

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1. Теоретические аспекты анимационной деятельности.....	7
1.1. Понятия, сущность и виды анимационной деятельности.....	7
1.2. История развития зарубежной анимации	9
1.3. Особенности анимации в России.....	12
Глава 2. Технология создания анимационных программ.....	16
2.1. Методика составления анимационных программ	16
2.2. Игра в структуре анимационных программ.....	22
2.3. Инфраструктура анимации.....	26
Глава 3. Реализация детских анимационных программ в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка».....	34
3.1. Исследование инфраструктуры в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка».....	34
3.2. Реализация анимационных программ для детей 7-10 лет в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка».....	38
Заключение.....	44
Библиографический список.....	48
Приложения.....	51

Введение

Современная туристская индустрия представляет собой целый комплекс услуг для туристов, который включает не только проживание, питание, транспортное и экскурсионное обслуживание, но анимационную деятельность, которая подразумевает непосредственное участие туристов [25].

В настоящее время включение анимационных программ культурно-познавательного, спортивно-туристского, развлекательного характера в содержание туристских маршрутов и поездок, в работу туристических комплексов, отелей, курортов повышает их престиж и востребованность на рынке туристских услуг [19].

Туристские предприятия заинтересованы вкладывать материальные средства в развитие сферы анимационных услуг, т.к. зрелищные анимационные программы являются одним из инструментов рекламы и способствуют увеличению продаж продукта индустрии туризма и гостеприимства [3].

Понятие «анимация» имеет латинское происхождение (лат. *anima* – ветер, воздух, душа; *animatus* – одушевление). Означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность. Термин «анимация» появился впервые в начале XX в. во Франции в связи с введением закона о создании различных ассоциаций и трактовался как деятельность, направленная на то, чтобы провоцировать и усиливать живой интерес к культуре и художественному творчеству [10].

Сегодня анимация – это одно из средств стимулирования полноценной рекреационной, социально-культурной досуговой деятельности человека [6].

Анимация представляет собой целостный процесс взаимодействия аниматоров с людьми в досуговой сфере на основе соединения формального руководства и неформального лидерства специалиста, осуществляющего взаимодействие. В результате такого взаимодействия удовлетворяются

релаксационно-оздоровительные, культурно-творческие, образовательные потребности и интересы участников данного процесса [6].

Чтобы анимационная деятельность имела успех, организаторы, в данном случае аниматоры, должны быть квалифицированными. Они должны учитывать интересы туристов, которые зависят от многих факторов: возраста, пола, национальности, уровня образования, уровня доходов, профессиональных интересов и т.д. Также при составлении анимационных программ необходимо учитывать дифференциацию потребительских предпочтений, коэффициент свободного времени, степень включаемости, повод к мероприятию [12].

Анимация как туристическая услуга преследует цель активного движения туристического продукта и роста доходности туристического бизнеса за счет повышения качества обслуживания туристов и расширения количества предоставляемых услуг. Способами повышения эффективности туристических предприятий являются активное привлечение туриста в контекст мероприятия, максимальное сближение, путем превращения зрителя в участника [12].

Кроме того, положительные эмоции, полученные туристом в ходе анимационных программ, побуждают его к повторному посещению туристского комплекса (отеля, базы отдыха, круизного лайнера и т.д.) [5].

Актуальность исследования заключается в том, что организация анимационной деятельности с каждым годом стремительно меняется. Это обусловлено рядом причин: заимствованием опыта зарубежных курортов, ростом образовательного и культурного уровня населения, внедрением новых технологий индустрии развлечений, изменением структуры использования свободного времени [18]. К тому же стоит отметить, что из-за ускоренного темпа жизни людей увеличивается психофизическая нагрузка. Из этого следует, что необходимость в полноценном отдыхе для каждого человека не теряет своей актуальности. Анимационная деятельность как вид рекреации послужит средством компенсации напряжения, восстановления

работоспособности и условием продолжения производственного процесса [21].

Цель данной работы – анализ анимационной деятельности и технология создания анимационных программ для детей 7-10 лет в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка».

Объект исследования – анимационная деятельность.

Предмет исследования – анимационные программы в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка».

Гипотеза – предполагается, что архитектурно-этнографический музей "Хохловка" обладает не только природными и культурными достоинствами, но так же имеет хороший потенциал, для развития анимационной деятельности, связанной как с событийным туризмом, так и в перспективе с внутренним туризмом на повседневной основе.

Для реализации поставленной цели и подтверждения выдвинутой гипотезы необходимо решить следующие **задачи**:

1. Рассмотреть теоретические аспекты анимационной деятельности;
2. Проанализировать технологии создания анимационных программ;
3. Исследовать инфраструктуру архитектурно-этнографического музея «Хохловка»;
4. Разработать анимационную программу для детей возрастом 7-10 лет в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка».

Новизна работы заключается в том, данный сценарий, разработанный для зимнего периода времени, знакомит с культурой и традициями коми-пермяцкого народа. В дополнении к этому дети познакомятся с культурой и архитектурой Прикамья в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка».

Методы исследования.

1. Анализ существующей базы научно-методической литературы по исследуемой теме;
2. Обобщение и синтез полученной информации.

Практическая значимость работы заключается в возможном проведении данной анимационной программы на регулярной основе, т.е. не только во время новогодних праздников, но и в течение всего зимнего периода. Можно предположить, что благодаря этому поток туристов в зимнее время для посещения архитектурно-этнографического музея «Хохловка» увеличится, т.к. в последнее время анимационная деятельность считается услугой, которая повышает престиж и востребованность любого туристического комплекса на рынке.

Глава 1. Теоретические аспекты анимационной деятельности

1.1. Понятия, сущность и виды анимационной деятельности

Анимационная деятельность – это инновационная деятельность по вовлечению участников образовательного, социального или культурного процесса в активные, творческие, взаимообогащающие межличностные отношения. Это уникальная область деятельности, которая отличается широким разнообразием связей с действительностью, сложностью взаимоотношений компонентов своей внутренней структуры, носит многосторонний характер, соответствующий разнообразию потребностей, интересов и запросов людей [6].

Анимация имеет характерные черты: осуществляется в свободное время; отличается свободой выбора, добровольностью, активностью, инициативой как одного человека, так и различных социальных групп. Так же она обусловлена национальными, религиозными особенностями и традициями; характеризуется многообразием видов на базе различных интересов взрослых, молодежи и детей; носит гуманистический, культурологический, развивающий, оздоровительный и воспитательный характер [6].

Анимация рассматривается как вид культурно-досуговой деятельности, которая, в свою очередь, на сегодняшний день очень тесно переплетается со сферой туризма. Досуг является разновидностью деятельности человека, отличной от других видов его жизнедеятельности, связанных с трудовой сферой и другими видами активности, необходимыми для поддержания жизненных сил. В качестве деятельности досуг определяется совокупностью деяний, включающих систему отношений человека с окружающим миром, например с материальными предметами, информацией, людьми и т.д. [6].

Многообразные виды досуговой деятельности, из которой вытекают способы предоставления анимационных программ в туризме, можно подразделить на несколько групп [24]:

1. отдых – снимает усталость, напряжение, восстанавливает физические и духовные силы человека (чтение книг, физкультура, слушание музыки и т.д.);

2. развлечение – как досуговая деятельность имеет компенсационный характер, возмещая зачастую однообразный труд. Развлекаясь, человек включает в свой досуг те физические и духовные способности и склонности, которые не может реализовать ни в труде, ни в отдыхе (просмотр кинофильмов, посещение музеев, концертов и т.д.);

3. праздник – сочетание отдыха и развлечения (народный, политический, религиозный, профессиональный, семейный праздники);

4. самообразование – направлено на приобщение людей к ценностям культуры и, как правило, не связано с профессиональной подготовкой, повышением квалификации (чтение литературы, участие в семинарах, деловых играх, экскурсии, слушание лекции и музыки и т.д.);

5. творчество – наиболее высокий уровень досуговой деятельности.

Одна из главных целей анимационной деятельности – это отдых от повседневной рутины, снятие напряжения, своего рода удовлетворение релаксационных потребностей человека (восстановление физических сил) [5].

Так же анимация имеет идеологическую направленность, то есть она осуществляется через раскрытие подавленного, отчужденного и скрытого потенциала в человеке, социальных группах и сообществах. Помимо этого анимация направлена на социальную интеграцию различных социальных групп и слоев населения [22].

Существуют различные типологии форм анимационной деятельности: по субъекту деятельности, по месту ее осуществления, по характеру организации и т.д. [24].

Классификация туристской анимации на основе типологического подхода представлена в таблице 1 [24].

Классификация туристкой анимации на основе типологического
подхода

Анимация	
По территориальному охвату	<ul style="list-style-type: none"> • Национальная • Государственная • Городская • Муниципальная • Локальная • Специальная
По возрастному признаку	<ul style="list-style-type: none"> • Детская • Юношеская • Студенческая • Молодежная • Семейная • Социальная • Для пенсионеров и инвалидов
По национальному признаку	<ul style="list-style-type: none"> • Этнографическая • Межнациональная • Национальная
По месту проведения	<ul style="list-style-type: none"> • Парковая • Уличная • Клубная • Ассоциативная • Специальная • Производственная • В учебных заведениях
По отраслевому признаку	<ul style="list-style-type: none"> • Туристская • Рекреационная • Гостиничная • Трансферная

1.2. История развития зарубежной анимации

Организация анимационной деятельности берет свое начало еще с древности. Ориентация и возможность предоставления досуга, безусловно, были сделаны на культурные особенности и традиции той или иной страны.

Родоначальниками прообразов направлений анимационной деятельности считаются Древний Египет и Рим, а так же Древняя Греция [5].

В Древней Греции история массовых праздников и зрелищ, в которых можно заметить особенности анимации в то время, началась 30 веков тому назад. Массовые праздничные действия отличались необычайной красочностью, массовостью и превосходной организацией. Первыми празднествами можно считать Дионисии. Дионис стал не только символом вина и плодородия, но и символом народного праздника, народного веселья и театральных представлений. По существу же Дионисии – это праздник весны, плодородия, здоровья [24].

Древняя Греция так же преуспела в организации спортивных турниров, представлений и игр. Именно греческая цивилизация стала родиной целого ряда спортивных состязаний, получивших название – Олимпийские игры. Собственно Олимпийские игры можно считать прообразом спортивной анимации [5].

Постепенно из культовых игр, имевших вначале лишь религиозное значение, Олимпийские игры превратились в крупнейшее, уникальное событие спортивной и культурной жизни Греции, что в свою очередь послужило толчком в развитии культуры и искусства [5, 24].

Спортивная часть программы сопровождалась выступлениями музыкантов и артистов всех известных в то время жанров. Успех игр был настолько велик, что и другие города Древней Греции стали устраивать подобные игры у себя. Это в свою очередь не могло не вызвать развитие значительного количества объектов гостеприимства и развлечений, рассчитанных на гостей игр [5].

В древнем мире наряду с культурным туризмом и посещением важных религиозных и спортивных праздников существовала традиция развлекательных путешествий. Люди того времени охотно посещали массовые зрелищные мероприятия. Под открытым небом стали обустраивать каменные сооружения - театры. В V-IV вв. до н.э. такие места для зрелищ

были почти во всех греческих городах. Афинский театр был обустроен на склоне Акрополя и вмещал 17 тыс. зрителей [22].

