

UNIVERZITET U BEOGRADU
FAKULTET SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA

MODELI ŠKOLE ANIMACIJE U TURIZMU MEDITERANA

Diplomski rad

Student:

Biljana Antić

Mentor:

Dr Dušan Mitić, redovni profesor

Članovi komisije:

1. Dr Sanja Mandarić, vanredni profesor
2. Dr Goran Prebeg, docent

Datum odbrane: _____

Ocena rada i odbrane: ____ (_____)

Beograd, 2018.

Modeli škole animacije u turizmu Mediterana

Sažetak

Ovaj rad se bavi istraživanjem hotelske animacije kao veoma važnog dela današnje turističke ponude Mediterana. Akcenat je na načinima školovanja kadra za zvanje turističkog animatora, na načinu organizacije i na stilovima rada. Navedeni su primeri Francuske, Španije, Italije, Slovenije, Republike Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Republike Crne Gore, Republike Turske, Republike Grčke, Republike Albanije, te Tunisa i Srbije. Posebna pažnja je posvećena tuniskoj i beogradskoj školi animacije kao dvema vodećima u ovoj oblasti. Navedene škole animacije su upoređene prema kriterijumima principa animacije, dnevnog i večernjeg programa, dečijeg kluba, odnosa prema gostima i odnosa unutar samog tima. Navedene su karakteristike, sličnosti i razlike, kao i prednosti i nedostaci oba stila rada.

Ključne reči: animacija, turizam, škola animacije

Models of animation school in Mediterranean tourism

Abstract

This paper researches hotel animation as an important part of nowadays tourism offerings in the Mediterranean area. The emphasis lies on the educational methods currently applied to educating the staff/animation crews, but also the manners of organization and work styles. There are examples from France, Spain, Italy, Slovenia, the Republics of Croatia, Bosnia and Herzegovina and Montenegro, as well as the Republic of Turkey, the Republic of Greece and the Republics of Albania, Tunisia, and Serbia. Special attention has been paid to the animation schools of Tunisia and Belgrade, as the leading schools in this area. The aforementioned schools have been compared in terms of animation principles, daily and evening programmes, kids' clubs, the relationship with/attitude towards/interaction with guests and the relationships among the team members/in the team itself. The paper refers to the characteristics of *both styles*, the similarities and the differences between them, as well as their advantages and shortcomings.

Keywords: animation, tourism, animation school

SADRŽAJ

1. UVOD.....	4
2. OSNOVNI POJMOVI VEZANO ZA ANIMACIJU.....	5
3. PRINCIPI ANIMACIJE.....	9
4. CILJ ANIMACIJE.....	10
5. VRSTE ANIMACIJE.....	12
6. PROGRAM ANIMACIJE.....	17
7. ŠKOLE ANIMACIJE MEDITERANA.....	27
8. SLIČNOSTI I RAZLIKE VODEĆIH ŠKOLA ANIMACIJE MEDITERANA.....	33
9. ZAKLJUČAK.....	53
10. LITERATURA.....	54
11. PRILOZI.....	56

1. UVOD

Iako predstavlja jednu od mlađih privrednih grana, turizam je u današnje vreme dostigao položaj jedne od najvažnijih za mnoge zemlje. Naime, turizam je svetska industrijska grana čiji godišnji bilans premašuje 2000 biliona dolara i u kojoj je, direktno ili indirektno, zaposleno 10 miliona ljudi (Hristov, 2014).

Ta činjenica nije iznenađujuća obzirom da je danas odlazak na odmor (izvan boravišnog mesta) relativno dostupan svim ljudima koji, pritisnuti svakodnevnim problemima, stresu i umoru, imaju potrebu da se osveže i povrate energiju za dalji naporan rad.

Turističke potrebe i navike su specifične i nastaju u čoveku kao potrebe da se promeni način života, doživi nešto novo, drugačije, i odvija se neminovno u promeni prostora.

Nekada je bilo dovoljno da se hotel nalazi na lepom mestu, okružen lepom prirodom i da hrana i smeštaj budu na zadovoljavajućem nivou. To se u današnje vreme smatra neophodnim, a na izbor mesta za odmor za koje će se turista odlučiti presudiće dodatni sadržaji (Spasojević, 2002).

Turistička potreba je vrlo raznovrsna, i iskazuje se kao potreba za: rekreacijom, odmorom, kulturnim doživljajem, kontaktom sa drugim ljudima i kulturama, zabavom i razonodom, obavljanjem posla. Iz tog razloga se pojedine zemlje, pored nastojanja da “unovče“ svoja prirodna i istorijska bogatstva izgradnjom objekata za primanje i uslugu gostiju, sve više okreću samom gostu. Svako ko se bavi turizmom ili hotelijerstvom, treba biti upoznat sa psihologijom današnjeg čoveka, njegovim fizičkim, društvenim, kulturnim i zdravstvenim potrebama.

Sve se više pažnje pridaje samoj organizaciji boravka turista u hotelu, to jeste – animaciji.

2. Osnovni pojmovi vezano za animaciju

Animacija

Prvo i osnovno je da saznamo šta znači i odakle potiče reč *animacija*.

Reč “*animation*” ima latinske korene: “*anima*” znači duša, duh, osećanje i “*animare*” – nadahnuti život, motivisati, pokretati (Ivkov-Džigurski, 2012).

Prema Vujakliji(1980), termin animacija se definiše kao:

- oživljavanje, oživljenje, davanje duše,
- živost, životna svežina,
- vatrenost, žestina, ljutnja,
- trenutak od koga se zametak u utrobi smatra živim,
- organizovanje kulturnih i kulturno-zabavnih delatnosti,
- zahvati animatora u crtanom filmu.

U domaćoj stručnoj literaturi se kao sinonimi koriste termini: razonoda, opuštanje, fizičko ili intelektualno usavršavanje.

U francuskom i italijanskom jeziku podrazumeva:

- sopstveno izražavanje u grupama zajednice, dece i ljudi sa specijalnim potrebama (ponekad se naziva kreativno-ekspresivna animacija),
- rad sa ljudima i grupama tako da oni učestvuju i upravljaju zajednicom u kojoj žive (ponekad se zove socio- kulturna animacija) i
- razvoj šansi za predškolsku i školsku decu kao što su avanturistička igrališta, biblioteke igračaka, centri outdoor aktivnosti i organizovane sportske aktivnosti (ponekad se zove animacija slobodnog vremena).

U engleskom jeziku *animation* – povezana je sa izradom crtanih filmova, odnosno podrazumeva oživljavanje nepokretnih likova.

Značenje izraza animacije kao turističke delatnosti bi bilo: oživljavanje doživljaja savremenog, otuđenog čoveka na njegovom godišnjem odmoru.

Engleske reči koje opisuju navedeni proces bi bile:

- Guest relations – kvalitet odnosa koji se uspostavlja prema gostu, posetiocu,
- Leisure organization – ulaganja i sadržaji vezani za organizaciju slobodnog vremena,
- Entertainment – zabava, zabava na godišnjem odmoru,
- Events management – organizacija posebnih događanja (na primer koncerata).

U naučnoj literaturi turistička animacija se, najčešće, definiše kao obogaćenje, oživljavanje turističke ponude različitim sadržajima i kao podsticaj turistima da aktivno učestvuju u tim sadržajima.

Prema švajcarskom naučniku Krippendorfu (Krippendorf, 1984) animacija je “davanje uputstava za kulturnija putovanja i uputstvo da se animiranje mora razvijati u tri značajna smera, i to kao pomoć za:

- otkrivanje vlastite ličnosti,
- saradnju sa drugim gostima,
- saradnju sa ugostiteljem i njegovom zemljom”.

Danaud (Dannaud, 1972) animaciju definiše kao delatnost čiji je cilj:

- oživeti turističku ponudu, dopuniti je novim sadržajima i
- motivisati turiste da učestvuju u tim sadržajima i aktivnostima.

Animacija se može definisati kao sastavni deo turističke ponude koji znači obogaćenje te ponude raznim sadržajima, kao podsticaj turistima na sadržajni turistički boravak.

Drugim rečima, animacija koristi stvaranju imidža hotela i turističkog centra u kome deluje i sa jedne strane predstavlja čist trošak, ali sa druge strane gostima u svakom trenutku pruža osećaj da neko brine o njima, da su oni pravi “centar sveta“, da se sve vrti oko njih i da svi rade da se oni dobro provedu i ugodno osećaju na svom godišnjem odmoru.

Možda najpotpuniju definiciju animacije dao je Benoit (2003): animacija u turizmu je od strane jedne osobe (animatora) izgovorena, prijateljska, vesela, ljubazna, srdačna, atraktivna (privlačna) molba, poziv, pobuda (podsticaj), ohrabrenje za zajedničko druženje (bavljenje nečim) kroz bilo koju aktivnost gosta (turiste), u njegovom slobodnom vremenu na godišnjem odmoru, koja ga privlači i to sve do onog trenutka kada se odvija kroz zajedničko delovanje sa ostalim ljudima (gostima ili domaćinom) i sa radošću (zadovoljstvom) na upoznavanju novog (na novim doživljajima), na zajedničkom učestvovanju u aktivnostima, na ljudima, okolini, mestu (destinaciji, prostoru), kulturi i uopšte zemlji u kojoj se boravi.

Benoit (2003) navodi osnovne odrednice animacije:

- animacija je podsticaj,
- animacija se odnosi na slobodno vreme i godišnji odmor,
- animacija je usmerena prvenstveno na grupe ljudi,
- animacija stvara i poboljšava kontakte i komunikaciju među ljudima,
- animacija stvara raznolike oblike odnosa među ljudima,
- animacija je odgovor na čovekove potrebe,
- animacija je usluga, servis usluga,
- animacija je menadžment odnosa učesnika u slobodnom vremenu na godišnjem odmoru,
- animacija je područje rada profesionalnih animatora.

Definisanje pojma animacija bi najbolje bilo završiti citirajući našeg vodećeg stručnjaka iz te oblasti. Živanović (prema Mitić, 2001) navodi: "Rekreacija i turizam sve više predstavljaju biološko kulturnu potrebu i deo standarda masovnog društva i, gde god se pojave, oni su uzrok ili posledica boljih uslova rada i života. Pioniri modernog turizma uočili su interesovanje i oduševljenje turista kojima je bio pripremljen sadržajni boravak. Oni su u repertoar usluga uvrstili sportsko rekreativne aktivnosti i vrednosti toga vide u sledećem:

- uspešniji boravak turista sa zdravstveno-vaspitne i rekreativne tačke gledišta,
- sadržajnije zadovoljenje potreba gostiju bez osećanja dosade i izgubljenog vremena,
- sigurnost prodaje kapaciteta, ubedljivost reklame i povećanje prometa".

Mitić, takođe, navodi definiciju koju je izgovorio čuveni Tiso: "Fizička aktivnost može da pomogne ili zameni dejstvo mnogih lekova dok nijedan lek ne može da zameni kretanje" (Ivanovski, Mitić, 2001, str. 28).

Pored navoda definicije različitih autora, Mitić (2012) daje i svoju definiciju, ukazujući da je animacija: “Podsticanje ljudi da aktivno provedu vreme na odmoru. To je, takođe, i zabava u toku slobodnog vremena“.

3. Principi animacije

Osnovni principi animacije (Ivkov-Džigurski, 2012):

1. Princip slobode:

- a) animacija mora biti nenametljiva, da deluje na promenu stavova i navika turista, ali uz ostavljanje pune slobode u odlučivanju i izboru,
- b) ne sme postojati nikakva prinuda,
- c) akcenat se stavlja na tzv. usmerenu dobrovoljnost.

2. Princip primerenosti:

- a) podrazumeva motivisanje turista za aktivno učestvovanje,
- b) nastojanje da se što bolje upoznaju potrebe gostiju,
- c) zadatak da se prati zadovoljstvo gosta ponuđenim programom.

3. Princip aktivnosti:

animacija mora težiti onim sadržajima koji omogućavaju aktivno učešće turista.

4. Princip jednakosti:

Podrazumeva da svaki turista ima ista prava i svi su jednaki, odnosno svakom posetiocu treba omogućiti da se uključi u animatorske aktivnosti.

