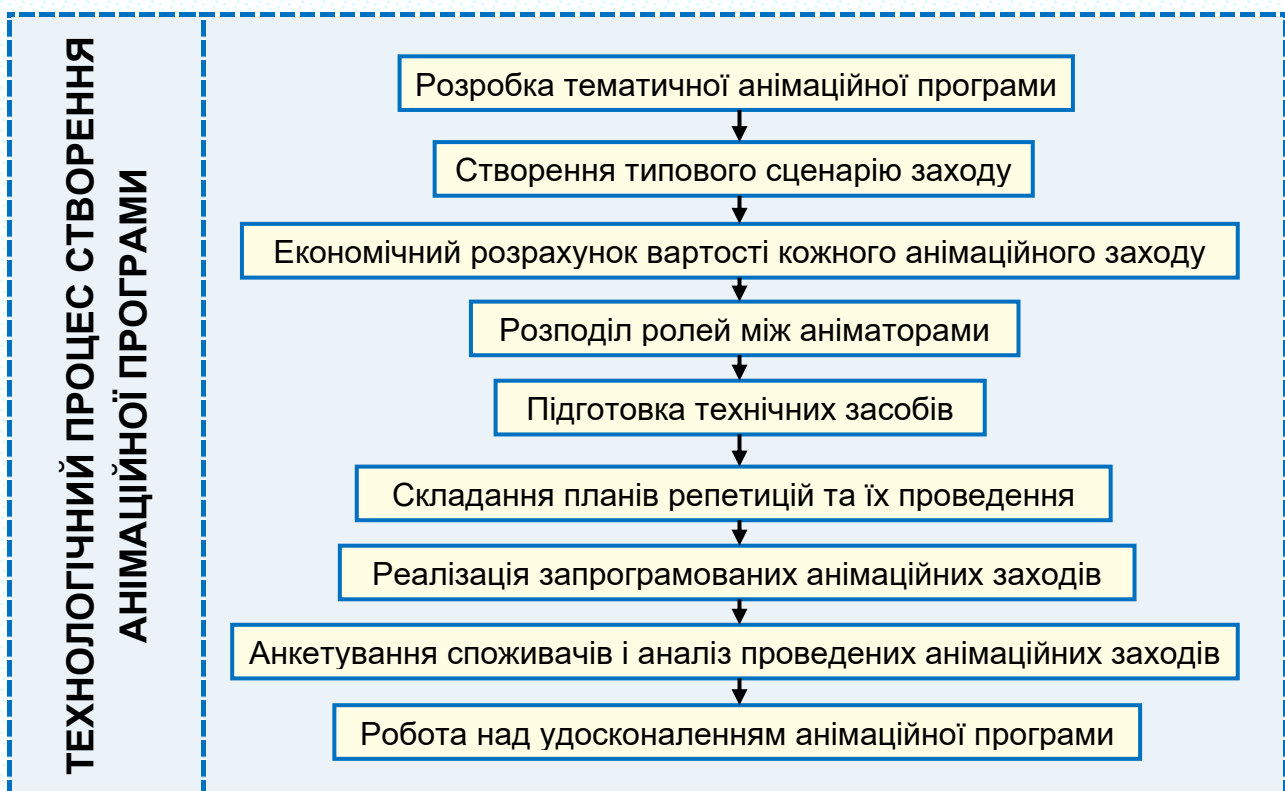


Рис. 2.2. Технологія створення анімаційної програми

### **Критерії складання розважальної програми для готелю:**

1) жанр, при якому складається особлива атмосфера і відчуття для глядачів (драма, клоунада, мюзикл тощо). При цьому номери і фрагменти повинні чергуватися так, щоб склалась єдина картина й об'єднана структура елементів даного дійства;

2) назва даного show, яка створює настрій і розкриває його зміст;

3) сценарний план, в якому зазначений перелік елементів, фрагментів, персонажів, їх відношення і рух. Особливо тут важлива наявність зав'язки, кульмінації та розв'язки;

4) сценарій, тобто деталізація пунктів сценарного плану, а також робота над літературною частиною – розробкою монологів і діалогів, вивчення мовного стилю;

5) режисерський план – переклад літератури на мову дійства (якщо це постановка за мотивами літературного твору), створення і координація неперервного діючого ланцюга і робота з технікою, світлом і звуком.

### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Промоутер – це...*
2. *Аніматор-мультиплікатор – це...*
3. *Аніматор у бізнесі – це...*
4. *Аніматор шоу-бізнесмен – це...*
5. *Аніматор – це...*
6. *Дозвілля – це...*
7. *Розваги – це...*
8. *Індустрія дозвілля – це...*
9. *Анімаційна послуга – це...*
10. *Холістичний характер рекреаційної діяльності – це...*
11. *Анімація в русі – це...*
12. *Анімація через спілкування – це...*
13. *Анімація через залучення до культури – це...*
14. *Творча анімація – це...*
15. *Реабілітаційна анімація – це...*
16. *Програма відпочинку – це...*
17. *Режисерський план – це...*

## Творчі завдання для практикуму

*Виконавці:* колективне обговорення усією групою.

*Зміст практикуму:*

1. Відвідування змагання секції юних туристів та аналіз заходу.
2. Відвідування засідання військово-історичного товариства «Кам'янець» та аналіз його діяльності.



## ТЕМА 9. ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ І ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСАХ

### Інформаційний обсяг теми

1. Підрозділи, що надають анімаційні послуги.
2. Класифікація туристів.
3. Форми роботи з різними віковими групами відпочиваючих.
4. Матеріальна база анімації.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Фактори, що впливають на кількість та склад закладів дозвілля в готелях та туристичних комплексах.
2. Особливості роботи з туристами різних категорій.
3. Національні особливості туристів.

### Теми інформаційних повідомлень

1. Анімаційні програми для сімейного дозвілля.
2. Готельні анімаційні послуги та програми.

### 9.1. Підрозділи, що надають анімаційні послуги

**Анімація в туризмі** – це діяльність з розробки та подання спеціальних програм проведення вільного часу.

**Анімаційні готельні послуги** – це додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, поряд з добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку.

#### *Функції анімаційної служби:*

- створення відповідної гостинної, комфортної, дружньої атмосфери в готелі;
- задоволення потреб туристів у фізичному і духовному розвитку, емоційному збагаченні через приємні переживання;

- має комплексний характер завдяки спеціальним програмам, що охоплюють всі види і форми анімації; сприяє створенню умов для гарного спілкування, приємних особистих і спільних переживань та розваг.
- мобільність, невимушеність, приватність, дієвість;
- постійний характер, щоденний контакт з туристами;
- врахування їх побажань.

На постійних відвідувачів готелю в комп'ютерній базі даних служби прийому й розміщення ведеться обновлюване досье.

*Анімаційну службу* необхідно організовувати відповідно до споживчого попиту, що виявляється шляхом анкетування відпочиваючих (туристів), з урахуванням досвіду обслуговування гостей у сусідніх аналогічних готелях і туркомплексах. При цьому враховується традиційно сформований контингент відпочиваючих за місцем проживання, віросповіданням, національністю, віком, статтю.

*Служба маркетингу* засобу розміщення ретельно вивчає і аналізує щорічний склад відвідувачів, вивчає регіони, що віддають перевагу для відпочинку саме цьому об'єкту, щоб згодом розмістити там рекламу і забезпечити постійне завантаження підприємства. Ефективність залучення гостей до анімаційних програм: *якщо з 250 відпочиваючих за підсумками дня до анімаційних заходів звернулися 30 осіб, то ефективність роботи анімаційної служби складає 12%.*

Проблема утримання клієнтів сьогодні стає переважаючою для багатьох засобів розміщення, особливо це стосується санаторно-курортних послуг. Відповідно до законів маркетингу, 80% прибутку компанія одержує від 20% постійних клієнтів. Системи знижок найчастіше не працюють для створення бази постійних клієнтів, адже знижки можна одержати практично скрізь, у тому числі й у конкурентів.

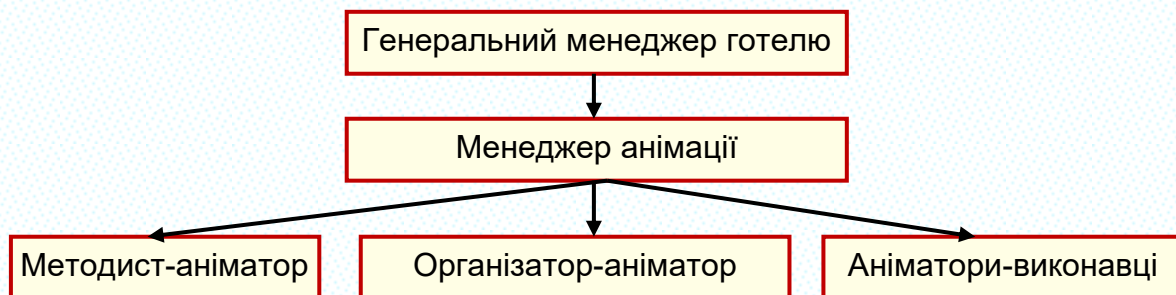
На жаль, небагато туристських і лікувально-профілактичних установ можуть дозволити собі створення повноцінної анімаційної служби. У більшості з них одна або дві людини відповідають за всі відділи анімаційної служби відразу. Звідси логічно витікає проблема професіоналізму аніматорів усіх рівнів.

Серед відпочиваючих аніматорів виділяють спеціальна форма одягу та бейдж із прізвищем або ім'ям. Аніматори повинні мати навички виховної і розважальної роботи з усіма шарами відпочиваючих, включаючи дітей і людей похилого віку. Так, на курортах Середземноморського узбережжя,

зокрема Туреччини, можна часто спостерігати, як аніматори грають в міні-клубі (KIDScub) з дітьми, працюючи з фарбами, пластиліном; дорослі ж залучені до рухливих спортивних ігор, до гри в нарди, шашки, шахи, лото, доміно, здійснюють екскурсії, морські прогулянки на яхтах тощо.

Протягом усього часу занять анімаційних команд з рухливими іграми черговий аніматор знаходиться в радіорубці і повідомляє програму анімаційних заходів на найближчий час. У цей же час у готелі працюють усі кіоски з продажу сувенірів, клубних дисків, фірмових футболок, плавок і т.д., а також видаються напрокат тенісні ракетки та ін.

Увечері анімаційна команда активно бере участь у проведенні тематичних вечорів або концертів, щораз організовуючи нові постановки, клоунади, танці. І вже зовсім пізно, коли діти з батьками розходяться по номерах, вони виходять працювати на дискотеку і під ритмічну музику з гарним настроєм, з посмішкою на обличчі розігривають публіку, одержуючи спільно щире задоволення. Розходяться відпочивати туристські аніматори лише тоді, коли на танцювальному майданчику не залишиться жодного гостя.



*Рис. 2.3. Структура менеджменту анімації в готелі*

*Менеджер з анімації* – підпорядковується безпосередньо генеральному менеджеру, а той – власнику готелю. Покликаний виявляти, задовольняти і розвивати соціокультурні інтереси різних груп населення, розробляти цільові анімаційні програми та соціальні технології їх здійснення, стимулювати інноваційний рух у галузі туризму, керувати економічними механізмами організації анімаційної діяльності, впроваджувати ефективні педагогічні методики розвитку культурно-естетичної творчості.

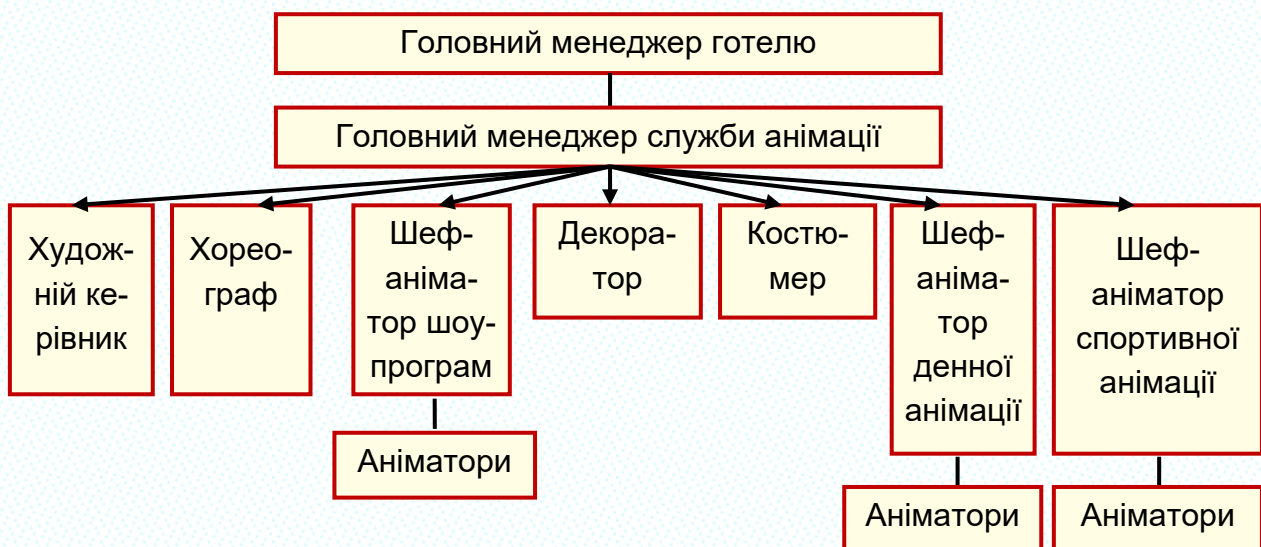
*Спеціаліст-аніматор* – знання психології, економіки, політології, права, теорії управління, основ режисури та інших суспільно значимих і досить престижних сьогодні наук виступає не як самоціль, а як суттєвий засіб реалізації провідної метафункції соціально-культурної діяльності – залучення людини до досягнень світової культури, всебічний розвиток її творчого потенціалу.

*Менеджер-аніматор* повинен володіти психолого-педагогічними основами управління тимчасовим колективом, з яким працює, бути лідером у різноманітних туристських колективах, які відрізняються за віком, складом, освітою, соціальним положенням, уміти впливати на думку оточуючих. Велике значення має схильність до лідерства, а саме: вміння проявляти ініціативу, привертати і спрямовувати увагу інших, пропонувати їм рішення, схильність розмовляти мовою співбесідників. Менеджери-аніматори повинні володіти високими діловими якостями, глибокими знаннями психології людей, практичними навичками роботи в умовах чітко вибудованого механізму. Менеджеру анімації підпорядковуються:

а) методист-аніматор, який займається підготовкою сценаріїв і постановкою шоу, розробкою костюмів і проведенням репетицій;

б) організатор-аніматор, який забезпечує організацію процесу анімаційної діяльності всім необхідним.