Более того, организация всех культурно-досуговых мероприятий проходила под контролем должностных лиц. Для граждан организация досуга была способом отвлечения их от тяжёлой рутины повседневной жизни. Власти древнегреческих городов прекрасно понимали данную необходимость граждан [5].

В Древнем Риме вопросам организации досуга своих граждан тоже уделялось большое внимание. Римские праздники отличались широтой размаха и великолепной организацией. Праздничное действо обычно разбивалось на несколько частей: начиналось оно торжественным шествием (помпой), возглавляемой устройтеlem игр (магистром), далее следовала непосредственно спортивная часть праздника, проводимая на арене цирка, - конские скачки, гонки на колесницах и т.д. по окончании спортивной части переходили к театрализованным представлениям. Это часть проходила в театре, где исполнялись пьесы греческих и римских авторов [5].

В I в. в Риме был построен сохранившийся и поныне величественный амфитеатр Колизей, вмещавший в себя 50 тыс. зрителей [24].

В средние века по всей Европе появляются профессиональные организаторы досуга – своеобразные аниматоры. Так, при дворах первых германских властителей всегда пребывали народные увеселители. В разных странах Европы их называли жонглёрами, на Руси звали скоморохами [5,24].

Впоследствии искусство народных увеселителей войдет составной частью в итальянское карнавальное действо, а именно карнавал станет значительным фактором общественной жизни Италии той эпохи [24].

Карнавал – это народное действо, уходящее своими корнями в древние фольклорные обрядовые игрища. Центром возникновения карнавала считается Венеция [24].

Основными компонентами венецианского карнавала XIII в. стали процессии, игры, акробатические и спортивные показы и, наконец, маски.

Эти компоненты остались, и по сей день, основными слагаемыми данной разновидности массового праздника [23].

В эпоху Возрождения народные празднества получили идеологическую и эстетическую оценку, обрели признание как важный фактор общественной и культурной жизни народа [24].

Массовое празднество всегда было проявлением духа народа, его потребностью, стремлением к единению. Здесь сказывалась общность интересов, рождающая сплоченность народа [24].

Игровые традиции и обычаи народных праздников сохранились и по сей день. В их основе лежит фольклор и национальная культура. Фольклорными источниками народных праздников считаются: весенний праздник первой борозды, осенний праздник урожая, татарский сабантуй, праздник «Русская зима», многотысячные песенные праздники Прибалтики, среднеазиатские народные празднества, где бережно сохраняются старинные конные игры, скачки, национальная борьба и др. [23].

1.3. Особенности анимации в России

Особенность культуры народных массовых празднеств на Руси, безусловно, связаны с бытом народа, общественными взаимоотношениями определенной эпохи [24].

На Руси с древних времен непрерывными участниками старинных народных праздников и гуляний были скоморохи. Они выступали в роли подобных средневековых аниматоров. Именно они сделали развлечение народа своей профессией [5].

Согласно толковому словарю русского языка В.И.Даля, скоморох - музыкант, дудочник, волынщик, гуслиар, промышляющий пляской с песнями, шутками и фокусами, а так же актер, комедиант, потешник, медвежатник, шут. Первые упоминания о скоморохах относятся к XI в., в частности в «Повести временных лет», особую популярность они получили в XV-XVII вв. [5].

Скоморохи были, безусловно, одаренными людьми. Они владели навыками актера, певца, музыканта, танцора, акробата, жонглера, фокусника, дрессировщика [5].

Можно сделать вывод, что почти все достижения культурно-досуговой деятельности, рожденные человечеством в ходе его исторического развития, используются в современной анимации [5].

Досуговая деятельность на Руси, безусловно, имела свои особенности, но общие тенденции и направления ее развития были схожи с европейскими. В российском быту заметную роль в качестве излюбленной формы проведения досуга играли престольные праздники. Так назывались праздники, организованные и отмечаемые всей деревенской общиной. Проводились они в свободное от сельскохозяйственных работ время. В праздниках принимали участие жители не только одной деревни, но и близлежащих сел [23].

Сохранившиеся в различных уголках нашей родины элементы местных народных традиций и обычаев, сложившиеся на Руси, вызывают интерес не только у этнографов и историков, но и у специалистов туристского бизнеса, в частности у аниматоров [5].

Начало светским официальным торжествам положил Петр I, устроив в Москве в 1697 г. первое «триумфование» по случаю взятия Азова [24].

С тех пор подобные торжества стали обычаем. Такие праздники как Масленица и Рождество отмечались независимо от социальной принадлежности [5].

Подобные торжества имели хорошо разработанный сценарий, роли участников праздника были четко распределены. Это хорошо просматривается на примере традиционной организации Масленицы. Масленица-традиция, связанная у русского человека с веселыми зимними праздниками, ярмарочными гуляниями и обязательно с блинами. Праздник сопровождается исполнением масленичных припевок, частушек и прибауток. [5].

Рождество стало традиционным излюбленным семейным праздником, который за долгое время своего существования обрел различные красочные символы и народные обычаи. Украшение рождественской елки, семейный ужин, различные маски во время колядок, церковные обряды – все это является частью традиций празднования Рождества [5].

Как правило, многие массовые действия и празднества несут в себе политический характер. Народные представления вобрали в себя многовековой опыт народного театра под открытым небом. Стиль и направленность массового действия определял образ поставленных театральных спектаклей, которые несут в себе дух народного подвига, дух мужественного сопротивления врагам революции [24].

Некоторые особенности первых послереволюционных массовых действий были взяты из традиционного театра, то есть приметами новой эпохи являлись: демонстрации, шествия, митинги и особая организация народных масс, характерной для революции [24].

Все многочисленные опыты по созданию массовых действий, проводившиеся в 1918-1919 гг., были своего рода подготовительным периодом предшествующим рождению массовых зрелищ как самостоятельного жанра. Театрализованные шествия, манифестации, театрализованные клятвы, концерты-митинги, праздники переименования заводов, праздничное украшение улиц и площадей городов, праздники «красного календаря», торжественные открытия первых советских памятников, это были яркие приметы нарождающейся советской общественной жизни, нового советского быта [23].

В советской России массовые праздники и зрелища, сопровождающиеся анимацией, имеют множество разновидностей [24]:

- театрализованный массовый пролог;
- массовые постановки под открытым небом;
- физкультурные праздники;
- массовое представление-митинг;

- юбилейные празднества;
- фестивали искусств;
- концерт-обозрение кино;
- «Фестивали миллионов».

История анимационной деятельности по организации массовых празднеств и представлений показывает жизненность и большие возможности этого жанра. С давних времен он всегда идет в ногу с эпохой, став образным воплощением ее устремлений надежд и являясь яркой характеристикой того или иного периода в жизни народа, в развитии страны. Может быть, поэтому жанр насчитывает такое многообразие форм. В наши дни массовые празднества и зрелища достигли подлинного расцвета, став народными, приобретая большие масштабы, обретая новые сегменты рынка досуговых программ, включая социокультурную и туристскую среду [24].

Как известно из практики туристической индустрии, на дни праздников приходятся значительные пики туристской активности. Безусловно, это касается в первую очередь регионов, берущих на себя труд организации этих праздников и продвижения получившегося туристского продукта. Принимая во внимание тот факт, что в России охотно празднуют любые праздники, а особенно те, которые имеют определенную историю и обрядность, небезынтересно вспомнить церковный и древнеславянские календари, тем более что они часто пересекаются [5].

Глава 2. Технология создания анимационных программ

2.1. Методика составления анимационных программ

На сегодняшний день анимационные программы с каждым разом все больше входят в спектр туристских услуг. Цель анимации, как туристской услуги, является интенсивное продвижение туристского продукта, повышение уровня обслуживания и увеличение количества предоставляемых услуг. Это все, как правило, способствует росту доходности туристского бизнеса [5].

В ходе предоставления такой услуги как анимация, турист получает эмоциональную разрядку, что в свою очередь удовлетворяет его релаксационные потребности. В таком случае есть не малая вероятность, что анимационные программы послужат причиной повторного его посещения туристского комплекса. Таким образом, можно сказать, что анимация является отличным инструментом рекламы [5].

В практике анимационного дела для целевого конструирования анимационных программ необходимо выделить следующие функции туристской анимации [5]:

- адаптационную, позволяющую перейти от повседневной обстановки к свободной, досуговой;
- компенсационную, освобождающую человека от физической психической усталости повседневной жизни;
- стабилизирующую, создающую положительные эмоции и стимулирующую психическую стабильность;
- оздоровительную, направленную на восстановление и развитие физических сил человека;
- информационную, позволяющую получить новую информацию о стране, регионе, людях и т.д.;
- воспитательную, побуждающую уважать традиционную культуру своей страны и других стран;

- образовательную, позволяющую приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;
- совершенствующую, приносящую интеллектуальное и физическое усовершенствование;
- рекламную, дающую возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы страны, региона, туркомплекса, отеля, турфирмы.

Основные характеристики анимационных программ, на которые стоит ориентировать внимание при их разработке [11]:

1. Доступность восприятия показывает, как анимационная программа оценивается различными возрастными категориями туристов, ориентируясь на их социальное положение, время года, место проведения;

2. Атмосфера восприятия. Анимационная программа воспринимается через чувственные ощущения туриста, его настроение и эмоциональный фон;

3. Взаимодействие туристов со специалистами-аниматорами. Специалисты-аниматоры являются главным звеном в системе обслуживания, они должны тщательно продумать сюжет анимационной программы и участие туристов в каждой фазе ее проведения, от начальной стадии до заключения;

4. Взаимодействие туристов между собой в процессе участия в анимационной программе. Туристы не только воспринимают программу визуально, они становятся частью представления, проявляя активность в участии, инициативу в действии.

5. Непосредственное участие туристов в программе и влияние на их эмоции. Включение туристов в систему действия повышает уровень удовлетворенности увиденным и услышанным, создает хорошее настроение и эмоциональный подъем, снижает возможное недовольство к другим видам услуг.

Составление анимационной программы – это сочетание в себе литературы, режиссуры, музыки и других сфер искусства, но, не стоит

забывать, это еще трудоемкий процесс, в котором нужно учитывать очень много нюансов, связанных с туристами, на которых ориентирован некий туристский комплекс. Необходимо получить информацию о туристах (возраст, пол, национальность, степень активности, любимые виды отдыха). Так же аниматор должен уметь классифицировать туристов и мотивы их путешествий, чтобы правильно подобрать для них программу [2].

Нельзя забывать и о психологической стороне процесса создания анимационных программ. Специалисты по анимации обязаны принимать во внимание подобные особенности участников данного процесса: характер, темперамент, определенные черты таланта, а так же природные качества экскурсантов – воображение, память, юмор, внимательность и наблюдательность [26].

Соответственно от этого всего уже будет зависеть составление сценария анимационных программ, которые должны быть рассчитаны на разные категории и интересы туристов [11].

