

**Цитування:**

Козловська М. В. Святкові видовища в соціокультурних практиках сучасності: фестивальний туризм. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2021. № 4. С. 56-60.

*Козловська Марина Вікторівна,*  
здобувач Київського університету  
культури і мистецтв  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2906-672X>

Kozlovska M. (2021). Holiday performances in the socio-cultural practices of the present: festival tourism. *National Academy of Culture and Arts Management Herald: Science journal*, 4, 56-60 [in Ukrainian].

### СВЯТКОВІ ВИДОВИЩА В СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРАКТИКАХ СУЧАСНОСТІ: ФЕСТИВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ

**Мета статті** – проаналізувати основні особливості святкового видовища у контексті популярної соціокультурної практики сучасності – фестивального туризму. **Методологія дослідження** базується на міждисциплінарному поєднанні методів, інтегрованих з культурології, менеджменту, історії. Використано також такі загальнонаукові методи, як аналіз, синтез, дедукція, індукція, метод зв'язку абстрактного і конкретного. **Наукова новизна** полягає в аналізі особливостей святкових видовищ, які формують популярність фестивального туризму. **Висновки.** Святкові (Festival) видовища є основною формою презентації культурно-розважальної програми сучасних подорожей в межах фестивального туризму. Основними їх перевагами, які визначають популярність, є: творення святкового видовища з урахуванням культурно та історично зумовлених світоглядних позицій; різноманітність організаційно-художніх засобів; варіативність; самобутність; відкритість і діалогічність; спадкоємність та адаптивність; ситуативність та імпровізаційність; інтерактивність; гумор, іронія та самоіронія.

**Ключові слова:** святкове видовище, свято, фестивальний туризм, фестиваль, подія, традиційна культура.

*Kozlovska Maryna, education applicant, Kyiv National University of Culture and Arts*

#### **Holiday performances in the socio-cultural practices of the present: festival tourism**

**The purpose of the article** is to analyze the main features of the holiday spectacle in the context of the popular socio-cultural practice of today - festival tourism. **The research methodology** is based on an interdisciplinary combination of methods integrated with culturology, management, history. General scientific methods such as analysis, synthesis, deduction, induction, the method of connecting the abstract and the concrete are also used. **The scientific novelty** lies in the analysis of the peculiarities of holiday spectacles that shape the popularity of festival tourism. **Conclusions.** Festivals are the main form of presentation of the cultural and entertainment program of modern travel within the festival tourism. Their main advantages that determine the popularity are the creation of a festive spectacle, taking into account culturally historically determined worldviews; a variety of organizational and artistic means; variability; originality; openness and dialogic; continuity and adaptability; situationally and improvisation; interactivity; humor, irony, and self-irony.

**Keywords:** holiday spectacle, holiday, festival tourism, festival, event, traditional culture.

Актуальність теми дослідження. Карантинні заходи в світовому масштабі можна вважати серйозною загрозою насамперед для індустрії туризму. Проте у будь-яких негативних подіях завжди можна віднайти й позитивні моменти, зокрема можливість змінити традиційний спосіб мислення щодо розуміння індустрії подорожей, що, у свою чергу, формуватиме здатність громад та туристичних організацій швидко реагувати на проблеми і адаптуватися

до нової реальності.

Відтак виникнення нових форм туризму – не лише питання урізноманітнення подорожей для забезпечення дедалі зростаючих потреб та мінливих інтересів сучасного перенасиченого враженнями туриста, а й практична вимога, зокрема опосередкована світоглядними і економічно-матеріальними чинниками. Оскільки дослідники не просто вважають фестивальний туризм новою формою активного культурного відпочинку, а й

малобюджетним варіантом подорожей. Так в складних соціально-економічних умовах відбувається своєрідна «утилізація святкового часопростору для вирішення економічних проблем» (М. Литвинова).

Тому цікавість до туристичного потенціалу такого різновиду туризму, як фестивальний (подієвий), зростатиме і наділі. Це вимагає більш прискіпливої уваги до його організації, форм, івент-ресурсів та технологій, засобів реалізації тощо, підготовки відповідних фахівців, а також значення у контексті культурних, туристичних та дозвіллевих трансформацій, зокрема постмодерністських соціокультурних практик, віртуалізації та глобалізації святкових видовищ.