Крім людей, які безпосередньо є частиною команди animation, робити більш яскравим шоу допомагає і художник (якщо такого немає серед аніматорів), який оформляє декорації до дійств, малює до них анонси, афіші та інші об'єкти, і закрійник, який створює і відповідає за сценічні костюми аніматорів.



**Рис. 2.4.** Типова функціональна схема управління анімаційною службою готелю

*Функціональні обов'язки фахівців:*

1) головний менеджер служби анімації – керівник анімаційної команди;

2) художній керівник – укладач і організатор денних і вечірніх шоу-програм. Відповідальний за якість виконання цих заходів;



- 3) хореограф забезпечує танцювальну підготовку учасників денних танцювальних програм і вечірніх шоу-програм;
- 4) шеф-аніматор відповідає за якість роботи аніматорів, які підкоряються безпосередньо йому;
- 5) декоратор забезпечує шоу-програми декорацією;
- 6) костюмер забезпечує учасників анімаційної програми костюмами;
- 7) шеф спортивної анімації несе відповідальність за складання і проведення спортивних програм, йому підкоряються спортивні аніматори;
- 8) аніматори – виконавці анімаційних програм.

## 9.2. Класифікація туристів

**Споживач туристичного продукту (турист)** як суб'єкт системи менеджменту в туризмі – це будь-яка фізична особа, яка використовує, купує або має намір придбати туристичні послуги (турпродукт) для задоволення власних потреб. Типологія туристів – важливий елемент роботи анімаційної служби.

За активністю поведінки під час відпочинку, вирізняють такі типи туристів:

➤ *Любителі спокійного відпочинку* – отримання задоволення від гарного самопочуття, позбавлення від нудьги та рутини. Вони їдуть у відпустку для того, щоб звільнитися від повсякденних стресів і відпочити у приємній обстановці; уникають сторонніх і великого скупчення людей. Таких відпускників приваблюють сонце, пісок, море. Зміна місця не приносить їм радість і задоволення.

➤ *Любителі задоволень під час відпочинку* – пошук різноманітних задоволень і надають перевагу світській атмосфері. Подорож заради задоволення з часом змінює свої критерії.

➤ *Любителі активного відпочинку* надають перевагу руху, перебуванню на свіжому повітрі, спілкуванню з природою, активному навантаженню власного організму. Таку відпустку можна поєднувати з лікуванням.

➤ *Любителі спортивного відпочинку* – туристи-спортсмени, увага яких сконцентрована на спортивних змаганнях. Інтерес до спорту в ролі учасника і глядача виявляють усі верстви населення.

➤ *Відпочиваючі з метою навчання*, пізнання навколишнього світу зацікавлені у підвищенні власного освітнього рівня, у пізнанні нового – вони відвідують місця, багаті історичними і культурними цінностями. Під-

групи: ті, хто відвідує місця, визначені в путівниках; ті, хто не відвідує визначні пам'ятки, а присвячує час пошуку місцевостей, де можна відчувати особливу атмосферу; ті, хто має чітко виражені культурні та соціально-наукові інтереси або надає перевагу природі.

➤ *Любителі пригод* – основна потреба – азарт. Туристи, які очікують незвичайних вражень з певною часткою ризику, тобто для яких ризик – це можливість випробувати себе.

За ознакою стилю життя:

➤ *любителі насолод* висувають дуже високі вимоги до якості відпочинку. Для них подорож є способом самовираження;

➤ *тенденційні туристи* – відпочинок пов'язаний з можливістю знайти і виявити себе як особистість. Це відпочиваючі з високими вимогами, але на відміну від попередньої групи не вимагають умов класу "люкс". Вони шукають усамітнення з природою, тиші, можливості психологічної розрядки; усвідомлюють проблеми навколишнього середовища, цікавляться політикою і культурою регіону, який зібралися відвідати;

➤ *сімейні туристи* – виключно сім'ї з дітьми, які надають перевагу відпочинку у колі родини, родичів, друзів. Вони відпочивають у зручній і спокійній обстановці, купують послуги за вигідними цінами, часто самі обслуговують себе, не люблять, щоб їм заважали;

➤ *туристи, орієнтовані суто на відпочинок* – порівняно пасивні, проводять свою відпустку традиційно: насолоджуються тишею, довго сплять, люблять смачно й багато поїсти, здійснюють короткі прогулянки і недалекі поїздки. Любителі такого відпочинку радіють, якщо на час відпустки можуть зберегти свої улюблені звички, оскільки не захоплюються експериментами.

Іноді виокремлюють і туристів-снобів, яким подобається розповідати про ті місця, які побачили, про готелі, в яких зупинялися, про ресторани, які відвідували, але де ніколи не був їх співрозмовник. Снобізм туриста може бути корисним для турфірми.

За образом:

➤ *«Сноб»* – подобається розповідати про ті місця, які побачили, про готелі, в яких зупинялися, про ресторани, які відвідували, але де ніколи не був їх співрозмовник. Снобізм туриста може бути корисним для тур фірми.

➤ *«Бродяга»* – вічний бунтівник, який заперечує наявні суспільні цінності; подорож для нього є цінністю сама по собі; вільне переміщення з мі-

сця на місце розглядається як маніфест свободи й незалежності. З погляду менеджера туризму – це важкий турист, з яким важко працювати, адже він користується тільки найбільш життєво важливими послугами.

➤ *«Конкістадор»* поводить себе як особа, яка більше орієнтована на споживання, ніж на сприйняття. Це типовий здобувач, який переносить свої моделі поведінки й шкалу цінностей на місця відвідування: нав'язує свій погляд на світ; часто негативно оцінює незвичні для нього стилі життя; у місцях відвідування намагається будувати свій світ незалежно від наявної історичної спадщини; вибагливий турист, який звик до зручностей і витрачає багато грошей.

➤ *«Мандрівник»* намагається пізнати і зрозуміти чужі культури; у подорожі для нього важливі пізнавальні та освітні аспекти; він толерантний і дружньо налаштований до навколишнього середовища у місці відвідування; очікує отримати професійно підготовлені й оригінальні продукти.

➤ *«Паломник»* шукає вічні цінності іншого, таємничого світу, намагається осягнути сутність явищ; готовий терпіти будь-які труднощі подорожі задля досягнення бажаної цілі.

За маркетинговими дослідженнями:

➤ *осілий тип* – невеликий або середній сімейний дохід. Вибирає найдешевші тури з мінімальною кількістю екскурсій. Молодь і люди похилого віку віддають перевагу відпочинку на морі з мінімальною кількістю переїздів, радіальним екскурсіям з поверненням у готель. До цієї групи належать і шопінг-тури. Задовольняються тижневими (або менше) туристськими маршрутами.

➤ *осіло-мобільний тип* – люблять поєднувати відпочинок з відкриттям або пізнанням нового. Представники середньої вікової групи з вищою освітою. Активно займаються спортом, люблять екскурсії, не дуже вибагливі до комфорту. Схильні до багатоденних (8-15 днів) маршрутів.

➤ *мобільний тип* – обирають тури з насиченою програмою і великою кількістю об'єктів відвідування, міст, національних парків. Нечутливі до переїздів. Мають схильність до пригодницьких турів, турів через всю країну, до екотуризму. Витримують тривалі тури (до 3 тижнів і більше).

➤ *кочовий тип* – індивідуальні або самодіяльні туристи, мисливці, любителі сафарі, готові й здатні подорожувати самотійно.

За способом життя:

➤ пересічні громадяни з невеликим або середнім доходом;

- громадяни з достатком, переважно дрібні підприємці;
- заможні керівники процвітаючих підприємств;
- «білі комірці», працівники державного апарату тощо.

Іншу типологію потенційних клієнтів туристської фірми пропонує відомий вітчизняний фахівець у галузі туризму В.А. Квартальнов. Вона зроблена на основі аналізу способу життя клієнтів. І оскільки спосіб життя тісно пов'язаний з потребами туриста і мотивацією до подорожі, дана типологія також представляє інтерес. Ця типологія дозволяє визначити не стільки особливості характеру або темпераменту клієнта, скільки його цінності. В.А. Квартальнов виділяє п'ять типів клієнтів:

- *Занурений в себе шукач насолод.* Швидше за все, це молодий чоловік, зайнятий монотонною, нецікавою роботою. Тому він шукає задоволення від реальних і уявних видів діяльності на свіжому повітрі. Може любити риболовлю та полювання, грати в баскетбол, захоплюватися дорогими спортивними автомобілями. У нього пристойний дохід, але всі рішення про покупки приймаються ним спонтанно. Ця людина не планує життя на довгу перспективу. Він постійний глядач спортивних, пригодницьких та інших активних програм по телевізору;

- *Активна і цілеспрямована особистість* всі сили і енергію спрямовує на досягнення підвищення по службі, має великий інтерес до своєї роботи. Такий клієнт ліберальний, з сучасними поглядами на багато сторін життя, упевнений в собі. Він постійно шукає нові відчуття, жадає активної діяльності, наприклад, катання на лижах, плавання на яхті, подорожей за кордон. Ця людина читає журнали, щоб постійно бути в курсі всіх останніх подій і тенденцій сучасної культури. Часто дивиться новини, розважальні та спортивні програми;

- *Ділова особистість.* Цей клієнт більш багатий і має більше можливостей для дорогого відпочинку, ніж активна і цілеспрямована особистість. Але їздити на далекі відстані він не любить, оскільки у нього хороший будинок і сформувалася сім'я. Читає ділові газети та журнали, дивиться передачі про подорожі і природі, а також короткі зведення новин;

- *«Сині комірці».* Живуть в маленьких містах або на околицях великих міст. Є патріотами і прихильниками суворої моралі і необхідності важкої роботи. Чудовим відпочинком вважають відпочинок з сім'єю в наметах. Вони люблять полювання і риболовлю. Краще дивитися по телевізору бокс або футбол;

➤ *Традиційний домосід*. Не може йти в ногу з часом. Є прибічником старих традицій і чекає того ж від інших людей. Лічить кожну свою копійку. Домосід уникає всього, що пов'язано з ризиком, тому анімація в такого типу туристів передбачає нескладні дозвільні заняття.

### 9.3. *Форми роботи з різними віковими групами відпочиваючих*

Для дорослої категорії відпочиваючих доцільно організовувати різні культурно-розважальні заходи, які підходять і для людей середнього і для людей похилого віку.

Таблиця 2.5

#### **Традиційні форми організації розважальних заходів**

Форми організації	Приклади
Карнавал	• народне гуляння у вигляді вуличного дійства, параду, маскараду
Раут	• збір людей, що не передбачає танці
Бенкет	• масовий збір людей, в основі якого – частування
Містерія	• театралізована постановка п'єси релігійного характеру
Раус	• захід по скликанню глядачів перед презентаціями, культурно-розважальними програмами
Церемонія	• культовий (державний) акт, який проводиться в строгому порядку
Шоу, масове дійство	

Одним з важливих напрямів анімаційної діяльності в готелях є анімація для дітей. На території п'яти-, чотирьохзіркових готелів діють спеціальні дитячі клуби: «міні» – для дітей 3-12 років, і «юніор» – для молоді 12-15 років де батьки можуть залишити своїх дітей на цілий день під наглядом кваліфікованих аніматорів (як правило, з педагогічною освітою), щоб поїздити в своє задоволення на екскурсії чи спокійно відпочити.

Про наявність міні-клубу в готелі повідомляє великий яскравий стенд, установлений у холі готелю, біля входу до ресторану чи на пляж, на якому розписаний графік роботи і чергові заходи для дітей, щоб уже при в'їзді до готелю гості могли швидко зорієнтуватись і віддати туди свою дитину.

*Принципи* культурно-розважальної анімації туристського обслуговування в готелях є:

- комплексний підхід до організації заходів;
- свобода вибору цих заходів;
- театралізація: використання різноманітних прийомів (образність, символічність, метафоричність, стилізація) і всіх видів мистецтва (живопис, музика, література), хід дійства за сценарієм;
- персоніфікація.

План роботи, як і загальний план анімаційної діяльності в готелі, (виходячи, в середньому, із двотижневого перебування туристів), складається заздалегідь і, можливо, коректується в ході проведення занять, у залежності від присутнього контингенту дітей та інших умов. У цьому плані вони повинні добре взаємодоповнюватись і мати оптимальну кількість спортивних і культурних заходів, необхідних для розвитку дитини.

Робота в міні-клубі аніматором – важка праця, бо ця людина повинна враховувати великий ряд фізіологічних і психологічних особливостей дітей різного віку, створити такі умови, щоб кожній дитині в них було цікаво і вона змогла проявити і реалізувати себе як особистість.

Для організації ефективної роботи з дітьми треба мати необхідні приміщення для перебування дітей у літні місяці і в непогоду, обладнані різноманітним інвентарем для малювання, ліпки, рухливих ігор тощо. Кожний день у таких міні-клубах починається із знайомства (діти стають у коло, називають своє ім'я, повторюють і запам'ятовують імена інших) і має свою тему, яка розповідається в ході спортивних і пізнавальних занять і змагань разом із поставленими маленькими спектаклями, концертами і святами.

#### **9.4. Матеріальна база анімації**

Добре організувати роботу анімаційної служби можна тільки при наявності достатньої матеріальної бази. *Склад матеріальної бази* для анімаційних програм:

- устаткування для відпочинку на пляжі (водні атракціони, вежі вільного падіння, парасолі, гірки, човни тощо);
- устаткування для дитячих майданчиків (гойдалка, каруселі, альтанки, гірки, ігрові й пневматичні атракціони, оформлювальні фігури у вигляді казкових персонажів, надувні карнавальні костюми);

- приміщення, меблі й необхідний реквізит й інвентар для міні-клубу (різні настільні ігри, фарби, книжки-розфарбування, пластилін, пазли, набори формочок, ляльки, машинки, кольоровий папір, олівці тощо);
- устаткування для рухливих ігор і тренажерних залів (спортивні тренажери, екстремальні атракціони, мішені, аксесуари для пейнтболу, бадмінтону, футболу тощо);
- приміщення, книги і меблі для бібліотеки;
- приміщення та інвентар для станцій і пунктів прокату човнів, водних велосипедів, лиж тощо;
- приміщення, амфітеатр або обладнану площадку на відкритому повітрі для проведення масових заходів і розважальних шоу;
- устаткування, декорації й набір костюмів і реквізиту для сцени;
- проекційне, звукове, сценічне, світлотехнічне й інше устаткування для проведення шоу, дискотек, конкурсів і змагань;
- ігрові автомати;
- устаткування й приміщення для більярда, боулінга, казино (якщо останні передбачені).

Необхідно перш за все організувати інфраструктуру: тенісні корти, баскетбольні, волейбольні й інші спортивні й ігрові площадки, паркові атракціони, віндсерфінг, човни, акваланги, басейни, аквапарки, пляжні бари, таверни, кінотеатри, дискотеки, нічні клуби, боулінги-центри, більярдні, казино, тоталізатори тощо). Дизайн цих об'єктів вимагає особливої уваги.