Процесс создания анимационных программ можно разделить несколько основных этапов [11]:

Первый этап - подготовительный, включающий:

- анализ предлагаемых анимационных программ;
- определение целей и задач;
- выбор места и времени проведения программы;
- проектирование анимационной программы с учетом возрастных, этнических и прочих особенностей потребителей данной услуги;
- создание или подбор сценариев анимационных мероприятий, включенных в программу;
- составление сметы расходов на проведение программы;
- подбор творческих коллективов и распределение обязанностей внутри анимационных команд;

- техническую подготовку (подбор материальных пособий, закупку инвентаря, изготовление декораций, костюмов, реквизита т. д.);
- установку звуковой и световой аппаратуры, других технических средств, оформление сцены, изготовление фонограмм и пр.;
- проведение репетиций, обучение правилам игр и др.;

Второй этап - начальный, в течение которого:

- туристы информируются о наличии и тематическом содержании анимационной программы, с уточнением категории туристов, для которых проводится данный вид развлечения;
- устанавливается межличностный контакт между туристами и аниматорами, производится запись на различные анимационные программы и сбор заявок.

Третий этап - основной, этап проведения намеченной анимационной программы. Это взаимосвязанная и ответственная работа всех задействованных аниматоров, где решаются все поставленные задачи программы.

Четвертый этап - заключительный, в ходе которого происходит подведение итогов:

- награждение участников и прощание с гостями;
- анализ проведенной программы;
- опрос или анкетирование потребителей с последующим анализом;
- работа над усовершенствованием программы.

Для того чтобы любой туристский комплекс имел успех, в предоставлении своих услуг анимационного сектора, он должен иметь качественных специалистов в этой области. Искусное выполнение анимационной стратегии и следование корпоративной концепции зависят от компетентности персонала и эффективности внутренней организации работы анимационной службы [2].

Структура и кадровый состав службы туристского комплекса зависят от его величины и типа, функционального назначения и номенклатуры технических анимационных систем, географического расположения, концепции и программ анимации и других факторов [2].

На рисунке 1 представлена структура управления анимационной командой, которая состоит из минимального количества ступеней управления, а так же из оптимального числа руководителей и подчинённых [2].

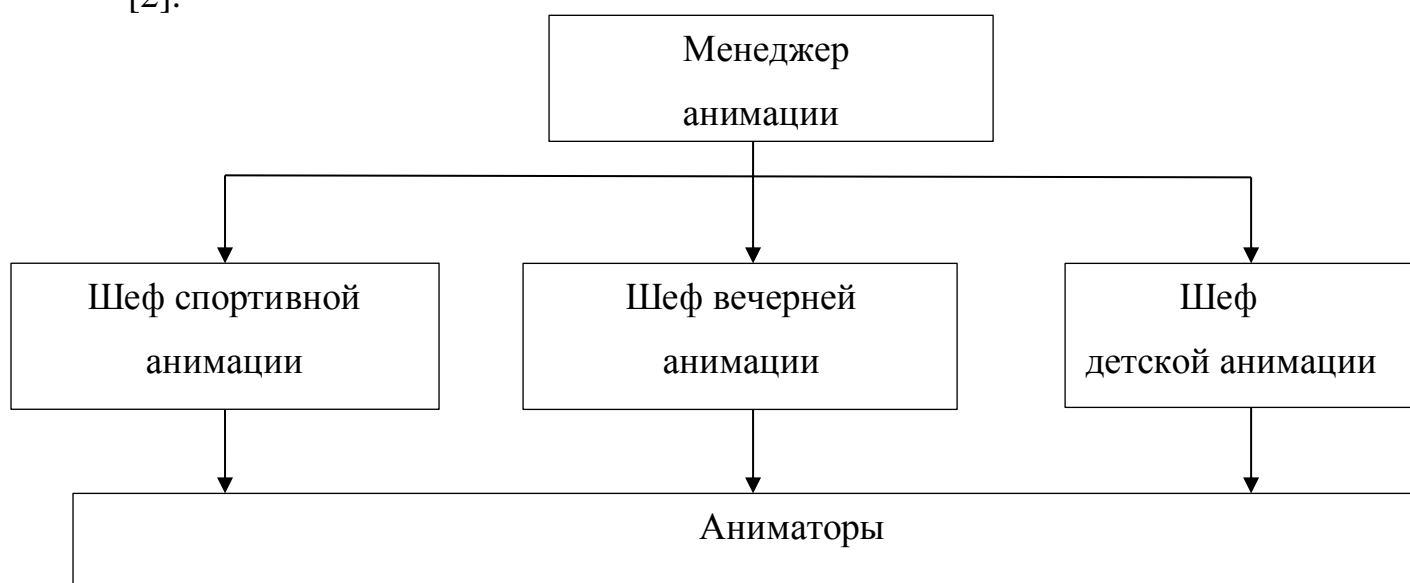


Рис. 1. Структура управления анимационной командой

Главная задача спортивной анимации обеспечение отдыхающих максимальной физической нагрузкой, в той степени, в которой турист нуждается, и вовлечение как можно большего их количества в свои мероприятия. При этом важно соблюдать во всем меру, помня о том, что есть категория туристов, которые не приемлют активный отдых и большие физические нагрузки [2].

Отдел вечерней анимации, которая по большей степени является основной, отвечает за проведение дискотек (как взрослых, так и детских), обучение отдыхающих танцевальным движениям, исполнению песен и за проведение других музыкально-развлекательных мероприятий [2].

Детская анимация – важный отдел анимационной службы, особенно для отелей и туркомплексов, ориентированных на привлечение семейных туристов. Для них возможность отдохнуть вместе с семьей и при этом не быть обремененным постоянными занятиями с детьми – очень привлекательный фактор. Главная обязанность аниматоров детской анимации – организовать интересный, полноценный отдых детям, дав возможность родителям найти себе развлечение по вкусу [2].

Аниматоры имеют прямой контакт с туристами в любом туристском комплексе, будь это отель, база отдыха, музей. От степени профессионализма аниматоров, их личностных качеств, соблюдение ими своих обязанностей и правил поведения зависит общее впечатление туристов об анимационной программе [24].

Как и в любой другой сфере в анимационной деятельности есть определённые требования к работникам:

1. Для актеров, сценаристов, режиссеров, звукотехников, светорежиссеров проводится специальный конкурс и на этой основе по результатам квалификационных испытаний и тестирований их принимают в анимационную команду [7].

2. Что касается обслуживания иностранных туристов, в анимационную команду должны входить аниматоры, владеющие различными языками [7].

3. В туристическом секторе, как и в любой другой сфере, должна проводиться профессиональная подготовка работников. Повышение квалификации необходимо для улучшения предоставляемых туристических услуг. Список требований к работникам анимационной команды не так мал. Аниматоры должны сочетать в себе актерское мастерство, легко принимать любой сценический образ. Уметь составлять сценарий различных анимационных программ: детские игровые программы, театрализованные шоу-представления, различные тематические вечера [7].

4. Все работники должны носить определенную униформу, образец которой разработан самим туристским предприятием. На одежде должны

присутствовать личный значок с эмблемой данного предприятия, указанием должности, фамилии, имени [7].

5. Внешний вид и наличие определенных психологических качеств имеет большое значение, при принятии работников анимации в сферу туристской индустрии. Они должны иметь аккуратный внешний вид, быть физически здоровыми и подтянутыми. Высокая коммуникабельность, умение легко и непринужденно общаться, располагать к себе людей – одна из основополагающих черт аниматора [7].

Анимационная деятельность как социально-педагогическая наука, способствует развитию многих психологических качеств. В ходе работы аниматором, человек растет как физически, так и духовно. Специфика анимационной деятельности формирует лидерские качества, коммуникабельность, артистизм, эмоциональность. В результате работы у аниматоров появляется эстетический вкус, и повышается интеллект [20].

2.2. Игра в структуре анимационных программ

Для изучения игры в структуре анимационной программы необходимо обозначить ряд особенностей связанных с этим понятием. Сущность игры заключается в условности, т.е. выход человека в сферу деятельности совершенно специфического характера. Потребность в игре возникает как необходимость в развлечении, удовольствии и бывает только на досуге. То, что делается по обязанности, не может называться игрой, например выступление профессиональных артистов и спортсменов – это их трудовая деятельность [14].

Игра – вид непродуктивной деятельности, мотив которой заключается не в ее результатах, а в самом процессе; тесно связана с искусством (особенно его исполнительными формами). Так же игру можно назвать организацией мнимой ситуации, в которой действуют реально, используя свои знания, умения, опыт, но по установленным правилам, сообразно своей роли в анимационной деятельности [24].

Само же слово «игра» употребляется в нескольких значениях. Например, в русском языке оно употребляется в прямом и переносном смыслах, т.е. это «игра» и «играть» значит занимать какое-либо положение или обращаться легкомысленно с чем-либо, проявляться в особом блеске и т.д. В древнегреческом языке было три понятия игры: пэдиа (детская игра), атиро (забава, пустое развлечение), агон (соревнование, состязание, поединок) [24].

Главное значение игры – развитие человека, ориентация его на творческое, экспериментальное поведение. В анимационной деятельности в структуре туристского продукта игра выполняет следующие функции [14]:

1. педагогическую (воспитательную, психотехническую, социальную);
2. деятельностную (прогнозирующую, моделирующую, психофизическая, коммуникативно-творческая);
3. рекреационную (коммуникативную, эмоциональную, развлекательную, компенсаторную, релаксационную);
4. технологическая (досуговую, познавательную, трудовую, коммуникативную).

В туристской деятельности игры включают в себя разнообразие использования и результативность. За основу классификации игр отвечает человеческая деятельность, которая показывает вертикальные и горизонтальные связи между досуговой и интеллектуальной деятельностью. Они в свою очередь взаимопроникают друг в друга, имея свои модели, структуры, функции, элементы и результаты [6].

Существует множество классификационных признаков, по которым, можно объединить игры по определенным основаниям [24]:

- по времени проведения – игры сезонные (зимние, весенние, летние, осенние);
- по продолжительности – длительные, временные, кратковременные, игры-минутки;

- по месту проведения – настольные (застольные), комнатные, уличные, дворовые, на воздухе, на местности, праздничные, эстрадные;
- по составу участников (по полу и возрасту) – для дошкольников и младших школьников, для студентов, для девочек и мальчиков, для мужчин и женщин, для молодежи;
- по числу участников – одиночные, индивидуальные, парные, групповые, командные и массовые;
- по степени регулирования и управления – плановые (организованные менеджером), стихийные, импровизированные (организованные спортивным инструктором), экспромтные (спонтанные);
- по наличию аксессуаров – игры без предметов и с предметами, компьютерные игры, игры-автоматы, игры-аттракционы.

Если подходить к игре с деятельным характером, можно выделить следующие виды [24]:

- *Физические игры*, построенные на движении. Их можно подразделить на подвижные (игры, разные по содержанию организации и сложности правил, сюжетные и бессюжетные, игры забавы). А так же спортивные (городки, бадминтон, баскетбол, настольный теннис, футбол, хоккей т др.);
- К *шоу-играм* относятся конкурсы (относительно интеллектуальные игры, построенные на вопросах и ответах, предназначенные для школьников, молодежи и взрослой аудитории). Сюда же входят и викторины (интеллектуальная игра, в которой на вопросы с познавательной информацией могут отвечать несколько человек-команда);
- *Игровые оболочки*, когда игра используется как некоторое обрамление, общий фон какой-либо работы (путешествие на поезде от станции к станции, внутренние движения от уровня к уровню, международная туристская конференция с проходящими в ее рамках мастер-классами);

- *Игра переживание* – виды игр, связанные с необходимостью включения в отношения, встраивать их, обращаться к своему собственному «Я» (для нее придумывается множество игровых пространств, например, необитаемый остров, неосвоенная планета, доисторическое время, применив театральные и сценические атрибуты);

- *Игра-драма* применяется в отелях, на туристских базах, в кемпингах. Значительная часть времени такой игры уходит на вживание участников в их роли и ситуацию с применением самых разнообразных приемов (внешний антураж, элементы костюмов, оформление помещения, театральные декорации, световые и музыкальные эффекты, определение участникам сюжетных статусов ролей);

- *Игра деловая* игра, направленная на освоение, осмысление инкрементальных задач, связанных с построением реальной деятельности, достижением конкретных целей, структурированием системы деловых отношений участников. Может носить несложный сюжетный характер, решая сугубо инструментальные задачи, или иметь вид «организационного семинара», «организационной игры».

