

Валігура Б.
магістрант II курсу спеціальності 242 Туризм
Науковий керівник –доц. Дударчук К. Д.

ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ТА ЙОГО СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЗНАЧЕННЯ

Для сучасного туризму характерною ознакою є його диверсифікація відповідно до урізноманітнення потреб туристів. Якщо наприкінці ХХ ст. найпопулярнішою концепцією була концепція трьох «S» («Sun – Sea – Sand») – сонце – море – пісок, то в новому тисячолітті їй на зміну приходить концепція трьох «L» («Landscape – Love – Leisure») – ландшафт – традиції – дозвілля. Найбільш вдалою реалізацією такого трактування туризму є, на наш погляд, організація дозвілля у вигляді традиційних та сучасних свят та обрядів, характерних для корінних етносів, у мінімально перетвореному антропогенному ландшафті. У цьому контексті особливої уваги заслуговують фестивалі та організований на їх підґрунті фестивальний туризм.

Фестивальні подорожі мають всі ознаки туризму. Фестивальний туризм довгий час знаходився на стику пізнавального, розважального та етнографічного туризму. Ми не відкидаємо можливості знаходження спільних ознак з іншими видами туризму, але у цього виду є яскраво виражені власні особливості, що дає можливість виділити такі 7 ознак фестивального туризму:

- подорожі є нетривалими (в середньому 3-5 днів);
- мають чітко виражені просторові рамки (місця проведення фестивалів);
- в останні роки спостерігається все більша зацікавленість до фестивалів та свят;
- простежується чітка історія розвитку фестивалів;
- мають мету, що відрізняється від мети пізнавального туризму;
- існують зв'язки з іншими видами туризму;
- створена система класифікацій цього виду туризму.

Саме слово «фестиваль» походить від французького слова *festival*, що означає «святковий». За визначенням енциклопедичного словника, фестиваль – це масове святкування, музичні виступи, показ досягнень естрадного, кіно- та циркового мистецтва. Пов'язуючи фестивальну діяльність із зростаючим туристичним рухом, а також зважаючи на міцний зв'язок з його складовими, можемо дати таке визначення: фестивальний туризм – це організація короткотривалих пізнавальних подорожей терміном на 5-7 днів із метою відвідування певних подій (від

концертів сучасної західної музики до релігійних святкувань, від етнічних карнавалів до парадів сучасних субкультур), з періодичністю 1 раз на рік.

Фестивальний туризм – напрям достатньо молодий і надзвичайно цікавий. З'явився він порівняно недавно і зайняв значне місце в світовому туристському русі. Це перспективний вид туризму, що динамічно розвивається. Цільова аудиторія фестивального туризму – це забезпечені туристи з доходом вище за середнє, а також компанії туристів, що складаються з декількох пар. Даний вид туризму, пов'язаний з проведенням фольклорних, звичайно костюмованих для видовища свят, карнавалів і власне фестивалів. Як правило, основна мета поїздки приурочена до якої-небудь події.

Особливості правильного формату фестивалю – яскравість, неповторність, ексклюзивність і регулярність проведення. Сам факт того, що фестивалю чекають, оскільки знають, що буде цікаво, говорить про його успішний комерційний і іміджевий потенціал для організаторів, учасників і спонсорів. Фестиваль – це свято особливо роду, для якого характерні розмах і масовість [2]. Сьогодні фестиваль – це широка суспільна, святкова зустріч, що супроводжується оглядом досягнень будь яких видів мистецтв.

Сучасні PR-менеджери все частіше влаштовують фестивалі, переслідуючи іміджеві і комерційні цілі. В принципі, якщо порівняти фестивалі, що увійшли до історії як частини культурного життя, з сучасними, в них також можна виявити PR-складові. Наприклад, будь-який міжнародний фестиваль народних ремесел, танців, пісень і т.п. – це в першу чергу популяризація іміджу країни-представника, а вже в другу – її культури і осіб, організацій, що її підтримують. Це явище збереглося до наших днів, тільки цілей стало більше, і, відповідно, збільшився арсенал засобів, інструментів, технологій. Тому на даний момент можна виділяти безліч різновидів фестивалів, і кількість їх продовжує зростати.

