

ФОЛКЛОРОТ КАКО ТУРИСТИЧКА АНИМАЦИЈА

Тошо Чочороски
Независен истражувач, Охрид
Датум на прием: 05.08.2022 г.

Апстракт: Целта на овој труд е да се согледа фолклорот од друг аспект, односно да се согледаат неговото значење и важноста за развој на туристичката дејност и нејзиното влијание врз развојот на економијата и промоцијата на државата. Ако сè уште има луѓе, кои, кога ќе се спомне фолклор, мислат на стари невестинити и измислени приказни, веднаш треба да го сменат својот став и силно да веруваат дека фолклорот е реалност, наш идентитет, македонски бренд и фактор за развој на туристичкото стопанство и секако – македонската економија. Во овој труд се обработува фолклорот како туристичка анимација, која има за цел да ја збогати туристичката понуда, да влијае на задоволството на туристите и да привлече што поголем број туристи во интерес за развој на македонскиот туризам.

Клучни зборови: анимација, фолклор, туризам

Поим, дефинирање и цели на анимацијата

Поаѓајќи од современиот начин на живот и на работа во денешната индустријализирана и урбанизирана цивилизација, кај работниот човек денес сè повеќе е присутна потребата за промена на местото на живеење и престој во простори, кои се сè уште чисти и незагадени за да се обнови физичката и психичката кондиција на човекот. Секој еден учесник во туристичките движења, покрај тоа што сака да ги задоволи основните потреби: сместување и исхрана, покажува интерес и кон други околности, како што се: запознавање на крајот, објектот, луѓето, обичаите, навиките и друго. Оттаму, потребно е носителите на туристичката понуда да посветат посебно внимание на слободното време на посетителите, односно на времето што треба да им се исполни со разновидни активности. Тие активности треба да бидат поврзани со: спорт и рекреација, културно-забавни активности, излети и прошетки и низа други активности, кои би довеле до збогатување на содржината на туристичкиот престој (Бунташески 2001: 45). Со организирање на активностите се овозможува исполнување и збогатување на туристичкиот престој, правејќи го активен и посодржински. Сето тоа организирање се врши со содржините на анимацијата, која има значајна улога во денешните услови под кои се развива туризмот. Анимацијата произлегува од потребите на туристите за време на туристичкиот престој. Содржината на анимацијата од една страна треба да ги мотивира туристите на

активен одмор, а од друга страна, преку воведување нови и разновидни содржини, да ги задоволи нивните потреби. Поимот *анимација* претставува често експлоатиран поим, кој во стручната литература е тесно поврзан со следниве термини: разонода, забава, релаксација, уживање и сл. Овој поим има потекло од латинскиот јазик и тоа од зборовите *anima* – што значи „душа“, а *animare* – „оживување на нешто“, „вдахнување со живот, поттикнување, придвижување, мотивирање“. Оттука, бројни автори при дефинирањето на поимот анимација ги земаат предвид следниве негови аспекти: забава, разонода, рекреација, опуштање, релаксација, уживање, активно учество во некоја активност и сл. Според етимолошкото потекло на зборот, анимацијата е активност чија цел е да се оживее туристичката понуда со нови содржини, кои ќе ги мотивираат посетителите да учествуваат во нив. Постојат одреден број автори, коишто се занимавале со оваа проблематика и дале свои дефиниции. Поаѓајќи од коренот на зборот, анимацијата може да се дефинира како:

1. поттикнување на туристичката понуда преку збогатување на нејзиниот асортиман со нови и разновидни содржини да обезбеди задоволување на потребите и желбите на гостите со форма и содржина, кои ги бара одредениот сегмент на потрошувачите;
2. мотивирање на гостите што поцелосно да ги користат понудените содржини – колку е можно повеќе да се вклучат во понудените активности во туристичката дестинација за да се постигнат економската и друга корист

(Cerovic 1999: 89).