В проведение праздников как анимационных программ большое значение имеет использование народных игр. Для развития художественного творчества это самая доступная форма игры. Народные игры сочетают в себе песенное, фольклорное, танцевальное творчество и элементы народного театра, в них четко можно заметить характер и темперамент [24].

В анимационных программах в структуре туризма ролевые игры так же выполняют значительные функции. Создание подобных игр предполагает соблюдение некоторых теоретических оснований, включая ролевое моделирование, алгоритм ролевой игры, деятельностный фон игры, а так же этику мастера, доминантные формы, использование стандартных правил [24].

2.3. Инфраструктура анимации

Технический прогресс, ускоренный темп жизни, инновации в различных сферах, все это влияет на физическое и эмоциональное состояние человека. Через развлечения человек (или группа людей) удовлетворяет свои духовные потребности, отвлекается от жизненной рутины, оценивает собственную личность, анализирует свою роль в масштабах различных социальных систем. Процесс развлекательного отдыха осуществляется как в естественной, так и в искусственной обстановке, созданием которой занимается индустрия развлечения [18].

Анимационная индустрия служит формированию личных и общественных потребностей, решает многогранные задачи: воспитания, образования, отдыха, по сути своей формирует и развивает личность. Пользуясь услугами анимационной индустрии, человек восстанавливает себя как трудовую единицу [24].

Инфраструктура анимации – это совокупность социальных учреждений, объектов и сооружений, являющихся материальной базой обеспечения эффективной анимационной деятельности [24].

К анимационной индустрии относятся предприятия (организации, учреждения), целью которых является удовлетворение потребностей человека с помощью развлечений. Разновидности организаций данной сферы довольно разнообразны. Цирки, зоопарки, аттракционы, игротеки и парки отдыха – это предприятия с ярко выраженным развлекательным характером. Театры, кинотеатры, изостудии, концертные организации и коллективы несут в себе зрелищный характер. Так же не нужно забывать о физической культуре, одним из принципов которой является посещение спортивно-зрелищных мероприятий [3].

К сфере обслуживания и обеспечения населения развлечениями в мировой практике относятся так же предприятия туризма, включая средства размещения. Анимационная индустрия в некоторых случаях является дополнительной деятельностью тех или иных организаций. К ним относятся

не только гостиницы, но и государственные зоны отдыха, и исторические достопримечательности [8].

Анимационная индустрия выступает как самостоятельное, относительно обособленное звено экономической системы, привлекая значительные материальные, финансовые, трудовые ресурсы. К характеристике данных индустрии относятся специфические технологии, система управления, результат деятельности, организация труда персонала [27].

У структуры анимационной индустрии, как и у любой другой сферы, есть свои собственные комплексные задачи, которые выполняются сотрудниками данного вида деятельности. К ним относятся [24]:

1. Анимационная индустрия имеет короткий срок окупаемости каких-либо вложений, соответственно конкурентная способность высока. Создание адекватных моделей анимационной индустрии поспособствует более эффективному управлению соответствующими процессами;

2. Современная жизнь имеет ускоренный темп, что приводит к частым стрессам и эмоциональной неуравновешенности людей. Повышается риск заболеваний нервной системы. Человеческие потребности в расслаблении и отдыхе увеличиваются, поэтому ориентация идет на анимационную индустрию. Она должна иметь соответствующий уровень развития, чтобы удовлетворить релаксационные потребности людей;

3. Необходимо формирование современных представлений о механизме воздействия образов анимационной индустрии на человеческие убеждения. Достаточный уровень изученности всех факторов данной сферы, повысит эффективность функционирования анимационной индустрии;

4. На выбор того или иного конкретного развлечения оказывают влияние некоторые факторы, такие как увеличение доли свободного времени населения, социально-групповые, демографические и поведенческие характеристики человека, образ его жизни и самое главное доход населения.

Соответственно необходимы измерения и оценка факторов, влияющих на развитие анимационной индустрии;

5. Разработка методического инструментария и изучение индустрии развлечения нужны для грамотного управления такой сферы как анимация.

Россия, обогащаясь опытом других стран, должна учитывать национальные традиции и культуру, быть способной конкурировать с зарубежными образцами, представлять по отношению к ним привлекательную альтернативу [26].

Исходя из этого, можно утверждать, что анимация это комплекс различного рода услуг структурного, содержательного, организационного и технического характера, объединяющих предприятия и учреждения различного рода деятельности. Так же нужно отметить, что именно на анимации держится работа индустрии развлечения, состав которой на сегодняшний день очень разнообразен. К индустрии развлечения, относятся предприятия, чья основная деятельность связана с удовлетворением потребностей человека в развлечениях, которые предоставляются деятельностью анимационных служб [24].

Анимационная служба работает в различных сферах. Во-первых, это *заведения общественного питания*. Для потребителей услуг заведений общественного питания XXI в. кафе и рестораны – это не только непосредственно еда и питание как удовлетворение физиологической потребности, но содержательное наполнение сервисного обслуживания [1].

Гостям важно моральное, эстетическое наслаждение от процесса пребывания в заведении, душевное спокойствие, отдых и даже приобретение новых полезных знаний. Именно эту функцию сегодня выполняют анимационные услуги, предлагаемые предприятиями. Анимация вносит в процесс обслуживания яркие впечатления, вовлекая гостя в активные действия. Анимационные услуги, казалось бы, обычное утоление голода превращают в маленький праздник, в незабываемую атмосферу уюта и умиротворения [1].

Безусловно, лидером в сфере внедрения анимационных услуг в обслуживание общественного питания является Европа, но попытки вовлечения гостя в процесс анимации существуют и в России.

Во многих городах России анимация получает распространение, но пока не имеет совершенной формы для внедрения в обслуживание. Это связано, прежде всего, с отсутствием квалифицированных служащих данной сферы. К тому же российским организаторам услуг питания и развлечения необходимо использовать в своей деятельности опыт зарубежных предприятий, перенимать удавшиеся моменты анимации. Таким образом, анимационная деятельность предприятия может явиться источником дополнительной прибыли и привлекательности [1].

Анимационная программа может быть прекрасным дополнением на официальном обеде или при приёме высокопоставленных лиц. Таким образом, технологии анимации способны трансформировать предприятие общественного питания в объект познавательного туризма, повышая статус самого ресторана, города и уровня туризма в крае в целом [1].

Во-вторых, это *тематические парки*, которые являются не просто парками с аттракционами, это считается целый туристский комплекс с гостиницами, ресторанами, магазинами и дискотеками [20].

Идея тематических парков зародилась в Европе и была реализована в виде парков удовольствия. Современная модель тематических парков также впервые появилась в Европе, но ее создателем считается Уолт Дисней. В Европе тематические парки развивались медленно, в скромных масштабах. Настоящий расцвет они получили в США, а затем распространились во всем мире [13].

Тематический парк – это определённая территория, предназначенная для рекреации и развлечения, особенностью которой является комплекс услуг, отвечающих определённой теме. Исходя из этого, можно выделить несколько типов тематических парков [24]:

- Культурно-исторические – парки, тематика которых связана с одним или несколькими историческими и культурными событиями (парады, карнавалы, шествия). Тематика парков может иметь различный характер – история, культура, география, спорт и т.д. («Великая Америка», Калифорния; «Астериск», Франция; «Земля мифов», курорт Бенидорм и др.);

- Национальные природные и научно-познавательные тематические парки – это резервация, территория или акватория с уникальными природными объектами (водопадами, каньонами, островами и т.п.), находящиеся под охраной одного или нескольких государств (самый древний парк – Йеллоустонский, создан 1872);

- Океанариумы и дельфинарии – это парки, специализирующиеся на коллекционировании, содержании, изучении и демонстрации представителей водной среды (океанариумы) или конкретных ее обитателей (дельфинарии). Например, океанариум и дельфинарий во Владивостоке.

- Зоопарки – специальное научно-просветительное учреждение, предназначенное для содержания диких животных в неволе (или полувольном состоянии) в целях демонстрации публике, изучения, сохранения и воспроизводства (в мире насчитывается около 300 крупных зоопарков), анимационной сущностью которых является катание на экзотических животных, их кормление и участие в представлениях с животными;

- Аттрактивные парки (парки развлечений, типовое разнообразие которых представлено 110 наиболее популярными видами развлечения – разнообразные качели и карусели, катальные горки, комнаты смеха с кривыми зеркалами, различные аттрактивные павильоны, луна-парки и т.п.);

- Аквапарки – развлекательные и досуговые комплексы, основанные на аттрактивности водной стихии, подразделяющиеся на городские, пригородные и открытые аквапарки. В них игровые бассейны могут быть оснащены специальным оборудованием, горный желоб длиной 12-40 м. со скоростным широким перепадом уровней. А так же с

промежуточными ваннами для приземления, водоворот, медленная река, волновой бассейн, береговая зона и т.п.;

- Индустриальные тематические парки, основанные на производственных технологиях (гончарная деревня, павильон киностудии, роспись бытовых предметов и др.).

Характерными особенностями всех видов парков является развитая сеть развлечений на основе выстроенных анимационных программ. Парки оснащены техникой, в зависимости от типа и вида парка, музыкальным сопровождением и организацией питания. Обслуживающий и управляющий персоналы имеют фирменный стиль, соответствующий тематике парка. И конечно, в подобных парках есть самобытная суверенная лавка [24].

В 2016 году в Нагатинской пойме столицы России начато строительство парка развлечений - «Остров мечты», который должен открыться в начале 2018 года. В парке предполагается развернуть сорок тематических зон, с соответствующими тематике зон аттракционами [13].

Создание и функционирование эффективных тематических парков призвано способствовать ускорению социально-экономического развития регионов и страны в целом [13].

Так же анимация популярна в различных *музеях*. Музейные комплексы и хранящиеся в них объекты культурного наследия являются наиболее привлекательными и посещаемыми туристскими аттракциями даже на современном этапе развития туризма. Это связано с тем, что данные культурно-образовательные центры содержат в себе наиболее полную и точную информацию об исторических, природно-климатических, национальных и иных особенностях того или иного туристского региона [17].

Основные музейные функции, сформировавшиеся много лет назад, и актуальные по сей день, это хранительская и досуговая. Согласно Федеральному закону РФ № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации», хранительская функция

заключается в выявлении, изучении и хранении музейных предметов и музейных коллекций, а досуговая – в популяризации указанных объектов и продвижении образовательно-просветительской функции [28].

