

Animacija za djecu školske dobi (6-12 g.)

Nađ, Marinela

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:451766>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-06**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

MARINELA NAĐ

ANIMACIJA DJECE ŠKOLSKE DOBI (6 – 12 g)

Završni rad

Pula, 2020.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Fakultet ekonomije i turizma

„Dr. Mijo Mirković“

ANIMACIJA DJECE ŠKOLSKE DOBI (6 – 12 g)

Završni rad

Marinela Nađ

JMBAG: 0303073599, redovna studentica

Studijski smjer: Turizam; poslovna ekonomija

Kolegij: Turistička animacija

Mentor: doc. dr. sc. Iva Slivar

Pula, lipanj 2020.

Sadržaj

1. UVOD.....	1
2. TURISTIČKA ANIMACIJA – POJAM I ODREDNICE	3
2.1. <i>Animacija u turizmu</i>	3
2.2. <i>Principi animacije u turizmu</i>	4
2.3. <i>Karakteristike i ciljevi animacije</i>	4
2.4. <i>Učinci turističke animacije</i>	5
3. TURISTIČKI ANIMATORI I KLJUČNI IZAZOVI PROFESIJE.....	8
3.1. <i>Pojam i zahtjevi profesije</i>	8
3.2. <i>Izazovi u turističkoj animaciji</i>	10
4. TIPOVI PROGRAMA U ANIMACIJI DJECE.....	13
4.1. <i>Teorijski pregled animacijskih programa</i>	13
4.2. <i>Animacijski programi za djecu</i>	14
5. ANIMACIJA DJECE ŠKOLSKE DOBI U INTERNATIONAL ANIMATION CLUBU	16
5.1. <i>Animacijski program aktivnosti u kampu Slatini</i>	16
6. ZAKLJUČAK.....	20
LITERATURA.....	22
POPIS SLIKA.....	23
SAŽETAK.....	24
SUMMARY	25

1. UVOD

Danas se pod turizmom podrazumijeva skup odnosa i pojava vezanih uz aktivnosti osoba koje putuju i borave na mjestima izvan svog boravišta radi provođenja slobodnog vremena, iz poslovnih, ali i iz drugih razloga. Animacija je zapravo heterogena uslužna djelatnost koja uključuje različite vrste specifične turističke ponude i čini njezin važan dio jer svojim aktivnostima poziva goste da sudjeluju u aktivnostima i nudi nezaboravna iskustva. Kako je turizam glavna gospodarska grana Republike Hrvatske koja se konstantno razvija, važno je spomenuti turističku animaciju djece.

Iz godine u godinu, dječja animacija veoma je bitan i neizostavan dio ponude svakog kampa ili hotela. U Republici Hrvatskoj postoji desetak agencija koje se bave pružanjem animacijskih usluga po Jadranu, Kvarneru i Istri. Veliku ulogu u turističkim dolascima imaju animatori na kojima je osigurati zadovoljstvo gosta, ali i njegov povratak u destinaciju. Da bi gost pamtio samo lijepe uspomene s odmora i bio što zadovoljniji destinacijom, animatori pripremaju razne programe u kojima svatko može pronaći ponešto za sebe. Programi su namijenjeni za goste svih uzrasta, zabavnog su i sportsko-rekreativnog sadržaja. Rad se bazira na programima za djecu školske dobi (6 – 12 g) koji se dijele na zabavne, sportsko-rekreativne i ostale sadržaje.

Predmet završnog rada i istraživanja prvenstveno je pojam turističke animacije i animatora te načini na koji se animira djecu školske dobi s naglaskom na odabrana poduzeća. Animacija kao dio turističke ponude uvelike pridonosi zadovoljstvu gosta i njegovom povratku u destinaciju.

Cilj ovog rada je upoznati pojam animacije i istaknuti njezinu ulogu, objasniti proces kojim se postaje animator, objasniti koje psihofizičke osobine kandidat treba imati kako bi zadovoljio uvjete za zaposlenje i sl. Također je važno otkriti vrste animacije djece školske dobi te ih potkrijepiti primjerima.

Rad je koncipiran u šest međusobno povezanih cjelina. U prvom se poglavlju rada navode predmet i cilj rada. Drugo poglavlje teorijski objašnjava turističku animaciju, njezinu povijest, podjelu i ciljeve. Potom će u trećem poglavlju biti

objašnjeno tko je turistički animator, kako osoba postaje turističkim animatorom i koje su osobine i vještine za to potrebne. U četvrtom poglavlju navest ćemo tipove programa u animaciji i objasniti programe koji su namijenjeni za djecu. U petom poglavlju prikazat ćemo animacijske programe za djecu školske dobi kroz primjer u poduzeću International Animation Club. Na kraju rada, u zaključku, prikazan je osvrt na cijeli rad i budućnost animacije u Republici Hrvatskoj.

2. TURISTIČKA ANIMACIJA – POJAM I ODREDNICE

2.1. Animacija u turizmu

Izraz animacija potiče od latinske riječi *anima*, što u prijevodu znači „duša“ i *animare*, što znači „oživjeti“. U engleskom jeziku riječ *animation* označava nadahnuće i oživljenje. Prema tome, doslovno značenje izraza animacija bilo bi oživljavanje doživljaja suvremenog otuđenog čovjeka na njegovu odmoru.