Аналіз досліджень і публікацій. Фестивалі та масові видовища активно досліджують на пострадянському просторі: Н. Литвинова [7], О. Меньшиков [8] та ін. Туризм досліджують такі українські дослідники, як М. Крачило [6], І. Школа [13], С. Килимистий [4] та ін.

Власне дослідженню фестивального туризму присвячені праці дослідників різних галузей наукового знання - переважно менеджменту, географії та ін. (Н. Корнілова [5], Ю. Грицку-Андрієш, Ж. Бучко [3], Г. Богатирьова, М. Головань, Г. Горіна, О. Літвінова-Головань, Т. Коптева, К. Снігур [1], А. Тараненко [12] та ін.).

Проте в українській культурології недостатньо наукових розвідок, присвячених фестивальному туризму як сучасній соціокультурній практиці, зокрема святковим видовищам, які лежать в основі його популярності. Спробою окреслити основні напрями дослідження фестивального туризму в культурологій площині і є наше дослідження.

Мета статті – проаналізувати особливості святкового видовища у контексті популярної соціокультурної практики сучасності - фестивального туризму.

Виклад основного матеріалу. На етапі активного розвитку міжнародного туризму, зокрема наприкінці ХХ ст., концепція трьох S («Sun - Sea – Sand», тобто «сонце - море – пісок») була найпопулярнішою. Однак вже на початку ХХІ ст. вона змінилася концепцією трьох L («Landscape - Loge – Leisure», тобто «ландшафт - традиції – дозвілля») [4].

Недарма нині найбільш часто серед пропонованих туристичних напрямів та форм активного пізнання довкілля, проведення дозвілля і відпочинку можна зустріти запрошення до участі у культурно-розважальних подорожах з метою відвідування

святкових видовищ, основною формою яких є фестивалі.

Головна особливість такого туризму, на думку дослідників, його невичерпність за змістом, тому передбачається, що в «недалекому майбутньому кількість учасників подієвих турів перевищить кількість учасників екскурсійних турів» [5, 113].

Такий вид подорожей дослідники розуміють як подієвий (Н. Корнілова [5]), фестивальний (Ю. Грицку-Андрієш, Ж. Бучко [3]), культурно-розважальний (М. Крачило [6]), пізнавальний (І. Школа [13]) та івентивний туризм (event-тури) (А. Тараненко [12]).

«Словник української мови: в 11 томах» трактує фестиваль як: «масове свято, на якому показують досягнення певного виду мистецтва; показ, огляд досягнень якогонебудь виду мистецтва» [10, 580].

Однак таке визначення фестивалю, на нашу думку, надто звужене та дещо застаріле. Оскільки фестиваль — це масове святкове дійство, яке передбачає демонстрацію певних досягнень у різних сферах, а не лише мистецьких.

Фестиваль (з франц. *Festival* - святковий) - масове святкування, музичні виступи, показ досягнень естрадного, кіно- та циркового мистецтва [11].

Російський дослідник фестивалів О. Меньшиков серед масових свят і видовищ виокремлює три основні групи: культової генези (містерія, хода, апофеоз), театральної дії (театралізована вистава, карнавал, маскарад), концертної вистави (концерт-мітинг, театралізований концерт), складні масові тетралізовані дійства (фестивалі, олімпіади, дні, декади, постановки на ювілейну чи історичну тематику) [8].

Отже, власне фестиваль дослідник відносить до масових свят складного театралізованого видовища.

Фестивальний туризм українські дослідники Ю. Грицку-Андрієш, Ж. Бучко так: «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» [3].

Колектив авторів кафедри туризму та країнознавства у навчальному посібнику «Спеціалізований туризм» (2021 р.) визначає фестивальний туризм як різновид культурно-пізнавального туризму, як систему функціонування соціокультурних взаємодій,

які формують певну конфігурацію комунікативного простору з можливостями для створення нових продуктів спільної творчості та їх реалізації [1, 137-138].

Соціолог А. Тараненко під івентивним туризмом розуміє найбільш перспективний підвид туризму, в основу якого покладено широкомасштабні заплановані унікальні події, основною метою яких є створення позитивного іміджу міста, в кому проводиться захід, що забезпечує його просування на державному та міжнародному рівні. Такі виняткові завдяки сучасним івент-технологіям події стають певним видом тимчасового феномена, оскільки розглядаються як перетин подій, людей та системи управління. Особа, що бере участь у цих подіях, повинна отримати задоволення від того, що відбувається [12, 151].