Необхідно дотримуватися правил безпеки. Центри цієї розважальної діяльності повинні розташовуватися недалеко один від одного, від моря й торговельних точок.

**Технічні об'єкти для проведення анімаційних програм** – це складна технічна й соціальна система, успішне функціонування якої в системі гостинності залежить від цілого ряду факторів: місця розташування, досконалості й надійності устаткування тощо.

Для підтримки матеріальної бази в робочому стані необхідно мати господарника, який би стежив за справністю устаткування і інвентарю, а при необхідності робив ремонт. Основна ж відповідальність за збереження матеріальної бази лягає на аніматорів, безпосередньо з нею працюючих, для чого необхідно з ними проводити відповідний інструктаж.

Матеріальна база анімаційної служби будь-якого готелю має потребу в постійному відновленні.

Відповідно до класифікації готелів анімаційну базу цих закладів можна поділити на три рівня:

*I – матеріальна база дозвілля чотирьох – п'ятизіркового закладу.* Найявність найширшого спектру культурно-розважальних закладів, що відповідають найсучаснішим вимогам. Яскравим прикладом такого рівня є матеріальна база дозвілля п'ятизіркового "готелю на плаву" – океанського круїзного лайнера. Сучасні конструктори та "архітектори відпочинку" змагаються у різноманітності, оригінальності, новизні розваг, що пропонуються. Подібні ноу-хау повинні мати відповідну матеріально-технічну базу. Серед запропонованих варіантів привертають увагу спортивні майданчики та споруди на палубах судна: басейн, поля для міні-гольфу, волейбольні, міні-футбольні майданчики, тенісні корти, приміщення для шейпінгу та аеробіки, тренажерні зали та льодові стадіони. Крім того, подібні «плавучі готелі» пропонують туристам відвідати театральну виставу в театрі – точній копії міланського «Ла Скала», або ж костюмоване шоу – у вар'єте, що дуже нагадує славнозвісний «Мулен Руж». До матеріально-технічної бази дозвілля судна належить також бібліотека з великою фоно- і відеотекою, клубні приміщення, танцювальні та ігрові холи, дитячі кімнати з відповідним набором засобів для гри, дискотеки, казино, бари, ресторани тощо. Технічні засоби, костюми, реквізит відповідають високому рівню дозвіллевих послуг на судні. А спеціалісти продовжують генерувати нові ідеї щодо варіантів розваг, що пропонуються. На черзі побудова аквапарків і парків атракціонів на суднах найвищого класу.

*II – матеріально-технічна база дозвілля тризіркового закладу.* Передбачає широкі можливості для організації анімаційної діяльності туристів, щоправда, з урахуванням значно менших витрат на потреби. Створення багатофункціональних об'єктів дозвілля. Наприклад, замість трьох-чотирьох спортивних майданчиків будується один, обладнаний таким чином, щоб на ньому можна було б грати в міні-футбол, волейбол, баскетбол, а в деяких випадках ще й в теніс чи бадмінтон. Замість двох залів для проведення різного роду сценічних шоу і кіносеансів будується один кіноконцертний зал, замість трьох басейнів – один тощо.

Далеко не всі заклади другого рівня забезпеченості мають площі для організації анімаційної діяльності. Тому досить часто спостерігається ситуація, коли гостям пропонують користуватися анімаційними послугами сусідніх, більш потужних закладів чи об'єктів загального користування. Звичайно, подібні послуги надаються за додаткову оплату.



Важливою складовою матеріального забезпечення туристично-рекреаційного закладу є його прокатна база дозвілля. Вона теж відповідає рівню закладу, специфіці його функціонування. Так, гірськолижні курорти мають надавати послуги прокату гірськолижного спорядження – лижі, палки, кріплення, сноуборди, санки, причому для різних категорій туристів. Приморські кліматичні курорти надають послуги з прокату засобів водноспортивного відпочинку: різного роду надувні плавзасоби, серфінгові та віндсерфінгові дошки, човни, катамарани і, навіть, катери і яхти. Оскільки заклади другого рівня часто обмежені у площах, є сенс розвивати форми компактного дозвілля – гру в пінг-понг, бадмінтон, більярд, настільні ігри, гурткові заняття. Необхідний інвентар для організації такого дозвілля і складає прокатну базу підприємства.

*III – матеріально-технічна база дозвілля одно-двозіркових закладів.* Мінімальний набір анімаційних засобів, потрібних для забезпечення рекреаційного процесу. Складається як мінімум з кіноконцертного залу, нехай і літнього типу, багатофункціонального спортивного майданчика, танцювально-ігрового майданчика, спеціально обладнаного дитячого майданчика (при необхідності), більярдної кімнати, хоча б одного клубного приміщення (наприклад, вітальні чи камінного залу), як мінімум двох телевізійних кімнат, кафе чи бару, відповідної прокатної бази. Досить часто керівники закладів третього рівня забезпеченості, розуміючи важливість анімації, формують культурно-анімаційні комплекси, що відповідають вимогам другого рівня, і, навпаки, тризіркові заклади, навіть маючи відповідні площі і приміщення, не створюють достатніх умов для організації анімаційної діяльності гостей, відповідних рівню закладу.

### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Анімація в туризмі – це...*
2. *Анімаційні готельні послуги – це...*
3. *Менеджер з анімації – це...*
4. *Спеціаліст-аніматор – це...*
5. *Методист-аніматор – це...*
6. *Організатор-аніматор – це...*
7. *Споживач туристичного продукту – це...*
8. *Осілий тип туриста – це...*
9. *Осіло-мобільний тип туриста – це...*

10. *Мобільний тип туриста – це...*
11. *Кочовий тип туриста – це...*
12. *«Сноб» – це...*
13. *«Бродяга» – це...*
14. *«Конкістадор» – це...*
15. *«Мандрівник» – це...*
16. *«Паломник» – це...*
17. *Карнавал – це...*
18. *Раут – це...*
19. *Банкет – це...*
20. *Містерія – це...*
21. *Раус – це...*
22. *Церемонія – це...*
23. *Технічні об'єкти для проведення анімаційних програм – це...*
24. *Міні-клуб – це...*
25. *Юніор-клуб – це...*

### **Творче завдання для практикуму**

*Виконавці:* робота малими групами по 3 студенти.

*Зміст практикуму:* складання і презентація пакетів анімаційних послуг для туристів різних категорій.



## ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ ІГРОВОЇ ТА СПОРТИВНОЇ АНІМАЦІЇ

### Інформаційний обсяг теми

1. Форми ігрової діяльності в туристичній анімації.
2. Ігрова програма.
3. Методика проведення рухливих ігор.
4. Підготовка аудиторії до участі у ігровій анімації.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Позитивний вплив гри на людину.
2. Структура занять з класичної аеробіки і степ-аеробіки.
3. Аква-аеробіка.

### Теми інформаційних повідомлень

1. Гра як складне соціокультурне явище.
2. Різновиди ігрових майданчиків для ігрової анімації.
3. Аеробіка: оздоровча і спортивна.

#### **10.1. Форми ігрової діяльності в туристичній анімації**

**Гра** – діяльність із розважальною та іноді навчальною метою. Гра відрізняється від роботи тим, що не ставить перед собою практичної корисної мети (але користь від неї може мати місце), і від мистецтва тим, що не створює художніх цінностей, хоча кордони між цими видами діяльності розмиті.

Рухливі ігри супроводжують людину з самого народження і до глибокої старості. Здоровий спосіб життя є основою спортивної анімації. Функції спортивної анімації: збереження і зміцнення здоров'я.

*Завдання* аніматора під час гри:

- а) чітко викладають правила;
- б) забезпечує безперервність, безпеку, організований початок і закінчення гри з обов'язковим підведенням підсумків і оголошенням переможців безпосередньо беруть участь у якості гравців, ведучих та суддів;
- в) підігривають інтерес гравців;
- г) контролюють хід гри;
- д) залагодження можливих конфліктних ситуацій;
- е) ретельно підходити до вибору призів.

Помітний, яскравий або незвичайний реквізит теж найчастіше викликає інтерес до гри. Вгадати бажання аудиторії, зрозуміти, що їй необхідно в даний момент, який мотив керуватиме нею до участі в грі, – це і є завдання аніматора.

*Причини участі людини у грі:* бажання активно відпочити, одержати заряд гарного настрою, побути у центрі уваги, одержати приз і прилюдно «бути увінчаним лавровим вінком».

Рухливі ігри входять практично в усі програми анімації. Як правило, туристи вже займалися спортивними іграми і мають необхідний досвід поведінки в колективі. Динамічність, заводний характер суперництва дозволяє людям розкрипатися, виявити здібності та таланти, прояв яких стримується у повсякденному житті.

Аніматори в основному пропонують ігри зі швидкісними рухами, стрибками тощо. У зв'язку з тим, що, за твердженням вчених, у наш час фізичні можливості людей зросли в порівнянні з їх однолітками в минулому, у рухливих іграх бере участь усе більше і більше вікових груп відпочиваючих.

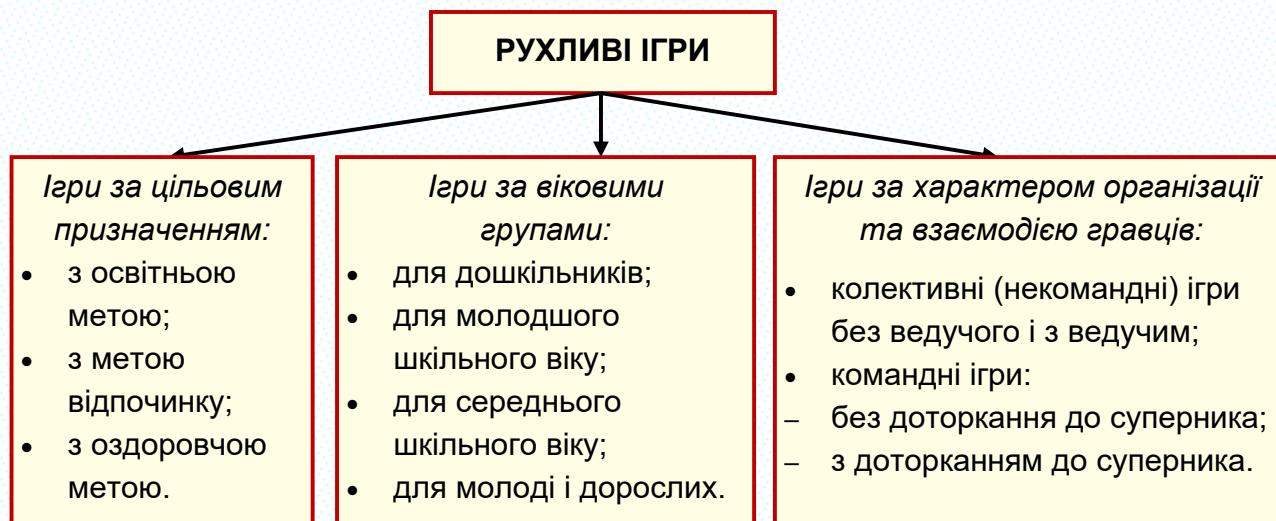
***Рухливі ігри*** – засіб комплексного удосконалення рухових якостей людини, таких як швидкість, сила, спритність, гнучкість тощо.

Мета спортивних рухливих ігор в анімації: надання послуг активного відпочинку, підбадьорення, спонукання туриста до активних дій, відновленню сил, розвитку швидкості, витривалості і, головне, працездатності.

У практиці фізичного виховання існує *п'ять видів рухливих ігор*:

- 1) тренувальні ігри, що поєднують у собі вправи, які допомагають тренувати слух, уважність, спостережливість;
- 2) сюжетно-рольові, які припускають орієнтування по карті або азимутів, що розвиває уміння зберігати секретні відомості, проходити непоміченими межу;
- 3) ігри-походи, які переслідують освітню мету;

- 4) військово-спортивні ігри, що мають прикладний життєвий характер;  
 5) ігри для відпочинку і розваг.



*Рис. 2.5. Класифікація рухливих ігор*

Рухливі ігри використовуються у виді засобів виховання фізичних якостей людини. Це пов'язано з тим, що відпочиваючі і туристи у себе вдома ведуть в основному малорухомий, сидячий спосіб життя, який негативно позначається на їх зовнішньому вигляді, стані здоров'я.

Великі фізичні навантаження і монотонні численні повторення рухів під час розминок призводять до своєрідного психологічного застою, стомлюваності, втрати інтересу навіть у організованих і дисциплінованих. Туристи й інші відпочиваючі, граючи, забувають про стомлення, тренуються з бажанням і великим задоволенням.

## **10.2. Ігрова програма**

**Ігрова програма** – це комплексний анімаційний захід, в якому різноманітні ігрові форми об'єднуються ідейно-тематичним задумом.

*Етапи створення ігрової програми:*

**Етап 1.** Оцінка потенційної аудиторії може відбуватися двома шляхами:

а) за принципом спеціалізації рекреаційного чи туристичного закладу. Досить легко визначити якісний склад рекреантів (туристів) у дитячому рекреаційному закладі. Зрозумілі потреби і можливості мешканців казино-готелів. Складніше зрозуміти потреби туристів-індивідуалів, що зупиняються в готелі на короткий час, створюючи досить строкату аудито-

рію. У цій ситуації треба максимально урізноманітнювати зміст і форму анімаційних програм, враховуючи при цьому побажання керівництва готелю. Якщо ж все-таки не вдалося знайти об'єднуючий інтерес для змішаної аудиторії, треба використати популярні, перевірені на інших туристах цього готелю, програми.

б) методом попереднього спостереження. Цей варіант – експериментальний. Спочатку влаштовується танцювально-ігровий вечір знайомств, де кожен турист показує свої творчі здібності. Найактивніші складуть той інтелектуально-творчий фундамент, на якому треба будувати інші ігрові програми.

*Етап 2.* Оцінка ігрового майданчика необхідна. По-перше, треба з'ясувати з якого матеріалу зроблено покриття підлоги. На асфальтовому покритті не можна ні танцювати, ні проводити рухливі ігри. Ґрунтове покриття вимагає лише спортивного взуття. Універсальний варіант покриття для ігрового майданчика – це жорстка, без щілин дерев'яна підлога або спеціальне штучне покриття, замовлене під конкретні ігри. Часто оцінка форми і розміру ігрового майданчика, його забезпеченість стаціонарними технічними засобами підказують ідею та тему ігрової програми, а також її форму. Крім того треба визначити акустичні характеристики майданчика. Це дозволить «вибудувати» ефективне звукове оформлення ігрової програми. Бажано, щоб технічні засоби відповідали завданням, що ставлять перед собою аніматори. Звуковідтворювальна апаратура повинна бути достатньо потужною, щоб озвучити увесь майданчик.