Според Равкин, анимацијата претставува составен дел на туристичката понуда, која придонесува во збогатувањето на таа понуда со различни содржини и ги поттикнува туристите кон содржаен туристички престој (Ravkin 1989: 78). Според И. Нестороска, анимацијата може да ја дефинираме како значаен сегмент на туристичката понуда, која, преку своите разновидни форми и содржини го привлекува вниманието на туристите, ги поттикнува на забава, рекреација, разонода, интелектуално и културно надградување и доживување, но истовремено придонесува во подобрувањето на содржината и квалитетот на туристичката понуда (Нестороска 2008: 54). Една од најкомплетните дефиниции за анимација е онаа дадена од Клаус Фингер Беноит во својата книга *Animation im Urlaub* (2003) (*Анимација за време на одмор*). Во неа се вели: „Анимацијата во туризмот вклучува една личност (аниматор), кој дава изговорена, пријателска, весела, љубезна, срдечна, атрактивна молба, покана, стимул, охрабрување на туристите/гостите за социјализирање (да се

инволвираат во нешто) преку некоја активност во текот на нивното слободно време додека се на одмор што ги привлекува и сè така до моментот кога се одвива таа низ заедничко дејствување (на гостите или домаќинот) и тој со задоволство пристапува кон запознавање на новото, се приклучува во активности со луѓе и станува дел од дестинациите, културата и воопшто од земјата во која престојува“ (Benoit 2003). Според З. Јаковлев, Ц. Котевски и К. Џамбазовски, анимацијата е сплет на спортско-рекреативни, културно-забавни и излетнички содржини и активности, кои посетителите ги мотивираат активно и динамично да партиципираат во нив за време на туристичкиот престој (Јаковлев, Котевски и Џамбазовски 2010: 2). Основна цел на анимацијата претставува збогатувањето на содржината на туристичкиот престој преку задоволување на желбите и потребите на туристите. Покрај оваа основна цел, анимацијата ги има и следниве цели: организирање и исполнување на содржината на туристичкиот престој во различни забавни, спортско-рекреативни и културни активности; поттикнување на туристите за активно учество во анимацииските активности; иницирање на туристите кон меѓусебно дружење, воспоставување нови контакти, стекнување нови пријателства и сл.; културно надградување и стекнување нови знаења; зголемување на конкурентноста на туристичката понуда; продолжување на туристичката сезона; зголемување на туристичката потрошувачка и зголемување на приходите (Нестороска 2008: 35).

Анимацијата како дел од современата туристичка понуда

Современите трендови во туризмот наметнуваат и потреба за промена на содржината на туристичкиот престој. Некогаш, основните туристички услуги, сместувањето и исхраната беа основни мотиви на туристичките движења, но денес како основни мотиви се јавуваат многу други потреби за задоволување на критериумите на денешните туристи. Денешните туристи од ден на ден стануваат сè попребирливи од кога и да било досега. Развојот на технологијата, достапноста на светот преку дигиталните алатки, можноста во секое време да се посетат туристички дестинации преку интернет, овозможуваат голема информираност на луѓето, а со тоа и можност за споредба на дестинациите едни со други. Таквата споредба ги зголемува барањата на туристите, а од друга страна има силно влијание врз туристичката понуда. Ова е причина повеќе за збогатување на туристичката понуда преку вклучување содржини, кои ќе значат задоволување на нивните специфични барања и желби. Понудата има две основни цели: остварување профит и задоволување на потребите на посетителите. Меѓу овие две цели постои комплементарност. Тоа значи дека степенот