„Turistička se animacija, kao dio turističke ponude, definira kao skup usluga kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista da doživi očekivani i željeni turistički program, kojim organizator programa povećava turističku potrošnju“ (Cerović, 2008, 19). Animacijski programi nude se turistima kako bi oni mogli doživjeti odabranu destinaciju ili očekivani program kojim žele doživjeti motiv dolaska u objekt. Svi programi, pa tako i animacijski, stalno se mijenjaju i tako potiču razvoj znanosti i tehnologije. Današnji modeli razvoja i potencijalni sadržaji razvoja turističke ponude zasnovani su na sadržajima *wellnessa* i čitavom sustavu održavanja i poticanja održavanja zdravlja i fizičkog sklada ljudskog tijela i prirode koja ga okružuje. Važnost određivanja oblika valorizacije učinaka animacije u turizmu posebno je važna za menadžere i poduzetnike. Mjere se ekonomski i neekonomski učinci. Menadžerima i poduzetnicima važni su financijski pokazatelji uspješnosti animacijskih programa. Pokazatelji određuju financijske, tj. ekonomske učinke od ponude animacijskih programa jer kroz sustav *benchmarkinga* pokazuju mogućnost usporedbe s konkurencijom u okruženju i prošlim vremenskim razdobljima. Na taj način menadžer može odrediti ekonomske učinke od programa u tijeku, ali i planiranih programa kojima se žele zadovoljiti potrebe i motivi turista, kao i povećati ekonomski učinci od mogućih animacijskih programa.

Komuniciranje, kao vještina i tehnika animacije, u turističkoj ponudi čini osnovu za prijenos animacijskih informacija, a najčešće je i osnova povećanja zadovoljstva i doživljaja. Animacijske usluge ostvaruju postavljene ciljeve samo u uvjetima tržišne valorizacije, i to na turističkom tržištu, s ciljem zadovoljenja potreba i motiva turista.

Tržišna valorizacija animacijske usluge u suštini ostvaruje se kroz marketinške aktivnosti. Primjena marketinga u turističkoj animaciji specifična je u odnosu na primjenu marketinga u drugim tržišnim valorizacijama drugih turističko-gostiteljskih usluga i proizvoda. Tržišna valorizacija animacijskih programa na izbirljivom turističkom tržištu čini vještine marketinga i njegovih općepoznatih koncepcija veoma važnima i neophodnim znanjima svakog menadžera koji se bavi turističkom animacijom. „Animacija u turizmu, kao sustav turističke ponude, ima važnu ulogu u zadovoljenju potreba i motiva turistima kako bi iskusili očekivani doživljaj na svojem odabranom turističkom putovanju.“ (Cerović, 2008).

2.2. Principi animacije u turizmu

Animacijski program organizatoru stvara očekivanu dobit koja se ostvaruje temeljem turističke potrošnje i uspijeva jedino ako odgovara potrebama i motivima turista. Principi animacije usko su vezani s ciljevima animacije, a osnova su planiranja i realizacije svakog animacijskog programa. Prema tome, principima animacije organizator dolazi do ciljeva, a turistu je potrošnja dokaz da je doživio vrijednost za novac, „value for money“. Principi na kojima se temelji turizam su:

- princip slobode – potpuna sloboda odabira ponuđenog gdje turist koristi svaki ponuđeni program po svojim potrebama, željama i motivima
- princip aktivnosti – osoba mora sudjelovati u programu
- princip jednakosti – svaka osoba koja sudjeluje u animacijskom programu ima svoja prava, njihov je izbor koliko će biti angažirani, ali svi moraju biti prihvaćeni i jednaki u programu
- princip primjerenosti – odgovara na pitanje kakav zapravo animacijski program mora biti, a to je da mora biti primjeren svakom segmentu turističke potražnje, odnosno svim uzrastima i zahtjevima gosta.

2.3. Karakteristike i ciljevi animacije

Za animaciju je najvažnije formirati skupinu postavljanjem cilja, odnosno zajedničkih aktivnosti koje će biti dovoljno atraktivne da privuku turiste i potaknu ih da se uključe u skupinu. Ljudi se uključuju u skupinu iz sljedećih razloga:

- zbog cilja koji se postavlja
- zbog privlačnosti ostalih članova skupine

- zbog aktivnosti koja se obavlja
- zbog mogućnosti da pokažu svoje sposobnosti.

Animacija je uslužna djelatnost čiji je cilj oživjeti turističku ponudu novim sadržajima te potaknuti i motivirati turiste da sudjeluju u tim sadržajima i aktivnostima. Turistička animacija pojavljuje se u tri osnovna oblika, odnosno programa: zabavni, sportsko-rekreativni te ostali programi koji su prikazani kroz animacijski program odabranih poduzeća, odnosno destinacija.

Karakteristike zabavnih programa su večernji sati, velik broj sudionika i naglašen trenutak javnosti izvođenja. To mogu biti zabavni programi, igre, glazbeni programi i sl. Što se tiče sportsko rekreativnih programa, njihova je zadaća poticanje rekreacije na odmoru, odvijaju se najviše u jutarnjim satima i sastoje se od iznajmljivanja terena, opreme i rekvizita, škole plivanja i raznih drugih sportova, turnira i natjecanja i sl. Ostali programi animacije su izleti, ekološke aktivnosti u prirodi, kreativne radionice, lokalne manifestacije.

Svrha animacije je povezanost s turistom kroz iskustvo, zabavu, upoznavanje, unapređenje kontakta i ponajprije ispunjavanje želja i potreba gosta, a uz sve to mora se postići socijaliziranje, radionice, obrazovanje, avanture i opuštanje kao oblici animacijskih aktivnosti. Cilj animacije je potpuno zadovoljstvo turista koji maksimalno iskorištava animacijske aktivnosti koje su mu pružene u turističkoj destinaciji radi doživljenja motiva, potreba i očekivanja stečenih prije dolaska u destinaciju te turistička potrošnja kao glavni cilj animacije i ostalih gospodarskih aktivnosti.

