

DOI: 10.31866/2410-1311.41.2023.276698  
УДК 338.488.2:640.412:778.534.6]:379.828

## ДО ПИТАННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГОТЕЛЬНОЇ АНІМАЦІЇ

Оксана Олійник<sup>1а</sup>, Роксолана Дьяченко<sup>2а</sup>

<sup>1</sup>Кандидат культурології, доцент,

ORCID: 0000-0002-4687-2408

e-mail: oksana\_oliinyk@ukr.net

<sup>2</sup>кандидат мистецтвознавства, старший викладач,

ORCID: 0000-0002-8177-2357

e-mail: roksolana\_d@ukr.net

<sup>а</sup>Київський національний університет культури і мистецтва,  
Київ, Україна

### Для цитування:

Олійник, О., & Дьяченко, Р. (2023). До питання соціокультурного потенціалу готельної анімації. *Питання культурології*, 41, 112–120. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.41.2023.276698>.

*Мета статті* — актуалізувати соціокультурне значення готельної анімації в контексті її зіставлення з анімацією культури та анімаційною педагогікою. *Результати дослідження*. Проаналізовано походження, різновиди, організацію анімації, яка є обов'язковою складовою організації дозвілля клієнтів у готелях і належить до третього виду анімації (за визначенням М. Сміта), а також забезпечує комфортне, цікаве, різноманітне та пізнавальне перебування гостей на території готелю. Походження поняття «анімація» та історія виникнення відповідної практики спрямовують нас до соціокультурної рефлексії цього явища. Така ситуація спостерігається й у визначенні готельної анімації з боку українських дослідників, які, зокрема, вважають її самостійним альтернативним психолого-педагогічним напрямом у сфері культурно-дозвілєвої діяльності, в якій акцентується на особистісних контактах аніматора й гостей. *Наукова новизна* дослідження полягає в аналізі готельної анімації з урахуванням її широкого функціонального призначення як важливого соціокультурного феномену сучасного дозвілля. *Висновки*. Готельна анімація, окрім свого безпосереднього функціонального призначення із забезпечення організованої форми рекреаційного дозвілля, що забезпечує комфортне, цікаве, різноманітне та пізнавальне перебування гостей на території готелю, має важливе соціокультурне призначення. Готельна анімація — це ефективний засіб активізації творчого потенціалу та залучення людини до соціокультурного середовища; своєрідний культурний тригер, що стимулює інтелектуально-емоційний інтерес, зацікавлення різними формами дозвілля, поживляє відпочинок, стимулює соціальну взаємодію та забезпечує широкий спектр вражень від особистої участі гостей готелю в анімаційних заходах. Важливе значення готельна анімація має для розвитку

© Олійник О., 2023

© Дьяченко Р., 2023

Стаття надійшла до редакції: 23.01.2023

та виховання маленьких туристів. Все це наближує її до споріднених понять, таких як анімація культури та анімаційна педагогіка. У такому широкому контексті готельна анімація потребує комплексного дослідження з боку соціальних педагогів, культурологів та інших представників соціогуманітарних наук.

■ **Ключові слова:** готельна анімація; аніматор; дозвілля; соціокультурна функція; готельні послуги

### ■ Вступ

Анімація вже давно стала обов'язковою частиною готельного сервісу, позаяк сучасний турист потребує не лише належних побутових, а й дозвіллевих послуг, від ефективної організації яких залежить загальний рівень готельного обслуговування. На сьогодні навіть створюється враження, що без якісних анімаційних послуг готель в очах клієнтів є дещо неповноцінним або таким, що не відповідає ступеню заявленого сервісу та/або зірковості. Сучасним готельерам доводиться дедалі частіше звертати увагу на той факт, що коли в закладі забезпечена анімація, то його привабливість як для «старих», так і для нових гостей значно зростає. А відповідно — зростає і популярність закладу на ринку послуг та загальний рівень наповнюваності клієнтами.

Тому нині анімація потребує високого рівня не лише практичних рішень, а й комплексної розробки теоретичного підґрунтя їхнього вироблення та впровадження, зокрема з урахуванням не тільки фінансово-економічного зиску, а й соціокультурного значення, про яке в контексті готельних послуг майже не згадується.

### ■ Аналіз попередніх досліджень

Останніми роками активізувалися дослідження анімації як соціально-культурного феномену, зокрема з урахуванням її різновидів, організації й аспектів застосування.