на остварување на првата цел е во зависност од остварувањето на втората. Колку е поголем степенот на придржување до втората, толку ќе биде поголем степенот на реализирање на првата цел. Во тој контекст станува збор за анимацијата, која всушност е составен дел на современата туристичка понуда. Таа ја збогатува туристичката понуда со најразновидни содржини и ги мотивира посетителите на активен и посодржински престој. Сите напори за зголемување на туристичкиот промет и за проширување на економската корист од туризмот, ќе бидат само толку делотворни колку што ќе бидат базирани врз потребите, желбите, склоностите и навиките на посетителите (Чочороски 2021: 134). Затоа, менаџментот во туризмот денеска има сериозна и одговорна улога кога изготвува туристичка понуда и содржини за неа. Програмите за анимација, кои денес се нудат во рамки на современата туристичка понуда, претставуваат специфичен опсег на услуги и објекти што го надополнуваат и го подобруваат целокупниот опсег на услугата за туризам. Активностите за анимација обезбедуваат широк спектар на услуги што имаат за цел да обезбедат повеќе од очекуваното за туристите. Затоа, за да одговорат на различните барања и потреби на туристите, клучна улога имаат аниматорите во програмите за анимација, кои се од суштинско значење. Со други зборови, задоволството на туристите може да се постигне преку надлежностите на туристичките аниматори бидејќи тие имаат за цел да го направат престојот во туристичките дестинации што е можно поубав. Денеска, развиените светски туристички дестинации, својата туристичка понуда ја темелат на современи анимационски содржини, кои ги изготвуваат и ги реализираат обучени тимови за анимација.

Видови и поделба на анимацијата

Поаѓајќи од основната цел на анимацијата – збогатување на содржината на туристичкиот престој преку задоволување на желбите и потребите на туристите, но истовремено имајќи ја предвид и хетерогеноста на туристичките потреби како резултат на хетерогената структура на туристите, во теоријата и во практиката се присутни различни видови анимација. За појасно да се согледаат и да се систематизираат одделни форми на анимација е потребно нивно диференцирање и поделба. Во практиката и теоријата постојат различни поделби, но, во овој труд поделбата е направена според И. Нестороска, и тоа на следниве групи:

а) Според улогата што ја имаат учесниците:

– активна (спортски игри, натпреварување, лов, риболов, цогирање, велосипедизам, планинарење и др.);

– пасивна (набљудување, лежење и гледање телевизија, следење на спортски натпревари, слушање музика, сликање, фотографирање и др.).

б) Според просторот на одвивање на анимацијата:

– анимација на отворено (спортско-рекреативни активности на отворено, како што се: фудбал, кошарка, одбојка на плажа, тенис, минигольф, пинг-понг, гаѓање во мета, јавање; движење во природа за спортисти и рекреативци, како што се: трим-патеки, шеталишта, велосипедски патеки, планинарски патеки и др.; натпревари на активности и групни, индивидуални спортови и спортско-рекреативни игри; културно-забавни активности на отворено, како што се: посета на културно-историски споменици, локалитети, тврдини; посета на: концерти, опери, театарски претстави, национални фолклорни ансамбли; организирање на школи и курсеви за сликање, танцување, фотографирање и др.);

– анимација на затворено (спортско-рекреативни активности; курсеви и часови, кои се организираат внатре, во спортски сали; посета на културно-историски споменици, музеи, галерии, настани во затворен простор);

– анимација на вода (пливање, нуркање, едрење, веслање, кајак, кану, скијање на вода, рафтинг, сурфање, ватерполо, одбојка на вода, возење на педалинки и др.);

– анимација на копно (спортско-рекреативни игри и натпревари, културно-забавни активности и програми, организирање на рекреативни активности во природа и др.);

– комбинирана (спортско-рекреативна и забавна анимација, културна и забавна анимација).

в) Според видот на активности:

– спортско-рекреативна (сите видови спортски игри наведени погоре, на отворено и во затворено);

– забавна (разни видови танци, ора, натпревари – секаква активност што ги забавува гостите);

– културна (посета на културно-историски споменици, локалитети, тврдини; посета на: концерти, опери, театарски претстави, национални фолклорни ансамбли; организирање на школи и курсеви за: сликање, танцување, фотографирање).

г) Според возраста за кого е наменета:

– анимација за возрасни;

– анимација за деца.

д) Според временскиот период во кој се одвива:

- дневна;
- неделна;
- сезонска;
- постојана.

ѓ) Според организацијата:

- сопствена;
- изнајмена.

е) Други видови анимација (излети, посети, гастрономска анимација, учество на различни манифестации, хоби, анимација и др.) (Нестороска 2008: 67).

Во согласност со поделбата на анимацијата, јасно се забележува дека фолклорот е присутен речиси во сите типови и видови анимационски содржини, при што, можеме да заклучиме дека токму од фолклорот може да произлезат многу интересни анимативни содржини, кои би го привлечеле вниманието на туристите, со можност за нивно активно вклучување во нив.