Свій початок фестивальний рух бере ще із Стародавньої Греції (VI ст. до н.е.) – на честь бога Аполлона проводилися Піфійські ігри – музичні змагання, на які з'їжджалися учасники і глядачі зі всієї грецької Ойкумени. Призом для переможця був лавровий вінок [7].

Але справжньою світовою славою користуються карнавали. Походження карнавалів бере початок від церемонії на честь староегипетського бога Осіріса. Походження слова «карнавал» (італ. *carne vale* – прощай м'ясо) пов'язане зі святом обжерливості напередодні 40-денного християнського посту перед Великоднем, коли можна їсти м'ясо, пити вино і веселитися. Ця традиція має місце у

багатьох християнських народів (у східних слов'ян це Масляниця, у французів – «Жирний вівторок»). За тиждень до початку Великого поста проходять карнавали майже у всіх великих містах країн Латинської Америки і Європи. Карнавали історично мають на увазі розкріпачення в розвагах. Звідси йде широке поширення на карнавалах маскарадів – чоловіки і жінки надягають химерні костюми і маски, прагнучи бути привабливими і невпізнаними. В середні століття французи встановили традицію карнавалу як загального свята з танцями і любовними іграми, а політичні партії використовували свято для жартівливої критики влади.

В Італії карнавали парадами проходили по вулицях Риму, Неаполя і інших міст. Подивитися на італійський маскаррад прибували гості з багатьох заморських країн. Складні сплетення людських долі комедійних, піднесених і трагічних у зв'язку з карнавалами і маскарладами стали темою багатьох видатних літературних творів [5].

Фактори, що визначають розвиток фестивального туризму. Фестивальний туризм – це складне явище, в якому переплітаються потреби і реальна діяльність людей, природні, технічні і економічні процеси. На підставі літератури, що присвячена фестивальному туризму можна виділити шість основних груп факторів:

1. Соціально-економічні фактори. Ці фактори є основоположними і включають: характер суспільно-економічного строю; матеріальний добробут; трудову діяльність; обсяг і структуру вільного часу; культурний рівень, професійну і освітню структуру населення;

2. Демографічні фактори. До них відносяться: чисельність та особливості розміщення населення і його статеві-вікову структуру;

3. Політичні фактори включають: стабільність внутрішньої політики і зовнішньополітичних відносин; розширення міжнародних політичних, економічних, наукових, культурних зв'язків і співробітництва; спрощення паспортного і митного режиму; соціальна політика держави.

4. Соціально-психологічні фактори. До них відносяться: вплив традицій і наявність певних стереотипів поведінки; релігія; підвищення престижу і зростання соціального статусу індивіда; інформаційні засоби і реклама.

5. Культурно-історичні фактори відображають багатство матеріальної і духовної культури народів.

6. Матеріально-технологічні фактори визначаються рівнем техніки і технології в галузях транспорту, будівництва, зв'язку, комунікацій; у засобах масової інформації; системі комунально-побутових служб, торгівлі і громадського харчування.

Ці групи факторів характеризувалися, перш за все, в позитивному плані як сприяючі розвитку фестивального туризму. Проте слід зупинитися на факторах, стримуючих і навіть гальмуючих його зростання. З соціально-економічних факторів, таких як, інфляція, зростання злочинності і безробіття, кризи, порушення умов товарообміну, а також відсутність планування у використанні природних і трудових ресурсів є стримуючими, такими, що негативно впливають на фестивальний туризм. Виходячи з цілей і методів організації фестивального туризму можна диференціювати за наступними ознаками:

I. За масштабом події: регіональні; національні; міжнародні.

II. За тематикою події:

1) етнічні фестивалі і свята (наприклад, фестиваль Св. Патріка в Лондоні (Великобританія); фестиваль культур в Берліні (Німеччина));

2) театралізовані шоу (наприклад, фестиваль «Цирк майбутнього», Париж (Франція));