Однако на сегодняшний день сложилась определённая ситуация, приведшая к дифференциации этих, казалось бы, неотделимых и взаимодополняющих функций. Согласно тому же Федеральному закону РФ № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации», музеи в соответствии со своими учредительными документами могут осуществлять приносящую доходы деятельность [28]. По этой причине они всё больше начинают иметь досуговой характер, отодвигая охранную функцию на второй план. Так, музей как культурно-образовательный центр строит новые уровни взаимоотношений с посетителем, выдвигая на передний план досуговую, или развлекательную функцию. Её роль заключается не столько в сугубо охране и представлении объектов показа, сколько в организации активного досуга посетителей [17].

Рассматривая досуговую функцию музеев нельзя не упомянуть про анимацию. Одно из направлений туристской анимации – это шоу музеев, т.е. музеи с живыми персонажами экспонируемой эпохи. Как пример можно привести, музей первых английских переселенцев в г. Плимуте (США), который на сегодняшний день поражает своим национальным шоу с помощью анимационной организации экспозиции в натуральную величину [24].

Не менее интересен музей под открытым небом «Скансен», расположенный в шведской столице Стокгольме. Это фольклорная шведская деревушка, где в старинных городских и деревенских домах, привезенных сюда из разных регионов Швеции, можно познакомиться с народным ремеслом и встретить прохожих в старинной шведской одежде [24].

Музеи, сохраняющие для современника старые виды ремесел, например деревянное зодчество, и национально-этнических форм жизни,

имеются почти во многих странах: Япония, Дания, Норвегия, Исландия, Канада и Россия [35].

Музей-заповедник «Кижский погост» — один из крупнейших в России музеев под открытым небом. Это — уникальный историко-культурный и природный комплекс, являющийся особо ценным объектом культурного наследия народов России. Основа музейного собрания — ансамбль Кижского погоста входит в Список всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО [30].

В Пермском крае так же имеется музей, в котором приставлены памятники деревянной архитектуры. Это архитектурно-этнографический музей «Хохловка» — первый на Урале музей деревянного зодчества под открытым небом [36].

В архитектурно-этнографическом музее «Хохловка» как раз сочетаются две взаимодействующие между собой функции — это развлекательная и хранительская. Развлекательная функция заключается в том, что в данном музее развит событийный туризм. На определенные праздники и события съезжается огромное количество людей, для досугового отдыха. Несомненно, главным рычагом в организации этих праздников является анимация. Развлекательная функция всё более дополняет хранительскую, и это значительно обращает внимание посетителей в сторону этих учреждений культуры [17, 36].

Глава 3. Реализация детских анимационных программ в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка»

3.1. Исследование инфраструктуры архитектурно-этнографического музея «Хохловка»

Музей «Хохловка» основан в 1969 г, открыт для посетителей 17 сентября 1980 г. Музейный ансамбль памятников деревянного зодчества народов Прикамья расположен на живописном полуострове Камского моря в 40км. от г. Перми у с. Хохловка (Пермский район). В его составе 23 уникальных памятника конца XVII –первой половины XX в., которые представляют собой образцы народной строительной художественной культуры региона, виртуозное мастерство плотников и резчиков по дереву [36].

Площадь музейного комплекса составляет 35.2 га., он делится на сектора в соответствии основными культурно этнографическими зонами края: Северо-Западное Прикамье (Коми-Пермяцкий сектор), Северное Прикамье, Южное Прикамье. Кроме секторов выделяются тематические комплексы солепромышленный и сельскохозяйственный, «Охотничье становые» [36].

В основу научной реконструкции застройки положена исторически сложившаяся структура, планировки крестьянских поселений, которая включает памятники культовой, гражданской и промышленной архитектуры [36].

Ряд памятников музеефицирован, посетители могут ознакомиться с интерьерами жилых и хозяйственных помещений, крестьянских усадеб, осмотреть выставки [36].

Неповторимый ансамбль составляют Богородицкая церковь (с. Тохтарево, Суксунский район, 1694 г.) и колокольня (с. Сыра, Суксунский район, 1781 г.). Так же уникальная церковь Преображения (с. Янидор, Чердынский район, 1702 г.) и сторожевая башня (с. Торговище, Суксунский район, 17 в., копия 1906 г.). И конечно, комплекс построек бывшего Усть-

Боровского солеваренного завода (г. Соликамск, последняя треть 19 в.) и т.д. Экспозиции, построенные в ряде памятников, рассказывают о хозяйственных занятиях, быте, культуре народов, издавна проживающих в Пермском крае [36].

«Хохловка» удивляет не только памятниками деревянной архитектуры. Главный секрет - в гармонии зодчества и природы: с верхушки холма открывается на вид редкой красоты пейзаж. Просторы речной глади, лесистые холмы, скалы вдоль залива; еловый лес чередуется с березовыми рощами, заросли можжевельника соседствуют с рябиной, черемухой, калиной. Зимой можно отдохнуть от городской суеты, насладившись красивейшими просторами, увидеть ледяные берега Камы, заснеженные крыши церквей, зимнее солнце в густой невесомой дымке на белых просторах. Здесь ежегодно проводятся ставшие традиционными массовые мероприятия - праздники народного календаря «Проводы Масленицы», «Троицкие гуляния», «Яблочный Спас», фольклорные музыкальные праздники, фестиваль военной реконструкции «Большие манёвры на Хохловских холмах» и международный фестиваль «КАМWA» [36].

Фестиваль «КАМWA» родился в 2007 году на волне идей этнофутуризма. Этнофутуризм – это одно из направлений в современном искусстве, сочетающее подлинное знание народов и современные технологии. Идеология фестиваля – в аутентичности, в поддержке самобытного творчества, основанного на осмыслении коренных культурных традиций. Фестиваль являлся частью проекта «Антология традиционного фольклора» [31].

Хотелось бы отметить, что Пермский край занимает особое место в этнокультурном ландшафте Евразии. Его положение на границе нескольких этнокультурных зон - Европы и Азии, Великого леса и Великой степи - определило судьбу Прикамья, исторического «перекрестка», где с давних пор и по сей день переплетаются судьбы многих народов. По этническому многообразию регион занимает одно из первых мест в России. Только

официальные данные свидетельствуют: в Пермском крае проживают более 120 народов. Десять наиболее многочисленных из них - русские, татары, коми-пермяки, башкиры, удмурты, украинцы, белорусы, немцы, чувашаи, мари́йцы. У каждого народа края свой яркий и уникальный комплекс традиционной культуры [31].

Многонациональная, многоликая Пермская земля на протяжении веков бережно хранит удивительный сплав материальных и духовных ценностей, именуемый этнокультурным наследием народов Прикамья. Сегодня интерес к истории и культуре своего края, своего народа растет у самых разных слоев населения, у старшего поколения и у молодежи, поэтому все актуальней становится задача не только сохранить этнокультурное наследие, но и определить его место в современном мире, скрепить «связь времен». Один из способов поддержать и сохранить этнокультурное наследие - ввести наиболее значимые комплексы традиционной культуры в современный общественный контекст [31].

Именно на это направлен проект «Антология традиционного фольклора». Он был задуман и реализован Пермской региональной общественной организации по продвижению культурных и молодежных проектов «КАМWA» и научными центрами края – Пермским филиалом Института истории и археологии УрО РАН и Пермским государственным педагогическим университетом. Проект состоял из нескольких этапов. В 2007 – 2010 годах продюсерская группа «КАМWA» совместно с пермскими этнографами и фольклористами организовала научные экспедиции по селам и деревням Пермского края [31].

Фестиваль «КАМWA» это сочетание традиций, обычаев, культуры и истории народов Прикамья. Великолепная природа и памятники деревянного зодчества архитектурно-этнографического музея «Хохловка» придают фестивалю дополнительный колорит. За последние годы Фестиваль «КАМWA» стал увлекательным культурным путешествием, великолепным семейным отдыхом и интересным времяпровождением. Сегодня «КАМWA»

- это гарант качества: посетители фестиваля услышат только хорошую музыку и познакомятся с новыми художественными идеями современного творчества. [36].

В 2017 году данный фестиваль соберет на своих просторах любителей современной этники [34].

Этника — (от греч. *ethnos* народ, синонимы фольклор, фолк, аутентика, архаика) свод обычаев, песен, музыки, танцев, материальной культуры того или иного народа. Чаще всего этника обозначает именно песенно-музыкальный фольклор [30].

Под открытым небом вновь развернется фестивальный праздник, зазвучит музыка, взлетят в небо гигантские воздушные змеи, раскрасят пейзажи Хохловки новые арт-объекты и наряды этномоды. Специально для гостей и туристов, приехавших на фестиваль, будет организован эколагерь [36].

Архитектурно-этнографический музей "Хохловка", можно сказать, процветает благодаря экскурсиям по территории музея, а так же организации праздников, что в свою очередь является спецификой работы, ориентированной на событийный туризм.

Организация любого события, в данном случае праздника, всегда сопровождается какими-либо анимационными программами определённой тематики.

Анимационные программы выступают структурным элементом туристических и курортных комплексов, а так же программ туристического пребывания. Они могут быть реализованы как дополнительные услуги и как основание для реализации туров, выступая в роли самостоятельной индустрии развлечений, на базе которой проектируется культурно-досуговая программа туристов [24].

Поездки, основная цель которых – событие прошлого, создают иллюзию путешествия во времени, где символом времени исторического

события являются костюмы, декорации, музыка, сценарий, в общем, все составляющие анимационных программ [24].

В целях повышения качества и создания конкурентоспособного рынка в 2015 г. российские туроператоры, ранее работавшие только в сфере выездного туризма, переориентировались, в том числе, на внутренний рынок. Среди перспективных направлений развития внутреннего туризма – событийный туризм [4].

Понятие «событийный туризм» появилось в профессиональном лексиконе специалистов по сервису и туризму не так давно. Событийный туризм – значимая часть культурного туризма, ориентированная на посещение региона в определенное время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением, например лунным или солнечным затмением. Его суть исходит от основной составляющей этого туристского сегмента – события [24].

Событие – совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического, наблюдаемого при жизни поколения, или реже наблюдаемого частотно с регулярной повторяемостью ежегодно или в определенные периоды времени [24].

В зависимости от масштаба событийные мероприятия могут проводиться на международном, национальном и региональном уровнях [4].

3.2 Реализация анимационной программы для детей 7-10 лет в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка»

Данная разработанная анимационная программа ориентирована на детей младших классов, а именно возрастом 7-10 лет. Тематика анимационной программы заключается в самом ее названии «Новогодние каникулы с коми-пермяками». Суть программы – знакомство с достопримечательностями деревянного зодчества коми-пермяков. У данного

этноса есть свои определенные фольклорные особенности, которые в чем-то схожи с русским фольклором [30]. Аниматоры играют роли Снегурочки и деда Мороза, а так же героев коми-пермяцких сказок. Именно они проведут для детей экскурсию по архитектурно-этнографическому музею «Хохловка» в виде развлекательно-игровой программы.

Реализация анимационной программы проводится поэтапно.

1 этап – подготовительный

Цель: обогащение духовно-нравственного мира детей.

Задачи:

1. выявление творческих и интеллектуальных способностей детей через различные задания и конкурсы, связанные с ознакомлением музея и коми-пермяцкой культурой;
2. развитие коммуникативных способностей;
3. формирование положительной психической атмосферы, через совместную досуговую деятельность;
4. понимание и формирование образа Российской Федерации, как многонационального государства.

Место проведения – архитектурно-этнографический музей «Хохловка».