Поим и дефинирање на фолклорот

Кога ќе се спомне зборот фолклор, првата асоцијација кај некои луѓе е дека станува збор за народни ора, песни, обичаи. За други, пак, терминот фолклор обично значи дека нешто е невиност и нереално и дека се работи за приказна и за старо верување. Но, тоа е погрешно сфаќање и е на голема штета на фолклорот, односно на неговото вистинско значење, на неговата вистинска важност и на придобивките од него. Фолклорот значи многу нешта, па затоа е речиси невозможно да се дефинира кратко и јасно. Под овој поим се подразбира и она што го проучуваат фолклористите, но и името на дисциплината во која работат. Во фолклор спаѓаат и: јорганите, извидничките значки, иницијациите во средните училишта, шегите, верижните писма, прекарите, храната приготвена за празници..., како и многу други очекувани и неочекувани нешта. Фолклорот го има во градовите, во предградијата, во селата, во семејствата, во групите на работното место и во студентските домови (Sims & Stephens 2011: 29). Тој е присутен во многубројните видови на неформалната комуникација, било вербална (говорна и пишувана), обичајна (однесување, ритуали) или материјална (физички објекти). Фолклорот вклучува вредности, традиции и начини на размислување и однесување. Го има во уметноста, во луѓето и во начините на кои тие ги стекнуваат своите знаења. Тој ни помага да

научиме што сме и како да му дадеме смисла и значење на светот што нè опкружува. Фолклорот е неформално научно и неофицијално знаење за светот, за самите нас, за нашите заедници, верувања, култури и традиции, изразено на креативен начин, преку: зборови, музика, обичаи, постапки, однесување и материјали. Освен тоа, фолклорот е и интерактивен, динамичен процес на создавање, комуницирање и изведба бидејќи тоа знаење го споделуваме со другите луѓе (Dorson 1976: 167). Во фолклорот спаѓаат: митовите, легендите, народните приказни, шегите, поговорките, гатанките, песните, магиите, благословите, клетвите, пцостите, навредите, одговорите, потсмевот, здравиците, брзокажаните зборови, поздравите и поздравите на заминување (пример: чао, се гледаме...). Покрај тоа, негов дел се и: народните носии, народните ора, драмата и мимиката, народната медицина, народните музички инструменти, народните песни, народниот говор (дијалекти и жаргони), народните споредби, метафори, имиња, народната поезија, детските народни песни за друштвени игри. Во фолклорот спаѓаат и народните ракотворби: плетење, везење, ткаење, потоа типовите куќи, внатрешното уредување и покуќнина на старите селски куќи, рецептите и подготовката на традиционална храна. Во фолклор спаѓаат извиците на уличните продавачи, па дури и извиците што се користат за традиционален начин на повикување или издавање наредби на домашни животни (Aarne 1987: 90). Сега кога ги имаме основните знаења за поимот фолклор и за содржината на формите и активностите кои ги опфаќа фолклорот, во согласност со насловот на трудот, се наметнува прашањето: како фолклорот може да биде туристичка анимација, преку кои содржини и активности? Токму од вакапоставеното прашање произлегува предметот на истражување во овој труд, а тоа е фолклорот како туристичка анимација.

Фолклорот како туристичка анимација

Културата во целина, а посебно: културно-забавните манифестации, галериите и музеите, културно-историските споменици и другите форми на културно-забавниот живот повеќе се поврзани и испреплетени со туризмот. Од една страна културата влијае врз развојот на целокупното туристичко стопанство, а од друга страна, туризмот, преку својата културно-образовна функција, сè повеќе станува масовно средство за ширење на културата (Јаковлев 2002: 19). Туризмот со оваа своја функција, која не е единствена, туку се испреплетува и со други функции на туризмот, се наметнува како потреба и форма за масовно ширење на културата и просветување на населението. Во современиот туризам културно-забавните активности