Низка статей зарубіжних дослідників присвячена загальнотеоретичним питанням, історії виникнення поняття «анімація» та його актуальній ролі в соціокультурній сфері. Великий масив публікацій щодо анімації загальнотеоретичного спрямування вийшов з-під пера польських дослідників. Так, Я. Зебровський (Żebrowski, 1987) у праці «Професія та особистість культурних аніматорів у світлі нових концепцій інтегрованої освіти» аналізує походження поняття «анімація», яке він вважає «чарівним» словом, а також роль соціокультурної анімації у процесі пошуків участі громадян у різноманітних сферах діяльності. І. Лісевич (Lisiewicz, 2013) у статті «Систематизація теоретичних підходів до соціальної анімації» аналізує функції, основні труднощі та правила, що регулюють процес анімації. Велику увагу авторка приділила особистості аніматора та його ролі в анімаційному процесі. М. Окупнік (Окупнік, 2012) у статті «Анімація. Назад до теорії і практичні наслідки» упорядковує деякі концепції та представляє три наукові ідеї анімації, які використовуються у різних сферах соціокультурного співжиття.

Відомий англійський дослідник М. Сміт (Smith, 2009) у публікації «Аніматори, анімація і сприяння навчанню та змінам. Енциклопедія неформальної освіти»

ти» аналізує історію виникнення поняття та три моделі анімації, які виокремлюють у науковій літературі: творчо-виразну, соціокультурну та анімацію дозвілля.

Також активізуються дослідження туристичної, зокрема готельної, анімації. Так, хорватські дослідники Дж. Мікулич, Д. Пребежац (Mikulić & Prebežac, 2011) у статті «Оцінка готельних анімаційних програм на середземноморських сонячних і морських курортах: аналіз впливу-асиметрії управління туризмом» аналізують детермінанти задоволення/незадоволення туристів від послуг, запропонованих курортами хорватської мережі готельних комплексів з урахуванням анімаційних послуг з метою визначення ключових факторів задоволеності клієнтів відповідно до трифакторної моделі. Вибірка складалася з відповідей 994 гостей. У статті «Поняття анімації: аспекти туристичних послуг» В. Помпл (Pompl, 1983) пояснює економічні цілі, зміст і стимулятори анімації та аналізує її дидактичні принципи. Також розглядається питання про те, чи не призводить анімація до маніпуляції туристами.

В українській науці нині анімації присвячено достатньо і публікацій, і навчальних матеріалів, спрямованих на підготовку відповідних фахівців у сфері готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. Етимологічним і семантичним основам анімації культури як соціокультурному явищу, динамічному в аспекті формування соціальних відносин, пов'язаних із культурою, присвячена стаття Т. Мазепи (2019). Б. Носа у статті «Особливості організації дитячої анімації у готелях курортного типу» (2021) досліджує теоретичні та практичні аспекти організації, особливості матеріально-технічного, кадрового й програмного забезпечення дитячої анімації, наводить приклади типових анімаційних заходів, узагальнює можливі формати та місце дитячого дозвілля у контексті готельного обслуговування. Т. Ільтьо у статті «Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках» (2015) аналізує анімаційні заходи у готелях, відповідний світовий досвід та окреслює шляхи удосконалення анімаційної діяльності в нашій країні.

Серед навчальних посібників і підручників можемо виділити такі: «Організація спортивної анімації» (Віндюк та ін., 2014), «Організація анімаційних послуг в туризмі» (Кравець & Байлик, 2017), «Дозвілля в зарубіжних країнах» (Петрова, 2005) та ін.

Проте зазвичай анімацію досліджують спеціалісти з менеджменту, економіки, маркетингу, а в культурології відповідних публікацій недостатньо, що у свою чергу актуалізує її вивчення у відповідному контексті.

#### ■ Мета статті

Мета статті — актуалізувати соціокультурне значення готельної анімації в контексті її зіставлення з анімацією культури та анімаційною педагогікою.

#### ■ Результати дослідження

Важливе місце в сучасному готельному обслуговуванні належить анімації, проте поняття «анімація» — комплексне і досить неоднозначне. Лише останнім часом воно набуває активного вжитку в контексті туристичного обслуговування, зокрема дозвілля клієнтів у готелях. Насправді воно значно ширше не

лише за сферою свого функціонування, а й за контекстом тих завдань, які повинно розв'язувати. Йдеться про соціально-культурну сферу, анімацію культури, анімаційну педагогіку та ін. Тому нині дослідники, зокрема британський автор М. Сміт (Smith, 2009), виокремлюють три основні форми анімації: креативно-експресивна (creative-expressive), соціокультурна (socio-cultural) та анімація дозвілля (leisure-time animation).