Конкурсно-игровая программа предназначена для школьников младших классов. Проводиться она может на любой доступной территории музея.

Для реализации программы понадобятся костюмы для сценических образов коми-пермяцких сказок, а так же деда Мороза и Снегурочки.

Дед Мороз и Снегурочка (основные ведущие) сопровождают детей в течение всей анимационной программы, показывая и рассказывая им о достопримечательностях музея, а так же проводя игры и викторины. После небольшого экскурса у каждой достопримечательности остальные аниматоры организывают различные конкурсы и игры для детей. Каждый аниматор – это фольклорный сказочный герой коми-пермяцких и новогодних сказок. Данная анимационная программа помогает детям не только

ознакомиться с интересными фактами об архитектурно-этнографическом музее «Хохловка», но и так же окунуться в новогодний сказочный мир с коми-пермяцкими героями былин. Все игры проводятся снаружи, но никак не внутри какого-либо культурно-исторического здания.

Реквизит:

- костюмы Деда Мороза, Снегурочки, бабы Яги и двоих богатырей;
- конфеты;
- канат;
- 2 больших мяча;
- несколько мелких мячей;
- 2 эстафетные палочки;
- 2 ведра;
- переносная колонка с веселой музыкой.

За весь реквизит отвечает состав анимационной службы, который проводит данную программу.

2 этап – начальный

За день до анимационной программы организаторы обговаривают все нюансы с заказчиками (учителя, родители и т.д.)

Аниматоры подготавливают все необходимое для проведения программы.

3 этап – содержательный

Снегурочка и дед Мороз являются носителями информации о традициях празднования нового года, об особенностях коми-пермяцкого фольклора и истории создания архитектурно-этнографического музея «Хохловка».

Герои коми-пермяцких сказок проводят игровые программы для детей, создают рекреационную атмосферу и развивают чувство коллективности у детей.

В данной программе аниматоры играют следующие сценические образы [34]:

- Вакуль — злой водяной дух (как водяной в русском фольклоре)
- Пера-богатырь — главный герой преданий коми-пермяков;
- Кудым-Ош (медведь-богатырь) — легендарный богатырь, культурный герой, персонаж коми-пермяцкого национального эпоса, а также вождь и жрец, наделённый сверхъестественной силой;

- Йома — злая лесная ведьма в фольклоре коми (русская баба Яга);

Детей встречают у входа в здание, где выдаются проходные билеты. Дети проходят бесплатно. Сначала выходит Снегурочка, потом Дед Мороз, приветствуют их. Далее показывают им такие достопримечательности как усадьба с росписью, церковь Преображения, сторожевая башня, колокольня, Богородицкая церковь, рассолоподъемная башня, соляной амбар и соляной ларь. Каждая достопримечательность описывается вкратце и показывается изнутри при возможности.

План-схема объектов на территории архитектурно-этнографического музея «Хохловка» показан на рисунке 2.

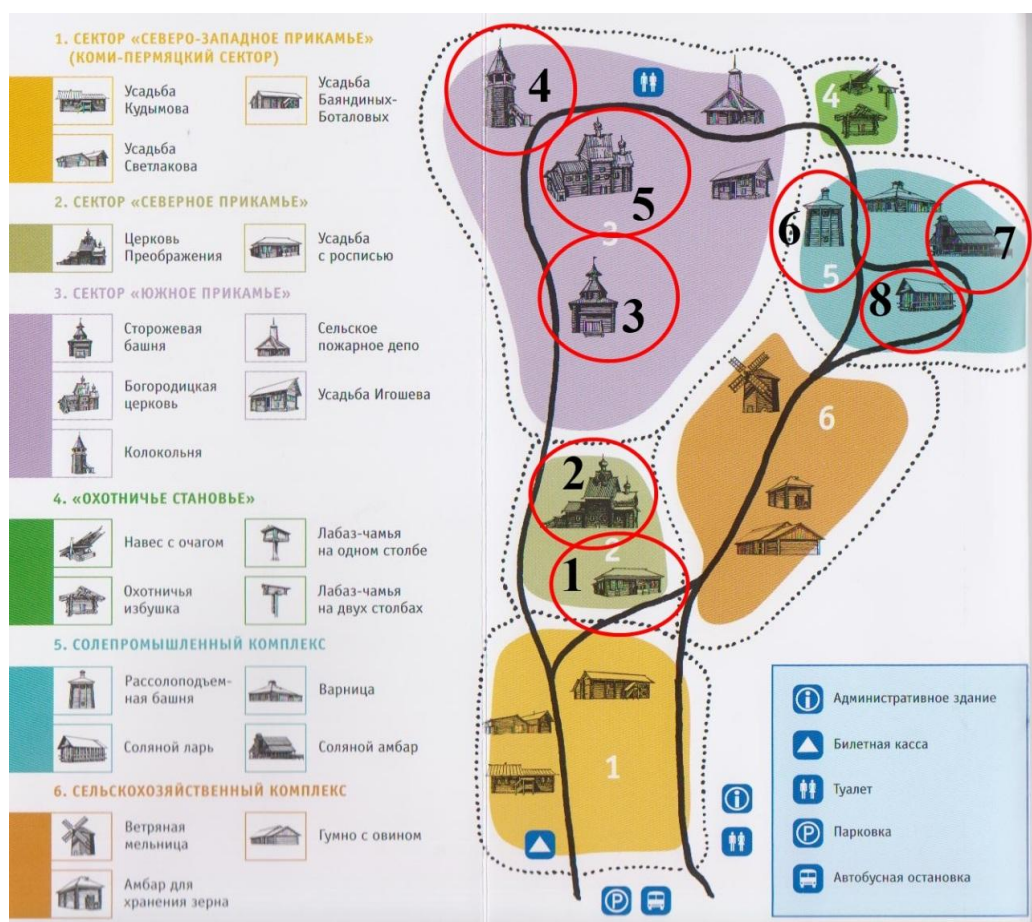


Рис. 2. План-схема объектов на территории архитектурно-этнографического музея «Хохловка» [36]

После каждого рассказа деда Мороза и Снегурочки о той или иной достопримечательности, проводится конкурс, игра (перетягивание каната, зимние веселые старты) либо викторина (опрос), после которой выдаются небольшие призы (конфеты). Вопросы связаны с традициями нового года, с услышанной детьми информацией о постройках и особенностях коми-пермяцкой культуры.

4 этап – заключительный

- В конце всей программы выдаются небольшие новогодние подарки (сладкий набор) детям. И прощание с гостями.
- Анализируется проведенная работа, т.е. ее слабые и сильные стороны. Подводятся итоги, делается определенный акцент на недочетах анимационной деятельности.

- Работа над усовершенствованием программы, если требуется после анализа.

Подробный сценарий анимационной программы с репликами и играми описан в приложении 1

Технологическая карта с расчетом стоимости анимационной программы на 1 человека (ребенка) показана в приложении 2.

Заключение

В настоящее время туризм возглавляет список важнейших социально-экономических отраслей мировой экономики. Его благотворное влияние на развитие политических, социально-экономических, культурных связей и межличностных отношений в международном масштабе становится очевидным фактом, определяющим стиль жизни миллионов людей [28].

В последние годы все более значимый вес на туристском рынке приобретают услуги по предоставлению досуга и развлечений, а именно анимационная детальность. Анимационная детальность динамично развивается, что благотворно влияет на туристскую индустрию в целом. Это развитие анимации обусловлено рядом причин: заимствованием опыта зарубежных курортов; ростом образовательного и культурного уровня населения; внедрением новых технологий индустрии развлечений; изменением структуры использования свободного времени.

Соответственно современные туристские комплексы, базы отдыха, гостиницы, заведения общественного питания, парки, музеи и др. расширяют свой спектр услуг, добавляя в него анимационную составляющую, тем самым улучшают свое качество обслуживания, повышают поток туристов и создают престижный образ своей организации.

По результатам выполненной работы можно сделать следующие **выводы:**

1. Были подробно рассмотрены теоретические основы анимационной деятельности, которые включают в себя не только понятия и сущность, но и развитие анимации за рубежом и в России. Начало развития анимационной деятельности положили такие страны как Древний Египет и Рим, а так же Древняя Греция. Массовые праздники и зрелищные мероприятия сочетали в себе культуру, традиции и обычаи той или иной страны. Народные же гуляния и массовые празднества на Руси окутаны бытом народа и фольклором [2]. На сегодняшний день современная

анимационная деятельность – это своеобразная услуга, которая преследует следующие цели [5]:

- компенсационная – освобождение человека от физической и психической усталости повседневного жизненного ритма;
- оздоровительная – восстановление и развитие физических сил человека, а так же стимулирование психической стабильности;
- образовательная – получение новых знаний об окружающем мире, развитие творческих способностей, повышение умственной активности, формирование навыков работы в команде через анимационные программы;
- воспитательная – почитание традиционной культуры и истории своего народа, а так же других зарубежных стран.

Помимо этого к целям анимационной деятельности относятся повышение качества обслуживания, вовлечение туристов в разнообразные досуговые мероприятия туркомплекса, и реклама, т.е. создание и совершенствование имиджа туристской организации [5].

2. Технология создания анимационных программ – это сложный многоплановый процесс, решающий задачи по предоставлению услуг досуга и развлечения, в которых взаимодействуют специалисты и инициативные участники (туристы, зрители и т.д.). Методика создания сочетает в себе экономические и психологические аспекты анимационной деятельности. Технология создания анимационных программ включает в себя:

- определение целей и задач, проектирование анимационной программы с учетом возрастных и этнических особенностей потребителей услуг;
- создание или подбор сценариев анимационных мероприятий, включенных в программу, техническую подготовку, проведение репетиций;
- установление межличностного контакта между туристами и аниматорами;

- проведение намеченной анимационной программы, работа задействованных аниматоров, где решаются все поставленные задачи программы, подведение итогов.

Специфика анимационных услуг зависит от туристской инфраструктуры организации. Анимационные программы как туристская услуга удовлетворяют психофизические потребности людей, повышают их работоспособность и уровень культуры. Качество анимационного сервиса зависит от квалифицированных сотрудников организации, от правильно составленной программы, ориентированной на определённую категорию туристов.

3. Архитектурно-этнографический музей «Хохловка» является природно-историческим комплексом, хранящий в себе достопримечательности деревянного зодчества. Музей делится на сектора в соответствии основным культурно этнографическими зонами края: Северо-Западное Прикамье (Коми-Пермяцкий сектор), Северное Прикамье, Южное Прикамье. Кроме секторов выделяются тематические комплексы солепромышленный и сельскохозяйственный, «Охотничье становые» [36].

Огромная территория музея позволяет проводить экскурсии, культурно массовые мероприятия больших размеров и праздники. Многие события сопровождаются анимационными программами особенно новогодние праздники и Фестиваль «КАМWA».

4. Разработанная анимационная программа «Новый год с коми-пермяками» для детей возрастом 7-10 лет станет прекрасным дополнением к услугам, предоставляемых в архитектурно-этнографическом музее «Хохловка». Суть новогодней программы заключатся в повышении культурного и интеллектуального уровня детей через знакомство с коми-пермяцким фольклором и их обогащение духовно-нравственного мира через игровую программу. Самое главное данная разработанная анимационная программа несет в себе ознакомление детей с достоянием нашего государства, а именно это дружеские межэтнические взаимоотношения всех

народов, а так же их историческая и культурная взаимосвязь. Это в свою очередь формирует у детей понимание разнообразия и многонациональности Российского государства.