5. Princip izbornosti:

Podrazumeva pružanje mogućnosti posetiocima da imaju izbor među više različitih programa i različitih vremenskih termina.

6. Princip prilagođenosti:

Podrazumeva korišćenje slobodnog vremena prema ličnim mogućnostima učesnika, gde se kod turističke animacije, mora obratiti pažnja na starosnu strukturu posetilaca.

4. Cilj animacije

Cilj animacije je, pre svega, zadovoljan gost.

Ciljevi animacije:

- Humana strana, odn. zadovoljavanje potreba turista za promenom, druženjem, afirmacijom, sticanjem novih znanja, veština i potreba aktivnog provođenja slobodnog vremena; razvija se kultura odmaranja turista.
- Postizanje boljih ekonomskih efekata.

Naime, glavni interes bilo kog zanimanja, pa tako i hotelijerstva, je zarada. Privlačenjem što više gostiju u barove, taverne, noćne klubove hotela značajno se povećava prodaja. Da bi se to ostvarilo potrebno je ponuditi program animacije koji bi svojim kvalitetom uspeo privući što veći broj gostiju. Međutim, ma koliko da je program dobro osmišljen, interesantan i dobro sproveden uvek među gostima postoji određeni procenat onih koji će, radije, veće provesti van hotela ili neće učestvovati u dnevnim aktivnostima. Ali, čak i takvi gosti će, indirektno, postati deo animacije kontaktiranjem sa ostalim gostima hotela. Slušajući zanimljivosti od onih gostiju koji su uključeni u animacijski program – javlja se znatiželja i interesovanje za događanja u hotelu, te i oni postaju potencijalni učesnici u nekom vidu animacije.

U hotelima sa polupansion uslugom – najveća zarada se ostvaruje u baru. Da bi bar radio dobro potrebna je dobra animacija i pravilan pristup gostima.

U hotelima koji rade na principu pun pansion (all inclusive, ultra all inclusive) animacija može izgledati kao trošak, međutim, ona služi za stvaranje imidža hotela (ili turističkog centra). Program animacije, između ostalog, treba da smanji potrošnju na šanku, jer kvalitetom programa gost „ne stiže“ da potroši ono što je unapred platio.

Neretko, uz dobru animaciju gosti previde i neke nedostatke u hotelu.

Turističkim agencijama je lakše prodati aranžmane koji u svojoj ponudi imaju bogat animacijski program, a sa druge strane, danas, u doba interneta, komentari zadovoljnih gostiju i zanimljive fotografije dodatno privlače potencijalne goste.

Treba spomenuti i snagu reklame „žive“ reči. Nakon povratka sa odmora zadovoljan gost će svojim prijateljima pričati o igrama, veselju, smehu...

- Afirmacija nacionalne/lokalne kulture.

Ukratko, ciljevi animacije su:

- poboljšati kontakte među ljudima,
- ukloniti strah pred nepoznatim, animirati na konzumaciju ponude,
- pustiti ljude da deluju samostalno,
- omogućiti potpuni doživljaj, uslišiti potrebe gostiju,
- povećati vrednost ponude,
- reklamirati se.

Glavni cilj hotelske animacije je, kroz ispunjenje svih poslovnih ciljeva, postići kvalitetan, dobro prihvaćen program koji će pomoći gostima kod organizacije njihovog slobodnog vremena na godišnjem odmoru, a ujedno uticati na povećanje pansionske i vanpansionske potrošnje istih gostiju, a time uticati na povećanje ekonomskih rezultata objekta u kom gost boravi, kao i povećanje ekonomskih rezultata celokupne turističke destinacije, regije, odnosno cele zemlje.

5. Vrste animacije

Podela animacije, koju je dao Mitić (2001), se svodi na tri tipa:

1. Turistička animacija – podela je zasnovana prema kapacitetu hotela i broja animatora koji učestvuju.

- Klupska animacija (Club animation)

Tu spadaju hoteli gde broj gostiju iznosi od 1000 do 2000, nekad i prelazi taj broj, a broj animatora je od 20 do 70. Radi se tako što se angažuju animatori specijalizovani za određenu oblast (dečiji animator, fitnes instruktor, plesač, DJ, sportski animator...).

- Klub hotel animacija

U ovoj varijanti hotel, obično, ima kapacitet od 300 do 900 gostiju. Shodno broju gostiju, i broj animatora ovde varira od četiri do petnaest, a ponekad i više animatora. Najčešće funkcionišu po rota sistemu (postoji program aktivnosti za sedam dana, svaki animator menja aktivnost svakog dana). Gostima se omogućava bogat i raznovrstan program tokom celog dana koji, najčešće, počinje u 10:00 uz pauzu između 13-15 časova.

Dnevni deo programa se završava oko 17:30, posle čega sledi večernji program koji počinje oko 21:00 i završava oko 01:00 ukoliko se ne organizuje i neko dešavanje u diskoteci (dress code, ladies night...). Gosti koji dolaze u klub hotele očekuju dobru animaciju jer najveći deo svog odmora provode u hotelu.

- Soft animacija (Soft animation)

Radi se o hotelima sa manjim brojem gostiju, kapaciteta od oko 200 do 300 gostiju. Podrazumeva dva, tri, maksimalno četiri animatora. Najčešće se sreće u hotelima sa 4 i 5 zvezdica.

Animacija u ovakvim hotelima je tiha i mirna. Sam program zavisi od broja animatora, mogućnosti hotela i sastava gostiju.

Dnevni program, najčešće, obuhvata jutarnju gimnastiku (strečing ili jogu), vodenu gimnastiku, vaterpolo, tenis, stoni tenis, pikado, odbojku na plaži, balote...

Večernji program, obično, podrazumeva kombinovanje kontakt programa animacije (izbor za mis, mistera, najbolji par, muškarci protiv žena, olimpijske igre, šou programi, mjuzikli, bingo, kviz, karaoke i sl.) sa programima koji izvode lokalni muzičari, plesači, mađioničari...

2. Prema tipu turista – podela je vršena prema starosnoj dobi

- Dečija animacija

Dečija animacija je poseban deo animatorskog programa. Njen značaj je veliki za decu, ali i za njihove roditelje, a samim tim i za hotel. Za većinu porodičnih ljudi je presudno postojanje dečije animacije prilikom odabira hotela za odmor. Kvalitetna dečija animacija znači nezaboravan provod deci i više slobode roditeljima. To je ulaganje u budućnost (Mitić).

Podrazumeva rad sa decom od 4 do 12 godina i predstavlja veoma odgovoran posao.

U nekim hotelima se prihvataju i deca mlađa od 4 godine (jaslice) ili postoji služba za čuvanje beba (babysitting).

U zavisnosti od uslova hotela, broja dečijih animatora i broja dece organizuju se aktivnosti, igre, šou programi, bioskop, proslave rođendana... u zatvorenom ili otvorenom prostoru.

Sa decom, najčešće, rade devojke. Neki hoteli zahtevaju da osoba za dečiji klub (mini club) ima određene kvalifikacije.

Veoma je bitno da je osoba koja radi sa decom komunikativna, kreativna, strpljiva i da poznaje strane jezike.

Dečiji klubovi su, uglavnom, u zgrađenom delu hotela, sa travnatim ili peskovitim dečijim vrtićem koji sadrži različite prateće objekte kao što su: ljuljaške, tobogani, plastične kućice...

Pravilo je da u hotelima dečiji klub radi od 10:00 do 17:00 sa pauzom za ručak, mada postoje i hoteli u kojima dečiji klub ima duže radno vreme i bez pauze.

- Animacija za tinejdžere

Podrazumeva programe namenjene starijoj deci. Obično su to neke muzičke i pozorišne radionice ili pojedina takmičenja u određenim sportovima.

- Animacija za odrasle

Ovde, najčešće, podrazumevamo *team building* igre i zadatke, prisustvo velikog broja firmi i kompanija koje imaju takve potrebe a u okviru večernjih aktivnosti kontakt programe

3. Prema vremenskim uslovima:

- letnja animacija,
- zimska animacija.

Postoje i manje precizne podele animacije.

Obzirom na učešće turista, animacija se deli na:

- Programi i sadržaji u kojima je učešće turista aktivno, odnosno, turista je uključen kao saradnik i kao gledalac,
- Programi u kojima je turista relativno pasivan gledalac, publika, bez preuzimanja uloge neposrednog učesnika.

Sportska i fitnes animaciju.

- Sportska animacija se bavi turnirima i prikazima sportova. Podrazumeva da animator koji vodi ovaj vid aktivnosti mora biti upućen u pravila i da mora posedovati znanje o sportskim aktivnostima koje sprovodi. Drugim rečima, sportski animator mora biti osposobljen za solidno suđenje u sportovima koji to zahtevaju i mora biti sposoban da na solidnom nivou učestvuje u sportskim igrama (odbojka, košarka, fudbal, vaterpolo itd.) ukoliko je to potrebno (npr.zbog postizanja jednakog broja igrača u timovima).
- Fitnes animacija podrazumeva razna vežbanja na suvom i u vodi. U tom slučaju neophodno je da animator poseduje znanja i sposobnost kvalitetne demonstracije.

Pojedini autori razlikuju i:

- Klasičnu animacija

Ovaj vid animacije podrazumeva aktivnosti iz svakodnevnog života dece i odraslih.

Za ovaj vid animacije nisu potrebna sredstva. Dovoljni su osnovni rekviziti (npr. društvene igre, različite igre u vodi...).

- Animacija koju izvodi jedan animator (One man animation)

Ova vrsta animacije se, najčešće, sreće u hotelima 5* i hotelima de lux kategorije.

Razlog je što klijentelu u takvim hotelima zanimaju aktivnosti kao što su golf, jahanje, jedrenje, mini krstarenja, izleti itd.

Večernji program izvode profesionalci (profesionalni muzičari, plesne grupe, solisti...), a uloga animatora je samo najavljivanje programa.

Posao animatora se, uglavnom, svodi na komunikaciju sa gostima hotela (public relation - PR).

ДЕТСКИЙ САДИК

МЫ ЖДЕМ ВАС
С 09.00 ДО 19.00



WORKING HOURS
09.00 - 19.00



MINI CLUB

Slika 1. Plakat za dečiji klub, Potidea Palace hotel, Bomba Animation Team

6. Program animacije

Programi animacije su različiti u različitim hotelima. Najvažnije je da sve aktivnosti moraju biti dobro organizovane i pripremljene.

Organizacijski pristup

Organizaciji animatorskih aktivnosti se pristupa na krajnje ozbiljan način. Postoji nekoliko načina pripremanja za aktivnosti:

- svaka aktivnost počinje promocijom pola sata pre početka događaja,
- mora da se objavi nekoliko dana pre toga,
- pripremiti okruženje (očistiti mesto rada, pronaći hlad itd.),
- pripremiti muziku (adekvatna muzika za populaciju vežbača),
- pripremiti rekvizite,
- pripremiti osveženje,
- pripremiti nagrade, ukoliko su planirane.

Marketinški pristup - oblici prezentacije aktivnosti

Najavljivanje aktivnosti se može učiniti na sledeće načine:

- oglasna tabla,
- flajeri,
- mikrofoni,
- sastanak dobrodošlice,
- komunikacija sa gostima koja može da bude glasna (povikom i najave pištaljkom) i tiha (komunikacijom od jednog do drugog gosta),
- šetajuće oglasne table.

Program animacije obuhvata aktivnosti i sadržaje od sportske rekreacije do kulturnih doživljaja u užem smislu, odnosno, više od 10 000 aktivnosti kojima se ljudi bave u slobodno vreme koje se mogu podeliti u 10 osnovnih grupa:

- društveni kontakti,
- igre,
- društveno – zabavne aktivnosti,
- kulturne i umetničke aktivnosti,

- tehničke aktivnosti,
- sportske aktivnosti,
- aktivnosti u prirodi,
- zdravstveno – rehabilitacione aktivnosti,
- atrakcije i
- izleti.

Za kvalitetno osmišljavanje animacijskog programa najvažnije je sagledavanje uslova u kojima taj program treba da se odvija, odnosno, pre početka pisanja programa potrebno je obratiti pažnju na faktore koji uslovljavaju program animacije. Ti faktori su: prostor, sastav gostiju, kadrovi i materijalne mogućnosti.