Анімація у готельних закладах належить до третьої форми й полягає в організованій формі дозвілля, яка забезпечує комфортне, цікаве, різноманітне та пізнавальне перебування гостей на території готелю.

На сьогодні анімація — це не просто додаткові послуги клієнту, а й, безперечно, — один із найефективніших засобів залучення гостей у готель та впливу на позитивну оцінку його роботи. Найбільшу роль, на думку Т. Льюїса (2015), анімація відіграє у підвищенні: якості, різноманітності та привабливості готельних послуг; кількості постійних клієнтів і попиту на готельний продукт; навантаження на матеріальну базу підприємства, а отже, і в підвищенні прибутковості та рентабельності готельної діяльності. За визначенням О. Кравець та С. Байлика (2017), анімація в готелі — це «додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, поряд із добре організованими проживанням, харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку».

Саме ці факти щодо функціонального навантаження готельної анімації провакують підвищений інтерес до неї з боку економістів, менеджерів та маркетологів, залишаючи поза увагою або не зовсім затребуваними рекомендації соціологів, культурологів, педагогів та ін. Утім етимологія походження поняття «анімація» та історія виникнення відповідної практики спрямовують нас до соціокультурної рефлексії цього явища. Так, дослідники наголошують, що саме активізація суспільно-культурного руху наприкінці 60-х років ХХ ст. спровокувала появу такого поняття, як «анімація культури». Власне, поняття «аніматор» з'явилося у Франції у 40-х роках ХХ ст. Згодом у Великобританії, Канаді, США, Німеччині, Італії, Австрії, Польщі «окреслилась проблематика анімації в наукових дослідженнях» (Мазепа, 2019, с. 86).

Поняття «анімація» походить від латинських іменників *anima* — душа, *animatio* — відродження та дієслів *animo*, *animare* — віяти, вдихати життя, а згодом від французького дієслова *animation* — оживлення. У середньовічній латині зникає значення першого слова, а другого «вдихнути життя» — зберігається; поруч з'являється нове значення: стимулювати, заохочувати, робити сміливим, вдихнути душу в групу, спільноту, суспільство та викликати жвавість, активність (Окурнік, 2012). Цей пасивно/активний дуалізм терміна «анімація» відображений у французькій мові, де *animer* означає: 1. Оживляти, оживити щось, привести в рух, надати життєвої сили; 2. Оживити когось, заохотити його, змусити його діяти, стимулювати рушійні сили до дії, пожвавити рух, дарувати життя (Żebrowski, 1987, p. 174).

Водночас найближчим еквівалентом «аніматора» в англійській мові може бути керівник круїзу, який забезпечує розв'язання різних соціальних питань та програму заходів на пасажирському лайнері, а також запобігає конфліктним ситуаціям. Примітно, що в неангломовній спеціальній літературі поняття «анімація» практично не використовується.

Першими аніматорами в нашій країні були працівники культури — масовики-вितівники, які забезпечували дозвілля і розваги на курортах, в санаторіях, будинках відпочинку тощо. Однак їхня діяльність ніяк не асоціювалася з діяльністю сучасного аніматора, якого нині українські дослідники навіть називають «шоу-бізнесменом — масовиком-вितівником у сфері гостинності, який займається організацією культурно-масових заходів, розвагою гостей та організовує дозвілля відпочиваючих» (Кравець & Байлик, 2017). Тому фактично багато років важливість такої дозвіллевої діяльності, зокрема для тих, хто відпочиває, ігнорувалася. Проте стимуляція тіла, духу та соціальної активності через ЗМІ чи інших людей почала ставати дедалі важливішим елементом будь-якого туристичного туру. Так, по суті, не виникло, а відродилося поняття «анімація». Адже готелі, туристичні курорти та туристичні агентства реагують на постійну мінливу ситуацію на ринку: поряд із суто економічними цілями вони змушені враховувати соціальні аспекти (Pompl, 1983).

