

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ

У статті розглядається поняття та основні суспільні функції подієвого туризму: економічна, пізнавальна, рекреаційна та розважальна. Визначено основні етапи розвитку даного виду туризму: початковий етап, етап становлення організованого подієвого туризму, етап його масового розповсюдження та функціонування. Подано класифікацію подієвого туризму та представлено його основні світові центри.

Ключові слова: *подієвий туризм, суспільні функції подієвого туризму, етапи розвитку подієвого туризму, основні критерії та класифікація подієвого туризму.*

Однією з головних тенденцій сучасного туризму є направленість на задоволення різнобічних потреб туристів. Подієвий туризм має древні коріння, але його наукове дослідження розпочалось порівняно недавно. Основна мета поїздки такого виду туризму приурочена до певної події. Унікальні тури, що поєднують в собі традиційний відпочинок та участь в найбільш видовищних заходах планети, поступово завойовують все більшу популярність, адже туристи отримують не тільки незабутні враження, а й здійснюють свої мрії, розширюють світогляд. Головна особливість подієвого туризму – орієнтація на широке коло споживачів.

Як окремих вид туризму, подієвий заслуговує на особливу увагу, оскільки розвивається досить швидкими темпами. На необхідність використання подієвих ресурсів в організації туристичної діяльності та їх соціальну важливість, знаковість вказує у свої працях О. О. Бейдик: "Подієві рекреаційно-туристські ресурси – найсуттєвіші прояви соціального та природного руху, знакові події в історії певної території (держава, регіон, місто)..."[1, 74]. І. В. Смаль також відзначає, що: "Можна говорити лише про міру впливу подієвих ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піаракцій навколо неї. Це вказує на те, що "подія", яка використовується у туризмі, величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів." [2, 62]. У переважній більшості останніх публікацій подієвий туризм розглядається з точки зору його економічної ефективності, водночас, представлення цілісної системи та теоретичне обґрунтування сутності подієвого туризму зумовлює потребу його аналізу з позицій культурології.

Мета статті – обґрунтувати сутність подієвого туризму як важливого історико-культурного явища.

Поставлена проблема потребує виконання наступних завдань:

- охарактеризувати поняття та основні функції подієвого туризму;
- проаналізувати основні етапи розвитку подієвого туризму;
- визначити основні критерії класифікації подієвого туризму.

Сучасним туристам вже замало традиційних подорожей, де поєднується, як правило, відпочинок та оздоровлення з невеликою кількістю екскурсій. Подієвий туризм значно розширив коло туристичних послуг. Практикуючи його, туристи мають змогу стати свідками самих визначних подій в світі спорту, культури та мистецтва, розширити світогляд, здійснити заповітні мрії. У наш час, як і багато років тому, людина відчуває потребу до нових вражень, прагне до прекрасного, цікавого та загадкового або, навіть, небезпечного (є, наприклад, туристи, що їдуть дивитись на виверження вулканів). Такі поїздки залишаються в пам'яті як одні з найяскравіших моментів в житті, адже дозволяють побачити те, що більше ніколи не відбудеться: церемонії коронації та інавгурації глав держав, спортивні змагання, покази мод, концерти світових зірок, фестивалі, карнавали, шоу та багато іншого.

На нашу думку, визначення подієвого туризму можна представити так: подорож з метою участі або споглядання певної події (карнавалу, фестивалю, свята, церемонії, спортивного змагання або природного явища тощо), що передбачає наявність відповідних туристичних ресурсів та спеціальної підготовки.

З суспільної точки зору, розвиток подієвого туризму є дуже важливим, оскільки реалізуються такі важливі для соціуму функції, як: економічна, пізнавальна, рекреаційна та розважальна (основні функції туризму). Три останні носять більш суб'єктивний характер, оскільки міра їх ефективності для кожного туриста як відвідувача певних заходів буде різною.

Безперечною є економічна ефективність від розвитку подієвого туризму, що дозволяє оптимально вирівнювати коливання туристичної сезонності. Для багатьох туристичних регіонів, курортів, міст та містечок проведення відповідних заходів є додатковим джерелом грошових надходжень, а якщо захід відвідують ще й іноземні туристи, то і валютних. Тому у розвитку подієвого туризму, як правило, зацікавлені місцеві громади. Наприклад, кримське містечко Коктебель продовжило свій туристичний сезон завдяки тому, що з 2003 року щосені тут проводиться Міжнародний музичний фестиваль "Джаз Коктебель".