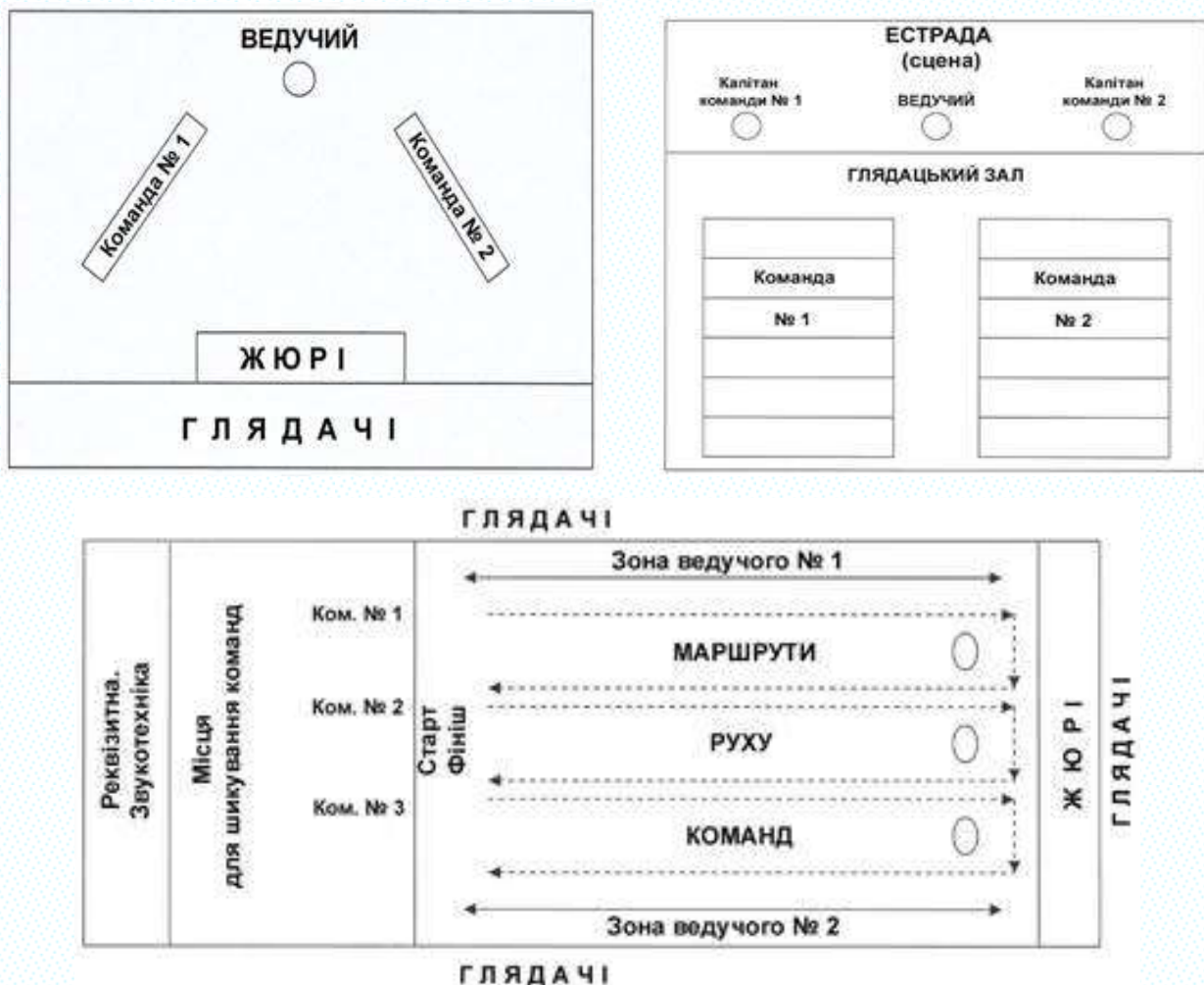
*Етап 3.* Реквізит підбирається згідно задуму аніматора. Найчастіше в ігрових програмах використовуються м'ячі, обручі, кеглі, надувні кульки, канати, різноманітний (бажано такий, що не б'ється) посуд, меблі (стілці, столи, лави), лантухи, ласти, маски, спеціальний реквізит. У всьому світі під час масових ігрових програм аніматори користуються радіомікрофонами, оскільки шнури від шнурових мікрофонів обмежують можливості маневру аніматорів і заважають учасникам ігрових програм.

*Етап 4.* Наступним етапом є розробка сценарію ігрової програми. Якщо сценарист пише сценарій як методичну розробку для інших аніматорів-ігровиків, то він обирає форму літературного сценарію. Така форма передбачає детальне викладання усіх дій і тексту ведучих, чітке роз'яснення умов кожної гри, вибір і представлення журі, нагородження переможців, музичний супровід, мізансцени тощо. У разі, коли сценарист виконує також функції і ведучого програми (а це звична практика), то достатньо розробити

сценарний план, в якому будуть відображені основні етапи заходу. Але, у будь-якому разі, треба розробляти монтажний лист для звукорежисера, художника по світлу та інших спеціалістів, які створюють програму.

*Етап 5.* Формування мізансцен та до організації простору ігрового майданчика. Головною метою цього процесу повинна стати комфортність перебування на майданчику глядачів, гравців (конкурсантів), журі і самих аніматорів. Глядачі і члени журі повинні бачити усе, що відбувається на ігровому майданчику. Гравців треба розташувати таким чином, щоб вони не заважали один одному. Ведучий займає позицію, зручну для роботи в кожному конкретному епізоді, не повертаючись при цьому до публіки спиною. Варіанти ігрових *мізансцен* можуть бути такі:

- а) організація простору ігрового майданчика, коли грають дві команди;
- б) організація простору ігрового майданчика при проведенні естафет з трьома командами;
- в) організація простору глядацького залу під час гри з естради.



**Рис. 2.6.** Приклади мізансцен для рухливих ігор

Так, форма КВК передбачає об'єднання в одній програмі музичних, танцювальних, вербальних, театралізованих конкурсів. Ігрова форма «Вгадай мелодію» включає лише музично-інтелектуальні конкурси, а програма «Знімається кіно» – асоціативні, творчі ігри.

*Етап 6.* Під час проведення ігрової програми аніматор повинен не лише слідкувати за сценарною послідовністю конкурсів і ігор, але й дотримувати культури мовлення, техніки спілкування, толерантного, неупередженого ставлення до учасників гри. При наявності журі ведучий не повинен проявляти видимих симпатій до жодної із конкуруючих сторін.

### 10.3. Методика проведення рухливих ігор

Таблиця 2.6

#### Класифікація ігор за метою

Мета	Фізіологічна спрямованість	Вправи	Методика	Ігри
Виховання сили	Ігри, що впливають на групи м'язів, які без спеціальних вправ розвиваються слабо.	Відпочиваючі повинні переборювати власну вагу або робити протидію своєму супернику.	Вправи, які сприяють збільшенню сили менш розвинутих кінцівок (правій нозі, лівій руці).	«Вершники», «Тачка», «Біг крабів»
Виховання швидкості	Швидкість мускульних скорочень, кількість рухів на одиницю часу, пересування у просторі.	Ігри розвитку реакції на об'єкт, який пересувається, єдиноборства.	Швидкісні показники більш ефективні при оптимальному порушенні нервової системи, тому варто планувати їх на першу половину дня, до початку втоми.	«Мисливці на качок», «Боротьба за м'яч», «Карасі та щуки»
Виховання спритності	Освоєння різних рухів і координації їх у різних сполученнях. Удосконалення «почуття розрахунку часу».	Ігри на швидкість і точність, дії на координацію і рівновагу. Рухи ациклічні, умови постійно змінюються.	Вправ вимагають сполучення тонких і чітких м'язових зусиль. Тому вони недостатньо ефективні при настанні втоми.	«Захист укріплення», «Передач – сідай», «Повзуча естафета»



Розвиток витривалості	Витривалість виявляється не в статичних, а в динамічних умовах роботи м'язів, в яких чергуються періоди напруги і розслаблення.	Регулювання навантаження: зменшення кількості гравців за збереження площі майданчика; збільшення його площі, ускладнення прийомів і правил при незмінній кількості гравців.	Вправи циклічного характеру, які вимагають високої активності в роботі нервової системи; можуть викликати утому, зниження працездатності. Такі вправи добре поєднувати з рухливими іграми, вони не тільки фізично, але й емоційно розвантажують учасників.	«Колесо», «Почергові передачі по колу», «Не дай м'яч ведучому», «Гонки з вибуванням»
Збереження і розвиток гнучкості	Іноді підбираються ігри для впливу на окремі групи м'язів, зв'язки і суглоби. Часто виконують зі спортивними знаряддями за допомогою збільшення навантажень, амплітуди рухів.	Активна гнучкість залежить від сили м'язів. Доцільно включати в ігри елементи силової боротьби, перенесення ваги без статичних навантажень. При емоційних підйомах гнучкість краща.	Перед іграми необхідно проводити невеликі розминки, щоб уникнути розтягання зв'язок і розривів м'язових волокон. Включаючи в ігри той або інший елемент спортивної техніки, аніматор має стежити, щоб основна частина структури рухів не порушувалася.	«Передача м'ячів», «Регбі на колінах», «Естафета з повзанням»

Вибір ігор і ігрових видів для використання в анімації залежить від самого аніматора, його професіоналізму і підготовленості, складу анімаційної групи, від можливості інфраструктури туристського центра. Інвентар: м'ячі, гантелі, ослони або просто партнери з групи занять. Для вправ з подолання власної ваги застосовують гімнастичні стінки, бруси, канати тощо.

Спеціалісти вважають, що технічно правильне виконання рухів на високій швидкості – завдання, яке дуже важко виконати. В рухливих іграх важко не стільки надати оцінку швидкості гри та сюжету, скільки оцінити якість виконання основних технічних прийомів.

#### **10.4. Підготовка аудиторії до участі у ігровій анімації**

Розповсюдженою помилкою аніматорів є намагання «силою» залучити до гри людей, які чи то в силу сором'язливості або недостатньої налаштованості, чи то з причини стану здоров'я не хочуть брати участь у грі як гравці. Навіть якщо аніматору вдасться «витягнути» рекреанта на ігровий майданчик, людина буде почувати себе ніяково і насолоди від процесу не отримає. Якщо у аніматора є сумніви щодо бажання потенційної аудиторії активно грати в запропоновані ігри, він повинен заздалегідь подбати про момент активізації публіки.

### *Принципи активізації:*

➤ Публіку треба підготувати психологічно. Підготовка починається з розробки афіші заходу. З неї людина повинна отримати своєрідну настанову «Я йду грати». Якщо після ознайомлення з афішею людина прийшла на ігровий майданчик, значить вона хоче займатися саме цим видом анімаційної діяльності. Допоможе відчувати себе «у своїй тарілці» яскраве оформлення ігрового майданчика, весела музика і комфортність перебування на території «Країни гри». У цій «країні» всі грають, у ній немає споглядальників чи критиків. У цій країні неможливе існування поза грою.

➤ Стиль ведучого повинен відповідати ідеї розважального заходу. Його зовнішній вигляд, інтонації голосу, міміка, жестикуляція повинні створювати привабливий, веселий настрій. У цій ситуації важливо не помилитися в розподілі ролей у грі, особливо жіночих і чоловічих.

➤ Якщо під час конкурсно-ігрової програми, що відбувається за принципом «хто програв – той вибуває», виникає необхідність вивести з гри тих, хто програв, робити це треба м'яко, з демонстрацією великої втрати для гри.

➤ Ведучий повинен подякувати тим, хто вибуває, за гру, підбадьорити їх, дати їм надію на майбутні конкурси, зініціювати бурю оплесків вдячних уболівальників. А якщо «невдаха» в цій ситуації ще й отримає пам'ятний приз, його життєвий тонус, як мінімум, не знизиться.

➤ Упродовж усієї програми ведучий не повинен забувати про обов'язковий засіб впливу на рекреантів – активізація публіки. Після кожного конкурсу чи кожного туру люди, які безпосередньо не беруть участі у грі, мають залучатися до активного вболівання «провокаційними» питаннями, приміром: «Яка команда, на вашу думку, зараз попереду?» або «Хто з учасниць претендує на приз глядацьких симпатій? Учасниця під номером 1, 2, 3, ...?» Уболівальники емоційно «голосують» за своїх обранців, не помічаючи, як у цей момент піднімається їх життєвий тонус.

➤ Комфортна температура повітря, його вологість і циркуляція. Якщо людям холодно чи, навпаки, спекотно, чекати від них адекватної реакції не можна. Оптимальною температурою для організації ігрової діяльності є температура в межах 20-25°C. У літній сезон ігрові програми просто неба бажано проводити для дітей вранці, відразу після сніданку, для дорослих – ввечері, після вечері. У приміщеннях повинна працювати система кондиціонування.

➤ Завершує ігрову програму підведення підсумків, вручення нагород переможцям і пам'ятних призов іншим учасникам.

➤ У завершальному слові ведучий дякує учасникам і глядачам за активну участь у програмі і запрошує усіх відвідати наступні заходи.

Пляжні активізації рекреантів не мають сценарної розробки або ідейно-тематичного плану. Це обумовлено їх функціональним наповненням, яке передбачає, в першу чергу, зміну виду рекреаційної діяльності. За допомогою активізацій аніматори ненав'язливо залучають рекреантів до більш активних форм відпочинку. Тут у нагоді стають пляжні ігри. Аніматор чи аніматори виходять на пляж чи до басейну і починають грати у м'яча чи у бадмінтон, або кидати тарілочку, пропонуючи приєднатися до них туристам. Наявність моря, річки чи басейну дозволяє аніматорам запропонувати рекреантам позмагатися у швидкості плавання чи дальності пірнання. У басейні не важко поставити ворота і пограти у водне поло. Жінки залюбки відгукуються на пропозицію зайнятися водною аеробікою або синхронним плаванням. Усі ці ігри і забавки потребують безпосередньої участі в них аніматорів.

### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Рухливі ігри – це...*
2. *Тренувальні ігри – це...*
3. *Сюжетно-рольові ігри – це...*
4. *Ігри-походи – це...*
5. *Військово-спортивні ігри – це...*
6. *Ігри для відпочинку і розваг – це...*
7. *Ігрова програма – це...*
8. *Мотиви гри:*
9. *Тренування сили – це...*
10. *Тренування спритності – це...*
11. *Тренування гнучкості – це...*
12. *Тренування витривалості – це...*
13. *Тренування швидкості – це...*

### **Творче завдання для практикуму**

*Виконавці:* індивідуальна робота кожного студента.

*Зміст практикуму:* програма двох анімаційних рухливих ігор та їх проведення серед одногрупників.



## ТЕМА 11. МУЗИЧНЕ І ТАНЦЮВАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО В АНІМАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

### Інформаційний обсяг теми

1. Форми музичної анімації.
2. Музичні анімаційні програми.
3. Розвиток танцювальної анімації.
4. Особливості анімаційної дискотеки..