Анімаційна програма «проєктується, організовується і проводиться самим готелем згідно зі споживчим інтересом, що вивчається на основі анкетних опитувань і особистого контакту персоналу готелю з гостями, наявним досвідом обслуговування гостей тощо» (Кравець & Байлик, 2017, с. 30). Так, хорватські дослідники на основі опитування гостей готелів вказують на кілька суттєвих асиметрій у формуванні їхньої загальної задоволеності. Загалом для більшого задоволення від рекреаційних послуг всі категорії клієнтів, незалежно від типу розміщення та демографічних характеристик, потребують забезпечення дозвілля, яке може охопити три типи анімаційних програм: 1) спортивні заходи; 2) вечірні розваги; 3) розважальні програми для дітей (Mikulić & Prebežac, 2011).

У визначенні українських дослідників, окрім суто фінансово-економічної, вже спостерігаємо привернення уваги до соціокультурного значення готельної анімації. «Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, він постійно зайнятий тим, що його тішить, викликає позитивні емоції, формує прекрасний настрій і збуджує бажання повертатися до таких емоцій знову й знову. Кінцевою метою туристської анімації є задоволеність туриста відпочинком — його гарний настрій, позитивні враження, відновлення моральних і фізичних сил» (Кравець & Байлик, 2017, с. 32).

Тому українські дослідники наголошують, що туристська анімація — це самостійний альтернативний психолого-педагогічний напрям у сфері культурно-дозвіллевої діяльності. «У результаті анімаційної взаємодії задовольняються релаксаційно-оздоровчі, культурно-освітні, культурно-творчі потреби та інтереси учасників цього процесу, створюються умови для формування соціально-активної особи, здібної до перетворення навколишньої дійсності й себе в ній» (Кравець & Байлик, 2017, с. 29). У такому трактуванні функціональне завдання готельної анімації також майже співзвучне меті анімації культури — «змінити людину, навколишню реальність, знайти вихід із духовно-інтелектуальної апатії значної частини соціуму за допомогою культури та соціокультурного середовища» (Мазепа, 2019, с. 85).

Відповідно до визначення готельної анімації вітчизняними дослідниками, в ній акцентується на особистісних контактах — аніматора та гостей, які разом

беруть участь у рекреаційних розвагах (Кравець & Байлик, 2017). Тобто таке розуміння готельної анімації співзвучне з широким трактуванням поняття «анімація»: спосіб робити речі, які мотивують осіб та/або спільноти до самостійного проектування та реалізації діяльності, спрямованої на задоволення власних культурних потреб, зіставлених із загальними цінностями, інтеграція людей між собою, а також з навколишнім світом, подолання конфліктів, стимулювання активності (Окурник, 2012).

Також акцентується увага на ролі аніматора, визначення завдань якого подібне до широкого тлумачення аніматора за М. Смітом (Smith, 2009): практикуючий митець у будь-якій формі мистецтва, який використовує свої навички, таланти та особистість, щоб дати змогу іншим складати, проектувати, розробляти, виконувати або працювати з будь-якими творами мистецтва. Але це визначення поширюється і на діяльність працівників, які координують і проводять дозвілля в комерційних курортних готелях і туристичних місцях.

Отже, інфраструктурне та матеріально-технічне забезпечення анімації безпосередньо залежить від багатьох чинників, але насамперед від завдань, покладених на її організаторів. Саме цілі аніматорів визначають кількість і формат анімаційних заходів, які у свою чергу залежать від загальної концепції, типу, категорії, розмірів, розташування, наявної інфраструктури тощо готельного закладу. З урахуванням соціокультурних завдань анімації у готелі відповідні заходи можна поділити на три великі групи: спортивно-оздоровчі, розважальні, навчально-розвивальні.

Як зазначає Б. Носа (2021), для забезпечення анімації насамперед необхідна відповідна інфраструктура (обладнані дитячі кімнати, ігрові та спортивні майданчики, басейни, кіно- та амфітеатри тощо); спеціальний інвентар для ігор, майстер-класів, навчальних і творчих заходів (від декорацій та костюмів до розмальовок з фарбами); технічне обладнання для відеопоказів, шоу, дискотек тощо.

Сімейний відпочинок — це зазвичай не просто збільшення вартості готелю, якісне обслуговування на його території родини, а й велика увага до забезпечення дозвіллевих потреб усіх членів сім'ї. Тому важливим моментом у контексті готельної анімації та її зв'язку з анімацією педагогічною є зауваження М. Сміта (Smith, 2009), що анімація дозвілля насамперед передбачає розвиток можливостей для дітей дошкільного та шкільного віку. Відтак чи не найбільше уваги з боку аніматорів потребують маленькі клієнти готелів, забезпечення дозвілля з якими вважається найбільш ефективним способом залучення сімейних пар у заклад. Переваги якісної дитячої анімації з наявністю гарно обладнаних ігрових зон та кімнат полягають не лише в забезпеченні дозвілля дітей, а й у можливості їхніх батьків по-справжньому відпочити у власному «дорослому» форматі без постійного контролю за малечою.

