

**Культурный туризм как ресурс регионального развития
(на примере города-курорта Сочи)**

¹Татьяна Александровна Юдина

²Елена Николаевна Чеснокова

¹Сочинский государственный университет, Россия
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а
доктор социологических наук, профессор
E-mail: yudinat@list.ru

²Сочинский государственный университет, Россия
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а
кандидат социологических наук, доцент
E-mail: elenayudina@list.ru

Аннотация. В данной статье представлен мониторинг событийного туризма как на международном уровне, так и в РФ. Дана историческая оценка праздника как феномена культуры. Представлены рекомендации по развитию событийного туризма в г. Сочи.

Ключевые слова: культурный и событийный туризм; праздник как феномен культуры; фестиваль туризм; развитие культурного многообразия и сохранение культурного наследия в г. Сочи.

Введение. Культурный или событийный туризм – это сравнительно молодое направление, основная цель – поездка, приуроченная к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в зрелищных мероприятиях, постепенно завоевывают рынок основных туристских направлений и получают все большую популярность в РФ [2].

Праздник как феномен культуры – день или дни торжества, установленные в честь или память кого-либо или чего-либо; в сознании человека праздник ассоциируется, как отметил Бахтин, «с временным вступлением в утопическое царство всеобщности, свободы, равенства и изобилия». Праздник можно представить как антитезу будням, обычной жизни, это специфическая кратковременная форма человеческого бытия.

Исторические корни праздника уходят в глубокую древность, они тесно связаны с магией, ритуалом, трудовой деятельностью, мировосприятием, образом жизни, ценностными ориентациями. В древности существовала общечеловеческая потребность в празднике, который выполнял важные социальные функции: компенсаторную, нравственно облагораживающую, эстетическую; праздник выступал в качестве способа духовного единения, коллективного самовыражения и обретения свободы, раскрепощения, снятия груза будничных забот и тревог.

Праздник всегда имеет жизнеутверждающий характер; его содержательная сторона отличается выраженной духовной направленностью. В нем достаточно ярко выделена многовековая преемственность духовных ценностей.

Особое значение приобретает эстетическая составляющая праздника: чувственно-эмоциональная насыщенность содержания, выразительность, экспрессивность, зрелищность, элементы карнавальности, театрализации. Все эти качества объединяют праздник с искусством, но не отождествляются с ним. Праздник – некая пограничная зона между реальной жизнью и художественным произведением.

Материалы и методы. Основные методологические принципы, лежащие в основе данного исследования, базируются на фундаментальных положениях ведущих отечественных и зарубежных ученых и практиков. Теоретические исследования посвящены изучению праздника как социально-культурного феномена, анализу международного опыта по проведению досуговых мероприятий в г. Сочи, что позволит наиболее детально рассмотреть деятельность предприятий социально-культурной сферы по организации праздников и событийных мероприятий в период проведения Олимпиады в городе Сочи. В работе использованы нормативно-правовые акты, статистические материалы Международного Олимпийского комитета, официальные документы Олимпийских игр, информационные ресурсы сети Интернет, а также материалы, собранные автором.

Обсуждение проблемы. Типология праздника многообразна: народные (национальные), религиозные, государственные, профессиональные и др. Народным праздникам свойственна естественность, органичность, самостийность; государственные – отличает высокая степень протокольной регламентированности, выраженная идеологическая направленность; религиозные – являются отражением той или иной формы верований. Наблюдается определенная близость народных и религиозных праздников, так как в этнонациональных культурах религия выступает одной из важных форм ценностной ориентации. Но народные праздники не идентичны

религиозным, так как включают в себя и элементы светской культуры (карнавальная культура в рамках Средневековья). Существует возможность превращения в исторической перспективе государственных праздников в народные [5].

Праздник – своеобразное зеркало социальных противоречий, в нем находят свое отражение ущемление демократических форм жизни общества, забвение национальных традиций, крушение идеалов, политизация духовной жизни, разрыв между официальной идеологией, общественным сознанием и объективными реалиями действительности. Эти противоречия находят свое воплощение в комическом аспекте праздника, в его юмористических и сатирических формах. Праздник – старейшая и перспективная форма бытия [6].

Культурные процессы новейшей истории России, обусловленные сменой идеологии, социальным расщеплением, преодолением культурной изоляции от мирового сообщества, характеризуются переоценкой ценностей и сменой многих традиций, сложившихся в советский период. В их числе переосмысление традиций праздника, становление нового праздничного календаря, содержания и формы самого факта праздника как события.

В современной России привычные праздники получают новые названия. Возникшие вновь, они многими россиянами, по свидетельствам опросов общественного мнения, воспринимаются как обычные выходные дни и не идентифицируются с праздниками обновленного общества. Возвращение религиозных праздников не всегда учитывает многоконфессиональность страны, а предлагаемые сценарии – возможный состав участников. Названные и многие другие факторы в целом свидетельствуют о назревающем кризисе праздничной культуры, порождающем скрытые и явные противоречия между социальными слоями, конфессиями, поколениями, и оцениваются как кризис культурной идентичности населения.