Сучасного подорожуючого до участі у фестивальному туризмі насамперед мотивують не лише певні події (спортивні змагання, ігри тощо) або яскраві дійства (культурно-мистецькі заходи, костюми, святкова хода і под.), а насамперед той факт, що фестивалі – як форма масового свята - орієнтовані на активну участь глядачів у запропонованому організаторами дійстві - виступах, конкурсах, танцях, іграх, розвагах тощо. Так подорожуючий стає не просто глядачем, а й безпосередній активним учасником святкового видовища.

Крім того, важливість фестивалю також зумовлена зміною різноманітних вражень, які отримує учасник в процесі активної участі в них. «Зміна вражень, у свою чергу, зумовлена чергуванням різноманітних художньо-виражальних засобів (слова, музика, танець тощо), які найбільш інтенсивно художньо впливають на людину, породжуючи стан святковості» [7].

До основних ознак і особливостей розвитку фестивального туризму як нового сегменту туристичної діяльності українські дослідники відносять: масовість як основну ознаку святкового дійства; швидкість розвитку; соціальна важливість; знаковість для розвитку території; економічна ефективність [1, 140].

На нашу думку, основними перевагами фестивального видовища як форми культурно-розважального туризму є:

- творення святкового видовища з урахуванням культурно та історично зумовлених світоглядних позицій;
- різноманітність організаційно-художніх засобів;

- варіативність як здатність швидко реагувати на динамічні зміни культурно-художніх процесів;

- самотність як опертя на конкретно-історичний характер святкової, а почасти й обрядової культури регіону;

- відкритість і діалогічність як здатність до контактів з представниками інших культур;

- спадкоємність та адаптивність як художні взаємовідносини між культурними традиціями та новаціями;

- ситуативність, імпровізаційність як швидкий відгук на реакцію глядачів та безпосередніх учасників видовища з метою цілеспрямованого емоційного впливу;

- інтерактивність як залучення глядачів до активної участі;

- гумор, іронія та самоіронія як засіб успішної комунікації та формування позитивного світогляду і відповідного психоемоційного стану.

Класифікація фестивального туризму дає змогу краще зрозуміти різновиди і масштаби цього виду подорожей, а також основні напрями і форми святкових видовищ.

Українські дослідники за основу класифікації беруть різні параметри.

Так, Н. Корнілова наголошує, що подієвий туризм можна класифікувати за масштабом (національного чи міжнародного рівня) та за тематикою події [5, 114].

Так, в основі класифікації А.Тараненко такі ознаки: локалізація, за якою івентивний туризм поділяється на місцевий, регіональний, національний, міжнародний; масштаб охоплення туристів - малий, середній, великий, глобальний (залучення понад 300 осіб), змішаний; тематика організації - культурний, спортивний, мистецький, громадський, історичний, природний, змішаний; насиченість івент-туру – вузькоформатний, середньоформатний, широкоформатний [12, 153].

Українські дослідники Ю. Грицьку-Андрієш та Ж. Бучко для більш сутнісної класифікації та змістовної інтерпретації різних класів фестивального туризму розглядають усю множину найбільш суттєвих факторів, за якими можна класифікувати фестивалі, зокрема: - *етнічні*: свята, пов'язані з язичницькими віруваннями, святкування християнських обрядів та свят; свята, започатковані в Дохристиянські часи, але під релігійним впливом видозмінилися, набувши статусу християнських; святкування Нового року у різних народів; сучасні «збірні» етнічні фестивалі; - *релігійні*: пов'язані зі світовими

релігіями; з місцевими віруваннями; - *музичні*: етнічної музики; класичної музики; сучасної музики; - *сучасних субкультур*: паради представників нетрадиційної сексуальної орієнтації; свято кохання; різноманітні свята субкультур; кінофестивалі; модні покази; *гастрономічні*: пов'язані зі збором урожаю; з певною національною стравою; присвячені певному напою; - *спортивні*: пов'язані зі святкуванням спортивних подій, проведення різноманітних чемпіонатів [3].

Але дослідники не обмежуються такою «горизонтальною» класифікацією, а й пропонують «вертикальні» - ще за низкою найбільш важливих, на їхню думку, параметрів.