## Висновки

Отже, готельна анімація, окрім свого безпосереднього функціонального призначення із забезпечення організованої форми рекреаційного дозвілля, що забезпечує комфортне, цікаве, різноманітне та пізнавальне перебування гостей на території готелю, має важливе соціокультурне призначення. Готельна аніма-



ція — це ефективний засіб активізації творчого потенціалу та залучення людини до соціокультурного середовища; своєрідний культурний тригер, що стимулює інтелектуально-емоційний інтерес, зацікавлення різними формами дозвілля, поживляє відпочинок, стимулює соціальну взаємодію та забезпечує широкий спектр вражень від особистої участі гостей готелю в анімаційних заходах. Важливе значення готельна анімація має для розвитку та виховання маленьких туристів. Все це наближує її до споріднених понять, таких як анімація культури та анімаційна педагогіка. У такому широкому контексті готельна анімація потребує комплексного дослідження з боку соціальних педагогів, культурологів та інших представників гуманітаристики.

#### ■ Список посилань

- Віндюк, А. В., Захаріна, А. Г., & Захаріна, Є. А. (2014). *Організація спортивної анімації*. Класичний приватний університет.
- Ільто Т. І. (2015). Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському і світовому ринках. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 6, 174–178.
- Кравець, О. М., & Байлик, С. І. (2017). *Організація анімаційних послуг в туризмі*. 2-ге вид. Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, <https://core.ac.uk/download/pdf/141489395.pdf>
- Мазепа, Т. (2019). Роль анімації культури в збереженні духовних цінностей глобалізованого суспільства. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 1, 85–90.
- Носа, Б. (2021). Особливості організації дитячої анімації у готелях курортного типу. *Економіка та суспільство*, 29. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-51>
- Петрова, І. О. (2005). *Дозвілля в зарубіжних країнах*. Кондор.
- Lisiewicz, I. (2013). Systematyzacja teoretycznych ujęć animacji społecznej. *Przegląd Pedagogiczny*, 1, 133–141. <https://repozytorium.ukw.edu.pl/handle/item/932>
- Mikulic, J., & Prebežac, D. (2011). Evaluating hotel animation programmes at Mediterranean sun-and-sea resorts: An impact-asymmetry analysis. *Tourism Management*, 32(3), 688–696.
- Okupnik, M. (2012). Animacja. Rekurs w stronę teorii i praktyczne implikacje. *Muzyka Historia Teoria Edukacja*, 2, 133–150. <https://repozytorium.ukw.edu.pl/bitstream/handle/item/1410/Malgorzata%20Okupnik%20Animacja%20Rekurs%20w%20strone%20teorii%20i%20praktyczne%20implikacje.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pompl, W. (1983). The concept of animation: Aspects of tourism services. *Tourism Management*, 4(1), 3–11.
- Smith, M. K. (2009). Animateurs, animation and fostering learning and change. *The encyclopaedia of informal education*. <https://infed.org/mobi/animateurs-animation-learning-and-change>
- Żebrowski, J. (1987). *Zawód i osobowość animatorów kultury*. Wojewódzki Ośrodek Kultury.

#### ■ References

- Iltto T. I. (2015). Rozvytok ta vprovadzhenia animatsiinoi diialnosti v hotelnomu hospodarstvi na ukrainskomu i svitovomu rynkakh [Development and implementation of animation