I - Prostor kao faktor planiranja programa animacije je veoma bitan jer:

1. Geografsko – klimatski uslovi utiču na broj i vremenska planiranja sadržaja i aktivnosti, korišćenje otvorenih površina itd.
2. Lokacija objekta u odnosu na turističko mesto u zavisnosti da li se objekat nalazi u ili van turističkog mesta. Ukoliko su objekti u turističkom mestu potrebno je vremenski uskladiti uključivanje turista u redovne programe, dok, sa druge strane, ukoliko su objekti van turističkog odnosno urbanog mesta – programi moraju biti samostaljniji i obuhvatniji.
3. Potrebno je sagledati postojeće površine, prostore i objekte pogodne za održavanje pojedinih programa animacije. Tako, npr. za društvene kontakte biće pogodniji manji i intimniji prostori, za zabavne priredbe prozirne dvorane sa dobrim ozvučenjem dok će kulturno-umetničke priredbe zahtevati i određenu tehničku opremu prostora.
4. Značaj prostornog rasporeda programa unutar turističkog prostora proizilazi iz same činjenice da određeni turisti žele mir, spokojan odmor, a drugi što bučniju zabavu. Zbog toga je prilikom programiranja animacije potrebno voditi računa o tzv. “zoniranju programa”, te raspored programa animacije treba svrstati u tri područja ili zone prema kriterijumu inteziteta programa.

U mirnoj zoni nalaziće se igrališta, u smirenoj zoni društveno-zabavne aktivnosti i igre pretežno u okviru dnevne animacije dok je razigrana zona predviđena za zabavne programe masovnijeg karaktera i noćne programe.

II - Sastav gostiju znatno utiče na program animacije. Logično da će se program u mirnom, porodičnom hotelu razlikovati od programa turističke destinacije gde odmara npr. pretežno omladina. U svakom slučaju, programom je potrebno obuhvatiti interesovanja što većeg procenta broja gostiju.

Postoje četiri tipa gostiju:

a) *Aktivni tip* – obuhvata one goste koji su svakodnevno uključeni u animacijske aktivnosti, a neki od njih i u 2-3 aktivnosti dnevno.

Kod ovog tipa gostiju može se pojaviti problem između onih koji se i kod kuće bave sportom ili rekreacijom i onih koji se žele prvi put okušati u datoj aktivnosti. Animator svojom umešnošću treba naći način i uskladiti ove dve suprotnosti.

b) *Opušteni tip* – gosti koji su doputovali sa planom da se naspavaju, odmore, sunčaju, plivaju. Specifično kod ovog tipa gostiju je što se pravilnom i neagresivnom komunikacijom već nakon 2-3 dana pasivnog odmaranja kod velikog procenta javlja želja za učestvovanjem u nekom od vidova animacije. Pojedinci ostaju neaktivni, ali odlaze kući zadovoljni ako im je animator posvetio pažnju, porazgovarao sa njima i sl.

c) *Nezainteresovani tip* – gosti koji su datu lokaciju izabrali iz nekog specifičnog razloga (povoljna cena, lep ambijent...). Bitno je informisati ih o aktivnostima i ne uznemiravati previše. Dobar animator uspeva naći način i zainteresovati i ovaj tip gostiju.

d) *Nezadovoljan tip* – u hotelskoj praksi se kaže da postoji 1% hronično nezadovoljnih gostiju: ne dopada im se smeštaj, hrana, usluga, more, bazen... Često se definišu kao – voda je previše mokra.

Najčešće se od njih može čuti da su “ prošlo leto odmarali u savršenom hotelu...”.

Potrebno ih je pažljivo saslušati i preispitati njihove primedbe. Ponekad se može nešto i naučiti od takvih gostiju.

Obično je animacija jedina šansa da se odobrovolje. Potrebno je mnogo strpljenja, ali je predivan osećaj kada se takvi gosti “uzmu pod svoje“ i kada se vrate i po nekoliko puta u isti hotel.

Dakle, program animacije treba biti podesan za oba pola, različite starosne grupe, invalide itd.

III - Uvek se planira vrsta i broj aktivnosti koje dati kadrovi mogu uspešno da realizuju.

U animaciji je potrebno naći način kako bi se maksimalno ispoljili talenti i sposobnosti svakog animatora. Najčešće, kombinacije raspodela animatorskih poslova se vrše prema kriterijumu poznavanja jezika, po područjima animacije (kulturno-umetnička, sportska) i po kriterijumu specijalizacije.

Najbolja situacija je imati svestranog animatora.

IV – Kada govorimo o materijalnim mogućnostima treba reći da mogu predstavljati ograničavajući faktor. U praksi je retka situacija da su za rad animacije obezbeđeni svi potrebni objekti, sprave i rekviziti za rad. U pojedinim situacijama se za animaciju izdvajaju samo male količine materijalnih sredstava. Tada stupa na scenu improvizacija i kreativnost animatora. Tako se dešavaju situacije da animatori prave kostime od odbačenih stvari koje pronađu u hotelu, izmišljaju i organizuju igrice sa dostupnim rekvizitima i slično.

U skladu sa navedenim uslovima i mogućnostima priprema se program animacije.

Program se odvija u tri ili četiri vremenske celine:

- **Dnevni program** koji se sastoji od prepodnevni i poslepodnevni aktivnosti i
- **Večernji program** koji može, dodatno, podrazumevati i organizovanje nekog dešavanja u hotelskoj diskoteci u toku noćnih časova (kao četvrtu vremensku cjelinu).

- **Dnevni program**

Prilikom osmišljavanja dnevnog programa veoma je bitno voditi računa da gosti tokom aktivnosti ne budu direktno izloženi suncu i ponuditi im određeni broj aktivnosti koje su vezane za vodu (naročito u periodu velikih vrućina koje počinju u julu i traju sve do kraja avgusta, neretko i do polovine septembra).

Jutarnja animacija, po pravilu, počinje u 10:00 h (nakon doručka). Početak animacijskog dana, najčešće, podrazumeva jutarnju gimnastiku, jogu, strečing, pilates ili sl. U nastavku se u program uključuju aktivnosti većeg inteziteta (npr. gimnastika u vodi, sportske igre...).



Slika 2. Jutarnja gimnastika, Potidea Palace hotel, Bomba Animation Team,



*Slika.3. Gimnastika u bazenu,
Bomba Animation Team,
Portes Palace Hotel*



*Slika 4. Gimnastika u bazenu,
Bomba Animation Team,
Portes Beach Hotel*

Prvi deo dnevne animacije se organizuje do 12:00h ili do 12:30 kada je vreme ručka. U tom vremenskom periodu se gosti spremaju i idu na obrok, a tim animacije ima pauzu za ručak u trajanju od dva ili tri sata.

- **Poslepodnevne aktivnosti** slede nakon ručka i odmora. Obično je to od 15:00h, mada, u zadnje vreme zbog prevelikih vrućina određeni broj timova animacije poslepodnevne aktivnosti počinju u 15:30 ili, čak, u 16:00h.

- **Dečiji klub**, u većini slučajeva, ima istu satnicu rada.

Postoje hoteli u kojima su dečiji animatori svakodnevno zaduženi za organizovanje zajedničkog obroka dece, što predstavlja i svojevrsnu atrakciju kada u koloni po dvoje pevajući idu u restoran ili se vraćaju.

- **Večernji program** se, kao što je već rečeno, organizuje u zavisnosti od više faktora.

Počinje dečijim diskom u 20:30h ili 21:00.

“**Mini disko**“ traje približno pola sata i dečiji animatori i jedan broj sportskih animatora kostimirani plešu sa decom već pripremljene koreografije, dok ostatak tima vrši završne pripreme za večernji program.

Ranije je preovladavalo mišljenje da treba svako veče igrati na iste melodije, tj. da iz dana u dan treba ponavljati koreografije kako bi ih naučila sva deca. Iskustvo pokazuje da to nije slučaj i da je poželjno u programu imati spremljena dva ili tri različita polučasovna programa, jer, u suprotnom, deci postaje monotono i dosadno, odn. postaju nezainteresovana. Još jedna bitna stavka je da se pesmice na koje će se igrati biraju u zavisnosti od sastava gostiju, tako da je preporučljivo u hotelima gde npr. ima veliki broj ruskih gostiju pripremiti i nekoliko pesmica (koreografija) na ruskom jeziku itd.



Slika 5. Dečija diskoteka uz podršku roditelja, Pomegranate Spa Hotel, Bomba Animation Team

Dečiju diskoteku je poželjno završiti tako što se svako dete predstavi na mikrofoni i uz zajednički naklon, i to iz prostog razloga jer to veoma usređuje decu, a sa druge strane roditelji ih bogato nagrade aplauzom i dobra je prilika za fotografisanje.

Sledeći korak u okviru večernje animacije koji se može učiniti za najmlađe goste hotela je predstavljanje i nagrađivanje maski koje su oni sami napravili u toku dana u dečijem klubu, pokaži šta znaš, “mini play back show“, skečevi u kojima glume deca itd.

Sa druge strane, nešto od navedenog se može kombinovati i sa programom za odrasle kada je animatorima potrebno nešto više vremena za presvlačenje i sl.



Slika 6. Dečiji maskenbal i nagrađivanje diplomama, Potidea Palace Hotel, Bomba Animation Team

Poželjno je, ukoliko postoje mogućnosti za to, deci organizovati dečiji bioskop gde će gledati crtane filmove. To se naročito odnosi na one večeri kada u hotelu gostuju muzičari, plesne grupe i sl. Na taj način se njima obezbeđuje zanimljiv sadržaj, roditelji mogu biti opušteniji i ne postoji mogućnost povređivanja dece koja trče oko ljudi koji plešu i igraju. U tom slučaju

barem dva animatora moraju biti sa decom – jedan da je neprestano sa njima, dok drugi može da, ukoliko neko dete izrazi želju napustiti bioskop, ispratiti ga do roditelja.



Slika 7. Dečiji bioskop, Potidea Palace hotel, Bomba Animation Team

Večernji program za odrasle, obično, počinje u 21:30h. Namenjen je svim starosnim grupama gostiju, ali usmeren je ka odraslim, odnosno, starijima u odnosu na prethodni deo i najzahtevniji je po pitanju izvođenja.

Prilikom odabira večernjeg programa, pored do sada navedenih faktora, veoma je bitno voditi računa i pravilno iskombinovati kontakt programe i programe za gledanje, gde je publika uglavnom pasivna.

Ovaj deo programa se najefektnije i najveselije završava zajedničkim plesom animatora i gostiju (club dance).

Generalno, ljudi na odmoru imaju potrebu da plešu, da igraju. Zbog toga je u hotelima koji nemaju diskoteku potrebno organizovati žurku na plaži (Beach party) barem jednom sedmično. Na ovaj način aktivni gosti uživaju na samoj obali mora uz muziku i igru, ne uznemiravajući one koji u to vreme spavaju, jer pretpostavka je da su sobe udaljene od plaže.

U hotelima koji imaju sopstvenu diskoteku je potrebno povremeno organizovati neko dešavanje (tematske večeri, maskenbal, dress code, ladies night...).

Ovim se završava **četvrta vremenska celina** i radni dan animatora.

Programiranje svakodnevnih sadržaja je po principu – svakog dana u isto vreme kako bi se stvorila navika kod turista i njihovo uigravanje.

Plan animacijskog programa se pravi, najčešće, za dve sedmice, kako bi se izbeglo da gosti koji ostaju u hotelu duže od sedam dana prisustvuju dva puta istom programu.

Nije retkost da pojedinci odmaraju u hotelu tri sedmice ili duže. U tom slučaju ne može se očekivati od animacije da ne ponovi ni jedan program, ali je potrebno imati rezervni plan i barem neki novi program.

I dnevni i večernji programi moraju biti fleksibilni i podložni promenama.

Pretstavljajanje programa obavljaju svi članovi tima, na svakom mestu, u svakom trenutku.

7. Škole animacije Mediterana

Turistička animacija je, u obliku kakvom je danas poznajemo, relativno nova profesija. U trku za obrazovanjem mladog kadra, ušle su razne agencije koje se bave obukom i angažovanjem animatora. Tu su fakulteti i visoke škole koji imaju poseban smer animacije na nekoj od studijskih godina. Animacija u turizmu, kao predmet, je prisutna na mnogim koledžima, fakultetima i visokim školama širom sveta (Ivanovski i Mitić, 2012).