се на исто ниво со исхраната и сместувањето. Овие активности придонесуваат да се избегне монотонијата и здодевноста кај посетителите. Посетителите имаат потреба од разонода и динамика во активностите. Сиот феномен на разонодата, толку важен и карактеристичен за човекот, има свои корени токму во потребата за промена бидејќи разонодата не е ништо друго, освен своевидна промена на активностите. Многу содржини за културно-забавни активности спаѓаат во таканаречената област на дружба. Дружбата е активност во рамките на една ограничена јавност со неформална интеракција на разонода. Освен хотелските претпријатија за културно-забавни активности, за гостите се грижат и самите тур-оператори, преку своите претставници (водичи) во самите рецептивни места, преку програмите на туристичката анимација. Самата основна функција на туристичката анимација тука би била да се исполни слободното време на туристите преку програми со културно-забавна содржина базирана на фолклорот, но истовремено целта на туристичката анимација е и да поттикне одредена потрошувачка, која, со туристичката анимација, може да се насочува. Покрај збогатувањето на содржината на туристичкиот престој и директната потрошувачка, туристичката анимација на ова поле има и понагласено промотивно значење бидејќи задоволниот гостин е и најдобриот промотор на одредено туристичко место. Туристичката анимација, која произлегува од фолклорот, можеме да ја поделиме на:

- а) туристичка анимација во организација на туристички агенции;
- б) туристичка анимација во организација на хотелите.

Во туристичка анимација, која е базирана на фолклорот, а е во организација на туристички агенции, спаѓаат следниве анимациски програмски содржини: посета на селски домаќинства; посета на етномузеи; посета на стари куќи и воденици; посета на концерти на фолклорни ансамбли; организирање школи и курсеви за изучување на народни ора и инструменти; учество на фолклорни фестивали; посета на гастрономски манифестации; посета и учество во културни манифестации. Во туристичка анимација, која е базирана на фолклорот, а е во организација на хотели, спаѓаат следниве анимациски програмски содржини: организирање македонски вечери; организирање концерти на фолклорни ансамбли; организирање часови за изучување на народни ора; организирање часови за готвење на традиционална македонска храна. Сите овие анимациски програмски содржини се особено значајни за туристичката понуда и за државата воопшто, бидејќи преку нив туристите се запознаваат со нашето културно наследство, со традицијата, се запознаваат со автентичните

национални специјалитети во нашата држава, но и земаат активно учество во нив. Од истражувањата направени за потребите на овој труд, податоците укажуваат на богата понуда на анимациски содржини, кои се базираат на фолклорот на територијата на целата држава, но, тие не се доволно искористени и ставени во функција за развој на туризмот.

Заклучок

Современите трендови во туризмот наметнуваат и потреба за промена на содржината на туристичкиот престој. Некогаш, основните туристички услуги: сместувањето и исхраната беа основни мотиви на туристичките движења, но денес, како основни мотиви, се јавуваат многу други желби за задоволување на потребите на денешните туристи. Како составен дел на современата туристичка понуда, денес се јавува анимацијата. Таа ја збогатува туристичката понуда со најразновидни содржини и ги мотивира посетителите на активен и посодржински престој. Затоа, управувањето во туризмот денеска има сериозна и одговорна улога кога се изготвува туристичка понуда и содржини за неа. Анимацијата во туризмот е сестрана активност на туристите, дел од туристичката понуда, чија задача е осмислување на различни содржини за збогатување на туристичкиот престој и поттикнување на туристите да се вклучат во тие активности. Програмите за анимација што се нудат денес во рамки на современата туристичка понуда, претставуваат специфичен опсег на услуги и објекти што го дополнуваат и што го подобруваат целокупниот опсег на услугата за туризмот. Активностите за анимација обезбедуваат широк спектар на услуги што имаат за цел да обезбедат повеќе од очекуваното, за туристите. Едни од најзначајните програмски содржини, кои им се нудат на туристите се културно-забавните програми, особено оние што се базираат на фолклорот. Во современиот туризам, културно-забавните активности кои произлегуваат од фолклорот, се на исто ниво со исхраната и со сместувањето. Овие активности придонесуваат да се избегне монотонијата и здодевноста кај посетителите. Фолклорот, покрај тоа што претставува важен елемент за креирање анимациски програми, тој може да претставува и основен мотив за организирање на туристичкото патување при што, покрај влијанието на задоволството на туристите, фолклорот може директно да влијае и врз развојот на туризмот и економијата на една држава. Програмските анимациски содржини, кои произлегуваат од фолклорот, имаат повеќеенаменско значење, од една страна за туристите, а од друга страна – уште повеќе и за нашата држава. Имено, покрај вклучување на туристите во таквите