Перша умова класифікації фестивалів – за масштабом проведення, в якій до уваги дослідники беруть метод об'єктів просторових таксонів (мінімально перетворений антропогенний ландшафт) [3]: міжнародні, національні, регіональні фестивалі. Такі фестивалі відрізняються не лише за «географією» туристів та масштабами, а й за фінансовими витратами та маркетинговими заходами, а відповідно – рівнем рекламного представлення і висвітлення.

Друга умова класифікації фестивалів - порівняльно-часова, яка враховує історичний метод, тобто причини й фактори, що зумовили виникнення та стадії розвитку фестивалів: дохристиянські, пов'язані з появою світових релігій, етнічні, сучасної музики, сучасних субкультур [3].

Як бачимо, навіть за таких різних підходів до класифікацій фестивалів, а відповідно - фестивального туризму - в їх основу покладено певну подію, яку можна вважати своєрідним «топіком» туристичного фестивального дискурсу.

Активізація уваги та розуміння туристичного потенціалу фестивалів вплинула на включення окремих фестивалів в низці країн насамперед до переліку національних свят. Сам принцип відбору характеризується їх важливістю і вагою у традиційній культурі та, як ми вже зазначали вище, більшою матеріальною ратифікацією порівняно з іншими святами. Крім того, включення місцевих (регіональних) фестивалів до переліку державних святкових видовищ – один із механізмів ідеологічно вивіреної культурної політики, позаяк так можна не лише підтримувати культурну ідентичність окремих регіонів, а й удосконалити процес їх де маргіналізації, а також інтеграції окремих етнічних груп в загальнодержавний простір.

Не менш важливий етап – включення фестивалів до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Це дієвий механізм привернення уваги міжнародної туристської громадськості не лише до нематеріальної спадщини як такої, а й до відповідної країни чи регіону як «фізичної» туристичної дестинації. На сьогодні у Списку 336 елементів.

Як приклад, наведемо тільки здобутки однієї країни - Іспанії, яка вже добилася включення до Репрезантативного списку низку фестивалів, зокрема: Свято Фальс у Валенсії, Тамборадас, який є частиною святкування Страсного тижня, Фестиваль дворів Кордови, Фестиваль Патум-де-Берга, Фестиваль літнього сонцестояння в Піренеях та Свято Сан-Жоана, Свято la Mare de Déu de la Salut в Альхемесі, Святкування Богородиці здоров'я [9].

Першочергове «глобальне» значення таких рішень також підкріплюється у контексті просування ритуалів, обрядів тощо традиційної культури, підтримки її позитивного іміджу, а також країни та регіону на світовому рівні.

Тому саме так у культурному значенні подієвий туризм стає формою популярної на сьогодні «м'якої сили». Остання, за розумінням автора цього словосполучення та відповідної парадигми у міжкультурних відносинах - американського політолога Д. Найя, включає три ресурси – культуру, цінності та зовнішню політику. При цьому сучасні підходи до трактування «м'якої сили» дедалі частіше фактично об'єднують ці три складові навколо ключових ресурсів - просування національної культури та активізації відповідних напрямів культурної політики. Так підкреслюється не тільки здатність культури запобігати «лобовому зіткненню», а й важливість її цінностей та історичне значення традицій [2].

На жаль, серед українських фестивалів ще не унормована практика включення їх до загальнонаціональних свят. Тому сьогодні, як наголошують дослідники, фестивалі в Україні можна розглядати як подієві ресурси регіонального й місцевого масштабів [5, 115]. Однак хоча б незначні кроки у приверненні до них уваги туристів сприятиме їх переходу до подієвих ресурсів світового масштабу.

Відтак розуміння важливості фестивального туризму привертає увагу місцевої влади, громадськості та окремих організацій (зокрема туристичних агентів) нашої країни до розробки відповідних

регіональних туристичних програм, що можна вважати перспективним напрямом продовження досліджень у цьому напрямі.

Висновки. Отже, святкові (Festival) видовища є основною формою презентації культурно-розважальної програми сучасних подорожей в межах фестивального туризму. Основними їх перевагами, які визначають популярність, є: творення святкового видовища з урахуванням культурно та історично зумовлених світоглядних позицій; різноманітність організаційно-художніх засобів; варіативність; самобутність; відкритість і діалогічність; спадкоємність та адаптивність; ситуативність та імпровізаційність; інтерактивність; гумор, іронія та самоіронія.