### Питання для самостійного опрацювання

1. Диференційований підхід при розробці музичних анімаційних програм.
2. Акустична характеристика танцювального майданчика.
3. Врахування гучності при складанні танцювальних програм.

### Теми інформаційних повідомлень

1. Поняття та особливості емоційного впливу музики.
2. Історія зародження музичної анімації.
3. Етапи становлення танцювальної культури.
4. Різновиди акустики.

### 11.1. Форми музичної анімації

Під **музикою** розуміють вид мистецтва, що відображає дійсність у звукових художніх образах. Музичне мистецтво одне з найдавніших в історії людства. Воно формується за рахунок поєднання двох складових: мелодії і ритму, які в свою чергу базуються на звуковій палітрі оточуючого світу. Музика передає великий спектр емоцій, настроїв, почуттів, образів: радість, захоплення, екстаз тощо. Важливою особливістю музики є її образність.

Для аніматора-режисера театралізованих програм значущою є емоційна виразність музики. Процес осягнення різноманітного змісту музики складний. Він обумовлений специфікою природи музичного мистецтва,

психофізичними особливостями людини, умовами, що створені для сприйняття музики. Аніматори дозвілля повинні подбати про сприятливі умови спілкування з музикою.

*Фактори*, що впливають на сприйняття музики людиною: акустику залу, температуру повітря у приміщенні, якість звуку тощо. Слухаючи академічну музику, ми концентруємося на самій музиці. Будь-який сторонній шум порушить гармонію цього процесу. На рок концерт йдуть гамірливими компаніями, під час звучання музики – активно реагують, аплодують, підспівують. Ці прояви емоцій тут не будуть зайві, скоріше – навпаки. А людина, що цінує джаз, не буде обирати між прослуховуванням диску і відвідуванням концерту. Прямий контакт з виконавцями є привабливішим.

**Сприйняття музики** – це ряд психологічних процесів, які відбуваються у свідомості слухача: фіксація музики, слідування за її розвитком, співставлення й оцінка, емоційна реакція на звучання. Сприйняття музики має декілька стадій і якісних рівнів. Попередній етап – прослуховування як фізіологічний процес. До вищих стадій можна віднести розуміння і переживання музики, її оцінку.

*Психофізіологічний вплив музики*: ритм, зв'язок слухових нейронів з мозком, варіація звучання голосу чи інструменту. Тепер анімаційно-розважальні комплекси туристично-рекреаційних закладів мають звуко-технічні засоби, що дозволяють досягти високоякісного звучання музики при значній потужності відтворення. У цих умовах поняття «фізичний вплив» стає майже матеріальним. Слухач знаходиться у насиченому звуковому середовищі (що не означає надмірну гучність). Виникає незвичне відчуття «пружності повітря», звукової щільності.

Л. Стоковський визначає *чотири типи сприйняття*:

- насолода фізичною красою звучання;
- реакція на емоційний ряд музичного твору;
- створення паралельного ряду зорових уявлень;
- слідування за формою, ритмом, аранжуванням, інтонацією.

Музична анімація має свої *форми*:

1) концерт (від лат. *concerto* – змагаються). Сьогодні концерт – це публічне виконання музичних та вокальних творів, а також естрадних, драматичних та хореографічних номерів за певною програмою. На відмі-

ну від комерційних аматорські концерти безкоштовні для рекреантів. Історія розвитку концерту – барабани, духові, струнні інструменти, спів.

**Триєдина хорея = музика = спів = танець;**

2) музичні конкурси:

- професійні і напівпрофесійні конкурси музикантів і співаків;
- музично-ігрові конкурси в межах туристично-рекреаційного закладу.

У межах туристично-рекреаційного закладу музичні конкурси мають переважно ігровий характер. Ідею такої конкурсно-ігрової програми можна запозичити з досвіду телевізійних ток-шоу. Відповідними до складу команд повинні бути й ігрові завдання, наприклад:

- конкурс на виконання пісень з мультфільмів;
- конкурс «Знімається кліп», де команди обігрують відомі пісні у відповідному стилі;
- конкурс на знання пісень з репертуару відомого виконавця;
- конкурсна гра «Оркестр», за умовами якої учасники, використовуючи заздалегідь підготовлений реквізит, створюють оркестр з певного жанру музики.
- конкурс болільників, в якому ті по черзі співають пісні на задану тему.

3) музичний фестиваль – це комплексна анімаційна програма, основним засобом виразності якої є музика. Розподіляються за:

- віковим цензом (дитячі, молодіжні, фестивалі майстрів (відомих виконавців),
- жанром музики (симфонічна, камерна, джазова, народна, авторська),
- рівнем професійності виконавців (аматорські або професійні).

4) фестиваль самодіяльної творчості – це одна з демократичних форм активізації відпочинку туриста. У ньому можуть брати участь не лише ті люди, для яких володіння інструментом – не проблема. Не обов'язково мати визначні музичні здібності, достатньо бажання. Аніматори можуть виступити як акомпаніатори, співвиконавці пісні.

5) фестиваль караоке для рекреантів, які відпочивають у курортному готелі чи лікуються в санаторії, відпочивають у дитячому оздоровчому таборі чи розважаються в ресторані.

6) салонні музичні заходи, що відбуваються в музичних салонах і вітальнях. Салон – це затишне приміщення, облаштоване для елітного відпочинку. Він повинен бути обладнаний музичними інструментами – гітарою, роялем або фортепіано.

7) клубні заходи: клуби меломанів, фан-клуби окремих виконавців або стилю музики. Деякі санаторно-курортні заклади мають клуби любителів пісні, де люди збираються поспівати улюблених пісень. Керувати цим процесом повинен аніматор-акомпаніатор, який добре володіє технікою гри на гітарі, баяні, акордеоні чи фортепіано.

### ***11.2. Музичні анімаційні програми***

У зв'язку з тим, що відтворення фонограм за допомогою високоякісної апаратури стало нормою в анімаційній практиці, музичні аніматори, не вдаючись до копіювання, намагаються знайти свої засоби виразності, що дозволяють ефективніше сприймати музичний матеріал. Серед таких засобів різноманітні звукові і шумові ефекти (скрегіт диску, гомін залу, оплески, синтезовані звуки тощо), експерименти з образним рядом («тіньовий театр», відео, кіно, слайди), синхронне накладання тексту ведучого на ритмічний малюнок твору, хореографія, пантоміма тощо. Усі ці прийоми підсилюють емоційний потенціал музичного матеріалу і допомагають аніматору досягти максимального ефекту.

Плануючи програму музичного заходу, необхідно врахувати її орієнтацію на конкретні музичні запити аудиторії. Це може бути інтерес до:

- певного жанру музики;
- конкретних творів у музичному (пов'язаному з музикою) творчому процесі;
- самостійної участі у музичному (пов'язаному з музикою) творчому процесі.

Крім того, музична анімація, як і всі інші види анімації, передбачає диференційований підхід аніматорів до організації та проведення музичних заходів. У залежності від теми заходу, його форми обираються певні засоби управління сприйняттям. При цьому треба враховувати дані про потенційну аудиторію: вік, освіту, соціальне становище, географічні національні особливості.

Між спеціалістами давно існує суперечка на предмет того, яку функцію повинна виконувати музика під час відпочинку: виховну чи розважальну. Незважаючи на те, що в практиці анімаційного дозвілля саме розважальна музика превалює, аніматори не повинні забувати, що серед туристів багато освічених людей, які добре розуміються на історії і теорії музики, мають великий досвід прослуховування різножанрової музики, володіють вміннями і певним досвідом гри на музичних інструментах. Цей факт зобов'язує

аніматорів урізноманітнювати музичні програми за рахунок музики, порівняно складної для сприйняття, у той же час більш глибокої і насиченої. Такий підхід дозволить задовольнити музично-дозвілєві потреби якомога більшої кількості туристів. Але тут виникає проблема фаховості аніматорів.

На жаль, навіть шеф-аніматори далеко не завжди володіють достатнім рівнем обізнаності у питаннях історії і теорії музики, вміннями і навичками, що дозволяли б їм професійно оперувати музичним матеріалом у процесі підготовки і проведення музичних заходів. Якщо аніматор володіє нижчою, ніж у туриста, музичною культурою, останньому буде нецікаво сприймати той «примітивний» художньо-творчий продукт, який йому запропонує організатор дозвілля.

Вихід з цієї ситуації один – формувати професійний склад анімаційної команди за принципом вузької спеціалізації. Наприклад, ді-джеї, співаки, музиканти, музичні аніматори-ігровики повинні пройти тестування на професійну придатність ще до початку туристичного сезону. Претенденти на посаду музичного аніматора повинні продемонструвати свої природні здібності до музики (слух, відчуття ритму, вокальні дані) і набуті вміння і навички (рівень музичних знань, володіння інструментом, володіння методикою організації музичних заходів). Так як і більшість представників публічних, творчих професій аніматор повинен бути психологом, знати особливості впливу музики на психіку людини, володіти здатністю відчувати аудиторію, її настрої і потреби.

Аудиторія анімаційних заходів: шанувальники академічної (оперної, балетної, камерної, симфонічної) і неакадемічної (джазової, рок, популярної) музики. Народна музика є фундаментом для обох напрямів. Більшість людей віддає перевагу легкій для сприйняття музиці, що відповідає сучасній естетиці подачі музичного матеріалу. Це, як правило, популярна (танцювальна) музика і традиційна естрада. Особливо великий відсоток шанувальників популярної музики серед молоді. Лише 5% 16-20-річних цікавляться симфонічною музикою. У 70% меломанів фонотеки складаються лише з поп-музики. У людей середнього віку смаки змінюються, але вони стосуються переважно темпоритмічного малюнку твору і рівня гучності його прослуховування.

#### *Прийоми активізації публіки:*

- запрошення публіки до спільного виконання пісні чи її приспіву;
- створення ефекту залу, що рухається, коли публіка робить синхронні рухи, імітуючи вітер, хвилі, світлову ілюмінацію (якщо дозволяють правила пожежної безпеки);



- проведення музично-пісенних ігор з публікою у паузах між виступами артистів (змагання між двома частинами аудиторії на вправність виконання тематичних пісень, наприклад, які починаються на “Ой”, або мають у текстах імена, або присвячені темі кохання);
- проведення немuzичних активізацій (ігри з надувними кульками, паперовими літаками тощо).

### 114.3. Розвиток танцювальної анімації

**Танець** – це складний та багатогранний феномен людської культури, який можна зрозуміти лише в єдності біологічного, психологічного, соціокультурного, соціально-психологічного та філософського аспектів.

Зібраний хореографічний і музичний матеріал дає змогу визначити три основні жанри української народної танцювальної культури: хороводи, сюжетні, побутові танці. У танцювальних образах розкривається національний характер народу, його побут, праця, оточуюча природа. Саме наявність яскравих побутових рис і особливостей, поєднаних з віртуозною технікою виконання, надає українському танцю унікального колориту.

Таблиця 2.7

#### Етапи становлення танцювальної культури

Етап	Період	Особливості танцю
I етап	Первісний танець	<ul style="list-style-type: none"> <li>• за допомогою ритмічних рухів люди «спілкувалися» з духами природи, пізніше – богами</li> </ul>
II етап	Стародавні Греція і Рим	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формування багатожанрової танцювальної культури</li> </ul>
III етап	Середньовіччя	<ul style="list-style-type: none"> <li>• становлення вулично-площового танцю, початок розшарування танцю за класовою приналежністю</li> </ul>
IV етап	Епоха Ренесансу	<ul style="list-style-type: none"> <li>• формування світського, куртуазного танцю</li> </ul>
V етап	Новий час (XVIII–XIX ст.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• становлення бального елітного танцю</li> </ul>
VI етап	Кін. XIX – поч. XX ст.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• професіоналізації танцювального мистецтва, коли танець стає художньо-творчим товаром</li> </ul>
VII етап	II пол. XX ст.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• посилення впливу НТП на формування складових танцювальної культури</li> </ul>

*Гопак* – масовий танець, що в давнину виконувався лише чоловіками, які змагалися в силі, спритності, мужності. Принцип «хто кого перетанцює» (анімаційний принцип). Поряд з метелицею, ще одним запальним чоловічим танцем, гопак був одним з улюблених танців запорозьких козаків.

#### **11.4. Особливості анімаційної дискотеки**

**Дискотека** – особливий вечір танців, музичний репертуар яких відбирається за тематичним принципом. Це багатофункціональне синтетичне дійство, що має цілий комплекс аудіовізуальних засобів вираження. Обов'язковими складовими хорошої дискотеки є приглушене світло в залі, якісне світлове оформлення, добре підібрана музика, під яку б хотілося рухатися, не зупиняючись.

З 1970-х рр., «дискотеками» іменувалися молодіжні заходи любителів танцювальної музики стилю диско. Починалося (на початку 80-х рр.) все в погано обладнаному залі районного будинку культури чи кінотеатру. Поступово популярність терміна розсунула кордону його вживання. На сьогоднішній день поняття «дискотека» розуміється в основному як синонім клубної танцювальної вечірки. Подорослішали і «дисколюби».

Звичайні дискотеки сьогодні не актуальні. Сьогодні дискотека включає в себе складне переплетення різних форм, включаючи театр, хореографію, мюзик-хол, телевізійні жанри. Іноді використовуються інтерв'ю, вікторини, конкурси, ігри.

Особливість дискотек полягає в спеціально створюваній атмосфері святковості, ігровий обстановки, що досягається застосуванням штучно керованої світлозвуковою середовища. У невимушеній обстановці проходить неформальне спілкування молоді. Дискотека може сприяти зниженню стресових ситуацій.

##### *Соціальні характеристики:*

- зміна емоційного стану учасників;
- соціальний контроль поведінки учасників;
- розвиток ціннісних інтересів.

Проведенню дискотек передують розробка програми дискотеки. Інтер'єр приміщення повинен відповідати характеру цільової аудиторії. При *світловому оформленні* інтер'єру дотримуються цілей: важливо підкреслити єдність приміщень і зон дискотеки; за допомогою впливу світлових

потоків досягають більшого впливу музики на присутніх; динаміка світла повинна відповідати ритму музики.

Традиційний порядок ведення дискотеки передбачає безперервне відтворення музичної програми з коментарями ведучого на тлі музики. Можливе переривання відтворення, але паузи не повинні перевищувати 25 с. В іншому випадку вони ведуть до порушення ритму.

Як правило, дискотека складається з *двох частин*: перша частина її присвячується певній темі, втілювалася засобами різних мистецтв: музики, живопису, поєднані з віршами, пантомімою, з співаками-виконавцями і т.д.; друга – розважальна. Зазвичай таку дискотеку ведуть дві людини.