2.4. Učinci turističke animacije

Učinci animacije u turizmu definirani su osnovnim ciljevima, a to su zadovoljavanje potreba i želja gostiju te ostvarenje optimalnih poslovnih rezultata.

Neposredni ili ekonomski učinci oni su koji se uvijek iskazuju u novčanom iskazu, kao financijski rezultat. Menadžer mora animacijski program koncipirati tako da

bude financijski isplativ. Učinci koje menadžment očekuje u pravilu se grupiraju u dvije skupine rezultata¹:

- Prihod od prodaje ulaznica za kulturno-umjetničke, zabavne, sportske, rekreativne i ostale programe. Naplaćivanje i prezentiranje određenih promidžbenih poruka te ostalih sadržaja i aktivnosti.
- Prihodi od pružanja ugostiteljskih i drugih usluga, tj. od prodaje alkoholnih i bezalkoholnih pića, toplih i hladnih napitaka, jela, slastica i ostaloga.

Često se u animaciji uz neposredne financijske učinke mogu ostvarivati i posredni financijski učinci, poput sadržaja animacije, koji su besplatni, a kojima je cilj pridobivanje gostiju za neku buduću animacijsku aktivnost, sadržaji animacije koji se naplaćuju direktno te sadržaji koji se ne naplaćuju, ali se financijski učinak očituje u naplati drugih usluga (prodaja pića, napitaka, hrane, suvenira, nagradnih igara i slično).

Posredni učinci ili učinci očekivanog zadovoljstva su određeni očekivanim doživljajem uvjetovanim raznim čimbenicima, koje je financijski nemoguće iskazati, a izrazito su važni. Posredni učinci uvijek su rezultat uspješne organizacije i menadžerski osmišljenog animacijskog programa koji povećava zadovoljstvo gosta i direktno utječe:²

- na motivaciju turista pri izboru određene turističke destinacije
- na ponovni dolazak turista u turističko mjesto
- na dolazak novih gostiju
- na produženje turističke sezone
- na bolju popunjenost kapaciteta iza glavne sezone
- na bolju popunjenost ugostiteljskih sadržaja, promjenu strukture turista i turističke potražnje.

Društveni učinci ili učinci interesa za širu turističku zajednicu (imidž destinacije), kao određeni programi koji se ne naplaćuju, a prate turističku manifestaciju su: promenadni koncerti limenih glazbi, nastupi folklornih i etno grupa, koncerti klapa,

¹ Prema: Cetinski, V.: Animacija – kvaliteta koja se isplati, Privredni vjesnik, Zagreb, br. 6/88, Zagreb, 1988., str.65.

² Ravkin, R.: „Animacija u turizmu“, Založba mladinska knjiga, Ljubljana, 1989., str.70.

ansambala, izložbe i razni scenski nastupi, vjerski, kulturni, ili sportski programi, kojima se promiče neka destinacija ili neki budući program kao dio manifestacije.³

³ Cerović Z.: op. cit., str.145.

3. TURISTIČKI ANIMATORI I KLJUČNI IZAZOVI PROFESIJE

3.1. *Pojam i zahtjevi profesije*

Turistički animator je turistički zaposlenik koji svojim općim karakteristikama mora zadovoljiti karakteristike koje animator treba imati.

Aktivnost započinje s prvim kontaktom animatora i gosta i traje tijekom cijelog boravka, čak i nakon njegova odlaska koji najčešće uključuje zadovoljstvo gosta i obećanje da će se vratiti sljedeće godine.

„Tražene osobine animatora prema gostu su svrha i cilj postojanja turističke animacije u objektu ili turističkoj destinaciji.“⁴

Da bi mogli na adekvatan način obavljati svoju osnovnu zadaću, turistički animatori moraju posjedovati određena znanja i vještine što dobivaju edukacijom. Takve oblike specijalne edukacije u svijetu provode veliki hotelski lanci, turoperatori i agencije za organizaciju zabave, tzv. *entertainment agencies* i to nakon što su već selekcionirali kadar koji odgovara njihovim potrebama. U Republici Hrvatskoj postoji višegodišnje iskustvo u edukaciji animatora. Edukacija stručnih kadrova za animaciju u turizmu provodila se kroz različite pravce, i to unutar sustava obveznog obrazovanja (akademska zajednica) i izvan sustava obveznog obrazovanja (akademska zajednica i stručnjaci praktičari). Kako bi dobili što bolje animatore, edukacija je podijeljena na teorijski i praktični aspekt edukacije. Teorijski aspekt edukacije odnosi se na savladavanje i razumijevanje svih aktivnosti te na dio o timskom radu i rješavanju sukoba u timu, a praktični aspekt uključuje učenje koreografija za *Mini Disco Show* i dr. večernje programe, kreativne radionice za *Mini Club*, vježbanje najava i odjava na pet jezika, javni nastup i sl.

Osnovna načela koja animatori trebaju uvažavati su načela slobode i načelo aktivnosti. Načelo slobode podrazumijeva slobodno sudjelovanje svih sudionika, dok načelo aktivnosti podrazumijeva uključivanje svih sudionika u odabrane programe. U tome ključnu ulogu imaju animatori. U turističkoj praksi u Hrvatskoj kao i u nekim drugim zemljama na poslovima animacije i voditelja sportsko-

⁴ Ibidem, 235.–237. str.

rekreacijskih programa vrlo se često angažiraju kadrovi koji nisu obrazovani u području kineziologije, osposobljeni samo kroz tečajeve sportske animacije. Oni mogu voditi jednostavnije sportsko-rekreacijske programe. Međutim, za kreiranje i provođenje stručnih programa koji utječu na zdravlje sudionika potrebni su isključivo stručnjaci kineziolozi.