Розвиток подієвого туризму умовно можна розділити на три основні етапи. Перший етап (найдавніші часи – II половина XIX століття) – це початковий етап розвитку подієвого туризму. Попередницями майбутнього подієвого туризму можна вважати будь-які подорожі, що здійснювались в давні часи з метою відвідання свята чи змагання (наприклад, свята Діоніса, присвяченого збору винограду, чи Олімпійських ігор у Давній Греції). Події були, як правило, місцевого масштабу та національного.

Одним із важливих заходів, що виконував, як економічну, так і рекреаційну функцію, були ярмарки, в яких брали участь майже всі верстви населення. Видовища були обов'язковою частиною кожної ярмарки, наприклад, у Франції ще з XVI століття тут показували театралізовані вистави. Ярмарки завжди відвідували короновані особи, які вражали народ вишуканістю та розкішшю свого вбрання. "У Венеції ярмарок Вознесіння був пишним театралізованим і ритуальним дійством. Саме в цей час відбувався обряд заручин венеціанського дожа з морем. Подивитись на це видовище до Венеції стікалось більше 100 тис. чоловік." [4, 80].

Згодом певні знакові події почали привертати увагу жителів інших, як правило, сусідніх держав. Наприклад, Венеціанський карнавал, відправною історичною точкою якого є 1094 рік, міжнародної популярності набув у XVII столітті, коли отримав своє "особливе обличчя" з традиційними перевдяганнями у різні костюми та маски. Карнавал перетворився у яскраве шоу, в якому брали участь аристократи та простолюдини, а також численні гості з інших міст та країн.

Обряд заручин дожа Венеції з морем та Венеціанський карнавал були основними подіями міста, які отримали міжнародний статус.

Аналогічні події, але не такі популярні, відбувались і в інших країнах. Так, традиційно привертати увагу населення міст, країн та гостей церемонії коронації та вінчання монархів, які, до речі, не втратили своєї популярності й сьогодні. Наприклад, церемонія весілля принца Великобританії Вільяма і Кетрін Міддлтон, що проходила 29 квітня 2011 року, залучила до країни тисячі туристів.

У Німеччині в жовтні 1810 року з нагоди одруження кронпринца Людвіга та принцеси Терези Саксонської-Гільдбурггаузької вперше було проведено пивний фестиваль Октоберфест. Відтоді місцеві пивовари розставляють свої намети щорічно, а захід користується великою популярністю у туристів.

Другий етап (II половина XIX – II половина XX століття) – етап становлення організованого подієвого туризму. Поклав початок організованим подорожам, присвяченим певній події, англієць Томас Кук. У 1851 році у лондонському Гайд-парку був збудований великий павільйон для торгівельно-промислової виставки. Дізнавшись про це, Т. Кук вирішив організувати поїздки на виставку для різних категорій населення. Цей грандіозний план був широко розрекламований в щойно створеному Т. Куком журналі "Екскурсант". Як результат: виставку відвідали більше 165 тисяч осіб. В другій половині XIX століття проведення торгівельно-промислових виставок стало регулярним. Після Лондона аналогічна виставка відбулася в Дубліні, а у 1855 році в Парижі на Єлісейських полях. Організацією поїздок до Парижа також займався Т. Кук. Це був його перший зарубіжний маршрут, тому, щоб все пройшло успішно, він уклав контракти з власниками готелів і транспортних засобів, які гарантували б туристам спокій та комфорт. Спеціально для цієї подорожі Т. Кук "видав путівник, який на цей раз не тільки знайомив з визначними пам'ятками міста, але й давав масу практичних порад про те, як правильно вести себе в незнайомому місті" [4, 115]. Завдяки такій організаційній діяльності успіх виставки був настільки великий, що після закінчення сезону особистий секретар Наполеона III передав Т. Куку вдячність імператора.

На туристичне шоу перетворилось також відкриття Суецького каналу, яке відбулося 4 жовтня 1869 року. Першими до каналу увійшли кораблі з коронованими особами, послами, політиками. Кожне судно зустрічалось салютом. Після 48 святково прикрашених офіційних кораблів, які слідували у встановленому порядку, настала черга судна з туристами, які відправились побачити не тільки щойно відкритий канал, але й багатих і знаменитих учасників церемонії. Цей туристичний маршрут організував все той же Томас Кук.