Успіх дискотеки в чому залежить від ведучого її програму («ді-джей»). Їм має бути людина захоплена, яка має великий запас знань в галузі літератури, мистецтва, режисури, естетики. Це активний співрозмовник, володіє талантом безпосереднього спілкування, меткий, дотепний, тактовний, високого рівня культури. Він – коментатор і організатор всього цього музично-видовищного дії. Причому, його режисура розрахована на зворотний зв'язок з публікою. Це профі своєї справи, з яскравою харизмою, величезним досвідом, хорошим музичним смаком, комунікабельністю і здатністю до імпровізації «на льоту», адже за лічені частки секунди треба підіграти репліки ведучого, виходу артиста, будь-якому цікавому конкурсом, так як ді-джей на святі крутить музику не тільки під час танцювальних пауз, а й стежить за музичним фоном під час застілля.

Комплектація обладнання для дискотеки складається за Вашим бажанням, виходячи з умов приміщення та завдань торжества. Комплект *звукової апаратури*:

- Колонки (500-1000 Вт).
- Сабвуфер.
- Мікрофони.
- Мікшерний пульт.
- Підсилювач.
- Периферійне устаткування.
- Комп'ютер, ноутбук, міні-диск, CD-програвачі.

*Світлове обладнання:*

- сканери
- стробоскопи
- лазерні установки

- наливне світло
- динамічне світло
- ультрафіолет.

*Сценічні спецефекти:*

- дим машина,
- конфетті-шоу,
- серпантин-машина,
- генератор мильних бульбашок,
- генератор піни,
- великі відеоекрани,
- генератор снігу,
- холодний феєрверк для приміщень.

Одна з основних умов для проведення дискотек є правильно підбраний *репертуар*, що залежить від формату заходу. Кожен з нас має свої музичні уподобання, і лише професійному ді-джею під силу догодити всім, а також за допомогою музики підкреслити урочистість моменту, при необхідності, внести нотку ностальгії або розвеселити всіх присутніх. Ді-джей завжди має в своєму арсеналі велику кількість фонограм для караоке і «мінусовок». Музика, відібрана для проведення дискотеки, повинна бути запальною. Під неї повинно хотітися танцювати. Ді-джей підбирає музику з урахуванням вікової категорії присутніх. Якщо на заході зібралися люди різного віку, справжній професіонал зможе задовольнити запити всіх присутніх. Індивідуально підбирається і музичний стиль дискотеки, при цьому ді-джей орієнтується на настрої і смакові переваги гостей, а також на співвідношення статей. Це може бути поєднання клубної музики, сучасних хітів і композицій, які були популярні в 70–80-х рр.

**Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Музика – це...*
2. *Сприйняття музики – це...*
3. *Психофізіологічний вплив музики – це...*
4. *Концерт – це...*
5. *Музичний фестиваль – це...*
6. *Фестиваль самодіяльної творчості – це...*
7. *Салон – це...*

8. *Танець – це...*
9. *Гопак – це...*
10. *Дискотека – це...*

### **Творчі завдання для практикуму**

1. *Виконавці:* робота малими групами по 2 студенти.

*Зміст практикуму:* змагання з караоке серед студентів.

2. *Виконавці:* творча зустріч.

*Зміст практикуму:* проведення інтерв'ю зі спеціалістом з проведення дискотек (диск-жокеєм).

3. *Виконавці:* робота малими групами по 2 студенти.

*Зміст практикуму:* підбір музичних творів для проведення дискотек для різного віку:

- діти дошкільного віку,
- діти молодшого шкільного віку,
- діти старшого шкільного віку, молодь,
- 25-35 років,
- 35-45 років.



## ТЕМА 12. СПЕЦИФІКА ВЕРБАЛЬНОЇ АНІМАЦІЇ

### Інформаційний обсяг теми

1. Поняття вербальної анімації та вербальної анімаційної програми.
2. Форми сучасної вербальної анімації.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Поняття візуального каналу (кінетичного коду).
2. Необхідність знання іноземних мов при підготовці аніматорів дозвілля.
3. Характерні риси вербального спілкування.

### Теми інформаційних повідомлень

1. Комплекс вправ для дихання.
2. Гімнастика для м'язів обличчя.
3. Артикуляційна гімнастика.

### 12.1. Поняття вербальної анімації

**Вербальна анімація** – це комплекс активізуючих, комунікативних заходів, основним засобом виразності яких є слово. Інтонація живої мови – сильний засіб впливу на аудиторію чи на окремого слухача. Головним каналом зв'язку аніматора з аудиторією є звуковий сигнал.

**Кінетичний код** – це сукупність міміки, жесту, руху. Перша психологічна реакція людини на іншу людину є реакція на її зовнішній вигляд – поставу, ходу, одяг, зачіску. Костюм аніматора повинен відповідати темі і формі заходу. Те ж саме стосується міміки, пластики, жестикуляції.

**Публічний виступ аніматора** – це жвава, яскрава суміш мовних, інтонаційних, рухових мімічних та інших засобів виразності при чіткому і зрозумілому змісті.

**Стиль одягу** – це узгодженість усіх деталей костюма з композиції, форми, кольору, матеріалу тощо та їх приналежність до загального задуму.

«**Костюм**» включає в себе усе, що одягнене на людині: верхній одяг, взуття та аксесуари, прикраси, зачіска, макіяж. За допомогою костюма люди усвідомлено або несвідомо посилають оточуючим важливу інформацію про себе. Поняття «костюм» виходить за межі традиційного комплексу «брюки + жакет».

Риси вербального спілкування аніматора:

- пряма комунікація, за якої між аніматором і аудиторією відсутні перешкоди;
- адресність спілкування аніматора з туристами – анімаційна діяльність передбачає диференційований (груповий, дрібногруповий, індивідуальний) підхід до потенційної аудиторії;
- особистий вплив аніматора на аудиторію – живе спілкування має відносно інтимний характер, створюючи можливість формування довірливої, комфортної обстановки вербального заходу: жива взаємодія, не «я» і «вони», а «ми»;
- оперативність і доступність інформації – аніматор виступає інформатором туриста з питань розташування об'єктів відпочинку, розваг, екскурсій тощо.

**Професійні якості** вербального аніматора: знання іноземних мов, ерудиція, почуття гумору, висока загальна культура, відчуття міри, знання психології людини, вміння професійно підготувати текст виступу, приємний сильний голос, хороша дикція, здатність інтонувати процес мовлення (монотонність швидко втомлює), приємна зовнішність.

**Екстраверсія** – товариськість, інтерес і потяг до людей, здатність швидко знаходити з ними емоційний контакт, завойовувати довіру. При зовнішній емоційності аніматор повинен бути внутрішньо врівноваженим, володіти реактивністю інтелекту.

**Імпровізація** – це найвища форма не лише вербальної, а й інших напрямів туристичної та рекреаційної анімації. Імпровізована мова, як

правило, більш енергійна, емоційна. Сам факт успішної імпрровізації піднімає рейтинг аніматора в очах туристів. Особливо важлива вмiла імпрровізація при відповідях на питання, у дискусії, у короткому спічі.

*«Імпрровізація – це не що інше, як несподіване відкриття резервуару, що називається мозком, але потрібно, щоб цей резервуар був повний. Від повноти думки залежить багатство мови. Власне кажучи, те, що ви імпрровізуєте, здається новим для слухачів, але старе для вас. Говорить добре той, хто висловлює результати роздумів цілого дня, тижня, місяця, а інколи – й усього свого життя в промові на годину».*

Французький письменник Віктор Гюго.

## **12.2. Форми сучасної вербальної анімації та вербальної анімаційної програми**

**Монолог → Діалог (лайка → суперечка → дискусія → диспут → бесіда)**

*Діалогічні форми:*

1. *Дискусія, диспут* – зіштовхування різних точок зору. Під час відпочинку таке зіштовхування доцільне лише в окремих випадках:

- коли тема дискусії стосується життєстверджуючих тем кохання, дружби, мистецтва, моди;
- коли диспути чи дискусії проходять у ігровій формі;
- коли дискусійні заходи влаштовуються в дитячих, юнацьких, молодіжних закладах з метою виховання.

2. *Бесіда* будується таким чином, щоб не протиставляти думки, а обговорювати їх, поступово ідучи до єдиного висновку. Теми бесід можуть бути різноманітними: від глибоких філософських, наприклад, «Фрейд і філософія», до розважально-інформаційних, таких як «Що таке мода?» або «Яке авто краще?» У туристичних закладах популярні бесіди на морально-етичні, естетичні, спортивні, мистецькі теми. Перспективними виглядають теми хобі. Бесіди проводять або аніматори-розмовники або фахівці, спеціально запрошені організаторами. Однією з найпопулярніших форм бесіди є обговорення якоїсь мистецької чи спортивної події (вистави, фільму книги, футбольного чи хокейного матчу тощо). Структу-



ра бесіди: вступ ведучого, колективне обговорення проблеми, підведення підсумків і заключне слово ведучого.

3. *Творча зустріч* – запрошення митців, відомих акторів, художників, літераторів, музикантів, які розповідають про себе, про свою творчість, своє бачення життєвих ситуацій. Перед початком зустрічі ведучий робить вступне слово, пропонує ставити митцю запитання – чи то у вигляді записок, чи то безпосередньо за допомогою мікрофону, що стоїть на стійці у залі.

#### *Монологічні форми:*

1. *Лекція* – це цілеспрямований науковий виступ фахівця з тієї чи іншої проблематики, поданий у доступній формі зрозумілою для слухача мовою. Тематика лекцій повинна бути різноманітною: гуманітарні проблеми (філософські, соціальні, загальнокультурні, педагогічні), природознавчі. Добре сприймаються туристами лекції про місцеві етноси, флору і фауну регіону, де розташовано рекреаційний заклад. Структура лекції: вступ, основна частина і висновки. Інші засоби виразності для посилення враження від тексту лекції: візуальний, музичний супровід і навіть театралізовані уривки. Однією з найпопулярніших у середовищі туристів вербальних форм є лекція-дегустація.

2. *Розповідь* присвячена конкретній події або фактам, об'єднаним однією подією. Оповідачем може бути як учасник подій, так і аніматор, який підготував розповідь, опрацювавши літературні джерела або ж зібравши необхідну інформацію в інший спосіб. У дитячих рекреаційних закладах застосовується форма оповідей різних історій казкового, фантастичного, романтичного характеру.

#### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Вербальна анімація* – це...
2. *Кінетичний код* – це...
3. *Публічний виступ аніматора* – це...
4. *Стиль одягу* – це...
5. *«Костюм»* – це...
6. *Екстраверсія* – це...
7. *Імпровізація* – це...
8. *Дискусія, диспут* – це...

9. *Бесіда – це...*
10. *Творча зустріч – це...*
11. *Лекція – це...*
12. *Розповідь – це...*

### **Творчі завдання для практикуму**

1. *Виконавці:* майстер-клас з усією групою.

*Зміст практикуму:* апробація комплексу вправ для підготовки аніматорів-розмовників; проведення заняття з театральної майстерності спеціалістом театрального гуртка із Центру дитячої та юнацької творчості.

2. *Виконавці:* робота малими групами по 2 студенти .

*Зміст практикуму:* презентація саморобної афіші обраної довільно вистави.



## ТЕМА 13. ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ШОУ

### Інформаційний обсяг теми

1. Поняття шоу.
2. Різновиди анімаційних шоу.
3. Створення шоу-програм.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Необхідність врахування матеріально-технічної бази анімаційного шоу.
2. Кафешантани, кафконси, кафе-театри, мюзик-холи, кабаре, вар'єте.
3. Сцена-арена, сцена-коробка, сцена-подіум, сцена-шашка, просторова сцена.

### Теми інформаційних повідомлень

1. Найвідоміші сценічні шоу, що слугують факторами атракції туристів в усьому світі.
2. Найвідоміші технічні шоу, що слугують факторами атракції туристів в усьому світі.
3. Фольклорні шоу країн світу.

### 13.1. Поняття шоу

**Шоу** – це особлива форма масового видовища, вистави, характерною особливістю якої є використання елементів театралізації, сучасних технічних і комп'ютерних засобів. Складові: ведучий і сценарій.

**Ведучий заходу** – це найчастіше професійний драматичний актор чи відомий шоумен, ведучий телевізійних програм. Ведучому можуть допомагати аніматори. Головне завдання тамади, розпорядника застілля, конференсьє, масовика-витівника – залучити усіх в загальний процес програми.

**Конферансьє** (фр. *conférencier* – доповідач) – артист естради; людина, яка оголошує номери програми під час естрадної вистави, розважає присутніх між номерами.

#### *Категорії ведучих:*

- «класичний конферансьє» – немолодий, тому досвідчений;
- приваблива молода людина – динамічний, готовий до імпровізації;
- артист оригінального жанру (клоун, фокусник) – йому немає цін на дитячих заходах;
- парний конферанс – молода пара, які доповнює один одного, уміють імпровізувати, яскраві зовні;
- ді-джей – головне його завдання – врахувати музичні інтереси присутніх;
- «зірковий ведучий» – артист театру, кіно, публічна людина, обличчя якої відоме багатьом.

#### *Сценарний план шоу:*

1. Форма заходу.
2. Назва.
3. Час і місце проведення.
4. Цілі і завдання.
5. Розподіл відповідальних (за сценарій, репетиції, технічне забезпечення, музику, оформлення).
6. Обов'язки і ролі.
7. Декорації.
8. Зміст заходу (налаштування зали, текст ведучих і дійових осіб тощо).
9. Фінал і наслідки.
10. Аналіз заходу.

### **13.2. Різновиди анімаційних шоу**

#### *Види анімаційних шоу:*

**Ток-шоу** – шоу, які носять інформаційний, публіцистичний характер, порушують актуальні проблеми сучасності (соціальні, економічні, політичні, культурні тощо).

*Шоу зірок естради.*

### *Масові видовищні шоу-програми:*

- шоу з участю танцювальних, музичних колективів;
- стриптиз-шоу;
- шоу для ювілярів;
- шоу для дитячих днів народження;
- дитячі шоу;
- розважальні шоу для ресторанів;
- шоу на воді;
- шоу мильних бульбашок;
- шоу вогню;
- шоу товстушок;
- бармен-шоу;
- фрік-шоу;
- шоу феєрверків;
- циркове шоу;
- шоу-клоунада;
- циганське шоу;
- шоу двійників...

### **13.3. Створення шоу-програм**

**Шоу-програма** – це чергування концертних номерів, об'єднаних однією концепцією. Такі програми базуються на танцювальному, музичному, комедійному, цирковому жанрі і представляються одним чи групою артистів. Це яскраве втілення сценічного видовища за участю зірок естради, цирку. Шоу-програма – це частіше готовий концертний продукт, який відбувається від 15 хв. та більше. Це раніше відрепетирована, костюмована дія, яка супроводжується музикою та іншими яскравими жанрами мистецтва і ставить перед собою мету – здивувати та порадувати публіку.

#### *Етапи створення шоу-програм:*

- I – визначення мети і засвоєння завдань;
- II – забезпечення роботи (умови, засоби, виконавці);
- III – планування роботи і розподіл обов'язків;
- IV – оперативне керівництво;
- V – аналіз ефективності і підведення підсумків роботи.