Animatori trebaju osjetiti „dušu“ turizma, biti pristupačni, dopadljivi, ljubazni, otvoreni, moraju poznavati jezik, ponašanje, imati moć diskretnog sugeriranja, svestrane animacije, trebaju poznavati psihologiju gosta i domaćina i poslove ostalih turističkih djelatnika. Moraju imati dar za oživljavanje tzv. mrtvih sezona i osiromašenih sadržaja, moraju se boriti za kvalitetu interpretacije i realizacije svekolikih programa na konkretnom jeziku.

Kako bi osoba bila sposobna obavljati posao animatora, mora imati određene psihofizičke osobine. Pod psihofizičkim osobinama podrazumijevaju se: ugodna vanjština, optimalna životna dob, izgrađenost stavova, zainteresiranost i angažiranost, čestitost, profesionalnost, prirodna nadarenost, pažljivost, sklonost umjetnosti, povjerljivost, pozitivna orijentacija, inteligencija i razumnost, dobro zdravlje, energičnost i entuzijizam, lakoća verbalnog izražavanja, otpornost na emocionalne pritiske, taktičnost, sposobnost pamćenja, vještina komuniciranja.

Značajne odrednice u izboru animatora često su i osobnost animatora i vanjski izgled, no izgled mora biti primjeren skupini s kojom komunicira, pa se izbor animatora usklađuje sa zahtjevima skupine, izgrađenim stavovima, optimalnom životnom dobi, zrelosti i prema animacijskim programima mora ulijevati osjećaj povjerenja i iskustva. Čestitost, prirodna nadarenost, pažljivost, povjerljivost te pozitivna orijentacija osobine su koje ulijevaju gostima sigurnost i osjećaj dobrodošlice i ugodnosti. Zainteresiranost i angažiranost, profesionalnost, energičnost i entuzijizam, kao i inteligencija i razumnost osobine su kojima se povećava uspjeh i posjećenost što većeg broja aktivnosti.

Animator mora biti osoba širokih pogleda, raspolagati velikim brojem ulaznih informacija, vladati situacijama, uvijek biti dobro raspoložen te prilikom prvog koraka na radno mjesto, prije početka radnog dana, uvijek brige ostaviti daleko iza sebe, sve do posljednjeg trenutka i posljednje minute radnog dana.

Prirodnom nadarenosti mora širiti osjećaj veselja, s obzirom na profil gostiju, poželjno je biti sklon umjetnosti jer je animacija za one koji žive kao animatori u turizmu umjetnost jer animator mora biti kreativan, optimističan, imati humanistički pristup te razvijati i širiti ljubav prema aktivnostima, spajati ljude različitih stavova i nacionalnosti te stvarati međusobna prijateljstva. Vještinom komuniciranja pokazuje odraz znanja, vještina, navika i svih ostalih osobina koje obilježavaju turističkog animatora.

Bez obzira na to ima li osoba sve navedene osobine, bez znanja svjetskih jezika, ne može u potpunosti biti ono što se traži i zahtijeva od animatora, jer nikada niti jednom gostu, bez znanja njegova materinskog jezika, barem u osnovama, neće uliti povjerenje, sigurnost, niti oduševljenje.

Kao osnovno i najvažnije, animator ne može biti dobar i zadovoljavajuć ako nema dobro zdravlje, jer je animator osoba koja mora biti dostupna i energična, sklona obavljanju svih aktivnosti, bez pokazivanja umora i iscrpljenosti.

Važno je uspostaviti ravnotežu između psihičkog i fizičkog zdravlja, ne samo u animacijskom poslu već i u svakodnevnom životu, bez obzira na obavljanje bilo koje aktivnosti.

3.2. Izazovi u turističkoj animaciji

Kada govorimo o problematičnim situacijama ili konfliktima u poslu, treba ih znati na pravilan način izbjeći ili riješiti. Svakodnevna opterećenja animatora, nestrpljiv gost i loše vrijeme kombinacija su čimbenika koji brzo izazovu te konflikte. Preplitanja traka, odnosno, ega u svijetu jest prepoznato kao transakcijska analiza⁵, odnosno, pojam koji obuhvaća cjelovitu teoriju o ljudskom ponašanju kao i o odnosima koje stvaraju unutar sebe i s drugim ljudima. Čovjek se u životu susreće s različitim reakcijama kao i neobičnim odjecima na svoje reakcije. Svaku od traka (ega) identificiramo po za nju točno određenim karakteristikama.⁶ Čovjek koji koristi pojedinu traku ega, upotrebljava ju uz pomoć određenih riječi, posebnih pokreta i karakterističnog glasa.

⁵ <https://www.psihoterapija-psihodrama.com/transakcijska-analiza/>, 15. 4. 2018.

⁶ <http://www.tzbbz.hr/images/uploads/832/radna-skripta-animacija-2in1.pdf>, 12. 4. 2018.

1. ego starijih, koji čovjeka opominje, ograničava i brine, regulira odnos djeca – stariji
 - riječi koje koristimo: uvijek, nikad, uradi tako, ne čini to, moraš, bilo bi dobro, nikad ne zaboravi, drži se pravila, što će misliti ljudi, kad sam ja bila u tvojim godinama, dozvoli da ti pomognem, ne boj se, nemaš pravo, objasni što hoćeš, ne plači, budi poslušan, budi miran, budi dobar
 - glas: kritičan, strog, zaštitnički, autoritativan, utješan, pun razumijevanja
 - pokreti: ispružen kažiprst, ispitujući pogled, namrštenost, strog izraz, zagrljaj, milovanje, prekrštene ruke, odmahivanje glavom, pogled preko naočala.