Праздник как явление духовной жизни, как фактор семейной, дружеской, профессиональной, религиозной и социальной интеграции, как форма выражения национально-культурных традиций веками привлекал внимание специалистов в области истории, этнографии, философии, религиоведения, социальной психологии, искусствознания, режиссуры, педагогики и других направлений гуманитарного знания. Однако, как правило, это был односторонний взгляд на праздник как предмет данной науки. Одни исследовали роль и место праздника на определенном этапе исторического развития, другие – рассматривали специфику праздничного общения, третьи – выявляли возможности идеологического воздействия на участников торжества. Между тем праздник – это интегральная социальная система, которая соединяет в себе самые разнообразные атрибуты духовной жизни и требует системного подхода к этому историко-культурному феномену.

Созданием, продвижением и реализацией туристского продукта занимаются туристские предприятия. Рынок турфирм города Сочи представлен большим количеством турагентств, туроператоров, а также экскурсионных бюро. Проанализировав 10 крупных туристских фирм, можно сделать вывод, что предложения по событийному туризму в Сочи слабо развиты. Только две турфирмы предлагают туры в период проведения таких крупных мероприятий, как «Кинотавр» и Международный инновационный форум, остальные события города остаются незамеченными. Экскурсионные бюро работают в основном в летний период и предлагают экскурсии, которые могут познакомить гостей с основными достопримечательностями курорта, а также природными особенностями местности. В свою очередь в сезон летних отпусков отдыхающим предлагается познакомиться с национальными и культурными особенностями города. Организуются поездки в аулы (аул Тхагапш, поселок Лазаревское, чайные домики), где можно увидеть национальные костюмы, танцы, попробовать национальную кухню.

Рынок поездок, привязанных к различным событиям, растет в среднем на 10% в год. «Событийные» туристы готовы заплатить весьма солидные суммы за возможность посетить уникальные мероприятия [4].

Событийный туризм – это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность событийного туризма – множество ярких неповторимых моментов. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма. Целевой аудиторией событийного туризма, как правило, являются обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар. Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события (национального или международного уровня) и по тематике события [1].

В событийном туризме можно выделить несколько тематических видов:

1) национальные фестивали и праздники:

- фестиваль Св. Патрика в Лондоне (Великобритания);
- фестиваль культур в Берлине (Германия);
- праздник на льду, шоу Romanza, Вена (Австрия);
- фестиваль «Цирк будущего», Париж (Франция);
- музыкальный конкурс им. П.И. Чайковского, Москва (Россия);

2) фестивали кино и театра:

- Каннский фестиваль, Канны (Франция);

- фестиваль «Вишневый лес», Москва (Россия);
- 3) гастрономические фестивали:**
- международный фестиваль пива, Берлин (Германия);
- фестиваль морепродуктов, о-в Гров (Испания);
- праздник молодого вина Божоле Нуво (Франция);
- 4) спортивные события:**
- олимпиады и международные состязания;
- автогонки Формула 1;
- 5) международные технические салоны:**
- авиасалон в Ле Бурже, Париж (Франция);
- авиасалон в Чжухае (КНР);
- автосалон в Москве (Россия);
- авиакосмический салон в Жуковском (Россия) и др. [8].

Участники событийных туров предъявляют повышенные требования к средствам размещения, особенно к их классическому типу – гостиницам, транспорту (удобство доставки к месту события – важный фактор), предприятиям общественного питания и к услугам гидов-переводчиков. Особенностью событийного туризма является то, что ежегодно он пополняется новыми событийными турами, которые из случайных переходят в разряд регулярных. Прочное место в событийном туризме заняла олимпиада – летние и зимние Олимпийские игры. В настоящее время также крупным и стабильным сегментом событийного туризма являются «карнавальные» туры [7].

Событийный туризм – это особый вид туризма, при котором турист становится очевидцем, а нередко и участником ярких и запоминающихся событий в мире спорта, культуры и искусства. Воспоминания о событии надолго остаются в памяти. Как правило, событийные туры бронируются заранее. Курорты юга России, и особенно курорт Сочи, в последние годы стали площадкой проведения многих интересных ярких событий: кинофестивалей, танцевальных и вокальных конкурсов, карнавалов, КВН, концертов, гастролей. Курорту Сочи выпала большая честь стать столицей грандиозного события мирового масштаба – зимней Олимпиады-2014.

Фестиваль является событийным мероприятием, это массовое празднество, показ достижений музыкального, эстрадного, театрального, циркового или киноискусства [3].

Развитие фестивального туризма определяется постоянно развивающимся туристским спросом и ростом потребностей в области познавательного отдыха в сочетании с его активными формами. Продукт фестивального туризма разнообразен, основу его составляет замысел или идея, отражающая историческое событие, культурную или этническую традицию. Идея фестивального продукта соотносится обычно с привлекательной мифологической основой и только затем обретает реальную форму в виде конкретных элементов тура. При создании подобных продуктов прежде всего учитывается тот факт, что потребители больше не хотят выполнять роль наблюдателей событий со стороны, а хотят принимать в них живое участие, получая новые впечатления, знания и опыт.