### Література

1. Богатирьова, Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Литвінова-Головань О.П., Коптева Т.С., Снігур К.В. Спеціалізований туризм: навч. посіб. / Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с.
2. Борох О., Ломанов А. От «мягкой силы» к «культурному могуществу» URL: <https://globalaffairs.ru/articles/ot-myagkoj-sily-k-kulturnomu-mogushhestvu/>
3. Грицку-Андрієш Ю.П., Бучко Ж.І. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності. Науковий вісник Чернівецького університету. 2010. Вип.519-520. С.56-60.
4. Килимистий С.М. Анімація в туризмі. Київ: Вид-во ФПУ, 2007. 188 с.
5. Корнілова Н.В. Подієвий туризм в Україні. Географія та туризм. 2012. Вип. 22. С. 112-119.
6. Крачило Н.П. Географія туризму. Киев: Вища школа, 1987. 208 с.
7. Литвінова М. Класифікації і типологія масових праздників и зрелищ. Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. 191 2012. № 14 (133). Вып. 21. С. 191-201.
8. Меньшиков А.М. Фестиваль как социокультурный феномен современного театрального процесса: дис. ...канд. искусствоведения. Москва, 2004. 178 с.
9. Путешествие для знакомства с праздниками и традициями, принадлежащими к нематериальному культурному наследию ЮНЕСКО. URL: <https://www.spain.info/ru/znakomstvo-ispaniia/prazdniki-ispaniia-nematerialnoe-nasledie-iunesko/>
10. Словник української мови: в 11 томах. Т. 10, 1979. С. 580.
11. Советский энциклопедический словарь / [состав. А.М. Прохоров]. Москва: Советская энциклопедия, 1985. 1599с.
12. Тараненко А. П. Івентивний туризм як сучасна складова розвитку туристичної діяльності та його класифікація. Агросвіт. 2020. №12. С. 149-154.
13. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посібник. Чернівці: Книги - XXI, 2005. 596 с.

### References

1. Bogatyreva G.A., Golovan M.G., Gorina G.O., Litvinova-Golovan O.P., Kopteva T.S., Snigur K.V. (2021). Specialized tourism: textbook. way. Donets. nat. University of Economics and Trade. M. Tugan-Baranovsky, dept. tourism and local lore. Kryvyi Rih: DonNUET, [in Ukrainian]
2. Borokh O., Lomanov A. From "soft power" to "cultural power" URL: <https://globalaffairs.ru/articles/ot-myagkoj-sily-k-kulturnomu-mogushhestvu/> [in Russian]
3. Hrytska-Andriesh Y.P., Buchko L. (2010). Festival tourism in the system of recreational and tourist activities. Scientific Bulletin of Chernivtsi University. 56-60. [in Ukrainian]
4. Carpet S.M. (2007). Animation in tourism. Kyiv: FPU Publishing House. [in Russian]
5. Kornilova N.V. (2012). Event tourism in Ukraine. Geography and tourism., 22, 112-119. [in Ukrainian]
6. Krachilo N.P. (1987). Geography of tourism. Kyiv: Higher School [in Russian].
7. Litvinova M. (2012). Classifications and typology of mass holidays and spectacles. Scientific papers. Philosophy Series. Sociology. Right.,14 (133), 21, 191-201 [in Russian]
8. Menshikov A.M. (2004). Festival as a socio-cultural phenomenon of the modern theatrical process: dis. ... Cand. art history. Moscow [in Russian]
9. Travel to get acquainted with the holidays and traditions belonging to the intangible cultural heritage of UNESCO. URL: <https://www.spain.info/en/znakomstvo-ispaniia/prazdniki-ispaniia-nematerialnoe-nasledie-iunesko/>[in Russian]
10. Dictionary of the Ukrainian language: in 11 volumes (1979). Vol. 10, [in Ukrainian]
11. Soviet encyclopedic dictionary (1985). Moscow: Soviet Encyclopedia, 1599. [in Russian]
12. Taranenko A.P. (2020). Inventive tourism as a modern component of tourism development and its classification. Agrosvit, 12, 149-154. [in Ukrainian]
13. Schkola I.M. (2005). Management of the tourism industry: Textbook. manual. Chernivtsi: Books – XXI [in Ukrainian]

Стаття надійшла до редакції 01.10.2021  
Отримано після доопрацювання 18.10.2021  
Прийнято до друку 22.10.2021