

ПОТЕНЦИАЛ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ АНИМАЦИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Чемерчева И.П.

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, доцент кафедры культуроведения и
социокультурных проектов*

e-mail: pipzam@mail.ru

Кошелева О.Ю.

*Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина,
г. Тамбов, Российская Федерация, студентка 4 курса, кафедры культуроведения и
социокультурных проектов*

e-mail: lesya.coshelevva@yandex.ru

В настоящее время в современном обществе, наряду со многими феноменальными событиями и явлениями очевиден скачок в развитии туризма. Тамбовский регион не является исключением, здесь созданы все необходимые условия для развития туризма. Следуют отметить основные преимущества области - экологическая чистота; природное разнообразие; богатое историко-культурное наследие; круглогодичное проведение крупных событийных мероприятий.

Социально-экономические, историко-культурные и природные условия в Тамбовской области позволяют развиваться туризму во всех направлениях.

Туризм с детьми и подростками, реализуется в форме активного отдыха, в первую очередь это путешествия и спортивные состязания.

Сельский туризм представляет собой отдых в сельской местности. Туристы знакомятся с культурно-историческими традициями сельской местности, местной культурой и обычаями, а также предоставляется возможность принять участие в жизни села.

Особенно приоритетным направлением является развитие событийного туризма.. Ежегодно на Тамбовщине проводится около 30 мероприятий международного, межрегионального и областного статуса. Среди проводимых мероприятий следует отметить рок-фестиваль «Чернозём», Традиционные игры «Атмановские кулачки» и Международная Покровская ярмарка. Эти мероприятия включены в реестр национальных событий 2016 года. Это – важнейший шаг к популяризации внутреннего туризма как в регионе, так и в стране [1]. Проведение многочисленных мероприятий, приуроченных к каким-либо событиям, способствует развитию событийного туризма в регионе.

Применимо ко всем видам туризма на территории Тамбовской области очевиден факт формирования характерного продукта - туристской анимации, которая стала специфичным и необходимым элементом туристских программ.

Как считает Р.Г. Белянский, социокультурная анимация – это особый вид социально-культурной деятельности, как общественных групп, так и отдельных людей, основанных на современных педагогических и социально-культурных технологиях активизации людей с учетом различной окружающей социальной среды [2, с. 126].

Впервые термин «социально-культурная анимация» на русском языке ввел Е. Б. Мамбеков. По его мнению, новая социокультурная ситуация предопределяет требования расширения просветительских и воспитательных функций государства и общества, включая в них:

- развитие у каждого человека осознанных потребностей и мотивов рациональной организации досуга;

- формирование досуговой квалификации, культуры досуга как качества личности, отражающего потребность и умение конструктивно использовать свое свободное время, реализовать его в активном отдыхе, духовно насыщенном общении, творческой деятельности по освоению культурного наследия человечества, созданию ценностей культуры и развитию своих сущностных сил;

- непосредственную организацию досуга [3, с 76].

Для развития туризма в Тамбовском регионе необходимо ускоренное обновление продукции и изменение ассортимента услуг. Это в значительной степени связано с развитием потенциала социально-культурной анимации в туризме.

Анимационный подход в туризме получил распространение как поиск инноваций в результате развития конкуренции на рынке туристических услуг. Наиболее точное определение понятия анимации в туризме – это системная деятельность по разработке и осуществлению специальных программ проведения свободного времени туристов. Сюда могут входить анимационные шоу, музейные мероприятия, например, когда туристов и экскурсантов на экспозиции встречают «ожившие» исторические персонажи или когда вечером в гостинице организуется шоу, но не созерцательное, а с непосредственным активным участием туристов[4, с. 68].

Содержание анимации может состоять из:

- анимационных туристических маршрутов, то есть туристических поездок ради одной анимационной программы, либо непрерывного анимационного процесса, включающего ряд последовательно выстроенных анимационных услуг;

-дополнительных анимационных услуг, связанных с технологическими перерывами программ обслуживания[5, с. 189].

Общая тенденция анимационных программ – использование приемов театрализации, которая создаёт систему событийного туризма. Театрализация – это художественное выражение реального, исторического или вымышленного события. Событийный туризм с применением театрализации включает в себя конкурсы, фестивали, праздники и т. д. К таким многогранным общественным явлениям, отражающим наше прошлое и настоящее, на территории области относится проект «Международная Покровская ярмарка». Основное преимущество применения театрализации в проведении ярмарки – это активная вовлеченность зрителей мероприятия.

Экскурсионные программы Покровской ярмарки включают в себя игровую форму театрализации. Игровая ситуация создаёт необходимую атмосферу для театрализованного действия и способствует непосредственному и активному участию человека в событии, даёт возможность участникам с удовольствием воплощать действия в жизнь. Таким образом, театрализация – это особый вид социально-культурной деятельности с постоянным спросом на неё в сфере событийного туризма.

Организатором подобных анимационных программ на протяжении последних лет становятся и студенты ТГУ им Г.Р.Державина. При создании театрализованного действия строго дифференцированно формируется подход к участникам мероприятия: учитывается их возможный возраст, место проживания, интересы и опыт.

Проведение театрализации предполагает следующие основные этапы организации:

1. Подготовка к мероприятию. Этот этап включает в себя написание сценария, подбор артистов, выбор места проведения.
2. Проведение события, то есть воплощение в жизнь сценария мероприятия: вступительная часть, цель эпизодов, кульминация и финал.
3. Выступления участников события: проведение конкурсов, состязаний и самостоятельных выступлений.

Используемый в рамках Международной Покровской ярмарки для работы с туристами метод театрализации — это не только одна из новых форм туристского обслуживания, но и значительное социально-педагогическое явление.

Особое место в театрализованном анимационном действии занимают народные традиции и фольклор, которые являются богатством, выработанным поколением и

передающим в эмоционально-образной форме исторический опыт, культурное наследие.

Обобщим используемые нами простые приемы для привлечения участников в театрализованное действие, такие как:

1) костюмирование участников, ускоряющее погружение в среду участников программы и облегчающее процесс адаптации участников праздника за счет ролевого общения, что импонирует как взрослым, так и детям всех возрастов;

2) коллективная импровизация, представляющая собой спонтанную художественную реакцию человека на происходящее действие;

3) различные формы состязаний в форме игрового конкурса. Конкурсы могут быть интеллектуальной спортивной, музыкальной направленности;

4) ритуальное действие — является обязательным структурным элементом, специфической особенностью любого театрализованного празднично-обрядового мероприятия, опирающегося на народные традиции. Использование ритуального действия связано с народными традициями, характерными для Покрова, а также для традиционных ярмарочных действ.

Таким образом, очевидно, что для более перспективного и динамичного развития туризма в Тамбовской области, необходимо полное использование социально-культурного потенциала региона.

Список используемых источников:

1. invest-tambovregion.ru
2. Белянский Р.Г. Потенциал социально-культурной анимации и рекреации в организации досуга населения. Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки scholar Выпуск № 7 / том 99 / 2011
3. Измайлова Д.А. Реализация развивающего потенциала досуга средствами культурно-познавательного туризма // Вестник МГУКИ. 2007. № 1 (17)
4. Гаранин, Н.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации / М.: Советский спорт, 2004.
5. Веретнова Н. Ф. Анимационный потенциал культурного туризма / Мир науки, культуры, образования Выпуск № 2 / 2011