U zemljama Mediterana različiti su načini obučavanja animatora. Pomenimo neke:

- **Francuska** je zemlja koja se smatra kolevkom turističke animacije u obliku u kojem je poznajemo danas (tridesetih godina XX veka, skautski kampovi).

Nakon završetka Drugog svetskog rata nastaje, od francuske vlade, priznat edukacijski program za obrazovanje animatora. Osnivanjem Ministarstva za kulturu u Francuskoj (šezdesetih godina XX veka) animacija postaje deo državne kulturne akcije.

Danas državno priznate diplome se, između ostalog, stiču na Institutu za sport i animaciju sa 50-godišnjim iskustvom (UCPA Institut de Formation aux Metiers du Sport et de l'animation).

- **Španija** – kadrovi se, u najvećem broju, obrazuju dvomesečnim kursevima. Najpoznatije organizacije za sticanje zvanja animator-rekreator su Fiesta konsalting (Fiesta consulting) i Gestipolis.
- **Italija** – Blic (Blitz) i Trigano 1949. godine osnivaju Klub Mediteranea (Club Mediteranee) i, vec, 1950. godine uvode turističku animaciju kao sastavni deo ponude kluba.

Danas se animatori obučavaju na Akademiji za animatore Verde i Blu (Accademia di animazione Verde&Blu). Akademija je 2004. osnovana u Torinu, ali se raširila po celoj Italiji.

U prvoj fazi, odnosno, na prvom kursu se polaznici obučavaju osnovnim konceptima animacije i to:

- turistički animator,
- animator dečijih festivala i
- animator letnih aktivnosti.

U drugoj fazi se znanja proširuju i otkrivaju nove metode animacije i komunikacije.

Polaznici kurseva uče od psihologije do sportskih aktivnosti, ali i lutkarske predstave, iscrtavanje lica (face painting), manipulaciju balonima, humanitarne projekte (praktična implementacija za prikupljanje sredstava) itd.

Završetkom kursa animator je spreman za organizaciju i sprovođenje svih vrsta događaja: rođendani, venčanja, rad sa decom i, naravno, animacija u turističkim centrima.

- **Slovenija** – u Sloveniji zanimanje turistički animator je definisano u sistematizaciji radnih mesta.

Edukacija turističkih animatora se obavlja u:

- Visoka škola za turizam u Portorožu,
- Centar Republike Slovenije za stručno usavršavanje, Ljubljana,
- Ljudska univerza Jasenice,
- „Iskoristi dan“ d.o.o. prva agencija u Sloveniji koja je počela da se bavi pružanjem usluga u oblasti turističke animacije,
- Agencija „Ulala“, koja se profesionalno bavi turističkom animacijom.

- **Republika Hrvatska** – na području Hrvatske se animacija pojavljuje pod uticajem nemačkih gostiju i turoperatora, sedamdesetih godina XX veka.

Hrvatski sabor je 2007. godine doneo Zakon o pružanju usluga u turizmu, kojim se uređuje način i uslovi za pružanje usluga u turizmu.

Turistički animatori se obrazuju:

- Na Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija,
- Na Sveučilištu u Zadru, na Odjelu za turizam i komunikacijske znanosti,
- Veleučilištu VERN iz Zagreba,
- Preduzeće Karpe diem (CARPE DIEM),
- Preduzeće Outfit (Outfit),
- Preduzeće Teatrum (Theatrum).

- **Bosna i Hercegovina** – na prostoru Bosne i Hercegovine turistička animacija je na samom početku i može se sresti samo u većim turističkim centrima.

- **Republika Crna Gora** - Već 1997. godine, u Herceg Novom, održan je trodnevni (08.-10. 12. 1997.) VIII Kongres turističkih agencija Jugoslavije, na kome su saopšteni podaci da se turisti sa svih meridijana sve više okreću programima koji u svojim sadržajima nude rekreativne i sportske mogućnosti. U svom nastupu Petar Stakić prezentuje projekat koji je pripremljen u saradnji sa Živojinom Živanovićem sa Fakulteta za fizičku kulturu, Univerziteta u Beogradu, i ukazuje na značajnu privrednu komponentu i velike mogućnosti uključenja u rekreativne programe. Dalje se navodi da kadrovi koji rade u turizmu su bogatiji za stručnjake u oblasti rekreacije i sporta, sportske pedagoge i animatore. Takođe je bitno pomenuti izlaganje o mogućnostima i unapređenju funkcije rekreacije i sporta u turizmu uz potvrdu za pozitivna iskustva koja se analizira u Asocijaciji „Sport za sve“, Beograd u kojoj su na praktičnim primerima ova dva stručnjaka u saradnji sa mnoštvom saradnika iz različitih oblasti postizali veoma značajne rezultate. Iako je bilo govora o prihvatanju koncepta „nijedan turistički program bez rekreacije i sportskih aktivnosti“, na žalost, Crna Gora se ne

može pohvaliti da je turistička animacija zaživela u punoj meri i na teritoriji Crne Gore ne postoje stalni kursevi za obuku turističkih animatora.

- **Republika Turska** – je poznata po veoma razvijenoj animaciji i, najčešće, je to klupska animacija, sa timovima i do tridesetak članova. Kada je reč o obrazovanju kadrova spomenimo Marmaris viša turistička škola (Marmaris Tourism Vocational School, Mugla Sitki Kocman University). Na kursu se uče turski i strani jezici, rad na računarima, pantomima, muzičko obrazovanje, plesovi, o kozmetici i šminki, kostimografija, (socijalna) psihologija, menadžment, turistička geografija itd.

- **Republika Grčka** Još su Platon i Aristotel isticali značaj korišćenja slobodnog vremena za zabavu i rekreaciju (Kuthuris, 2006). Na području Grčke turistička animacija je veoma raširena u praksi, međutim, kao animatori, najčešće, rade kadrovi iz drugih zemalja, što je svojevrsan paradoks obzirom da postoje dobri uslovi za obrazovanje kvalitetnog kadra:

- Demokritov univerzitet u Trakii (Δημοκριτειο πανεπιστημιο – Θρακης),
- Viša škola za fizičko vaspitanje i sportske nauke, Komotini (ΣΕΦΑΑ – Σχολη επιστημης φυσικης αγωγης και αθλητισμου, Κομοτηνης) na predmetu Rekreacija i turizam,
- Balatsinos – privatna škola sa 6-mesečnim kursevima, kao i mnoge druge privatne škole u Atini, Solunu, Trikala, Seres itd.

- **Republika Albanija** uslove za školovanje turističkih animatora ima samo u Tirani, na Fakultetu za fizičku aktivnost i rekreaciju (Fakulteti i Veprimtarise Fizike dhe Rekreacionit), Odsek za fizičku aktivnost, rekreaciju i turizam.

Međutim, danas su dve vodeće škole turističke animacije tuniska i beogradska.

- **Tunis** – kada govorimo o osposobljavanju kadrova za turističku animaciju u Tunisu spomenimo:

- Centralni univerzitet (Universite Centrale). To je privatni univerzitet za žurnalizam i komunikaciju, osnovan 2001. godine. i smatra se pionikom u obučavanju organizatora različitih događaja.

- IMSET – jedan od vodećih privatnih instituta za stručno usavršavanje u Tunisu, osnovan 1993. godine. U toku dvogodišnjeg treninga polaznici se obučavaju organizaciji i sprovođenju kako sportskih, tako i večernjih dešavanja i samostalnom radu ili radu u timu. Zanimljivo je što, kada govorimo o organizaciji, polaznici uče i uvežbavaju, čak, i pripremu potrebnih rekvizita, bine, tematskih večeri, ali i tehnike prodaje.

• **Republika Srbija** - mogućnosti za edukaciju turističkih animatora u Srbiji su, zaista, mnogobrojne:

- Udruženje stručnjaka za rekreaciju zajedno sa Kadrovskim centrom pri Fakultetu sporta i fizičkog vaspitanja pokrenulo je je 2002. godine BSA – Beogradsku školu za animaciju, koja je do sada imala 46 realizovanih edukacija, sa oko 800 polaznika. YUTA je postala partner BSA 2010. godine, kasnije su se priključili Asocijacija sport za sve Srbije i 2017. Godine i Savez za rekreaciju i fitness Srbije postaje partner u edukaciji.
- Od 2006. godine na Osnovnim strukovnim studijama sporta i rekreacije postoji izborni predmet Turistička animacija, a na Geografskom fakultetu Univerziteta u Beogradu studenti turizmologije slušaju obavezni predmet Animacija u turizmu.
- Svi studenti koji su položili izborne predmete Turistička animacija i/ili predmete Rekreacija učenika u prirodi na Fakultetu sporta i fizičkog vaspitanja Univerziteta u Beogradu, Animacija u turizmu na Odseku za turizmologiju na Geografskom fakultetu Univerziteta u Beogradu, na Turizmologiji na PMF u Novom Sadu, TIM Rekreacije na Visokoj sportskoj i zdravstvenoj skoli u Beogradu, TIMS Novi Sad, Hotelijerski fakultet u Vrnjačkoj Banji i drugim akreditovanim programima i obavili odgovarajuću nastavnu praksu u trajanju od najmanje 7 dana realizacije programa animacije na turističkoj destinaciji, mogu da dobiju BSA Sertifikat.
- Na fakultetu sporta i fizičkog vaspitanja Univerziteta u Beogradu odbranjeno je preko 30 završnih diplomskih i master radova i po jedan magistarski rad i jedna doktorska teza.
- Paralelno postoji i Savez za sportsku animaciju i sportsku rekreaciju Srbije.

- Za potrebe svojih programa pojedini timovi za animaciju, kao što je „Čigra“, rade internu edukaciju svojih kadrova za realizaciju animacije na rođendanima, sajmovima i drugim promotivnim događajima.

Od seminara i kurseva, preko izbornog predmeta i usmeravanja do, danas, osnovnih strukovnih studija studijskog programa Rekreacija - Fakultet fizičke kulture u Beogradu je oformio ogroman broj animatora-rekreatora i stvorio specifičan način organizacije i sprovođenja animacije u turizmu. Animatori-rekreatori su kompetentni, moderni i samostalni organizatori rekreacije, fitnesa, animacije u turizmu i sportu za sve. Može se reći da je ovaj talas prepoznat i dobro prihvaćen, ne samo na Balkanu i mnogim zemljama Mediterana, nego i širom sveta gde animatori beogradske škole animacije postižu zapažene uspehe.

8. Sličnosti i razlike vodećih škola animacije Mediterana

Kao što je već pomenuto, dve vodeće škole animacije, odnosno, dva prepoznatljiva načina organizacije i sprovođenja animacije, u turizmu Mediterana su tuniska i beogradska. Takođe, u radu je navedeno da je Grčka zemlja u kojoj, uglavnom, rade turistički animatori iz drugih zemalja. U zadnje vreme mogu se sresti animatori iz Bugarske, Nemačke, čak i Grčke, ali, najčešće, su to kadrovi iz Tunisa i Srbije, te bi bilo veoma zanimljivo povući paralelu između dve navedene vodeće škole animacije baš govoreći o turizmu Grčke.

Velika većina hotela u Grčkoj može biti okarakterisana kao mirni, porodični hoteli. Animacija je prisutna u velikom procentu hotela sa četiri ili pet zvezdica. Najčešće je to soft animacija.

- Govoreći o karakteristikama vodećih škola animacije Mediterana, najpre, ćemo ih uporediti prema parametru *principa animacije*.

- Već kod prvog principa animacije (*princip slobode*) može se uočiti prva značajna razlika. „Beogradska animacija“ se, kako u teoriji, tako i u praksi, može okarakterisati kao nenametljiva, dok se za tunisku može reći da je agresivnija i da postoji određena doza prinude.

Tako se u nekom hotelu može videti animator koji pojedinim opuštenim, neaktivnim gostima samo poželi dobro jutro, upita za raspoloženje, progovori o knjizi koju gost čita ili, čak, pogleda ručni rad kojim se (najčešće) gošća bavi, dok u nekom drugom hotelu se može videti animator koji vuče gosta za ruku, ne bi li se pridružio nekoj aktivnosti. U oba slučaja treba biti obazriv. U prvoj situaciji animacija može, naročito od nekih ekstraverta, biti okarakterisana kao nedovoljno vidljiva. U drugom slučaju animator može izazvati strah kod gosta ili neprijatnu situaciju.