Історія карнавалу у Ріо-де-Жанейро веде початок від XVII століття, коли у Бразилію був завезений португальський карнавал. У XIX столітті він переймає риси італійського та французького кар-

навалів, але у II половині XIX століття сформувалось власне обличчя Бразильського карнавалу: з'явилися типові для нього блоки учасників, з року в рік стають красивішими пісні та багатшими за оформленням та елементами танці. У 1928 році у Ріо-де-Жанейро з'являється перша школа самби. З Ріо традиція парадів шкіл самби розповсюджується по іншим містам Бразилії. У II половині XX століття карнавал у Ріо-де-Жанейро стає всесвітньо популярним, його родзинка – паради шкіл самби, красиві й відверті костюми учасників і неповторність латиноамериканської атмосфери свята.

Хоча кількість туристів, що відвідували вищевказані події, досить значна, але в цілому вона не є показником масовості, оскільки в інших країнах такі тури не практикувались зовсім. Крім того, ці подорожі не були регулярними. Часто туристи індивідуально організовували свої поїздки за власною програмою тощо.

Третій етап (з другої половини XX століття до наших днів) – етап масового розповсюдження та функціонування подієвого туризму. У другій половині XX століття набувають нових рис, отримують все-світню популярність і стають візитівками своїх міст Венеціанський, Бразильський та інші карнавали. Регулярно проводяться та притягують мільйони туристів і вболівальників Олімпійські ігри, чемпіонати світу та континентів з різних видів спорту. Започатковуються та стають традиційними кінофестивалі (наприклад, Берлінський, Каннський тощо), гастрономічні фестивалі (Октоберфест (Мюнхен, Німеччина), Паризький салон шоколаду (Франція), Фестиваль морепродуктів (Гров, Іспанія)) та інші.

На цьому етапі кожне місто, кожна країна, прагнучи максимально самовиразитись, створює те неймовірне, неповторне враження чарівного свята, яке, відчувши одного разу, вже неможливо забути. В таких турах суміщаються відпочинок і екскурсії у відомих туристичних центрах з відвідинами найвидатніших подій сфери культури, мистецтва та спорту. Розвиток подієвого туризму підтримується владою та підприємцями, оскільки крім прибутків дає й потужну рекламу місту, а то й цілій країні. На нинішньому етапі розвитку цей вид туризму стає організованим та масовим явищем у світі, без якого вже неможливо уявити сучасне життя.

За даними туроператорів ("Вояж", "Антарес Тур", "Феєрія Мандрів"), клієнти найчастіше вибирають широко відомі події, до яких відносяться: Олімпійські ігри, чемпіонати світу та континентів, Каннський кінофестиваль, церемонія вручення премії "Оскар", День Святого Патрика, циркові свята в Парижі, мюнхенський "Октоберфест", покази мод у Мілані, Токіо та Нью-Йорку, аукціони "Сотбі" та "Крісті", Венеціанський та Бразильський карнавали.

Оскільки з кожним роком частка туристів сегменту подієвого туризму збільшується, цей вид потребує вивчення й удосконалення організації, у чому велику роль відіграє розробка його класифікації та її критеріїв.

На сьогодні існує небагато визначень поняття "подієвий туризм", а також класифікаційних підходів до його систематизації [2]. Однак, можемо виділити кілька основних тематичних напрямків: національні фестивалі та свята, театралізовані шоу, кіно- і театральні фестивалі, гастрономічні свята, виставки квітів, покази мод, аукціони, спортивні події, музичні концерти та фестивалі.

На нашу думку, подієвий туризм слід класифікувати за наступними критеріями:

За використанням відповідних туристичних ресурсів:

- природо-орієнтований подієвий туризм – орієнтація на природні ресурси, унікальні природні явища (північне саяво, виверження вулканів тощо);
- суспільно-орієнтований подієвий туризм – орієнтація на суспільні ресурси (релігійні, громадські, мистецькі, історичні, спортивні та політичні).

За тематикою основного заходу:

- спортивні – Олімпійські ігри, чемпіонати світу та континентів;
- релігійні – Сходження Благодатного Вогню на православну Пасху (Єрусалим, Ізраїль);
- мистецькі – Каннський кінофестиваль (Канни, Франція), фестиваль античного театру (Арлі, Франція);
- гастрономічні – міжнародний пивний фестиваль "Октоберфест" (Мюнхен, Німеччина);
- політичні – Всесвітній економічний форум (Давос, Швейцарія);
- торгово-економічні – аукціони – Сотбі (Лондон, Великобританія), ярмарки – Національний Сорочинський ярмарок (Великі Сорочинці, Україна), автосалони – Токійський автосалон (Токіо, Японія), авіасалони – Авіасалон Ле Бурже (Париж, Франція);
- церемонії – інавгурації, коронації, вінчання монархів та знаменитостей, вручення премій – премія "Оскар" (Лос-Анджелес, США) та Нобелівська премія (Стокгольм, Швеція) тощо;
- історико-культурні – День Святого Патрика (Дублін, Ірландія);
- флористичні – фестиваль бонсай (Нара, Японія); день апельсинів (Амстердам, Нідерланди) та фестиваль фіалок (Тулуза, Франція);