програми, нивно анимирање и уживање, тие, во ист момент, се запознаваат со културното наследство на нашата земја, притоа запознавајќи го нашиот идентитет и традиција. Целта на овој труд беше да се согледа фолклорот во нашата земја од друг аспект, да се согледа неговото значење и неговата важност за развој на туристичката дејност и влијанието врз развојот на економијата и промоцијата на државата. Ако сè уште има луѓе, кои, кога ќе се спомне фолклор, мислат на стари невестинити и измислени приказни, веднаш треба да го сменат својот став и силно да веруваат дека македонскиот фолклор е реалност, наш идентитет, македонски бренд и фактор за развој на туристичкото стопанство и секако – на македонската економија.

ЛИТЕРАТУРА

Кирилични изданија

Бунташески Б. 2001. „Анимацијата во туристичката понуда“, Охрид: Институт за истражување на туризмот – Охрид.

Јаковлев, З. 2002. „Анимација на туристите за време на туристичкиот престој“. *Економија и бизнис*, списание за теорија и практика. Год. V, бр. 54, јуни, Скопје.

Нестороска, И. 2008. Анимации во туризмот. Универзитет „Св. Климент Охридски“ – Битола, Факултет за туризам и угостителство – Охрид.

Чочороски, Т. 2021. Гастрономска анимација во македонскиот туризам. Универзитет „Св. Климент Охридски“ – Битола, Факултет за туризам и угостителство – Охрид. [Докторска дисертација].

Латинични изданија

Sims, M. & M. Stephens. 2011. *Living folklore: an introduction to the study of people and their traditions*. Utah State University Press.

Cerović, Z. 1999. *Osobine animatora u turizmu*. Vološćansko grafičko poduzeće, Volosko-Opatija. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.

Ravkin, R. 1989. *Animacije u turizmu*. Ljubljana: Založba Mladinska knjiga.

Dorson, R. M. 1976. *Folklore and fakelore: Essays toward a discipline in folk studies*. Cambridge, MA: Harvard Univ. Press.

Aarne, A. 1987. *The types of the folktale: A classification and bibliography*. Translated and edited by Stith Thompson. 2nd Revised Edition (Folklore Fellows Communication No. 184). Helsinki: Suomalainen Tiedeakatemia. Academia Scientiarum Fennica.

Сајтографија

Јаковлев, З., Ц. Котевски и К. Џамбазовски. 2010. Анимација во туристичката пропаганда. Труд од 4-ти конгрес на географите на Република Македонија одржан во Дојран од 7. – 10.10.2010, <https://eprints.ugd.edu.mk/892/1/DOJРАН-%20IV%20KONGRES%207-10.2010АНИМАЦИЈА%20ВО%20ТУРИСТИЧКАТА%20ПРОПАГАНДА.pdf> [Пристапено на 21.07.2022].

FOLKLORE AS A TOURIST ANIMATION

Tosho Čočoroski
Independent Researcher, Ohrid

Summary

The purpose of this paper was to perceive folklore from another aspect, to perceive its meaning and importance for the development of the tourist activity and influence on the development of the economy and the promotion of the state. If there are still people who, when folklore is mentioned, think of old untrue and invented stories, they should immediately change their attitude and strongly believe that folklore is a reality, our identity, a Macedonian brand and a factor for the development of the tourist economy and, of course, of the Macedonian economy.

This paper deals with folklore as a tourist animation that aims to enrich the tourist offer, to influence the satisfaction of tourists and to attract as many tourists as possible in the interest of the development of Macedonian tourism.