### *Правила організації шоу-програм:*

- ✓ Отримавши завдання – розберіться в ньому.
- ✓ Враховуйте можливості членів колективу.
- ✓ Визначте, що вам знадобиться у роботі.
- ✓ Робота повинна бути зрозумілою кожному.
- ✓ Кожен несе персональну відповідальність.
- ✓ Будьте уважними при завершенні роботи.
- ✓ Проведіть підсумковий аналіз.

Шоу-програми реалізуються часто у спеціально відведених для цього місцях.

**Кафешантан** – це розважальний заклад – кафе чи ресторан з відкритою сценою, де виконують музичні і танцювальні номери легкого, а іноді і легковажного змісту.

**Кафконс** (кафе-концерт) – це кафе з різноманітною і багатою концертною програмою.

**Кафе-театр** – це кафе, у якому виконуються уривки із театральних вистав.

**Мюзик-хол** – це естрадний театр, розрахований на великі зали і сцени, концертна програма якого перетворюється на п'єсу огляд – ревію.

**Кабаре** – це невеликий розважальний заклад з певною художньо-розважальною програмою, яка складається з виконання пісень «шансон», одно актових п'єс, скетчів, танцювальних номерів, об'єднаних виступами конферансьє.

**Вар'єте** – це естрадний театр легкого жанру, для якого характерні комедійність, іронія, пародія, еротичні елементи.

### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. Шоу – це...
2. Ведучий заходу – це...
3. «Класичний конферансьє» – це...
4. Парний конферанс – це...
5. «Зірковий ведучий» – це...
6. Ток-шоу – це...
7. Шоу-програма – це...

8. *Кафешантан – це...*
9. *Кафконс – це...*
10. *Кафе-театр – це...*
11. *Мюзик-хол – це...*
12. *Кабаре – це...*
13. *Вар'єте – це...*

### **Творче завдання для практикуму**

*Виконавці:* робота малими групами по 2 студенти.

*Зміст практикуму:* розробка сценарію анімаційного шоу.



## ТЕМА 14. СВЯТО ЯК ОСНОВА КОМПЛЕКСНОЇ АНИМАЦІЇ

### План практичного заняття

1. Різновиди свят.
2. Функції свята.
3. Карнавальна анімація.

### Питання для самостійного опрацювання

1. Побутові і релігійні свята.
2. Державні і календарні свята.
3. Свята казкових героїв і окремих професій.
4. Сільські і міські свята.

### Теми інформаційних повідомлень

1. Найвідоміші сценічні шоу, що слугують факторами атракції туристів в усьому світі.
2. Найвідоміші технічні шоу, що слугують факторами атракції туристів в усьому світі.
3. Фольклорні шоу країн світу.

### 14.1. Різновиди свят

**Свято** – це урочистий день чи дні, встановлені на честь або пам'ять когось або чогось.

Свято – невід'ємна частина життя людини, що сприяє формуванню її духовності і перетворюється на соціально-культурну цінність суспільства. Свято – одна з найбільш сталих форм духовної культури, де, як правило, традиція переважає над інновацією, адже в ньому відображаються не лише міфологічна свідомість народу, давній культ і ритуал, але й характер суспільного укладу, сімейно-побутових стосунків, мораль, психологія.



Умовно всі свята та масові гуляння можна поділити на види:

- *Загальнодержавні* – це всі «червоні дні календаря» (День Конституції 28.07, день Незалежності 24.08).
- *Традиційно-сезонні* – це всі професійні свята, свято врожаю, свято першої борони, переджнив'я.
- *Релігійні* – це свята, які притаманні певному релігійному культу (Великдень, Різдво Христове, Водохреща, Маланки, Святого Василя, Гаївки, Веснянки, Івана Купала у християнстві, Байрам у ісламі, Крішна-Джанмаштамі в індуїзмі)
- *Регіональні* – це свята, які притаманні певному регіону (свято вулиці, свято села, фольклорні свята «Подільські візерунки», свято Пиллявської битви, свято козацької слави на Хортиці, свято білих ночей). Сценарії таких свят пишуться на конкретному місцевому матеріалі, з урахуванням місцевих звичаїв, традицій, історії краю.
- *Сімейно-побутові* – це свята, присвячені найбільш важливим подіям в житті людини, а також відображають особисті сімейно-побутові стосунки в житті (родини, день народження, день повноліття, день весілля, новосілля, день виходу на пенсію тощо).

## 14.2. Функції свята

### Функції свята:

- *Комунікативна* – свято поєднує в собі усе, що накопичено в культурі народу, відображає історичне життя певної суспільно-економічної формації і значною мірою формує духовний світ нації. Важливу роль у святах відіграють соціально-психологічні чинники, релігійні звичаї і обряди, норми взаємовідносин між людьми, фольклор. Під час свята відбувається колективна психологічна розрядка.
- *Інтегративна* – свято організовує великі маси людей різного віку, професій і соціальних прошарків суспільства, створює неначе «єдине народне ціле».
- *Ціннісно-орієнтаційна* – у святі відображається ціннісна орієнтація людини у світі, в якому вона живе.
- *Пізнавально-творча* – розвиток художньої творчості, оскільки свято привертає людей до активної участі в оформленні, до виготовлення спеціального начиння і костюмів, створення музики, пісень і танців, щоб зробити його масштабним і яскравим.

- Стимулювання розвитку виробництва – оновлення житла, одягу, передсвяткове прибирання, позбавлення від старих речей, купівля нових, заготовка спеціальних продуктів, купівля подарунків.
- Розвиток торгівлі і транспорту – пресування населення країною.

### **14.3. Карнавальна анімація**

Карнавал походить від старожитніх звичаїв – давньоримських язичницьких свят сатурналій, які справлялися на честь римського бога Сатурна після збору врожаю, впродовж яких скасовувались усі умовності, і кожен веселився на свій смак і розсуд. Ці свята супроводжувалися масовими гуляннями. Саме звідси походять і карнавальні маски – під час сатурналій рабам дозволялося сидіти за одним столом зі своїми господарями.

**Карнавал** – це народне гуляння у вигляді вуличного дійства, параду, маскараду.

**Маскарад** – це бал, на якому присутні одягнені у різні характерні, національні, історичні чи фантастичні костюми, переважно з маскам на обличчях.

**Парад** – це урочиста хода різних колективів, організацій, рухів чи партій.

Майже усі карнавали відбуваються в останній тиждень перед Великим постом (лютий).

*Бразильський карнавал у Ріо-де-Жанейро.* Початок карнавал бере у XVII ст. від португальської масниці – вуличної розваги, під час якої бешкетники на вулиці обливалися водою, обсипалися борошном і кидалися яйцями. Персонажами карнавалу є П'єро, Коломбіна (Мальвіна), Король Момо (від мера Ріо він на 4 дні отримує срібні ключі від міста). Карнавал триває 4 дні і 4 ночі, найцікавішим вважається парад танцювальних шкіл Самби.

*Венеціанський карнавал.* Історія карнавалу сягає XI ст. церемонія відкриття відбувається на площі перед собором Святого апостола марка. Учасники показують сцену звільнення викрадених піратами дівчат з полону. Традиція носити маски виникла як знак рівності між усіма мешканцями. Триває карнавал близько 20 днів. На початку карнавалу з дзвіниці спускається янгол. Також відбувається парад гондол, бали у палацах. Маски Венеціанського маскараду: Баута (нижня частина обличчя представлена гострим кутом, щоб можна було їсти, не знімаючи маски), Коломбіна (яскрава і

прикрашена напівмаска на паличці чи стрічках), Моретта (жіноча овальна маска з чорного оксамиту), Вольто, Ларва (біла маска для чоловіків, що носить з трикутним капелюхом), Лікар Чуми (маска лікаря чуми з довгим дзьобом, у який під час епідемії лікарі закладали ліки), Гатто (маска кота, яку вдягають переважно чоловіки), Венеціанська Дама (жіноча маска на усе обличчя, прикрашення та елегантна).

Іншими відомими карнавалами світу є: Кельнський карнавал (Німеччина), карнавал у Тринідад і Тобаго, карнавал у Барранкілье (Колумбія), Карнавал у Ніцці (Франція), Карнавал у Санта-Крус-де-Тенерифе (Іспанія), карнавал Марді Гра в Новому Орлеані (США), карнавал у Гоа (Індія), Базельський карнавал (Швейцарія).

### **Запитання для експрес-опитування (термінологічного диктанту)**

1. *Свято – це...*
2. *Загальнодержавне свято – це...*
3. *Традиційно-сезонне свято – це...*
4. *Релігійне свято – це...*
5. *Регіональне свято – це...*
6. *Сімейно-побутове свято – це...*
7. *Комунікативна функція свята – це...*
8. *Інтегративна функція свята – це...*
9. *Ціннісно-орієнтаційна функція свята – це...*
10. *Пізнавально-творча функція свята – це...*
11. *Карнавал – це...*
12. *Маскарад – це...*
13. *Парад – це...*

### **Творче завдання для практикуму**

*Виконавці:* робота малими групами по 3 студенти.

*Зміст практикуму:* презентація власного святкового (карнавального) костюму.



## ТРЕНУВАЛЬНІ ТЕСТИ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ ЗА РОЗДІЛОМ 2

1. Людина, яка збільшує продажі, називається:
  - а) аніматор-мультиплікатор;
  - б) аніматор у бізнесі;
  - в) аніматор шоу-бізнесмен;
  - г) аніматор-художник.
  
2. Діяльність у вільний час поза сферою суспільної і побутової праці, завдяки якій індивід відновлює свою здібність до праці і розвиває в собі в основному ті уміння і здібності, які неможливо удосконалити у сфері трудової діяльності – це...
  - а) індустрія дозвілля;
  - б) анімаційна послуга;
  - в) розваги;
  - г) дозвілля.
  
3. Масовик-виглядач у сфері гостинності, що займається організацією культурно-масових заходів, розвагою гостей, організовує дозвілля відпочиваючих, називається:
  - а) аніматор-мультиплікатор;
  - б) аніматор у бізнесі;
  - в) аніматор шоу-бізнесмен;
  - г) аніматор-художник.
  
4. Об'єднаний комплекс видів рекреаційної діяльності людини в період відпочинку, крім суто розважальної: пізнавальну, спортивно-оздоровчу, соціокультурну тощо – це...
  - а) індустрія дозвілля;
  - б) анімаційна послуга;
  - в) розваги;
  - г) дозвілля.

5. *Індустрія дозвілля – це...*

- а) спортивно-видовищні підприємства;
- б) галузь, яка формує і розвиває особистість, впливає на її культурний розвиток;
- в) сукупність культурно-просвітницьких підприємств;
- г) фірми, які надають послуги в різних сферах культури і дозвілля.

6. *Кінотеатр відноситься до:*

- а) спортивно-видовищних підприємств;
- б) культурно-просвітницьких підприємств;
- в) розважальних підприємств;
- г) видовищних підприємств.

7. *Зоопарк відноситься до:*

- а) спортивно-видовищних підприємств;
- б) культурно-просвітницьких підприємств;
- в) розважальних підприємств;
- г) видовищних підприємств.

8. *Задовольняє потребу людей у духовному розвитку за допомогою відвідування музеїв, пам'ятників культури, історії й архітектури, покупки сувенірів, особливо виготовлених місцевими умільцями тощо...*

- а) реабілітаційна анімація;
- б) анімація через залучення до культури;
- в) творча анімація;
- г) анімація в русі.

9. *Задовольняє потребу людини в психологічному розвантаженні від повсякденної втоми за допомогою контакту з природою, участі в турпоходах, морських прогулянках тощо...*

- а) реабілітаційна анімація;
- б) анімація через залучення до культури;
- в) творча анімація;
- г) анімація в русі.

10. *Ставлення до аніматора як до професійного працівника соціально-виховної анімації переслідує мету...*

- а) задоволення потреб, бажань і запитів соціальних верств населення;
- б) розвиток виховного, культурного й спортивного потенціалу людини;

- в) підвищення суспільної свідомості, поліпшення життя громади, розвиток культурної демократії;
- г) збільшення продажів.

11. До культурно-просвітницьких підприємств відносяться...

- а) спортивні клуби, клуби, цирку;
- б) телебачення, радіо, театри;
- в) бібліотеки, музеї та клуби;
- г) ігротеки, казино, кінотеатри.

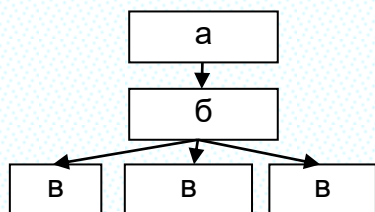
12. Ставлення до аніматора як до агента культурної й суспільної діяльності переслідує мету...

- а) задоволення потреб, бажань і запитів соціальних верств населення;
- б) розвиток виховного, культурного й спортивного потенціалу людини;
- в) підвищення суспільної свідомості, поліпшення життя громади, розвиток культурної демократії;
- г) збільшення продажів.

13. У готелі ретельно вивчає і аналізує щорічний склад відвідувачів:

- а) анімаційна служба;
- б) служба охорони;
- в) служба маркетингу;
- г) технічний персонал.

14. У структурі менеджменту анімації в готелі положення організатора-аніматора:

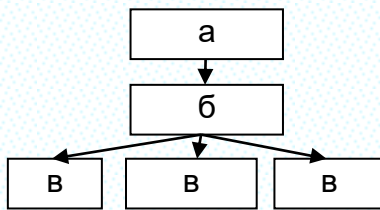


- г) вірної відповіді немає.

15. Укладачем і організатором денних і вечірніх шоу-програм в готелі є:

- а) художній керівник;
- б) головний менеджер служби анімації;
- в) шеф-аніматор;
- г) шеф спортивної анімації.

16. У структурі менеджменту анімації в готелі положення менеджера анімації:



г) вірної відповіді немає.

17. Туристи, що надають перевагу світській атмосфері, називаються:

- а) любителі спокійного відпочинку;
- б) любителі задоволень під час відпочинку;
- в) любителі активного відпочинку;
- г) любителі пригод.

18. Відпочинок пов'язаний з можливістю знайти і виявити себе як особистість для:

- а) тенденційних туристів;
- б) сімейних туристів;
- в) туристів, орієнтованих суто на відпочинок;
- г) любителів насолод.

19. Туристи, що надають перевагу руху, перебуванню на свіжому повітрі, спілкуванню з природою, називаються:

- а) любителі спокійного відпочинку;
- б) любителі задоволень під час відпочинку;
- в) любителі активного відпочинку;
- г) любителі пригод.

20. Відпочинок порівняно пасивний, традиційний для:

- а) тенденційних туристів;
- б) сімейних туристів;
- в) туристів, орієнтованих суто на відпочинок;
- г) любителів насолод.