- Govoreći o *principu primerenosti*, u delu vezanom za motivisanje turista za aktivno učestvovanje, može se zaključiti da je u oba stila rada cilj isti, ali su načini motivisanja različiti.

Ovde bi bilo zanimljivo pomenuti jednu od suštinskih razlika između tuniske i beogradske animacije. Naime, jedna od osnovnih stvari koja se uči u beogradskoj školi animacije je da je animator domaćin koji očekuje svoje goste, svoje prijatelje. To podrazumeva da ne postoji striktna satnica, te da onog momenta kada se završi radno vreme animator ne uklanja osmeh i

istog momenta napušta aktivnost. Pravilo je: ako si u hotelu – radiš. Drugim rečima animacija se definiše kao stil života. U vezi s tim, beogradski animator se, pre svega, trudi uspostaviti kvalitetnu komunikaciju, upoznati gosta, proceniti ga i prilagoditi način rada, odnosno, ponuditi gostu ono što očekuje od odmora.

Nasuprot tome, vezano za tunisku školu animacije, možemo primetiti da je više organizovana kao zaposlenje. Tuniski animator će dati sve od sebe i organizovati veoma kvalitetnu i atraktivnu aktivnost, ali će se u terminu završetka date aktivnosti povući i napustiti je skoro istog momenta, uz jasno objašnjenje da mu se završava radno vreme. Sumirajući navedeno, može se izvući zaključak da je beogradska škola animacije više okrenuta upoznavanju potreba gostiju i praćenju zadovoljstva gostiju ponuđenim programom, znači samom procesu komunikacije i animacije, dok su animatori tuniske škole više okrenuti postignutom rezultatu, te se, na žalost, u praksi može videti situacija da otvoreno zamole turiste da napišu pozitivne komentare na internetu ili u hotelskim upitnicima.

○ *Princip aktivnosti* obzirom na osnovnu podelu programa turističke animacije u odnosu na učešće gostiju na:

- programi i sadržaji u kojima je učešće turista aktivno, odnosno, turista je uključen kao saradnik i kao gledalac i
- programi u kojima je turista relativno pasivan gledalac, odnosno publika, može se zaključiti da oba pravca u svetu animacije imaju iste težnje tj. teže sto većem procentu aktivnih turista. Uobičajena je situacija da se u toku pauze vide animatori koji uvežbavaju neki ples ili bilo koji drugi scenski nastup zajedno sa gostima hotela.

○ *Princip jednakosti* je, takođe, princip u vezi koga se ne mogu uočiti razlike među dve vodeće škole animacije, odnosno, u oba slučaja svi turisti imaju ista prava i svakom gostu je omogućeno da se uključi u animatorske aktivnosti.

○ *Princip izbornosti* – vezano za ovaj princip moguće je, jednostavno, reći da sve animacije sveta teže da turistima ponude izbor između više različitih programa (zabavnih, sportskih, edukativnih, više ili manje aktivnih) i različitih vremenskih termina.

○ *Princip prilagođenosti* je još jedna stavka gde se može uočiti razlika među posmatranim školama animacije. U startu se podrazumeva da u oba slučaja postoje veoma dobar plan i program rada. Razlike se uočavaju u toku samog funkcionisanja tokom sezone. Naime, tunisku školu animacije karakteriše jedan stepen krutosti u smislu menjanja animacijskog programa, dok sa druge strane beogradski način rada podrazumeva u velikoj meri praćenje sastava gostiju (naročito starosne strukture), prilagođavanje programa prema trenutnom sastavu gostiju, pa, čak, i improvizaciju. Jedan od slikovitih primera je hotel Portes Beach, na Halkidiki u kome je dugi niz godina animacija bila poverena beogradskom timu animacije “Bomba” (Bomba animation team). Obično, na kraju sezone odmaraju gosti iz starijih domova od kojih neki nisu u mogućnosti ni sagnuti se ne bi li igrali petank (boccia), te se pomenuta aktivnost zamenjuje visećom kuglanom. Od rekvizita se koriste plastične boce do pola napunjene vodom ili peskom, s tim što je jedna vezana za plafon i odguruje se polukružno jer je cilj oboriti kegle visećom flašom prilikom njenog povratka.

• Ukoliko posmatramo dve škole animacije sa stanovišta *dnevnog programa*, takođe se mogu uočiti velike razlike.

○ Kao što je već rečeno jedan od osnovnih principa beogradske škole animacije je da je animacija, zapravo, stil života. To, između ostalog, podrazumeva da se aktivnost, ukoliko je to ikako moguće, završi do kraja, makar trajala i duže od predviđenog termina. Simpatičan primer je vezan za Bomba animation team u Hotelu Potidea Palace, kada je jedan od animatora bio oslobođen mnogih dodatnih aktivnosti jer je svakodnevno igrajući pikado imao prelepo, uglavnom, dvočasovno druženje sa, zaista, velikim brojem gostiju uz veoma veselu atmosferu. Ono što je još upečatljivije je iskustvo iz hotela Portes Beach gde se, nakon višegodišnjeg rada Bomba animation team-a, desila situacija da se gosti iz Nemačke, Engleske i Rusije, tokom godine, međusobno pozivaju telefonom pokušavajući uskladiti termine godišnjih odmora ne bi li zajedno igrali pikado i sl. želeći revanš sa Dopping team-om, revanš u killer darts, smeh i uživanje sa animatorima – domaćinima i novostečenim prijateljima. Kako sami govore – žele se vratiti svojoj drugoj kući. Gosti su, čak, u svojoj domovini, štampali i dolazili u majicama svog tima i imenom hotela. To je veoma dobar primer značaja animacije jer predstavlja i besplatnu reklamu, a, takođe, se već nakon par

godina ustalio procenat gostiju povratnika na oko 70%, i to, u periodu jul-avgust, tj. u najskupljem delu sezone.

U istom hotelu je postojala i dugogodišnja tradicija skrivene kamere, kao još jedan način šale, dobrog raspoloženja, ali i privlačenja novih gostiju. Nakon jedne bezazlene šale tog tipa sa gostima u hotelu, oni su sledeće sezone doveli svoje prijatelje na odmor i sami predložili novu skrivenu kameru. Sledeće sezone ti prijatelji su doveli svoje prijatelje itd. Komentari su uvek bili da su doživeli nešto drugačije i da su imali nezaboravan odmor.



Slika 8. Gosti sa majicama čije su štampanje sami naručili na kojima je ime njihovog tima, Hotel Portes Beach

○ Druga značajna razlika se odnosi na sportske igre. Karakteristično za tunisku školu animacije je da se teži spektaklu i privlačenju pažnje, skoro po svaku cenu. Tako da je prilikom formiranja ekipa za sportske igre poželjna situacija da igraju npr. ekipa Nemačke protiv ekipe Rusije. U tom slučaju suđenje mora biti veoma strogo, ali čak i tada su moguće konfliktna situacije. Dakle, u prvom planu je takmičarski duh. Suprotno od toga animator beogradske škole će dati sve od sebe da ekipe budu mešovite, da akcenat bude na samoj igri i zabavi, a ne na konačnom rezultatu.



Slika 9. Petank (boća), Pomegranate Spa Hotel, Bomba Animation Team

○ Vezano za suđenje u sportskim igrama može se primetiti da su u oba slučaja animatori dobri poznavaooci pravila. Razlika se uočava, slikovito rečeno, najpre, po tome koliko se često i glasno koristi pištaljka. Tuniski animatori je koriste dosta često i glasno. U beogradskoj školi animacije se uči da se pištaljka koristi samo u slučaju potrebe. Na primer, u situaciji kada vaterpolo igraju tinejdžeri koji u žaru borbe postaju sve više agresivni i suđenje postaje strožije, ozbiljnije i profesionalnije. Međutim, kada vaterpolo igraju odrasli, veseli gosti koji su se međusobno već upoznali i združili može se desiti situacija da je osnovno pravilo suđenja da nema pravila (rules – no rules).



Slika 10. Mali fudbal, Potidea Palace Hotel, Bomba Animation Team



Slika 11. Hotel Potidea Palace, tabla animacijskog programa, Bomba Animation Team

U tom slučaju mogu se videti situacije da gosti postave i animatora (zajedno sa loptom u naručju) u gol, supružnici koji su van bazena da brane go, pokušaji plivanja dok suparnik ometa držeći noge itd. Nisu preterano česte situacije da se može igrati bez pravila, ali kada je to moguće zagantovano je mnogo smeha i zabave.

- Uoredimo li *večernje programe* da se zaključiti da je jedan procenat plesnih i zabavnih programa relativno sličan.
 - Pojedini tuniski timovi animacije se mogu pohvaliti sa, za nas, nekoliko egzotičnijih programa poput hoda po užarenom uglju, egzibicija sa vatrom i slično. Zaključak je da su animatori tuniske škole generalno veoma dobri u scenskim nastupima za gledanje, tj. u šouima u kojima su oni u centru pažnje. Nasuprot tome, jedan od programa aduta beogradske škole animacije su olimpijske igre. To je spektakl u kome učestvuju dve ekipe sa po dvadesetak takmičara svih uzrasta, grčki Bogovi na sceni, ekipa za otvaranje olimpijskih igara, plesovi itd. Uočljivo je da je, u ovom slučaju, gost u centru pažnje.
 - Druga značajna razlika, posmatrajući večernji program, jeste što su beogradski animatori na sceni umereniji i pažljiviji u smislu da je u pitanju program za celu porodicu, nekada i za tri generacije. Neke dvosmislene skečeve, uglavnom, ublaže ili ih izvedu “u rukavicama“, ali dovoljno da se razume poenta. Tuniski animatori su otvoreniji, opušteniji i direktniji. U zavisnosti od samog gosta i jedan i drugi način mogu biti ocenjeni pozitivno ili negativno. Od primedbi se, u prvom slučaju, može čuti da je beogradski stil malo dečiji, a u drugom slučaju da je tuniski stil pomalo vulgaran.
 - Takođe, beogradski animator apsolutno izbegava crni humor i “neslane šale“ (vezane za veru, ljude sa hendikepom itd.) Na ovaj način je, možda, inferioran u odnosu na tuniske animatore kod dela gostiju koji vole tu vrstu humora, ali, sa druge strane, smanjuje mogućnost neprijatnih situacija i da se gost oseti uvređenim.
 - Što se tiče plesova u oba slučaja se insistira na uvežbanosti, sinhronicitetu, pravilnom korišćenju scene, čistom pokretu i sl. Međutim, vezano za skečeve tuniski animatori insistiraju na perfekcionizmu i profesionalnom scenskom nastupu gde je uvežbana svaka reč, pokret, gest, čak i mimika. Animatori beogradske škole dozvoljavaju sebi određenu dozu umetničke slobode i ubacivanje nekih internih šala sa gostima. Retko kada se desi da jedan skeč izvedu dva puta na potpuno isti način. Dozvoljavaju sebi da i sami uživaju na sceni, što

gost, u svakom slučaju, oseti. Beogradski animatori koji ne gledaju na sat tokom dnevnih aktivnosti, stvaraju nova prijateljstva i ubiraju simpatije gostiju tako da gosti hotela, skoro listom dolaze na večernje programe videti svoje nove prijatelje, čuti interne šale i slično, ali i uživati tokom večernjeg programa ili u druženju nakon programa.

o Vezano za to, primetimo da se u animaciji, kao i u životu, dešavaju nepredviđene situacije. U slučaju kada neki veseliji gost dođe na scenu u toku nastupa (a, dešava se i da dođe pas ili slično) animator beogradske škole animacije je u stanju, čak, i iskoristiti tu situaciju u svoju korist, lako improvizovati, te napraviti dodatnu šalu. S druge strane, tuniski animator koji ima profesionalniji pristup očekuje, najčešće, pomoć kolega ili drugog osoblja da ukloni neočekivanu smetnju sa scene.