- модні покази – покази мод у Мілані, Токіо та Нью-Йорку;
- культурно-розважальні – Венеціанський та Бразильський карнавали);
- громадсько-патріотичні – дні міст, сіл, пам'ятних дат (наприклад, Куликовської битви) тощо).

За масштабом події:

- міжнародного рівня – Бразильський карнавал, Олімпійські ігри;
- національного рівня – фестиваль у Шешорах на Україні;
- регіонального – свято різника на Закарпатті, спортивні змагання регіонального рівня;
- місцевого рівня – дні міст, сіл тощо.

За регулярністю проведення:

- регулярні події та заходи – Канський кінофестиваль, Олімпійські ігри;
- унікальні події – відкриття Суецького каналу, весілля британського принца Вільяма.

Наведена нами класифікація не претендує на вичерпність і може бути вдосконалена й іншими критеріями.

Основні світові центри подієвого туризму сконцентровані в Європі. Лідерами з організації та проведення різних заходів, що дають можливість реалізації подієвого туризму, є Франція, Італія, Німеччина та Великобританія. Деякі заходи, що проводяться в цих країнах, мають багатовікову історію, це зокрема: День Святого Патрика (Ірландія) Венеціанський карнавал (Італія), День Божоле Нуво (Франція), Октоберфест (Німеччина).

Серед найвідоміших та найпопулярніших фестивалів, що нині проводяться в Україні можемо назвати: Всеукраїнський фестиваль сучасної пісні та популярної музики "Червона рута"; Міжнародний фестиваль "Таврійські ігри"; Всеукраїнський молодіжний фестиваль "Перлини сезону" тощо. Втім, на жаль, українські фестивалі, ярмарки, спортивні та інші заходи, що піднімають туристичний імідж країни, регіону або конкретної місцевості, поки що не можуть вийти на гідний міжнародний рівень. На нашу думку, досить перспективним є проведення в Україні етнофестивалів або інших заходів, що представляють національну культуру. Наприклад, Сорочинський ярмарок має всі передумови для того, щоб збирати багато глядачів і учасників, у тому числі й з-за кордону.

Умовами успішного проведення подібних заходів є, по-перше, затвердження відповідної державної політики, а, по-друге – залучення спонсорів, що підтверджує досвід проведення подієвих заходів за кордоном. В Україні достатньо відомих торгових марок, власники яких із задоволенням вкладали б гроші в популяризацію себе та підтримку національних культурно-мистецьких та спортивних заходів.

Діяльність щодо організації та проведення заходів такого характеру має зацікавити в першу чергу керівництво невеликих міст, що розташовані недалеко від столиці, або обласних центрів (де наявні аеропорти та вокзали, налагоджені комунікації, є можливість прийняти велику кількість гостей тощо), оскільки розвиток подієвого туризму сприяв би створенню додаткових робочих місць та залученню коштів до місцевих бюджетів.

Отже, подієвий туризм на сучасному етапі розвитку суспільства є важливим та необхідним явищем, що реалізує майже всі основні функції туризму: економічну, пізнавальну, рекреаційну, виховну та розважальну. Стрімкий розвиток подієвого туризму та необхідність оптимізації його функціонування зумовлюють потребу: ґрунтовних наукових досліджень історії розвитку, географії поширення та сегментації туристичного ринку цього виду туризму; прийняття ряду державних програм щодо розвитку подієвого туризму; залучення до його організації спонсорів та меценатів; здійснення ефективної реклами.

Використані джерела:

1. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навчальний посібник / О. О. Бейдик. – К. : Альтерпрес, 2010. – 404 с.
2. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу : навчальний посібник / І. В. Смаль ; Ніжинський держ. ун-т ім. М. Гоголя. – Ніжин : [б. и.], 2010. – 336 с.
3. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону [Електронний ресурс] / П. В. Тищенко. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/tyschenko.htm
4. Устименко Л. М. Історія туризму : навчальний посібник / Ю. Л. Афанасьєв, Л. М. Устименко. – К. : Альтерпрес, 2008. – 354 с.