Реализация данной программы послужит рычагом для увеличения туристского потока в зимний период времени. Помимо этого анимационная программа может проводиться не только зимой, но и в другие времена года, с учетом некоторых изменений в сценарии программы.

Библиографический список

1. Аксёнова К. К. Статья в сборнике трудов конференции / Анимационные технологии на предприятиях питания, 2013. – С. 9-12.
2. Артемова Е.Н., Организация анимации в гостеприимстве и туризме: учебно-методическое пособие для вузов / Орел: Орел ГТУ – 2010. 113с.
3. Белавина А. К. Научная статья / Анимационная деятельность как инструмент рекламы индустрии гостеприимства – 2014 – № 28. – С.81-84
4. Василенко Е.В. Научная статья / Событийный туризм как перспективное направление развития внутреннего туризма в России – 2016 – №1 – С.116-119.
5. Власова Т. И, Шарухин А.П., Анимационный менеджмент в туризме: учебно-методическое пособие для вузов. М.: Академия 2010 – 10-35с.
6. Воронина А.Б. Научная статья / Анимационная деятельность в компонентной составляющей культурно-досугового комплекса –2013 –№ 1– С.4.
7. Гаранин Н. И., Булыгина И. И., Менеджмент туристской и гостиничной анимации: учебное пособие для вузов – Москва: Советский спорт, 2004 – 89с.
8. Газаматова А.А., Никонова Я.И. Научная статья / Анимационные программы как инструмент развития туризма – 2015 – № 3. С. 490-491.
9. Джанджугазова Е. А., Туристско-рекреационное проектирование: учебное пособие для вузов – Москва: Академия 2014 – 85с.
10. Драгичевич-Шешич М., Культура: менеджмент, анимация, маркетинг: учебник для вузов – Новосибирск: Тигра, 2000. С. 165.
11. Журавлева М.М., Анимация в рекреации и туристской деятельности: курс лекций. Иркутск: ООО «Мегапринт», 2011 – 135с.

12. Ковалева А.А., Нарута Я.С. Научная статья / Зарубежный и российский опыт в организации анимационной деятельности гостиничной индустрии – 2014 – №24 – С. 135-141.
13. Крутиков В.К., Научная статья / Современные особенности развития тематических парков – , 2016 – №3 – С. 14-19.
14. Курило Л. В., Теория и практика анимации: учебное пособие – М.: Советский спорт – 2006 – 105с.
15. Матенева В.П., Научная статья / Анимационный потенциал социально-культурного туризма – 2015 – С. 141-144.
16. Новиков В.С. Организация туристской деятельности: Учебное пособие – М.: Академия, 2013 – 33с.
17. Одиноква Л.Ю. Научная статья / Роль музеев в социоэкономическом региональном развитии – 2013 – № 23 – С. 123-130.
18. Плужников И.А. Научная статья/ Современные формы организации и процесс анимационной деятельности на предприятиях гостиничного сервиса – 2014 – №2 – С. 96-99.
19. Полякова И.В.1, Никитин А.В. Научная статья / Современные технологии в преподавании дисциплины "анимация в туризме" – 2016 – №6 С. 256-258.
20. Рысаева М.А. Научная статья / Тематические и развлекательные парки мира, их использование в туризме – 2012 – №1 – С. 10-14.
21. Сычева В.О., Яковлева А.А. Научная статья / Виды анимационного сервиса в рекреационной деятельности – 2015 – №7 – С.3-5.
22. Тарасов Л. В. Научный журнал / Идеологические аспекты анимации в России и за рубежом – 2010 – №2 – С. 116–122.
23. Тарасов Л.В. Социокультурная анимация: истоки, традиции, современность: учебник. М.: ЦСА «Одухотворение» , 2008 – 69 с.
24. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов – М.: Академия, 2008 – 266с.

25. Шабанова О.В., Сурков Р.В.. Научная статья / Теоретико-методологические аспекты преподавания анимационной деятельности, 2011 – №5 – С. 176-183.
26. Шульга И.И. Научная статья / Зарубежный опыт социальной анимации и подготовки организаторов досуга, 2011 – №8 – С. 100-106.
27. Шурыгина. Ю. Научная статья / Устойчивое развитие технологии сервиса, 2016 – № 9 – С. 275.
28. Федеральный закон от 26.05.1996 № 54-ФЗ «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» (ред. от 03.07.2016).
29. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в российской федерации» 1996г.
30. Альтернативная культура. Энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: (дата обращения: 21.04.2017).
31. Антология традиционного фольклора Прикамья: [Электронный ресурс]. URL: <http://authenticperm.ru/> (дата обращения: 15.05.2017).
32. Государственный историко-архитектурный и этнографический музей - заповедник «Кижский»: [Электронный ресурс]. URL: <http://kizhi.karelia.ru/> (дата обращения: 13.04.2017).
33. Транспортная компания «Ермак-Транс», г.Пермь: [Электронный ресурс]. URL: <http://xn----7sbbr0aklsemh.xn--p1ai/> (дата обращения: 23.04.2017).
34. Мифология Коми: [Электронный ресурс]. URL: <http://bookitut.ru/Mify-finno-ugrov.88.html> (дата обращения: 14.02.2017).
35. Музеи деревянного зодчества: [Электронный ресурс]. URL: <http://nalichniki.com/muzei-derevyannogo-zodchestva/> (6.05.2017).
36. Пермский краеведческий музей: [Электронный ресурс]. URL: <http://museum.perm.ru> (дата обращения: 1.02.2017).

Приложения

Приложение 1

Сценарий новогодней программы «Новогодние каникулы с коми-пермяками»

Из самого первого здания (где выдают билеты) выходит Снегурочка и встречает гостей.

Снегурочка:

Здравствуйтесь, ребята!

С новым годом! С новым счастьем!

Дружно прокричим ура!

Пусть минует вас ненастье

Будет жизнь светла, добра!

Куда мы с вами попали? (дети отвечают). Правильно, только я без Деда Мороза не смогу вас познакомит с этим удивительным местом. Давайте мы его все вместе дружно позовём (дети зовут Деда Мороза).

Дед Мороз:

Здравствуйтесь! А вот и я!

С Новым годом вас, друзья! С Новым годом, с новым счастьем! Мы с вами сейчас находимся в очень интересном месте. Сегодня мы с вами познакомимся с культурой коми-пермяков это одни из жителей нашего с вами огромного Пермского края. На этой дивной земле обитают необычные сказочные существа. И так как наша дружная команда теперь вся в сборе, мы можем отправляться с вами в путешествие по музею деревянного зодчества «Хохловка». Все дружно следуем за мной.

Снегурочка: Дед Мороз, посмотри, вся полянка снегом запорошена, идти невозможно. Ребята помогите нам расчистить ее. Вы будете изображать сильный ветер: мальчики будут делать так: у – у – у! (пробуют) А девочки так: ш – ш – ш!!! (пробуют) Хорошо! А теперь вместе, дружно! У – у – у , ш – ш – ш!!!

Полянка расчищена не до конца. Давайте еще раз дружно...

Молодцы, освободили полянку от снежного плена, вот теперь отправляемся в путь!

Первый объект, который показывают Дед Мороз и Снегурочка это усадьба с росписью.

Дед Мороз: Как вы знаете дети, Новый год это семейный праздник. Перед вами представлена усадьба с росписью. Раньше в старину дома выглядели именно так. Особенность этой усадьбы - художественная домовая роспись, которая расположена в комнате слева, в комнате справа находится настоящая русская печь, где готовились различные вкусные блюда. Снегурочка, внученька, покажи деткам дом, а я вас тут подожду.

Снегурочка показывает дом, после этого появляется Вакуль (водяной).

Вакуль: Кто это мешает мне спать зимой? Дед Мороз, что это за маленькие существа, которые пожаловали сюда? Я еще со своих владений вас увидел.

Дед Мороз: Это детки, пришли познакомиться с зимней сказкой музея «Хохловка». Нам нужно двигаться дальше.

Вакуль: Здравствуйте дети. Вы сможете пройти только после того, как отгадаете мои загадки. Для начала отгадайте, кто же я такой?

Крыльев нет, а дом – болото.

Жизнь кажется пустой

И летать ему охота

Кто же это (Водяной)

(дети отвечают)

Да, верно. Меня зову Вакуль. Я водяной коми-пермяцких сказок. Увидел, что рядом с моими подводными владениями кто-то блуждает, и мне стало любопытно. И так, готовы к следующей загадке? (дети отвечают). Вы посмотрели первую достопримечательность, увидели, как же жили там люди, проверим, как хорошо вы запомнили, то о чем вам рассказывали Дед мороз и Снегурочка.

В избе – изба,
На избе – труба.
Зашумело в избе,
Загудело в трубе.
Видит пламя народ,
А тушить не идет. (печь)
(дети отвечают).

Правильно!

Теперь, так вы празднуете новый год, загадки будут именно о нем.

Кто шагает по Земле

Ветер свищет звонко.

В шелковистой бороде

Иней и позёмка... (Дед Мороз)

(дети отвечают). Верно! Следующая загадка

С пахучей тонкой кожурой,

Они украсят в доме стол,

Как настроения витамины.

Узнает каждый... (мандарины)

(дети отвечают) Правильно!

И самая последняя загадка!

Без пожара отмечайте

Новогодние деньки.

Осторожно зажигайте

Эти чудо-огоньки. (бенгальские огни)

Какие вы дети молодцы! Ладно, так уж и быть! Пропущу я вас дальше!

(Раздаются небольшие сладости всем детям).

Делаются фото со зданием (если это необходимо)

Далее дети с Дедом порозом и Снегурочкой следуют к церкви Преображения, осматривают ее (делаются фото, если это необходимо). Затем

подходят к сторожевой башне. Там их встречает Кудым - Ош (медведь богатырь).

Кудым-Ош: Кто вы такие? Чего вам надобно? Я охранял музей, сидя на верхушке сторожевой башни, а тут вы пожаловали!

Снегурочка: Здравствуй Кудым-Ош, дети пришли познакомиться с героями коми-пермяцких сказок. Дети, познакомьтесь, это Кудым-Ош могущественный медведь-богатырь. Он был избран новой главой рода и получил соответствующие знаки отличия: жезл и четырёхугольное изображение медведя, которое постоянно теперь носит на груди. Разъезжает он верхом на лосе и его не могло убить ни одно оружие. Прибыл он к нам из г. Кудымкар, чтобы охранять владения музея «Хохловка» от разных плохих существ.

Кудым-Ош: Все верно, Снегурочка. Приветствую вас. Вы уже, наверное, встречались с Вакулем-водяным. Так? (дети отвечают). А значит теперь, вы самые смелые дети на свете. Так как я коми-пермяцкий богатырь, думаю, вы знаете моих друзей русских богатырей. Назовите их имена. (Дети называют имена русских богатырей). Хорошо, сейчас проверим, что именно вы знаете о великих русских богатырях! (Кудым-Ош задает вопросы).

1. Какое значение имеет слово «богатырь»?

- а) человек очень умный
- б) человек очень ловкий
- в) человек очень сильный
- г) человек очень богатый (ответ В)

(Дети отвечают) Верно!

2. Как называются русские народные песни о подвигах богатырей?