Dominantna traka starijih predstavlja usmjerivača ljudi koji djeluju u skladu s namjerama onoga koga emitira. To je u našem slučaju animator koji mora biti oprezan jer može brzo stvoriti gomilu protivnika. Povremeno je uočljivo i nametanje ideja drugih, što znači ometanje vlastitih ideja. Ako je traka starijih omiljena, može imati snažan pozitivan učinak. Gosti će takvog animatora cijeniti kao dobroćudnu i požrtvovanu ličnost. Opasnost koja se uz to pojavljuje je pretjerana briga za goste koja može ometi razvoj njihovih ideja i oduzimati im inicijativu.

2. ego odrasloga koji sebi postavlja realna pitanja i traži adekvatne odgovore i uvijek teži ka ravnoteži
 - riječi koje koristimo: vjerujem, tko, što, gdje, kako, kad, koji, možda, moguće je, često, moje mišljenje je, objasni mi detaljnije, uzroci za to su, moja reakcija je, što vi mislite, realnost, iskustvo, pred vama su činjenice
 - glas: jasan, ispitivački, opušten, precizan, bezosjećajan, harmoničan, srednjeg tonaliteta
 - pokreti : kimanje glavom, direktan pogled, uspravno držanje, opuštenost, ispitivački pogled, pažljiv izraz, zamišljenost, lagodnost, ruka s ispruženim dlanom.

Dominantna traka odraslih korisna je u mnogim okolnostima. U zapletenim, stresnim i konfliktnim situacijama najbolje je da se animator opusti i utvrdi činjenice. Ako gosti animatora poštuju kao ličnost koja zna zadržati nepristranost,

često će ga pitati za savjet. Ako je odrasla traka previše dominantna, animator riskira to da mu posao postane dosadan te da zapadne u monotonu rutinu.

3. Dječji ego koji se na događaje odaziva s osjećajima i instinktima karakterističnima za djetinjstvo.

- riječi koje koristimo: grozno, fantastično, super, hoću to, ne mogu, lijepo, uznemirujuće
- glas: nemiran, plačljiv, povišen, uznemiren, oduševljen, osjetljiv, pokoran
- pokreti: smijeh, povijeno sjedenje, uplašen pogled, plač, široko otvorene oči, namrštenost, nagli trzaji glavom.

Dominantna dječja traka sadrži mnogo potencijala, intuiciju, spontanost, nadahnuće. Korištenjem dječje trake među ljudima animator donosi sreću, radost i veselje. Dječja traka ima ulogu motivatora, inspiratora, a ujedno uključuje i agresivnost koju animator mora obuzdati.

Izbor odgovarajuće trake od velike je pomoći animatoru kad pokušava kontrolirati situaciju.

3. TIPOVI PROGRAMA U ANIMACIJI DJECE

4.1. Teorijski pregled animacijskih programa

Animacijski programi dio su turističke ponude koji moraju biti što zabavniji i privlačniji turistima. Sastavlja ih stručni tim organizatora, a provode ih animatori. Programi se moraju prilagođavati prema vrstama objekata, lokaciji i profilu gostiju koji tamo boravi. Animacijski programi u većini slučajeva podijeljeni su na dobne skupine, odnosno na programe za djecu te na programe za odrasle.

Vrste animacijskih programa prema Krippendorfu (1996.) su:

- kretanje – sport, sportske igre, šetnje
- druženje – piknik, izlet, rođendan za djecu
- stvaralačke aktivnosti – fotografiranje, crtanje, kolaži, radionice
- naobrazba – koncerti, predavanja, pjevačke večeri
- pustolovine – rafting, logorovanje, noćno skijanje, ronjenje
- mirovanje – joga, meditacija.

Mihovilović (1984) pak animacijske aktivnosti dijeli na deset skupina:

- društveni kontakt
- igre
- sportske aktivnosti
- društveno-zabavne aktivnosti
- kulturno-umjetničke aktivnosti
- aktivnosti u prirodi
- zdravstveno- rehabilitacijske aktivnosti
- atrakcije
- izleti
- tehničke aktivnosti.

4.2. Animacijski programi za djecu

Djeca su najvažniji segment potražnje jer sretno je dijete ključ povratka i uspjeha. Sretnim djetetom dobiva se zadovoljan roditelj, a gostima se ulijeva povjerenje u animatora i cjelokupno osoblje.

Dnevni programi obično se dijele na šest vremenskih dijelova: jutro, prijepodne, podne, poslijepodne, večer i noć. Osim raznovrsnosti dnevnika aktivnosti moramo paziti i na određene sadržaje koji bi se trebali odvijati svakoga dana u isto vrijeme: razgovor s animatorom (PR / dijeljenje letaka / davanje informacija gostima), jutarnja rekreacija i sl. Na ovaj se način kod turista razvija navika da u nekim aktivnostima redovito sudjeluje. Tjedni program izrađuje se po danima i odnosi se prvenstveno na ponuđeni program, što znači da mora biti planiran već unaprijed za predsezonu, glavnu sezonu i postsezonu. U planiranju dnevnih i tjednih programa potrebno je imati u vidu načelo postupnosti, što znači da program teče po etapama. Etape se u dnevnom programu izražavaju u jutarnjem razgovoru s animatorom i lakim rekreativnim vježbama, zato da bi u prijepodnevnom i popodnevnom vremenu bile organizirane aktivnosti koje traže sudjelovanje većeg broja ljudi.