Slika 12. Pomegranate Spa Hotel, skeč "clean the window", Bomba Animation Team

- Nakon dnevnih i večernih aktivnosti jedan deo gostiju hotela ima želju za daljim dobrim provodom, plesom i sl. Ukoliko hotel ima diskoteku koja radi svakodnevno obično je jedan animator zadužen da pušta muziku, a ostatak tima da pravi dobru atmosferu u diskoteci. Ukoliko to nije slučaj poželjno je da tim animacije organizuje druženja na plaži barem jednom sedmično (beach party). Razlika u programima dve vodeće škole animacije se može uočiti i ovde. Animatori beogradske škole animacije (nakon mini diska za najmađe) najpre organizuju igre na plaži između dve ekipe koje su formirane od gostiju (nešto poput igre bez granica), a tek onda se pali logorska vatra, smanjuje svetlost reflektora i počinje plesna žurka koja može trajati i do ranih jutarnjih časova. Kod tuniskih animatora se retko može sresti

ovakav način organizovanja zabave na plaži i, najčešće, nakon mini diska odmah počinje muzika za ples i atraktivne egzibicije animatora kojima se, postepeno, pridružuju i gosti.

- *Dečiji klub (mini klub)*

U radu sa decom, apsolutno, postoje standardi koje moraju poštovati sve animacije sveta, odnosno deci mora biti obezbeđen siguran i kvalitetan boravak u dečijem klubu. Takav je slučaj i kada govorimo o dotičnim školama animacije. Sigurnost dece je uvek na prvom mestu, počevši od dolaska deteta u mini klub, sve do momenta dok ga roditelj/staratelj ponovo ne preuzme.

SIGN - IN PAPER		Date: <input style="width: 100px;" type="text"/>
CHILD'S NAME	DATE OF BIRTH	DATE ARRIVING – DATE LEAVING
PARENT'S NAME	ROOM №	OTHERS (Mobile phone etc)
Is the child under treatment? Is it allergic? Does it know how to swim? Particularly restricted food:	If yes, to what? If yes, what kind?	
Observations or particular indications (sports etc.)		
In case of accident and/or disease the parents authorize the responsible of Mini-Club to call a doctor (the responsible will take care to prevent the child's parents as soon as possible).		

Slika 13. Prijavni list za dečiji klub, Bomba Animation Team

<p>I, we sign father, mother, aunt, uncle (1)</p> <p>declare that the information wrote in here are true and we recognize that we have been informed of the regalement and how to respect it. Read and approved.</p> <ul style="list-style-type: none"> - my child can't get out of the Mini – Club without my signature (1) - my child can't get out of the Mini – Club without my signature (beside the children under 9 years old, the signature is reacquired) <p>Signature of</p> <p>Person authorized to recover the child :</p>
--

Slika 14. Prijavni list za dečiji klub, Bomba Animation Team

DATE	CHILD'S NAME	PARENT'S NAME	SIGN IN	ANIMATOR	SIGN OUT	ANIMATOR

MINI CLUB

Slika 15. Prijavni list za dečiji klub, Bomba Animation Team

Govoreći o dečijoj sigurnosti, vezano za beogradsku školu animacije, možemo pouzdano reći da se posvećuje pažnja i najmanjim sitnicama, poput činjenice da je jedno od pravila da se u dečijem klubu čak ni makazice (kao ni bilo koji oštar predmet) ne smeju u ormariću nalaziti na nekoj od nižih polica gde ih deca mogu sama dohvatiti nego se mogu koristiti samo u prisustvu animatora. Tuniski animatori, najčešće, čašu sa makazama imaju na stolu, zajedno sa ostalim priborom, bojcama i slično. I ovaj primer može se videti na dva načina. Za beogradsku animaciju se može reći da je u jednom procentu, možda, i previše zaštitnički orijentisana, jer, na svu sreću, iz ličnog iskustva, nikada nisam čula da se vezano za to desila neka ozbiljnija nezgoda ni tuniskim animatorima.

Programi su bogati, raznoliki i zanimljivi. Slično za obe škole animacije, u zavisnosti od broja animatora i mogućnosti hotela deca u samom dečijem klubu igraju društvene igre, slikaju, boje, igraju se plastelinom, uče strani jezik, origami, prave nakit od makarona, poštanske karte i čestitke, maske i krune od papira ili mekog kartona itd. Od posebnih

aktivnosti, izvan dečijeg kluba, najčešće su to: potraga za blagom, muzičke statue, igre loptom, sa obručevima, dečija boća (plastične loptice), mini golf, dečija kuglana itd.

Sve u svemu da se zaključiti da vezano za program mini kluba ne postoje značajnije razlike među vodećim školama animacije.

Dugogodišnjim posmatranjem moguće je samo naglasiti neke od prednosti obeju animacija. Naime, tuniski animatori se, neretko, mogu videti kako sa decom pevajući, u koloni po dvoje zajedno odlaze na obrok. Zaista atraktivan prizor srećne, raspevane dece.

Beogradski animatori imaju druge prednosti. Obzirom da deca u svemu žele imitirati odrasle – organizuju im adekvatnu dečiju jutarnju gimnastiku (kako hoda pauk, žaba, zeko, maca...), u saradnji sa spasiocem u dečijem bazenu vodenu gimnastiku itd. Drugim rečima, kada god je moguće deci se istovremeno sa aktivnošću za odrasle organizuje ista aktivnost. Opet je akcenat na sigurnosti dece. Na primer, pikado se igra sa bezopasnom dečijim pikado rekvizitima, boća se igra laganim, plastičnim lopticama, deca na igralište odlaze zajedno sa animatorima držeći se za vijaču itd.

Druga prednost je što nastoje na zanimljiv način edukativno delovati na decu, na primer učenje stranih jezika kroz igru, crtanjem i bojenjem zastava različitih zemalja, različitim kvizovima itd.



*Slika 16. Dečija gimnastika,
Bomba Animation Team,
Hotel Potidea Palace*

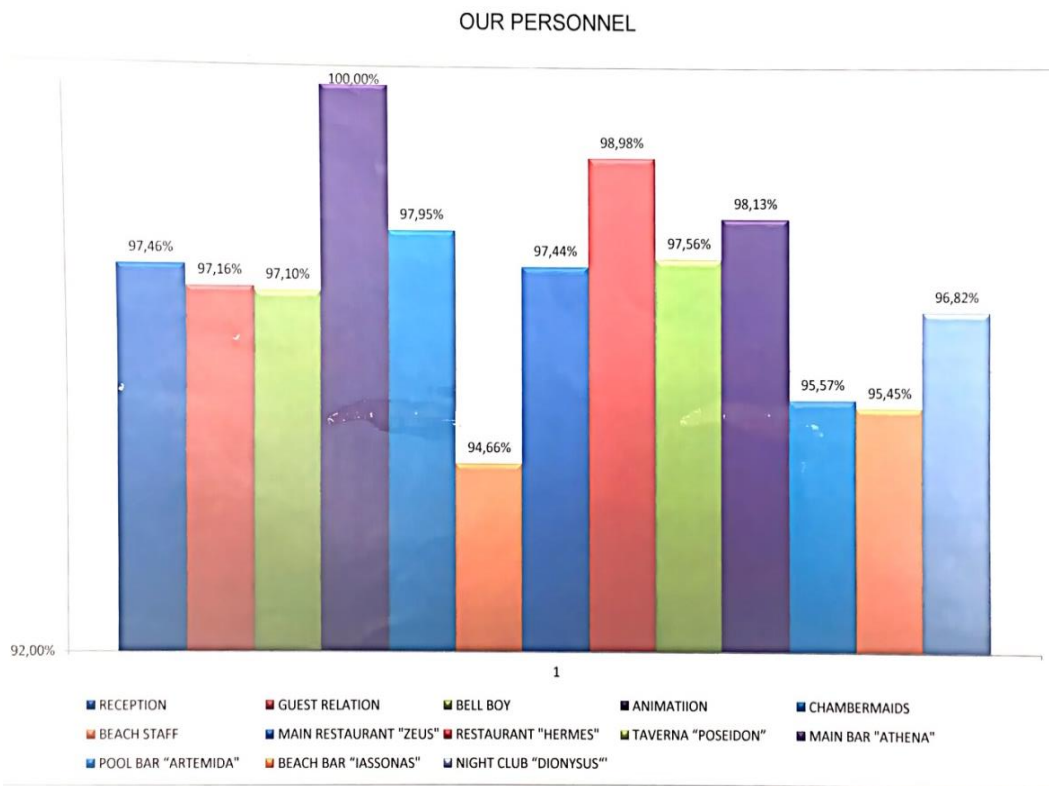


*Slika 17. Dečija boća,
Bomba Animation Team,
Pomegranate Spa Hotel*

- *Odnos prema gostima* predstavlja suštinsku razliku ove dve škole animacije.
 - Najuočljivija specifičnost tuniske škole animacije je da je animator zabavljač, zvezda koja je u centru pažnje. Beogradska škola animacije preferira da je u centru pažnje sam gost i to se objašnjava činjenicom da nekoliko animatora ne mogu animirati sve goste hotela, ali mogu podstaknuti međusoban kontakt gostiju. Animator je tu da, kroz aktivnosti na indirektan način zbliži ljude (Ivanovski i Mitić, 2012). Poenta je da se kroz animacijske aktivnosti gosti međusobno upoznaju i stvaraju lepa poznanstva i druženja. Drugim rečima, animator nije samo zabavljač, sportista ili dečiji vođa, nego, primarno, animator je psiholog koji ume da sluša, posmatra i proceni ljude (Rakin, 2001).
 - Vezano za bilo koji aspekt boravka u hotelu gost ima izbor između više mogućnosti: u baru će između više mogućnosti izabrati piće koje voli da pije, izabraće obrok koji želi i slično. Animacija je oblast u kojoj nije moguće istovremeno zadovoljiti sve ukuse. Neko će za pesmu koju postavi animator reći da je preglasna, drugi će poželeti još glasnije, neko će poželeti stariju pesmu, neko nove hitove itd. Jedina mogućnost da svi gosti prihvate animacijski program pozitivno je zahvaljujući ličnom i individualnom pristupu. Kao potvrda navedeni su zvanični rezultati animacije beogradske škole. Bomba animation team je i pored umanjenog broja članova tima za četiri osobe (problemi vezani za papirologiju i vize) jedini tim za koji sam čula da je uspevao i ostvarivao rezultate 100% zadovoljnih gostiju.



Slika 18. Bomba Animation Team, torta sa imenom tima, poklon od zadovoljnih gostiju, Hotel Potidea Palace



Grafik 1. Pomegranate Spa Hotel, hotelska statistika zadovoljstva gostiju, Bomba Animation Team