3) фестивалі кіно і театру (наприклад, Канський кінофестиваль (Франція); Берлінський кінофестиваль «Берлінале» (Німеччина); Венеціанський кінофестиваль (Італія), кінофестиваль в Локарно (Швейцарія); фестиваль короткометражних фільмів в Оберхаузені (Німеччина); театральний фестиваль в Цюріху «Stromereien» (Швейцарія));

4) фестивалі музики і музичні конкурси (наприклад, музичний конкурс «Євробачення»; міжнародний музичний конкурс «Нова хвиля», Юрмала (Латвія); фестиваль джазу в Монтре (Швейцарія); фестиваль оперного мистецтва, Верона (Італія); музичний конкурс ім. П. І. Чайковського, Москва (Росія));

5) гастрономічні фестивалі, (наприклад, міжнародний фестиваль пива Октоберфест, Мюнхен (Німеччина); свято молодого вина Божоле Нуво (Франція); Паризький салон шоколаду, Париж (Франція));

6) фестивалі і виставки квітів (наприклад, виставка квітів в Челсі, Лондоні (Великобританія); фестиваль хризантем (Японія); виставка тюльпанів (Нідерланди); фестиваль бонсай, Нара (Японія); фестиваль троянд, Казанлук (Болгарія));

7) модні покази (наприклад Men's Fashion, Париж (Франція); Ready to Wear, Париж (Франція); Milano Moda Bouna, Мілан (Італія));

8) спортивні події (наприклад, Олімпіади і міжнародні змагання; автоперегони «Формула-1»; автоперегони NASCAR, США).

9) незвичайні фестивалі (фестиваль повітряних зміїв в Таїланді; фестиваль піратів, Джорджтаун (Кайманові острови); фестиваль близнят, Твінсбург (Огайо, США); парад сексуальних меншин Pride

Amsterdam в Амстердамі (Нідерланди); парад військових татуювань в Единбургу (Шотландія); фестивалі фесрверків).

На сьогодні в світі зростає інтерес до фестивальних турів, які поступово витісняють традиційну купально-пляжну рекреацію. Даний напрям в туризмі дозволяє вирішувати безліч соціально-економічних проблем, властивих не тільки туристській галузі. Фестивалі притягають додаткову кількість туристів до країни, що, в свою чергу сприяє збільшенню валютних надходжень. Крім того, фестивальний туризм допомагає вирішити проблему сезонності, яка особливо виявляється в країнах з субтропічним кліматом, що розвивають пляжний відпочинок, а також для країн, що розвивають гірськолижний туризм. Крім того, він створює додаткові робочі місця і забезпечує зайнятість населення.

Список використаних джерел

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. – 304с.
2. География туризма. Учебное пособие [Электронный ресурс]: 2009. - Режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/zazgarskaya1.htm.
3. Карнавалы [Электронный ресурс]: 2009-2010. - Режим доступа: <http://www.ehhu.ru/karnaval-ivrea-apelsinovie-srazhenie.html>
4. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / [І.М. Школа]. - Чернівці: Книги - XXI, 2005. - 596 с.
5. Мир вокруг нас [Электронный ресурс]: 2009. - Режим доступа: <http://window.edu.ru/window.html>.
6. Проблеми географії та менеджменту туризму: Монографія / [В.Г. Явкін, В.П. Руденко, О.Д. Король та ін.]. - Чернівці: Рута, 2006. - 260 с
7. Путешествие и туризм [Электронный ресурс]: 2009. - Режим доступа: <http://travel.rin.ru/html>.
8. Топчієв О.Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: Навчальний посібник / О.Г. Топчієв. – Одеса: Астропринт, 2005. – 632 с.
9. Туризм по миру [Электронный ресурс]: 2009. - Режим доступа: <http://window.edu.ru/window.html>

Васілевський О.

*магістрант II курсу спеціальності 242 Туризм
Науковий керівник – доц. Царик П. Л.*

РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НПП «КРЕМЕНЕЦЬКІ ГОРИ»

Рекреаційний потенціал – це система природних, історико-культурних об'єктів та їхніх властивостей, які використовують (або які можна використовувати) у рекреаційній діяльності. Він є функціональною основою рекреації і, в певному розумінні, її складовою