Posebnu ulogu prilikom sastavljanja programa imaju animacijski programi za djecu, tzv. "mini klub programi". Programi su napravljeni za različite uzraste djece, a sljedeći primjeri namijenjeni su djeci školske dobi, od šest do dvanaest godina. Da bi se zadovoljio ukus djece u tako širokom rasponu uzrasta potrebno je pripremiti široki spektar aktivnosti tako da se zabave baš svi. Mini klub program mora imati bar jednu aktivnost ujutro, jednu aktivnost popodne i, naravno, večernju zabavu koja počinje večernjim programom.

Primjer aktivnosti za:

- jutarnji program: vježbe u prirodi, aerobik, gimnastika, *fitness*, *jogging*, brzo hodanje
- program uz more/bazen: vaterpolo, aerobik u vodi, igranje u vodi, gađanje vodenim balonima, picigin
- program sportskih aktivnosti: minigolf, vožnja bicikla, pikado, tenis, stolni tenis, nogomet, mali nogomet, košarka, odbojka na pijesku, vaterpolo, gađanje iz luka i strijele

- kulturni programi: posjet obližnjem muzeju ili spomeniku, organizacija izložbe, recitali, literarne večeri
- umjetnički programi: kreativne aktivnosti, crtanje i slikanje, predavanje, ples, koreografija, pjevanje, *talent show*, kvizovi znanja, društvene igre
- večernji programi: igre, ples, *talent show*, igre na sreću, priredbe, kratke predstave i priče, zabavne večeri, *Mini Disco Show*.

5. ANIMACIJA DJECE ŠKOLSKE DOBI U INTERNATIONAL ANIMATION CLUBU

Agencija Istra Animation Club, odnosno nekadašnja agencija Bloo d. o. o. osnovana je 1992. godine od kada kontinuirano realizira animacijske programe. Godine 2007. proširuju poslovanje na Mediteran i mijenjaju ime u International Animation Club. Tijekom godina poslovanje agencije unaprjeđuje se raznim edukacijama i profesionalnim usavršavanjima te stručnim ekskurzijama. Sve aktivnosti provodi stručni tim, odnosno dva animatora i voditelj tima, a programi su obogaćeni rekvizitima, kostimima i scenografijama. Istra Animation Club promovira posao turističkog animatora kao atraktivno, odgovorno, ali i zahtjevno zaposlenje koje uz adekvatnu plaću i smještaj omogućuje razvoj osobnih vještina. Autorica ovog rada kao dugogodišnja zaposlenica agencije International Animation Cluba zaključuje da je agencija profesionalna i organizirana te da u potpunosti zadovoljava opis usluge koju obavlja. Svaka destinacija na kojoj agencija djeluje, odnosno pruža animacijske usluge specifična je na svoj način, kao i tim koji obavlja taj posao. Kao što je već i navedeno, agencija ulaže mnogo resursa u stručne edukacije i usavršavanje zaposlenika, što na kraju rezultira uspjehom i zadovoljstvom gostiju, što je vidljivo u anketama i recenzijama gostiju.

5.1. Animacijski program aktivnosti u kampu Slatini

Svaki dan započinje u 09:15 tjelovježbom za odrasle, nakon čega kreću aktivnosti za djecu. U 10:15 otvara se *Mini Club* gdje se održava cijeli program. Svaki dan održavaju se različite kreativne radionice te drugi sportovi i sportski turniri. Primjerice, ponedjeljkom se izrađuju torbe ili ruksaci od posebnog materijala čiju boju svako dijete bira samo, a od sportova, ponedjeljak je dan za turnir u odbojci na pijesku i streličarstvo.

Slika 1: Izrada torbi u *Mini Clubu*



Izvor: autoričina galerija

Dan završava *Mini Disco Showom* koji počinje u 20:15 navečer. *Mini Disco Show* također svakodnevno mijenja svoju tematiku, odnosno veže se uz tematiku dana. Ponedjeljkom djeca na *Mini Disco Show* donose torbe koje su izradili tijekom dana u *Mini Clubu* i održava se mini revija kako bi gledatelji vidjeli što su djeca izrađivala. Uz to, animatori s djecom plešu nekoliko plesova (*A Ram Sam Sam*, *Baby Shark*, *Ilarie*, *Gummy Bear Song* i sl.) i igra se igra u kojoj pobjednik dobiva diplomu i određenu nagradu. Točnije, u kampu Slatina pobjednik igre dobiva kupon za besplatno skakanje na trampolinu.

Slika 2: Animacijski program kampa Slatina 2020.