- activities in the hotel industry on the Ukrainian and world markets]. *Global and National Problems of Economy*, 6, 174–178 [in Ukrainian].
- Kravets, O. M., & Bailyk, S. I. (2017). *Orhanizatsiia animatsiinykh posluh v turyzmi* [Organisation of animation services in tourism]. 2<sup>nd</sup> ed. O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv. <https://core.ac.uk/download/pdf/141489395.pdf> [in Ukrainian].
- Lisiewicz, I. (2013). Systematyzacja teoretycznych ujęć animacji społecznej [Systematisation of theoretical approaches to social animation]. *Przegląd Pedagogiczny*, 1, 133–141. <https://repozytorium.ukw.edu.pl/handle/item/932> [in Polish].
- Mazepa, T. (2019). Rol animatsii kultury v zberezhenni dukhovnykh tsinnosti hlobalizovanoho suspilstva [The role of cultural animation in preserving the spiritual values of a globalised society]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 1, 85–90 [in Ukrainian].
- Mikulić, J., & Prebežac, D. (2011). Evaluating hotel animation programmes at Mediterranean sun-and-sea resorts: An impact-asymmetry analysis. *Tourism Management*, 32(3), 688–696 [in English].
- Nosa, B. (2021). Osoblyvosti orhanizatsii dytiachoi animatsii u hoteliakh kurortnoho typu [Features of organisation of children's animation in resort hotels]. *Economy and Society*, 29. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-29-51> [in Ukrainian].
- Okupnik, M. (2012). Animacja. Rekurs w stronę teorii i praktyczne implikacje [Animation. Recourse to theory and practical implications]. *Muzyka Historia Teoria Edukacja*, 2, 133–150. <https://repozytorium.ukw.edu.pl/bitstream/handle/item/1410/Malgorzata%20Okupnik%20Animacja%20Rekurs%20w%20strone%20teorii%20i%20praktyczne%20implikacje.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [in Polish].
- Petrova, I. O. (2005). *Dozwillia v zarubizhnykh krainakh* [Leisure in foreign countries]. Kondor [in Ukrainian].
- Pompl, W. (1983). The concept of animation: Aspects of tourism services. *Tourism Management*, 4(1), 3–11 [in English].
- Smith, M. K. (2009). Animateurs, animation and fostering learning and change. *The encyclopaedia of informal education*. <https://infed.org/mobi/animateurs-animation-learning-and-change> [in English].
- Vindiuk, A. V., Zakharina, A. H., & Zakharina, Ye. A. (2014). *Orhanizatsiia sportyvnoi animatsii* [Organisation of sports animation]. Classic Private University [in Ukrainian].
- Żebrowski, J. (1987). *Zawód i osobowość animatorów kultury* [Profession and personality of culture animators]. Wojewódzki Ośrodek Kultury [in Polish].



## REGARDING THE SOCIO-CULTURAL POTENTIAL OF HOTEL ANIMATION

Oksana Oliinyk<sup>1a</sup>, Roksolana Diachenko<sup>2a</sup>

<sup>1</sup>PhD in Cultural Studies, Associate Professor,

ORCID: 0000-0002-4687-2408

e-mail: oksana\_oliinyk@ukr.net

<sup>2</sup>PhD in Art Studies, Senior Lecturer,

ORCID: 0000-0002-8177-2357

e-mail: roksolana\_d@ukr.net

<sup>a</sup>Kyiv National University of Culture and Arts,  
Kyiv, Ukraine

*The aim of the article* is to update the socio-cultural significance of hotel animation in the context of its comparison with cultural animation and animation pedagogy. *The research results* analyse the origin, varieties, and organisation of animation, which is an essential component of leisure organisation for hotel customers and belongs to the third type of animation (as defined by M. Smith), ensuring a comfortable, interesting, diverse, and informative stay of hotel guests. The origin of the “animation” concept and the history of its practice direct us to the socio-cultural reflection of this phenomenon, which is also observed in defining hotel animation by Ukrainian researchers, who, in particular, consider it an independent alternative psychological and pedagogical direction in the field of cultural and leisure activities, which focuses on personal contacts between the animator and guests. *The scientific novelty* of the study lies in the analysis of hotel animation with regard to its broad functional purpose as an important socio-cultural phenomenon of modern leisure. *Conclusions.* Hotel animation, in addition to its direct functional purpose of providing an organised form of recreational leisure, which ensures a comfortable, interesting, diverse, and informative stay for guests within the hotel premises, has an important socio-cultural purpose. Hotel animation is an effective means of activating the creative potential and involving a person in the socio-cultural environment; a kind of cultural trigger that stimulates intellectual and emotional interest, interest in various forms of leisure, enlivens rest, stimulates social interaction, and provides a wide range of impressions from the personal participation of hotel guests in animation events. Hotel animation is important for the development and education of young tourists. All this brings it closer to related concepts, such as cultural animation and animation pedagogy. In such a broad context, hotel animation requires a comprehensive study by social educators, cultural experts, and other representatives of social and humanitarian sciences.

**Keywords:** hotel animation; animator; leisure; socio-cultural function; hotel services



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.