		JULY 2013											
Καταχωρημένα δελτία		44											
Ικανοποίηση		100%		85%		60%		25%					
		Εξαιρετικά Исключительно Absolutely Абсолютно		Πολύ καλά Очень хорошо Satisfied хорошо		Καλά хорошо Average удовлетв		Μέτρια средняя At all плохо					
RECEPTION													
CHECK IN	100.0%	34	77.3%	4	9.1%	6	13.6%		0.0%	44	93.18%		
INFORMATION	100.0%	34	77.3%	7	15.9%	3	6.8%		0.0%	44	94.89%		
CUSTOMER SERVICE	100.0%	36	81.8%	5	11.4%	2	4.5%	1	2.3%	44	94.77%	1	
											132	94,28%	
COMMUNAL AREAS													
Surrounding area	100.0%	37	84.1%	7	15.9%		0.0%		0.0%	44	97.61%		
Comfort	104.5%	35	76.1%	11	23.9%		0.0%		0.0%	46	96.41%		
Cleanliness	95.5%	32	76.2%	7	16.7%	2	4.8%	1	2.4%	42	93.81%	1	
											132	95,95%	
ROOM													
Facilities	100.0%	37	84.1%	7	15.9%		0.0%		0.0%	44	97.61%		
Cleanliness	100.0%	36	81.8%	8	18.2%		0.0%		0.0%	44	97.27%		
Comfort	100.0%	37	84.1%	7	15.9%		0.0%		0.0%	44	97.61%	1	
											132	97,50%	
BATH ROOM													
Facilities	100.0%	29	77.0%	12	27.3%	2	4.5%	1	2.3%	44	92.39%		
Cleanliness	100.0%	34	77.3%	7	15.9%	3	6.8%		0.0%	44	94.89%	1	
											88	93,64%	
OUR KITCHEN													
MAIN RESTAURANT "ZEUS"													
Taste	100.0%	35	79.5%	6	13.6%	3	6.8%		0.0%	44	95.23%		
Presentation	100.0%	35	79.5%	8	18.2%	1	2.3%		0.0%	44	96.36%		
Variety	100.0%	36	81.8%	5	11.4%	3	6.8%		0.0%	44	95.57%	1	
											132	95,72%	
RESTAURANT "HERMES"													
Taste	100.0%	39	88.6%	4	9.1%	1	2.3%		0.0%	44	97.73%		
Presentation	100.0%	39	88.6%	4	9.1%	1	2.3%		0.0%	44	97.73%		
Variety	100.0%	39	88.6%	2	4.5%	3	6.8%		0.0%	44	96.59%	1	
											132	97,35%	
TAVERNA "POSEIDON"													
Taste	100.0%	37	84.1%	4	9.1%	2	4.5%	1	2.3%	44	95.11%		
Presentation	100.0%	36	81.8%	5	11.4%	3	6.8%		0.0%	44	95.57%		
Variety	100.0%	35	79.5%	5	11.4%	4	9.1%		0.0%	44	94.66%	1	
											132	95,11%	
ROOM SERVICE													
Taste	100.0%	41	93.2%	2	4.5%	1	2.3%		0.0%	44	98.41%		
Presentation	100.0%	41	93.2%	2	4.5%	1	2.3%		0.0%	44	98.41%		
Variety	100.0%	40	90.9%	3	6.8%	1	2.3%		0.0%	44	98.07%	1	
											132	98,30%	
OUR PERSONNEL													
RECEPTION													
Politeness / Smile	100.0%	39	88.6%	3	6.8%	2	4.5%		0.0%	44	97.16%		
Friendliness & customer service	100.0%	38	86.4%	4	9.1%	2	4.5%		0.0%	44	96.82%		
Appearance	100.0%	41	93.2%	2	4.5%	1	2.3%		0.0%	44	98.41%	1	
											132	97,46%	
GUEST RELATION													
Friendliness & Customer service	100.0%	40	90.9%	2	4.5%	2	4.5%		0.0%	44	97.50%		
Response time	100.0%	38	86.4%	4	9.1%	2	4.5%		0.0%	44	96.82%	1	
											88	97,16%	
BELL BOY													
Friendliness & Customer service	100.0%	37	84.1%	6	13.6%		0.0%	1	2.3%	44	96.25%		
Appearance & cleanliness	100.0%	38	86.4%	6	13.6%		0.0%		0.0%	44	97.95%	1	
											88	97,10%	
ANIMATION													
Friendliness & Customer service	100.0%	44	100.0%		0.0%		0.0%		0.0%	44	100.00%		
Appearance & cleanliness	100.0%	44	100.0%		0.0%		0.0%		0.0%	44	100.00%	1	
											88	100,00%	
CHAMBERMAIDS													
Friendliness & Customer service	100.0%	37	84.1%	7	15.9%		0.0%		0.0%	44	97.61%		
Appearance & cleanliness	100.0%	39	88.6%	5	11.4%		0.0%		0.0%	44	98.30%	1	
											88	97,95%	
BEACH STAFF													
Friendliness & Customer service	100.0%	35	79.5%	8	18.2%		0.0%	1	2.3%	44	95.57%		
Appearance & cleanliness	100.0%	33	75.0%	8	18.2%	2	4.5%	1	2.3%	44	93.75%	1	
											88	94,66%	
MAIN RESTAURANT "ZEUS"													
Friendliness & Customer service	100.0%	35	79.5%	9	20.5%		0.0%		0.0%	44	96.93%		
Appearance & cleanliness	100.0%	38	86.4%	6	13.6%		0.0%		0.0%	44	97.95%	1	
											88	97,44%	
RESTAURANT "HERMES"													
Friendliness & Customer service	100.0%	41	93.2%	3	6.8%		0.0%		0.0%	44	98.98%		
Appearance & cleanliness	100.0%	41	93.2%	3	6.8%		0.0%		0.0%	44	98.98%		

Tabela 1. Pomegranate Spa Hotel, hotelska statistika zadovoljstva gostiju, Bomba Animation Team

- Tuniski animatori rade po relativno strogim pravilima. Iz nekoliko izvora proverena informacija je da tuniski animatori za vreme kontakta sa gostima treba da sede za svakim stolom nekih petnaestak minuta, a da zatim pređu za sledeći. Čak nije tajna da tim lider prođe kraj stola za kojim sedi animator sa gostima i pokaže na sat, što znači da je vreme za razgovor sa sledećim gostima. Pravilo beogradske škole animacije je ne družiti se isključivo samo sa jednom porodicom ili preferirati, recimo, samo šarmantne mlade dame, ali je odnos mnogo ljudskiji. Može se desiti situacija da neki par ili porodica u jednom, za njih važnom, intimnom momentu ne žele nikakvo uznemiravanje ili društvo. Bitno je da animator ume proceniti raspoloženje gosta, a ne po svaku cenu obaviti deo svog animatorskog posla. Karakteristično za beogradsku animaciju je da su česte situacije da veće pre odlaska velike grupe turista zajedno sedi veoma veliki broj turista zajedno sa animatorima. To su ekipe sa odbojke na plaži, fudbala, pikada i slično sa svojim porodicama.
- Za razliku od tuniske škole, beogradska škola animacije akcenat stavlja na značaj individualnog pristupa svakom gostu. Sa nekim gostima je potrebno biti veoma umeren, naročito prilikom prvih kontakata u hotelu. Pojedini gosti, bez obzira na uzrast, žele da se uključe u rad animacijskog tima, da pomažu animatorima u radu. Pojedini gosti žele samo da posmatraju kvalitetan animacijski program. U svakom slučaju beogradski animator nastoji svakom gostu izaći u susret i ulepšati odmor. Pravilnim pristupom animatora doslovce svaki gost može postati učesnikom animacijskog programa.
- Zanimljiva različitost između dve vodeće škole animacije se uočava i u načinu komunikacije. Primetno je da tuniski animatori nastoje šarmirati goste, bilo ličnim izgledom, bilo različim sposobnosima itd. Beogradski animator ima prijateljski pristup. Štaviše postoji i nepisano pravilo da će se animatorka prilikom kontakta sa (bračnim) parom gostiju najpre obratiti dami (potom gospodinu) i više komunicirati sa njom, i obrnuto sa muškim članom tima. Na taj način se izbegavaju nepotrebni problemi ljubomore među gostima. Takođe, animator se trudi da zna dati odgovore na mnoga, različita pitanja. Zbog toga animaciju treba da vode animatori najviših karakternih osobina i sa najboljim pedagoškim obrazovanjem.
- Još jedna odlika beogradske škole animacije je da kao dobar “domaćin“ čestita rođendane, jubileje, godišnjice i sl. svojim gostima. Pravilo Bomba Animation Team-a je da svako jutro na recepciji tim lidera očekuje spisak rođendana gostiju. Deci koji taj dan slave rođendan se u dečijem klubu spremaju pokloni. Obično su to cvetovi od papira, baloni, nakit

od makarona ili jeftinih perlica i slično, koje prave ostala deca uz pomoć animatora. Uveče, nakon mini diska se pušta odgovarajuća pesmica (happy birthday) i čestita se putem mikrofona. Ukoliko roditelji izraze želju može se organizovati torta, vatromet, mađioničarski program i sl. Rođendani odraslih gostiju se ne čestitaju javno bez prethodnog razgovora i dogovora sa porodicom. Ako članovi porodice izraze želju tim animacije organizuje pravo slavlje uz tortu, šampanjac, vatromet, pa čak i muziku uživo (violina ili sl).



Slika 19. Rođendan u dečijem klubu, Bomba Animation Team, Hotel Potidea Palace

- Ne košta mnogo, a gostima, svih uzrasta, mnogo znači diploma koju mogu osvojiti i dobiti od animacijskog tima. Nije neobično za timove beogradske škole animacije da praktikuju dodeljivanje diploma svojim gostima ne bi li ih dodatno motivisali na učešće u aktivnostima, ali i da bi ih obradovali. Sa druge strane, te diplome služe i kao reklamni materijal.
- Bez ikakvih malicioznih nastojanja da se primetiti da, ponekad, tek pristigli gosti imaju izražen strah od animatora. Nakon postepenog, malo bližeg upoznavanja sa tim turistima može se čuti da su bili uprljane garderobe, obrukani ili poniženi od strane animatora tuniske animacije (načešće govore o iskustvima iz Turske). Istini za volju, jedan procenat turista govori u superlativu i za takvu vrstu šala.

U beogradskoj školi animacije se uči da je svaka igrice dobra, ali da treba znati proceniti kada je primeniti. U nepoznatom društvu treba voditi računa i birati prikladne igrice. Ako je velika grupa dobrih poznanika ili prijatelja svaka igrice može biti lepo prihvaćena.

- Ukoliko ove dve škole animacije uporedimo prema kriterijumu *odnosa u timu* uočićemo još jedan važan faktor, koji može da objasni neke od navedenih razlika.

- Najpre treba reći nekoliko činjenica vezano za važnost samog tima u vezi beogradske škole animacije. Tim animacije je jedan od timova u strukturi hotelskog funkcionisanja koji je zadužen da se ostvari ukupna pozitivna atmosfera na bazi učestvovanja u ponuđenim dnevnim i večernjim aktivnostima (Mitić, 2012). Bez obzira na uslove rada, satnicu i napor, ovog nimalo lakog zanimanja, sve se može postići kada postoji timski rad i dobri odnosi u timu. Uzajamno pomaganje, rad, disciplina, istina i drugarstvo su samo neke od stvari koje krasi jedan tim animacije (Ivanovski i Mitić, 2012). Jak tim podrazumeva – svi za jednog, jedan za sve. Naime, prvo i osnovno je da ukoliko neko od kolega ima bilo kakav problem (zdravstveni ili sl.) ostatak tima automatski pokriva tu slabu tačku. Štaviše, iz ličnog iskustva, u dugogodišnjem radu Bomba animation team-a, koji je u jednom periodu pokrивao nekoliko hotela na Halkidikiju, dešavale su se situacije da animator iskreno kaže da, jednostavno, taj dan nije psihički u vrhunskoj formi i da njegove kolege, žargonski rečeno, povuku malo jače da taj nedostatak ne bi uočili gosti hotela.

Lično nisam imala priliku uočiti takav odnos u nekom tuniskom timu animacije.

- Još je zanimljiviji odnos između tim lidera i ostatka tima. Primetno je da je u tuniskom načinu rada glavni animator više šef nego lider. U hotelima gde su tuniski timovi veoma lako je proceniti ko je odgovoran za animaciju. Neretko, sa ozbiljnim izrazom lica, obilazi animatore na njihovim aktivnostima, naređuje, daje instrukcije i ispravlja greške pred gostima.

Takvo ponašanje nije karakteristično za beogradsku školu animacije. Pravilo je da se bilo koja primedba, kao i bilo koji problem, rešavaju van vidokruga gostiju, odnosno da gost ne sme osetiti bilo kakve tenzije u vezi animacijskog tima.

Lično sam imala privilegiju godinama raditi sa kolegom profesorom Zoranom Ivančevićem sa kojim smo zajedničkim snagama osnovali, može se reći brend, Bomba Animation Team. Bilo je situacija kada je kolega bio tim lider, a bilo je situacija kada je bilo obrnuto.

Zahvaljujući profesionalizmu i pravilu animacije da se iskoriste potencijali svakog pojedinca u timu, način rada i funkcionisanja u timu je bio uvek jednak (osim administrativnih formalnosti). Svako je znao i obavljao svoj deo posla, a rezultati su bili više nego zadovoljavajući.

- Osim što nije lepa slika da tim lider naređuje i pokazuje prstom ko treba šta da uradi, nije ni prijatno raditi pod takvim uslovima.

Prednosti timskog rada i vodstvo tim lidera, a ne šefa animacije, sam i sama osetila i to u obe pozicije. Na osnovu toga mogu zaključiti da je uvek lakše i prijatnije raditi kada je pozitivna atmosfera u timu, kada je tim kao porodica. U tom slučaju se sa mnogo lakše postižu veoma dobri rezultati.