Vrijeme / Time	Nedjelja Sunday Domenica	Ponedjeljak Monday Montag Lunedì	Utorak Tuesday Dienstag Martedì	Srijeda Wednesday Mittwoch Mercoledì	Četvrtak Thursday Donnerstag Giovedì	Petak Friday Freitag Venerdì	Lokacija Location
09:15	GYM/STRECH	GYM/STRECH	GYM/STRECH	GYM/STRECH	GYM/STRECH	GYM/STRECH	Mini Club
10:00	GOOD MORNING	GOOD MORNING	GOOD MORNING	GOOD MORNING	GOOD MORNING	GOOD MORNING & WOOL PRODUCTION	Mini Club
10:15	MINI SPORT BADMINTON 1vs1	MINI SPORT ARCHERY 1vs1	MINI SPORT BOCCIA 1vs1	MINI SPORT ARCHERY 1vs1	MINI SPORT BADMINTON 1vs1	MINI SPORT ARCHERY 1vs1	Mini Club
11:00	TEEN SPORT Archery	TEEN SPORT Morning bowling	TEEN SPORT Mini football 1 vs 1	TEEN SPORT Archery	TEEN SPORT No limit games	TEEN SPORT Family games	Mini Club
12:00	Kids Games	Kids Games	Kids Games	Kids Games	Kids Games	Kids Games	Mini Club
16:00	ATELIER & TALENT BOX Group 1	ATELIER & TALENT BOX Group 1	ATELIER & TALENT BOX Group 1	ATELIER & TALENT BOX Group 1	ATELIER & TALENT BOX Group 1	ATELIER & TALENT BOX Group 1	Mini Club
16:45- 17:00	Break for cleaning mini club	Break for cleaning mini club	Break for cleaning mini club	Break for cleaning mini club	Break for cleaning mini club	Break for cleaning mini club	Mini Club
17:00	ATELIER & TALENT BOX Group 2	ATELIER & TALENT BOX Group 2	ATELIER & TALENT BOX Group 2	ATELIER & TALENT BOX Group 2	ATELIER & TALENT BOX Group 2	ATELIER & TALENT BOX Group 2	Mini Club
16:00	SPORT TOURNAMENT BEACH VOLLEY 2vs2	SPORT TOURNAMENT BADMINTON/ PING PONG	SPORT TOURNAMENT BASKETBALL	SPORT TOURNAMENT BEACH FOOTBALL 2vs2	SPORT TOURNAMENT BEACH VOLLEY 2vs2	SPORT TOURNAMENT BADMINTON/ PING PONG	Mini Club
17:45	EXHIBITIONS ON STAGE	EXHIBITIONS ON STAGE	EXHIBITIONS ON STAGE	EXHIBITIONS ON STAGE	EXHIBITIONS ON STAGE	EXHIBITIONS ON STAGE	Mini Club
18:00	STRETCHING	STRETCHING	STRETCHING	STRETCHING	STRETCHING	STRETCHING	Mini Club
20:15	Summer Mini Games	Summer Mini Games	Summer Mini Games	Open air cinema	Summer Mini Games	Summer Mini Games	Mini Club

- Megames, atelier & talent box, mc dance, exhibitions on stage - kids
- Sport Tournament – volleyball, football, beach football etc.
- Gym/stretch – Bring your towel/yoga mat
- EDUTAINEMNT/Atelier, Summer mini games – Apply on reception, animation corner or at facebook group 'Camping Slatina Animation'

Izvor: autoričina izrada

Za provedbu animacijskih programa zadužen je animacijski tim. Svatko u timu ima određenu odgovornost i svoj dio posla koji obavlja, ali odgovornost cijelog tima je održati turističku sezonu živom i zabavnom i priuštiti svakom gostu doživljaj. Voditelj tima sastavlja plan i program, održava sastanke i izlaže rezultate anketa, radi dnevne, tjedne i mjesečne evidencije posjećenosti animacijskih aktivnosti, a ostali animatori provode sve planove i programe. Cijeli animacijski tim mora neprestano biti u kontaktu s ostalim osobljem lokacije, u ovom slučaju kampa.

Slika 3: Tjedna evidencija posjećenosti animacijskih aktivnosti u kampu Slatina, kolovoz 2020.

TJEDNA EVIDENCIJA SUDIONIKA U ANIMACIJSKIM AKTIVNOSTIMA										
objekt: KAMP SLATINA			broj:					period: 9.8.2020.-14.8.2020		
str.	AKTIVNOSTI	JED.	N	P	U	S	Č	P	UKUPNO	animator
			9.K.	10.K.	11.K.	12.K.	13.K.	14.K.		
1	GIMNASTIKA		6	3	4	5	2	7	27	Lucija/marina
2	AQUAEROBIC									
3	AQUAZUMBA									
4	BEACH VOLLEY		36	19	28	34	31	27	175	Lucija/Marina
5	BEACH FOOTBALL		5	3	4	2	6	4	24	Helena
6	TURNIR NOĆNI									
7	TABLE TENNIS		6	2	8	5	7	4	32	Lucija
8	POOL GAMES									
9	POOL BASKETBALL									
10	WATERPOLO									
11	BOCCIA									
12	PIKADO									
13	DRUŠTVENE IGRE		8	11	9	12	10	14	64	M/H/L
14	TABLE FOOTBALL									
15	MINI GOLF									
16	PLAY WITH A-TEAM OSTALO									
17	DANCE SCHOOL									
18	KIDS GYM									
19	FAMILY GAMES									
20	IGRE BEZ GRANICA									
21	MINI CLUB SPORT		12	9	11	6	10	9	57	Helena
22	MINI CLUB AQUAGAMES									
23	MINI CLUB ATELIER 1 (JUTRO)		21	17	19	23	16	33	129	M i M i L i H
24	MINI CLUB ATELIER 2 (POSLEDJE PODNE)		16	14	12	19	11	16	88	M i M i L i H
25	MINI CLUB TALENT BOX									
26	MINI CLUB PARADA									
27	MINI CLUB ECO TOUR									
28	MINI CLUB EXHIBITION		16	14	12	19	11	16	88	Helena/marina
29	MINI CLUB DANCE									
30	MINI CLUB DANCE SCHOOL									
31	POTRAGA ZA BLAGOM									
32	MINI CLUB SHOW		24	17	23		19	16	99	M i L i H
33	SHOWTIME (KINO)					57			57	M i L i H
33	SPORT PROMO									
34	HOT HOT									
35	TEEN GAME OF A DAY									
36	TEEN MIN TO WIN									
UKUPNO NA DAN		OSOBA	150	109	130	182	123	146		
		EKIPA								

MC SHOW - upitni svi nastoje djeca u prostoru

SHOWTIME I HOT HOT - upitni se + ili - isključiti ili ne - Beležba upitni broj

Ispod dana u tjednu upitni na dan datum

direktor objekta:

izvor: autoričina izrada

Evidencijom posjećenosti aktivnosti u objektu voditelj animacije izračunava postotke uključenosti i posjećenosti u aktivnosti. Evidencijske liste se šalju na uvid direktoru kampa.