21. Зібрання людей, що не передбачає танці, називається:

- а) раус;
- б) бенкет;
- в) церемонія;
- г) раут.

*22. Широкі можливості для організації анімаційної діяльності туристів, створення багатофункціональних об'єктів дозвілля характерні для:*

- а) матеріальної бази дозвілля п'ятизіркового закладу;
- б) матеріальної бази дозвілля тризіркового закладу;
- в) матеріальної бази дозвілля одно-двозіркових закладів;
- г) матеріальної бази дозвілля чотирьохзіркового закладу.

*23. Культурний (державний) акт, який проводиться в строгому порядку, називається:*

- а) раус;
- б) бенкет;
- в) церемонія;
- г) раут.

*24. Послуги прокату засобів для проведення дозвілля не припустимі для:*

- а) матеріальної бази дозвілля чотирьох-п'ятизіркового закладу;
- б) матеріальної бази дозвілля тризіркового закладу;
- в) матеріальної бази дозвілля двозіркових закладів;
- г) матеріальної бази дозвілля однозіркового закладу.

*25. Свята, присвячені найбільш важливим подіям в житті людини, називаються:*

- а) традиційно-сезонні;
- б) релігійні;
- в) регіональні;
- г) сімейно-побутові.

*26. Карнавал – це...*

- а) бал, на якому присутні одягнені у різні характерні, національні, історичні чи фантастичні костюми, переважно з маскам на обличчях;
- б) народне гуляння у вигляді вуличного дійства, параду, маскараду;
- в) урочиста хода різних колективів, організацій, рухів чи партій;
- г) зібрання людей, що не передбачає танці.

*27. Мюзик-хол – це...*

- а) розважальний заклад – кафе чи ресторан з відкритою сценою, де виконують музичні і танцювальні номери легкого, а іноді і легковажного змісту;
- б) кафе з різноманітною і багатою концертною програмою;



- в) кафе, у якому виконуються уривки із театральних вистав;
- г) естрадний театр, розрахований на великі зали і сцени, концертна програма якого перетворюється на п'єсу огляд – ревью.

*28. Невеликий розважальний заклад з певною художньо-розважальною програмою, яка складається з виконання пісень «шансон», одноактових п'єс, скетчів, танцювальних номерів, об'єднаних виступами конферансьє – це...*

- а) кафешантан;
- б) кафконс;
- в) кабаре;
- г) вар'єте.

*29. Товарицькість, інтерес і потяг до людей, здатність швидко знаходити з ними емоційний контакт, завойовувати довіру – це...*

- а) екстраверсія;
- б) вербальна анімація;
- в) імпровізація;
- г) кінетичний код.

*30. Вербальна анімація – це...*

- а) сукупність міміки, жесту, руху;
- б) узгодженість усіх деталей костюма з композиції, форми, кольору, матеріалу тощо та їх приналежність до загального задуму;
- в) товарицькість, інтерес і потяг до людей, здатність швидко знаходити з ними емоційний контакт, завойовувати довіру;
- г) комплекс активізуючи, комунікативних заходів, основним засобом виразності яких є слово.

*31. Сабвуфер належить до:*

- а) звукової апаратури;
- б) сценічних спецефектів;
- в) світлового обладнання;
- г) елементів інтер'єру.

*32. Генератор піни належить до:*

- а) звукової апаратури;
- б) сценічних спецефектів;
- в) світлового обладнання;
- г) елементів інтер'єру.



## ГЛОСАРІЙ

**Агротуризм, сільський туризм** – туризм у сільській місцевості: у селах, на хуторах, у зручних селянських будинках, в агрооселях.

**Аніматор** – це творча комунікабельна особистість, яка запалює відпочиваючих, публіку, особливо дітей, на різних заходах.

**Аніматор-мультиплікатор** – людина, яка оживляє мальовані картини.

**Аніматор у бізнесі** – людина, яка збільшує продажі, пожвавлює бізнес.

**Аніматор шоу-бізнесмен** – масовик-витівник у сфері гостинності, що займається організацією культурно-масових заходів, розвагою гостей, організовує дозвілля відпочиваючих.

**Анімаційна послуга** – оживлення програм дозвілля туристів в місцях тривалого відпочинку – курортних готельних комплексах, туристських центрах, туристичних селищах (holiday villages) і базах, на круїзних судах тощо.

**Анімаційні готельні послуги** – це додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, поряд з добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку.

**Анімація в туризмі** – це діяльність з розробки та подання спеціальних програм проведення вільного часу.

**Базові суб'єкти дозвіллевої діяльності** – це індивіди, що володіють дозвільними потребами, а також підприємці, спеціалісти, працівники закладів культури, що допомагають організувати дозвілля інших людей.

**Бенкет** – це масовий збір людей, в основі якого – частування.

**Вар'єте** – це естрадний театр легкого жанру, для якого характерні комедійність, іронія, пародія, еротичні елементи.

**Вербальна анімація** – це комплекс активізуючих, комунікативних заходів, основним засобом виразності яких є слово.

**Гра** – діяльність із розважальною та іноді навчальною метою. Гра відрізняється від роботи тим, що не ставить перед собою практичної корисної мети (але користь від неї може мати місце), і від мистецтва тим, що не створює художніх цінностей, хоча кордони між цими видами діяльності розмиті.

**Дискоотека** – особливий вечір танців, музичний репертуар яких відбирається за тематичним принципом.

**Дискусія, диспут** – форма вербальної анімації, за якої відбувається зіштовхування різних точок зору.

**Дозвіллєві інновації** – це такі явища сфери дозвілля, яких не було на попередній стадії розвитку суспільства, але які виникли і знайшли свій прояв або в абсолютно нових формах дозвіллевої діяльності, або в трансформаційних формах, що існували раніше.

**Дозвілля** – діяльність у вільний час поза сферою суспільної і побутової праці, завдяки якій індивід відновлює свою здібність до праці і розвиває в собі в основному ті уміння і здібності, які неможливо удосконалити у сфері трудової діяльності.

**Екологічний туризм** – тип туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та, часто, природоохоронних територій.

**Економіка культури** – це широка область виробництва, пов'язана з функціонуванням и обслуговуванням вказаних вище сфер сегментів культури – повсякденних відносин людей, їх дозвільних занять, системи освіти, мистецтва, інформації.

**Екстраверсія** – товариськість, інтерес і потяг до людей, здатність швидко знаходити з ними емоційний контакт, завойовувати довіру.

**Етика дозвілля** – моральні принципи і духовні цінності, що визначають його цілі, функції і в цілому поведінку людини на відпочинку, а також його взаємодії з оточуючими людьми, дбайливе ставлення до природи.

**Ігрова програма** – це комплексний анімаційний захід, в якому різноманітні ігрові форми об'єднуються ідейно-тематичним задумом.

**Імпровізація** – це найвища форма не лише вербальної, а й інших напрямів туристичної та рекреаційної анімації.

**Індустрія дозвілля** – це бізнес у сфері дозвільного сервісу, виробництво продуктів і послуг на сучасній технічній базі.

**Індустрія розваг** – це бізнес, спрямований на заняття, які надають людям задоволення, створюють святковий настрій.

**Інфраструктура культури і дозвілля** – це комплекс галузей, закладів і організацій господарської практики, які створюють умови їх функціонування як економічної галузі.

**Кабаре** – це невеликий розважальний заклад з певною художньо-розважальною програмою, яка складається з виконання пісень «шансон», одноактових п'єс, скетчів, танцювальних номерів, об'єднаних виступами конферансьє.

**Карнавал** – це народне гуляння у вигляді вуличного дійства, параду, маскараду.

**Кафе-театр** – це кафе, у якому виконуються уривки із театральних вистав.

**Кафешантан** – це розважальний заклад – кафе чи ресторан з відкритою сценою, де виконують музичні і танцювальні номери легкого, а іноді і легковажного змісту.

**Кафконс** (кафе-концерт) – кафе з різноманітною і багатоголосною концертною програмою.

**Кінетичний код** – це сукупність міміки, жести, руху у вербальній анімації.

**Концерт** (від лат. concerto – змагаються) – це публічне виконання музичних та вокальних творів, а також естрадних, драматичних та хореографічних номерів за певною програмою.

**Конферансьє** (фр. conférencier – доповідач) – артист естради; людина, яка оголошує номери програми під час естрадної вистави, розважає присутніх між номерами.

**Культура** (лат. Culture – «обробіток», «обробляти») – сукупність матеріальних та духовних цінностей, створених людством протягом його історії; історично набутий набір правил всередині соціуму для його збереження та гармонізації.

**Культура індивідуального і суспільного дозвілля** – це проведення людьми вільного часу, яке збалансоване за різними видами рекреаційної, розвивальної і розважальної активності, наповнене соціально значущим сенсом і оцінюється у даному суспільстві як відповідне до сучасних вимог, узгоджене з вітчизняними традиціями.

**Культурна політика** – це система заходів і законодавчо-правових механізмів, що здійснюються органами влади з метою культурного розвитку окремих груп населення і всього суспільства.

**Культурний продукт** – це завершена одиниця культурно-дозвільного виробництва.

**Культурні послуги** – це послуги, які набувають розвивальний, освітній і творчий характер, включають змістовно-духовний потенціал.

**Культурно-дозвільна діяльність** – це цілеспрямована, змістовна і функціонально виправдана активність людини у вільний час, місце і форми проведення якої вона обирає сама відповідно до своїх запитів і можливостей.

**Лекція** – це цілеспрямований науковий виступ фахівця з тієї чи іншої проблематики, поданий у доступній формі зрозумілою для слухача мовою.

**Маскарад** – це бал, на якому присутні одягнені у різні характерні, національні, історичні чи фантастичні костюми, переважно з маскам на обличчях.

**Методист-аніматор** – працівник анімаційної служби, який займається підготовкою сценаріїв і постановкою шоу, розробкою костюмів і проведенням репетицій.

**Містерія** – це театралізована постановка п'єси релігійного характеру.

**Музика** (з грец. – мистецтво муз) – вид мистецтва, що відображає дійсність у звукових художніх образах.

**Музичний фестиваль** – це комплексна анімаційна програма, основним засобом виразності якої є музика.

**Мюзик-хол** – це естрадний театр, розрахований на великі зали і сцени, концертна програма якого перетворюється на п'єсу огляд – ревію.

**Організатор-аніматор** – працівник анімаційної служби, який забезпечує організацію процесу анімаційної діяльності всім необхідним.

**Парад** – це урочиста хода різних колективів, організацій, рухів чи партій.

**Послуги соціального спрямування** – це послуги, що дозволяють кожній людині розвиватися як громадянину, члену сучасного суспільства, суб'єкту соціальних відносин.

**Програма відпочинку** – це об'єднаний спільною метою чи ідеєю план проведення туристських, спортивно-оздоровчих, культурно-масових, пізнавальних і любительських занять.

**Промоутер** (аніматор продажів) – це людина, яка рекламує товар.

**Публічний виступ аніматора** – це жвава, яскрава суміш мовних, інтонаційних, рухових мімічних та інших засобів виразності при чіткому і зрозумілому змісті.

**Раус** – це захід по скликанню глядачів перед презентаціями, культурно-розважальними програмами.

**Раут** – це збір людей, що не передбачає танці.

**Режисерський план** – переклад літератури на мову дійства (якщо це постановка за мотивами літературного твору), створення і координація неперервного діючого ланцюга і робота з технікою, світлом і звуком.

**Рекреаційний ефект** – позитивні сенсорні враження та емоції (фізичні навантаження на свіжому повітрі, нічний сон, сприйняття ландшафту, споживання їжі, комфортне приміщення).

**Рекреація** (фр. recreation, пол. rekreacja – відпочинок, від лат. recreatio – відновлення сил) – просте відновлення, відтворення фізичних і духовних сил, витрачених людиною в процесі трудової, навчальної та побутової діяльності.

**Рекреація** (у вузькому розумінні) – різноманітні види людської діяльності у вільний час, спрямовані на відновлення сил й задоволення широкого кола особистих і соціальних потреб.

**Розваги** – це об'єднаний комплекс видів рекреаційної діяльності людини в період відпочинку, крім суто розважальної: пізнавальну, спортивно-оздоровчу, соціокультурну тощо.

**Рухливі ігри** – засіб комплексного удосконалення рухових якостей людини, таких як швидкість, сила, спритність, гнучкість тощо.

**Салон** – це затишне приміщення, облаштоване для елітного відпочинку.

**Свято** – це урочистий день чи дні, встановлені на честь або пам'ять когось або чогось.

**Соціокультурні послуги** – це послуги, що мають двоїстий характер і розвиваються у сферах рекреації та дозвілля.

**Споживач туристичного продукту (турист)** як суб'єкт системи менеджменту в туризмі – це будь-яка фізична особа, яка використовує,

купує або має намір придбати туристичні послуги (турпродукт) для задоволення власних потреб.

**Сприйняття музики** – це ряд психологічних процесів, які відбуваються у свідомості слухача: фіксація музики, слідування за її розвитком, співставлення й оцінка, емоційна реакція на звучання.

**Стиль одягу** – це узгодженість усіх деталей костюма з композиції, форми, кольору, матеріалу тощо та їх приналежність до загального задуму.

**Танець** – це складний та багатогранний феномен людської культури, який можна зрозуміти лише в єдності біологічного, психологічного, соціокультурного, соціально-психологічного та філософського аспектів.

**Творча зустріч** – форма вербальної анімації, яка передбачає запрошення митців, відомих акторів, художників, літераторів, музикантів, які розповідають про себе, про свою творчість, своє бачення життєвих ситуацій.

**Технізація дозвілля** – це оснащення технічними засобами, впровадження технічних засобів у сферу дозвілля.

**Технологічні суб'єкти дозвілльової діяльності** – це колективи фірм, організації і заклади, представницькі та виконавчі органи сфери культури.

**Туристська анімація** – це туристська послуга, при наданні якої турист залучається до активних дій.

**Церемонія** – це культовий (державний) акт, який проводиться в строгому порядку.

**Цілі дозвілля** – це уявлення про сукупний результат, якого хоче досягти людина у тих чи інших дозвільних заняттях і які усвідомлюються нею як пріоритетні, бажані.

Міністерство освіти і науки України  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

Навчальне електронне видання

**БУТОРІНА Вероніка Борисівна,  
ХОПТЯР Андрій Юрійович,**

# **ОРГАНІЗАЦІЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИЙ АСПЕКТ**

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК**

**Електронне видання**

---

Підписано 14.02.2025. Гарнітура «Arial».  
Об'єм даних 3,2 Мб. Обл.-вид. арк. 7,5. Зам. № 1160.

Видавець і виготовлювач Кам'янець-Подільський національний університет  
імені Івана Огієнка, вул. Огієнка, 61, м. Кам'янець-Подільський, 32300

Свідоцтво про внесення до державного реєстру суб'єктів видавничої справи  
серії ДК № 3382 від 05.02.2009 р.