Možda bi bilo zanimljivo navesti jedan primer međusobne podrške u timu. Uobičajena je praksa da se svako veče nakon završenog programa spremaju i čiste animacijske prostorije, odvajaju kostimi za pranje, spremaju korišteni rekviziti i sl. Nakon jednog veoma dugačkog i napornog animacijskog dana rekla sam kolegama iz tima da je kasno, da smo premoreni i da ćemo sve to srediti sledeći dan. Poželeli smo jedni drugima laku noć, a ja sam sa željom da im pokažem moju zahvalnost za dobro obavljanje posla ostala i sama sredila sve što je bilo potrebno. Bili su prijatno iznenađeni. Kada se sledeći put dogodila slična situacija, opet smo poželeli jedni drugima laku noć i malo sam sačekala pre nego što sam počela spremanje i čišćenje. U tom momentu, celi tim se vratio i rekli su da su krišom gledali šta se događa i čekali. Zajedno smo sve sredili veoma brzo i uz mnogo smeha, a na kraju se i družili uz lubenicu i voće koje su ranije spremili, apsolutno ne osećajući umor ili bilo kakav napor.

- Pored uma, duha i tela, svi posedujemo i ego. Egoizam je nešto sa čime treba svi da živimo, ali je umetnost naći meru i upravljati svojim egom, a ne dozvoliti da ego upravlja nama. Tako i posao turističkog animatora je zanimanje u kome postoji egoizam. Pored altruizma i želje da se ulepša nečiji odmor, odnosno, dio nečijeg života, pokretač svakog animatora je, u određenom procentu, i njegov ego koji teži postizanju dobrih rezultata u poslu kojim se bavi. Koliko je bitno upravljati egom u svakodnevnom životu, barem duplo važnije je u svetu animacije. Tuniske animatore karakteriše dosta izražen egoizam, privlačenje pažnje i isticanje sebe u odnosu na goste, ali i u odnosu na svoje kolege.

Sa druge strane, na osnovu svega rečenog do sada, možemo podvući činjenicu da animatori beogradske škole animacije, u velikoj većini slučajeva, postavljaju ispred sebe kako gosta, tako i svoje kolege.

Opet bih navela jedan primer iz sopstvenog iskustva. U periodu kada sam ja držala kormilo animacijskog broda kolege iz tima su mi dali nadimak – mama (iako je bilo hronološki i starijih kolega od mene). Naime, najbolji međusobni odnosi u timu, odnosi sa gostima, sa menadžmentom i najbolji uspesi su postizani kada sam sve pohvale na račun animacije pripisivala timu, a bilo koji problem, primedbu ili pokudu sama preuzimala, što, ako realno pogledamo, i jeste jedino ispravno. Na taj način animatori su zadovoljni, raspoloženi, bez nepotrebnog stresa i mnogo bolje obavljaju svoj posao. U slučaju nekog problema ili propusta gost ili uprava hotela znaju kome da se obrate, a tim lider i jeste na toj poziciji i ima i odgovarajuća primanja, između ostalog, i zbog rešavanja takvih situacija. Na taj način rezultati koje tim postiže su veoma dobri, što je satisfakcija i za samog lidera.

Na početku je ponekad potrebno i malo impulsivnije zaštititi svoj tim i ograničiti ponašanje pojedinaca iz hotela koji se šefovski ponašaju prema animatorima, naređuju, ponekada i viču (naročito prema početnicima ili studentima na praksi). Naglasiti da se za bilo kakav nesporazum sa animatorom obrate tim lideru koji jedini ima pravo rešavati probleme sa timom. Sa druge strane, u timu mora vladati apsolutna iskrenost i poverenje.

Osnova dobrog funkcionisanja u timu je komunikacija (Ivanovski i Mitić, 2012). Drugim rečima u svakom timu, gde su animatori, obično u periodu od šest meseci, svakodnevno upućeni jedni na druge mogu se desiti nesporazumi ili slično. Veoma je bitno na vreme raščistiti međusobne odnose, što je uz dobru komunikaciju, pozitivnu atmosferu i lepote animacije kao zanimanja uglavnom veoma lako.



Slika 20. Bomba Animation Team i zadovoljni gost, Hotel Potidea Palace

9. Zaključak

Nakon svega rečenog do sada može se reći da se zaključak nameće sam po sebi.

Osnovne karakteristike tuniske animacije su atraktivnost programa, naročito večernjih. Akcenat je na animatorima koji su često veoma glasni. Skoro po pravilu, svaki tuniski animator teži biti zvezda hotela. Kod jednog procenta turista izazivaju oduševljenje, ali ni konflikti sa gostima im nisu nepoznanica.

Ono što karakteriše beogradsku školu animacije je da animatori hotel doživljavaju kao sopstvenu kuću, a turiste kao svoje goste. Najjači adut je odnos sa gostima. Beogradska škola animacije oslikava slovensku dušu, predstavlja dušu hotela i na taj način vezuje goste za hotel. Neretko se sa gostima druže i van radnog vremena.

Beogradska škola animacije ima još jednu prednost. Obzirom na način gledanja na animaciju i hotel, skoro da je postala praksa da formiraju grupe na facebook, postavljaju videa animacije i hotela na you tube, imaju dobre kritike na internetu itd. što je u današnje vreme interneta veoma dobar vid reklame.

Ukratko rečeno, animacija predstavlja način života, a u odnosu na goste pored održavanja visokog standarda animacijskog programa teže individualnom pristupu svakom gostu, što u današnje vreme treba da bude i jeste imperativ. Potvrda toj tvrdnji su rezultati koje beogradski animatori postižu.

10. LITERATURA

Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, dostupno na: <http://duth.gr/>

Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja, Dostupno na: <http://www.dif.bg.ac.rs/sr/studije-od-2008-09/strukovne-studije-rekreacije/o-studijama>

Grujičić I. : MINI KLUB KAO DEO ANIMACIJE U LETNJOJ TURISTIČKOJ PONUDI, Diplomski rad FSFV, Beograd, 2001.

Χαρίλαος Κ.: ΑΝΑΖΗΤΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΦΥΣΙΚΗ ΑΓΩΓΗ & ΤΟΝ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟ, ΤΕΦΑΑ, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, 2006.

Hristov B.: EKONOMSKI ZNAČAJ I ULOGA TURIZMA, dostupno na: www.ekof.bg.ac.rs/wp.../Ekonomski-znacaj-i-uloga-turizma.ppt

Ivanovski A. Mitić D.: ANIMATOR IN TOURISM, Brasov, Editura Universitatii “Transilvanija”, 2012.

Ivanovski A.: ANIMACIJA PROGRAMIMA REKREATIVNIH AKTIVNOSTI U TURIZMU, doktorska disertacija FSFV, Beograd, 2014.

Ivkov-Džigurski A.: ZNAČENJE I CILJ ANIMACIJE U TURIZMU, 2012. Dostupno na: <https://sites.google.com/site/ivkovdzigurskins2012/home/nastava/animacija-u-turizmu/predavanja---ppt>

Ivkov-Džigurski A.: RAZVOJ ANIMACIJE U ZEMLJAMA U OKRUŽENJU, 2014. Dostupno na: www.dgt.pmf.uns.ac.rs/download/animacija03.pdf

Jovanovic S.: REKREACIJA UZ TURIZAM, Časopis Rekreacija, br 1, 1997, str. 12, Asocijacija sport za sve Beograd

Mitić D.: PRIRUČNIK ZA ANIMATORE ZIMSKIH REKREATIVNIH AKTIVNOSTI, Udruženje stručnjaka za rekreaciju, Beograd, 2000.

Mitić D.: REKREACIJA, udžbenik na Fakultetu sporta i fizičkog vaspitanja u Beogradu, Viša trenerska škola Beograd, ECPD Međunarodni fakultet sporta Banja Luka, Beograd 2001

Mitić D.: REKREACIJA, skripta za internu upotrebu, Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja u Beogradu

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, dostupno na: <http://mu.edu.tr/en>

Rakin V.: ANIMACIJA U PAKETU TURISTIČKIH USLUGA, Diplomski rad FSFV, Beograd, 2001.

Spasojević D.: ANIMACIJA ZA REKREATIVNE AKTIVNOSTI U HOTELU “AENEAS” KIPAR, Diplomski rad FSFV, Beograd, 2002.

UCPA Institut de Formation aux Métiers du Sport et de l'animation, dostupno na: <http://formation.ucpa.com/>

Verde e Blu Accademia di animazione, dostupno na: <http://www.verdeblu.com/accademia-di-animazione-torino/>

Vujaklija M.: LEKSIKON STRANIH REČI I IZRAZA, Prosveta, Beograd, 1980.

Vukajlovic V: SPORTSKI TURIZAM I WELLNESS, skripta za internu upotrebu, Panevropski univerzitet Apeiron, Banja Luka, 2008.

11. PRILOZI



Primer diplome koju dodeljuje tim animacije

**Primer programa dečijeg kluba, Potidea Palace hotel,
Bomba Animation Team**

Mini club activities

Week 1.

Monday

09.00 opening
In door: hand work (crown)
10.15 morning gym
10.30 darts
11.15 bocchia
15.00 opening
15.30 pool game (ice-cream)
16.00 special activities (hunting signature)
21.00 mini disco (game cola - fanta)

Tuesday

09.00 opening
In door: hand work (magic stick)
10.15 morning gym
10.30 darts
11.15 bocchia
15.00 opening
15.30 pool game (spoons)
16.00 Greek language
21.00 mini disco (game music hat)

Wednesday

09.00 opening
In door: hand work (mask)
10.15 morning gym
10.30 darts
11.15 bocchia
15.00 opening
15.30 pool game (turbo waves)
16.00 special activities (ping – pong ball and straw)
21.00 mini disco (game Statue)

Thursday

09.00 opening
In door: hand work (origami)
10.15 morning gym

10.30 darts
11.15 boccia
15.00 opening
15.30 pool game (fish)
16.00 special activities (Sand castles)
21.00 mini disco (game song competition)

Friday

09.00 opening
In door: hand work (fishes)
10.15 morning gym
10.30 darts
11.15 boccia
15.00 opening
In door: cheerful geography (flags)
21.00 mini disco

Saturday

09.00 opening
In door: hand work (plastelin)
15.00 opening
In door: quiz
21.00 mini disco

Sunday

09.00 opening
In door: hand work (post cards)
10.15 morning gym
10.30 darts
11.15 boccia
15.00 opening
16.00 special activities (Olympic games)
21.00 mini disco (game cola - fanta)

Mini club activities

Week 2.

Monday

09.00 opening
In door: hand work (rabbit)
10.15 morning gym
10.30 darts
11.15 boccia
15.00 opening
15.30 pool game (ice-cream)
16.00 Greek language

21.00 mini disco (Hula hoop contest)

Tuesday

09.00 opening

In door: hand work (jewelry making)

10.15 morning gym

10.30 darts

11.15 boccia

15.00 opening

15.30 pool game (spoons)

16.00 Greek language

21.00 mini disco (game music hat)

Wednesday

09.00 opening

In door: hand work (vase with flowers)

10.15 morning gym

10.30 darts

11.15 boccia

15.00 opening

15.30 pool game (turbo waves with ball)

16.00 special activities (Cookies)

21.00 mini disco (game Statue)

Thursday

09.00 opening

In door: hand work (necklace from macaroni)

10.15 morning gym

10.30 darts

11.15 boccia

15.00 opening

15.30 pool game (towels)

16.00 special activities (bring the item)

21.00 mini disco (game song competition)

Friday

09.00 opening

In door: hand work (aplikacia)

10.15 morning gym

10.30 darts

11.15 boccia

15.00 opening

In door: face painting

21.00 mini disco

Saturday

09.00 opening

In door: hand work (stone paint)

15.00 opening

16.00 special activities (rope games)

In door: quiz

21.00 mini disco

Sunday

09.00 opening

In door: hand work (toys handmade)

10.15 morning gym

10.30 darts

11.15 boccia

15.00 opening

16.00 special activities (Olympic games)

21.00 mini disco (game cola - fanta)