6. ZAKLJUČAK

Animacija kao uslužna djelatnost uvelike je zastupljena u današnjem društvu te se pomoću nje omogućuje lagodniji odmor gostiju na određenim destinacijama. Shodno svemu navedenom, animacija pruža gostu zadovoljstvo te olakšava njegov boravak, bio on dnevni, tjedni ili pak sezonski. Nadasve, ona produbljuje turističku ponudu i potražnju te nudi pregršt atraktivnih aktivnosti i dodatnih sadržaja. Premda na nju možemo naići u raznolikim oblicima, poput animacije za ljude starije životne dobi, za odrasle osobe ili onu namijenjenu djeci, smatra se da je upravo animacija djece predškolske dobi najraširenija na ljetnim destinacijama diljem Republike Hrvatske.

Naime, djeca su ključ povratka na određenu destinaciju te se primaran naglasak stavlja upravo na njih. Samim time prilagođavanje programa različitim uzrastima bitna je sastavnica animacije kao nezaobilazne djelatnosti koja nadilazi brojne prepreke. Potrebno je konstantno unaprjeđivanje sadržaja kako bi se naposljetku dobila široka paleta dnevnih aktivnosti, a sve s ciljem općeg zadovoljstva ponajprije djece, a potom i roditelja, što rezultira pozitivnim recenzijama koje su ujedno i mjerodavni te transparentni odraz turističkog tržišta.

Animator nudi svoju osobnost, brigu, osmijeh, lijepu riječ, na što gosti reagiraju pozitivno, zbog čega lokaciji donosi profit i zbog čega je potražnija za destinacijom veća, a u konačnici se odražava na uspjeh u pozitivnim komentarima u anketama i sigurnosti u povratku sljedeće godine. Zlatno pravilo kojeg se svaki zaposlenik u ugostiteljsko – turističkim objektima mora držati, bez obzira na situaciju glasi: GOST JE UVIJEK U PRAVU.

Budućnost turističke animacije usmjerena je upravo prema edukaciji stručnih turističkih animatora u smislu osiguranja dodatne kvalitete ponude, a samim time i pozitivnih ekonomskih i društvenih učinaka turističke animacije. Znanja i vještine stručnjaka za animaciju u turizmu vezuju se s izobrazbom na domaćim obrazovnim institucijama, a stečena teorijska i praktična znanja nadograđuju višegodišnjim radom u objektima hotelsko-turističkog gospodarstva u turističkim destinacijama u zemlji i inozemstvu. Bez obzira na obvezni sustav izobrazbe, a s ciljem osiguranja dodatne kvalitete animatori u turizmu moraju se kontinuirano usavršavati i razvijati. Specijalizacija turističkih animatora također otvara

mogućnost stvaranja i novih oblika ponude koje pridonose konkurentskoj prednosti objekta i njegovoj posebnosti u odnosu na ostale tržišne konkurente.

LITERATURA

Knjige

1. Cerović, Z.: Animacija u turizmu, Fakultet za turistički i hotelski menadžment u Opatiji, Opatija, 2008.
2. Galičić, V., Ivanović, S.: „Menadžment zadovoljstva gosta“, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija, 2008.
3. Pirjevec, B.: Turizam – jučer, danas. Veleučilište u Karlovcu, Karlovac, 2008.
4. Ravkin, R.: „Animacija u turizmu. Založba Mladinska knjiga, Ljubljana, 1989.
5. Unković, S.: Ekonomika turizma. Savremena administracija d. d, Beograd, 1998.
6. Vroom V.: Work and Motivation, Wiley, New York, 1964.
7. Zvonarević, M.: Psihologija. Školska knjiga, Zagreb, 1983.

Mrežni izvori

1. Transakcijska analiza, <https://www.psihoterapija-psihodrama.com/transakcijska-analiza/> (15. 4. 2018).
2. <http://www.tzbbz.hr/images/uploads/832/radna-skripta-animacija> (12. 4. 2018).
3. Animation Club, <http://international-animationclub.com/>, (25. 8. 2020).

POPIS SLIKA

Slika 1: Izrada torbi u <i>Mini Clubu</i>	17
Slika 2: Animacijski program kampa Slatina 2020.....	18
Slika 3: Tjedna evidencija posjećenosti animacijskih aktivnosti u kampu Slatina, kolovoz 2020.....	19

SAŽETAK

Turistička animacija prodaje doživljava i stvara uspomene, a odnosi se na skup usluga kojima se zadovoljavaju potrebe i želje turista preko ponuđenih programa koji su osnova za poticanje sve veće turističke potrošnje. Veoma je bitno spomenuti animacijske timove koji su zaduženi za aktivnije, smislenije i atraktivnije načine formiranja i prezentiranja turističke ponude te u današnje vrijeme u uključivanje novih proizvoda i usluga namijenjenih sve zahtjevnijem turističkom tržištu. Animacija djece bitan je segment cjelokupne turističke ponude jer su djeca jedan od ključnih faktora u odabiru destinacije.

Ključne riječi: animacija u turizmu, animacija djece, turistička ponuda, turistička potrošnja, turističko tržište.

SUMMARY

Tourism entertainment sells experiences and creates memories and it is actually a set of services that meet the needs and desires of tourists through the entertainment programs that are increasing tourist spending. It is very important to mention tourism entertainment teams that are in charge of more active, meaningful and attractive ways of forming and presenting the whole tourism offer including new products and services intended for the increasingly demanding tourist market. Children animation is an important segment of the overall tourist offer because children are one of the crucial factors in choosing a destination for vacation.

Key words : animation in tourism, kids animation, touristic offer, touristic spending, touristic market.