- а) рассказ
- б) летопись
- в) былина
- г) повесть (ответ В)

(Дети отвечают) Да!

3. Что являлось оружием богатыря?

а) ружье

б) меч

в) копье

г) пицаль (ответ Б)

(Дети отвечают) Точно!

4. От кого спасает землю русскую Илья Муромец?

а) от Святогора

б) от Соловья-разбойника

в) от Сухана

г) от Тугарина (ответ Б)

(Дети отвечают) В яблочко!

5. У кого был бой с Тугариным?

а) у Ильи Муромца

б) у Вольги Святославовича

в) у Алеши Поповича

г) у Добрыни Никитича (ответ В)

(Дети отвечают) Bravo!

6. С кем боролся Добрыня Никитич?

а) с Алешей Поповичем

б) со Змеем Горынычем

в) с Кощеем Бессмертным

г) с Соловьем-разбойником (ответ Б)

(Дети отвечают) Молодцы!

7. Как звали жён трёх богатырей из мультика?

Любава (Алеша Попович)

Настасья (Добрыня Никитич)

Аленушка (Илья Муромец)

Теперь я вижу, что вы знаете, все – все о нас богатырях. За это я вас угощу сладостями, чтобы вы стали еще сильнее! А теперь дети, я вместе с вами отправляюсь в путешествие. Буду вас охранять!

Делаются фото со зданием (если это необходимо).

Далее анимационная команда и дети направляются к колокольне, где их встречает Пера-богатырь.

Дед Мороз: Девчонки и мальчишки, вы очень храбрые и умные ребята. Сейчас мы с вами находимся рядом с символом музея «Хохловка» это колокольня. Как вы видите она находится на самой вершине холма музея. Ее высота 30м. Смотрите, кто же это рядом с ней? Это же Пера-богатырь!

Пера-богатырь: Здравствуйте дети! Долгий и не легкий путь вы проделали до моей колокольни. Кто это же это с вами? Здравствуй отец мой, Кудым-Ош.

Кудым-Ош: Здравствуй, сын!

Пера-богатырь: Я вижу вы детки совсем бесстрашные и очень сильные! Мы с отцом всегда меряемся силушкой богатырской, я предлагаю вам проверить, кто же из нас сильнее. Но мне нужна ваша помощь. Поможете мне? (дети отвечают хором). Отлично! Сейчас мы будем с вами притягивать канат, а Дед мороз и Снегурочка решат, чья команда победила. Разделимся на две команды. Одна будет за меня, другая за моего отца (делятся). Ну что, готовы? (дети отвечают).

Две команды притягивают канат. Выигрывает та, кто перетянул канат на свою сторону.

Пера-богатырь: Ого, вот это сила! И девочки и мальчики такие крепкие!

Дед Мороз: Ну что дети, отправляемся с вами дальше в наше путешествие. Совсем скоро, мы дойдем до самого красивого места музея. Дети, возьмем Пера-богатыря с собой? (дети отвечают). Вот и здорово! Какая у нас с вами дружная команда, ну что в путь!

Вся команда вместе с детьми отправляются дальше к самым последним строениям по производству соли. На пути им встречается деревянная статуя оленя. Делаются фото (если это необходимо). Далее статуя Лешего.

Дед Мороз: Обратите внимание, дети. Это статуя лешего, на коми-пермяцком языке его зовут Вэrsa. Он главный враг Пера-богатыря. Так ведь Пера-богатырь?

Пера-богатырь: Да! Но, это всего лишь статуя, настоящий леший где-то далеко-далеко от этих мест. Я его прогнал давным-давно!

Дети и анимационная команда направляются к финальным достопримечательностям. Где их ждет Йома (баба Яга).

Дед Мороз: Дети обратите внимание! Перед вами рассолоподъемная башня. Она служила для извлечения из земли, т.е. из скважины, соляного рассола. Как называется город, в котором есть слово соль? (Дети отвечают)

После этого рассол поступал в ларь, а затем в варницу, которая находится рядом с башней. Именно в варнице выпаривалась из рассола соль. Вываренную соль сохраняли в течение года в соляных амбарах.

Неожиданно появляется Йома (баба Яга).

Йома: Привет, крошки!

Ох, устали мои ножки,

Долго к вам я собиралась

И красиво наряжалась.

Отскоблила грязь от тела,

Платье лучшее надела,

Вилкой волосы чесала,

Спичкой зубы ковыряла.

Ножниц в доме не нашлось,

Ногти мне обгрызть пришлось.

Меня вы узнали, друзья! (Дети отвечают)

Да, Баба Яга – это я, в коми-пермяцких сказках меня величают Йома. Так меня и называйте! Какая у вас большая команда. Лица мне героев сказок знакомы, да только старая я стала на память.

Помогите мне вспомнить. Кто этот дедушка с бородой, да еще и в шубе красной? (дети отвечают) (Дед Мороз).

А эта девица краса, длинная коса? (дети отвечают) (Снегурочка).

А тот, кто напоминает мне медведя, кто есть кто? (дети отвечают) (Кудым-Ош).

А что помоложе рядом с ним, как величать? (дети отвечают) (Пера-богатырь).

Ох, детишки, спасибо вам, а то совсем позабыла все на свете. Вижу, вы проделали совсем не легкий путь. Ладно, сегодня я в хорошем настроении, праздник же все-таки. Не буду злою бабкой, буду доброй бабушкой. Я пришла не с пустыми руками, а заданиями для вас. Предлагаю вам устроить небольшие зимние старты. Вы уже должны были проверять свою силу с коми-пермяцкими богатырями. Сейчас же я проверю насколько же вы выносливые. Теперь мы с вами проведем веселые зимние старты.

Участники делятся на 2 команды. Одна команда за Кудым-Оша, другая за Пера-богатыря. Начинаются веселые старты, под веселую музыку.

«Сосулька»

Эстафета с эстафетной палочкой. Игроки делятся на 2 команды. Держа палку в руке, оббегают аниматора, передает ее следующему игроку, и встает в конце колонны. Выигрывает так команда, кто прибежит быстрее.

«Весёлые пингвины»

Каждой команде выдается по тканевому мячу. Зажав мяч между ног, нужно обежать кеглю и передать мяч следующему. Побеждает команда, выполнившая задание первой.

«Снежок в корзину»

Каждой команде выдается по несколько маленьких мячей. Задача игроков попасть мячом в корзину(ведро), которую держит аниматор на

расстоянии примерно 1-1,5м. Выигрывает та команда, кто быстрее и больше попал в корзину мячом.

Йома: Да, ошиблась я на ваш счет. Вы все очень смелые, ловкие и сильные. Победила дружба!

После окончания стартов, чтобы дети немного отдышались и отдохнули. Аниматоры богатыри с ним проводят небольшую дыхательную гимнастику. В то время, чтобы завершить игру Снегурочка проводит уже общую викторину.

Снегурочка: Ну что дети, вы показали, насколько вы смелые и умные. Как мы знаем, самая приятная часть Нового года это, конечно же, подарки. Хотите их получить? Тогда вам нужно ответить мне на пару вопросов, а Дед Мороз, посмотрит в своем большом красном мешке, приготовил ли он вам подарки. Снегурочка задает пару вопросов детям. (Если дети не справляются с вопросами, родители или учителя помогают им)

Что вверх ногами растёт под крышей? (Ледяная сосулька.)

Приходит тихо, а уходит с шумом. (Снег.)

Сам не бежит, стоять не велит. (Мороз.)

Что в огне не горит и в воде не тонет? (Лёд.)

Чем больше верчусь, тем больше становлюсь? (Ком снега.)

Какой год продолжается всего один день? (Новый год.)

Какие же вы дети молодцы! Я горжусь вами! Не зря мы с вами проделали такой путь! Ну что, Дедушка Мороз, дети заслужили подарки?

Дед Мороз: Конечно же да внученька! Только вы ребятки мне помогите. Нужно произнести волшебные слова, чтоб мешок стал полон подарков! Все вместе

Снег, снег, снег,

Лед, лед, лед,

Чудеса на Новый год,

Посох, посох, помогай

Нам подарки открывай!

Снегурочка: Какой ты дедушка волшебник! Вы детки тоже молодцы!

Дед Мороз и Снегурочка выдают сладкие подарки детям.

Дед Мороз: Ну что ж дети, сегодня мы с вами побывали в сказках коми-пермяков, познакомились с их героями и узнали много интересного о музее «Хохловка» Пришло время нам расстаться. Но в Новом году

На ёлку мы к вам непременно придем.

Снегурочка: – Пусть этот год, что так весело начал, принесёт вам в вашей жизни удачу!

Дед мороз: – И вместе мы скажем Вам всем на прощанье...

Дед Мороз, Снегурочка, Йома (баба Яга), Кудым-Ош и Пера богатырь:
– Пусть сбудутся ваши мечты и желания!

Приложение 2

Технологическая карта анимационной программы

Общая информация:

Анимационная программа «Новогодние каникулы с коми-пермяками» рассчитана на детей школьного возраста 7-10 лет. Она может проводиться для классов из разных общеобразовательных школ, для групп из лагерей и любой другой состав детей этого возраста. В данном случае в расчетах точкой отправления является любая общеобразовательная школа г.Перми. Точка прибытия – архитектурно-этнографический музей «Хохловка». Цель анимационной программы – знакомство с коми-пермяцкой культурой и архитектурно-этнографическим музеем «Хохловка», для повышения культурного и интеллектуального уровня детей.

Программа с расписанием анимации представлена в таблице 1.

Таблица 1

Программа анимации «Новогодние каникулы с коми-пермяками»

10:00	Выезд из школы (точка отправления)
11:20	Приезд в музей «Хохловка» (точка прибытия)
11:30 – 12:00	Перекус
12:00 – 14:30	Анимационная программа
14:30 – 15:30	Обеденное время
15:45	Выезд из музея «Хохловка»

В стоимость анимационной программы входят услуги аниматоров и резервация кафе (комплексный обед: первое, второе и напиток) и сладкие подарки для детей. Кафе находится прямо рядом с музеем. Как только дети с учителями прибыли, для них будет предоставлено место для перекуса, который они организывают самостоятельно (дети берут еду собой). Стоимость рассчитана на 1 человека (ребенка). Учителя не учитываются.

За транспорт заказчик платит отдельно самостоятельно. В качестве примера транспортных услуг и их расценок была взята компания Ермак-Транс, г.Пермь [31].

Производственные затраты по анимационной программе и расчет ее стоимости указаны в таблице 2.

Таблица 2

Расчет стоимости анимационной программе «Новогодние каникулы с коми-пермяками»

Производственные затраты	
Цена анимационной программы	3ч – 4500р. (1ч. – 1500р.)
Детский сладкий подарок	5600р. (200 x 28)
Автобус ПАЗ (Ермак-Транс; 30 мест)	7000р. (1ч. – 1000р.)
Комплексный обед	5600 р. (200 x 28)
Прибыль (20% сверх суммы за работу)	900р. (4500*1,2 - 4500)

Расчет стоимости программы	
Количество детей 28 и 2 взрослых (воспитатели). Воспитатели платят только за вход в музей (130р.), дети проходят бесплатно.	<p>Расчет стоимости на 1 человека (ребенка), воспитатели не учитываются:</p> $(4500 + 5600 + 5600 + 900) : 28 = 593\text{р.}$ $7000 : 28 = 250\text{р. (транспорт)}$