Устименко Леся Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент

Событийный туризм как историко-культурное явление

В статье рассматривается понятие и основные общественные функции событийного туризма: экономическая, познавательная, рекреационная и развлекательная. Определены основные этапы развития данного вида туризма: начальный этап, этап становления организованного событийного туризма, этап его массового распро-

транения и функционирования. Дана классификация событийного туризма и представлены его основные мировые центры.

Ключевые слова: событийный туризм, общественные функции событийного туризма, этапы развития событийного туризма, основные критерии и классификация событийного туризма.

Lesia Ustymenko, Candidate of Pedagogical sciences

Event Tourism as Historical and Cultural Phenomenon

The article presents conception and social functions of event tourism. Eventful tourism, as a separate type of tourism, deserves considerable attention, so as to develop rapid enough rates. However, in a scientific mind its essence and becoming are reflected not enough. Development of eventful tourism, its problem and prospect examined by Bobok B. The row of scientists marks the necessity of the use of eventful resources for organization of tourist activity, in particular Beydik O., Smal I., but it is not presented authors integral system and theoretical ground of essence of eventful tourism.

Eventful tourism considerably extends the limits of pleasure all growing necessities of modern tourists, that already not enough traditional trips, where combines, as a rule rest and making healthy with the small amount of excursions. Practicing eventful tourism, people become the living witnesses of most events in the world of sport, culture and art.

From the public point of view, development of eventful tourism is very important, as he will realize such important for society functions as: economic, cognitive, recreational and entertaining, that are the basic functions of tourism. The last three functions carry more subjective character, as a measure of cognitive, recreational and entertaining efficiency for every tourist – visitor of certain events will be different.

Indisputable is economic efficiency of development of eventful tourism, that allows most optimally to even oscillation of tourist seasonality. For many tourist regions, resorts, cities and small towns of realization of corresponding events is the additional source of money receivableness, and if a west is visited yet and by foreign tourists, currency. Therefore in development of eventful tourism, local communities are interested as a rule.

Defined stages of development of event tourism. Development of event tourism conditionally can be divided into three basic stages. First stage – from the oldest times second half of 19th of century is the initial stage of development of eventful tourism. It is possible to consider any trips that came true in old times with the aim of visit of holiday or competition the predecessors of future eventful tourism. For example, holiday of Dionis, devoted vintage or the Olympic games. Events were, as a rule, local scale and national.

Second stage – from second half of 19th of century to second half of 20th of century is the stage of becoming of the organized eventful tourism. First, who put beginning to the organized trips sanctified to the certain event there was an Englishman Thomas Cook. In 1851 in the London Hyde Park large pavilion was built for a trade-industrial exhibition. Knowing about it, Thomas Cook decided to organize journeys on an exhibition for the different categories of population.

Third stage – from second half of 20th of century to our days is the stage of mass distribution and functioning of eventful tourism. In the second half of 20th centuries get new lines, of the cities of realization become and other Venetian, Brazilian carnivals get world popularity. Regularly conducted and attract millions of tourists and fans the Olympic Games, world and continents cups from the different types of sport. Begin and become traditional film festivals.

Present classification of event tourism. For today there are a bit determinations of that it follows to understand under eventful tourism, and also classification going near his systematization. However, it follows to distinguish a few basic thematic directions: national festivals and holidays, theatricalising shows, theatrical festivals, gastronomic holidays, flower-shows, shows of fashions, auctions, sport events, musical concerts and festivals.

Eventful tourism it follows to classify on next criteria: use of corresponding tourist resources; the subjects of basic event; on scale of event (international level (Brazilian carnival, Olympic games), national level (a festival is in Sheshori on Ukraine), regional (sport competitions of regional level), local level (Days of cities, villages and others like that); regularity of realization (are regular events and events (for example, festival of film in Canny or Olympic games), are unique events (for example, opening of the Suez channel or wedding of the British prince William). It is basic classification of tourism. But she can be perfected yet by other criteria.

If to analyse the basic world centers of eventful tourism, then majority them settling down in Europe. And among countries by leaders in relation to organization and realization of different events, that give an opportunity to realization of eventful tourism there is France, Italy, Germany, Great Britain. Some events that is conducted in these countries already have centuries-old history.

Key words: event tourism, conception and social functions of event tourism, stages of development of event tourism, classification of event tourism