Фестивали, проводимые в Сочи [9]:

- КВН – один из самых известных фестивалей Сочи – проводится ежегодно в январе в Зимнем театре. А в августе проводится Летний кубок КВН в концертном зале Фестивальный.
- Международный фестиваль «Море пива». Данный фестиваль организуется в конце мая. В этой ярмарке принимают участие более 150 компаний из различных регионов России, стран СНГ и дальнего зарубежья, приезжает около 2000 специалистов. В фестивале участвуют различные творческие коллективы, проводятся конкурсы и игры для посетителей. Незабываемым зрелищем являются соревнования по пивному сумо и армрестлингу. Среди посетителей проводятся конкурсы, соревнования и розыгрыши призов, а также гости смогут стать народным дегустатором лучших сортов этого напитка. Традиционно проводится футбольный матч между администрацией города и участниками выставки.
- Кинофестиваль «Кинотавр». Один из самых известных и престижных конкурсов российского кинематографа. Начинается и завершается фестиваль «звездной дорожкой» и торжественной церемонией, помимо этого, проводится много других конкурсов, программ, показов, а также концерты, вечеринки, ужины, приемы, круглые столы, мастер-классы, презентации. Для жителей и гостей курорта у Зимнего театра организуются концерты с участием отечественных звезд, а также показы фильмов молодых режиссеров. «Кинотавр» является развлекательным мероприятием.
- Фестивали органной и джазовой музыки.
- Бархатные сезоны в Сочи. Бархатный сезон – это фестиваль моды, организованный еще в 1997 году Сочинским домом моды. Это конкурс молодых дизайнеров, собирающихся на этом фестивале для показа своих коллекций.
- Международный фестиваль «Красота и Грация».
- Международный фестиваль мировой культуры «Этно-Сочи». Цель праздника – представить город Сочи как город, жители которого гостеприимны и открыты, показать

международному сообществу, что межэтническая толерантность и дружба народов – это то, к чему мы постоянно стремимся и добиваемся в реализации конкретных культурных проектов [10].

Создание событийных туров в Сочи позволит туристам узнать культурную составляющую региона. В городе проводится много различных культурных мероприятий, праздников, позволяющих населению погрузиться в культуру, познать богатство и многообразие традиций как города, так и страны в целом.

Культура и национальные ценности, включая развитие чувства национальной гордости и объединение россиян через спорт, развитие волонтерского движения содействуют развитию культурного многообразия, сохранению культурного наследия. Система управления устойчивым развитием определяет правила принятия решений в условиях повседневной деятельности для заинтересованных сторон в целях реализации задач устойчивого регионального развития.

Заключение. В связи с предстоящими Олимпийскими играми в Сочи необходимо разработать туры, которые позволят гостям не только просто ознакомиться и познать исторические достопримечательности, окрестности города-курорта, но и увидеть соревнования своими глазами, стать участником культурных мероприятий 2014 года, побывать на месте проводимого события и увидеть всю масштабность его своими глазами.

Город Сочи обладает всеми необходимыми ресурсами для развития данного вида туризма. Спрос на культурные, исторические, этнонациональные и спортивные мероприятия растет. Однако для того, чтобы активно продавать такие программы, рынку необходимо перестроиться, осознать специфику этого бизнеса и, в первую очередь, ориентировать клиентов на заблаговременную покупку путевок.

Разработав план по продвижению курорта при поддержке администрации, а также ряд мероприятий по развитию туристских предприятий, можно сделать вывод, что в городе Сочи как в преддверии Олимпийских игр, так и после их проведения, будет активно развиваться культурная составляющая дестинации. Отдых туристов станет более насыщенным и разнообразным, благодаря улучшению, модернизации и совершенствованию деятельности предприятий сферы туризма по организации праздников и событийных мероприятий.

Примечания:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: КноРус, 2013. 460 с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. СПб.: Герда, Невский Фонд, 2007. 576 с.
3. Большая Советская энциклопедия. 2-е издание. М.: Бука, 2012.
4. Егоренков Л.И. Введение в технологию туризма. М.: Финансы и статистика, Инфра-М, 2009. 304 с.
5. Организация международного туризма. М.: Гардарики, 2008. 256 с.
6. Руднев В. Энциклопедический словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты. М.: Аграф, 2009. 544 с.
7. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учеб. М.: Финансы и статистика, 2005. 400 с.
8. Экономика и организация туризма. Международный туризм / Под ред. Е. Драчевой, Ю. Забаева, И. Рябовой М.: КноРус, 2010. 576 с.
9. <http://www.sochi-tur.net> Фестивали в Сочи, 2012.
10. <http://tms.subtopic.ru/RUS/SOCHI/FESTIVALS/> Фестивали Сочи.

UDC 33

**Culture Tourism as a Resource of Regional Development
(Sochi Resort Case Study)**

¹ Tatyana A. Yudina

² Elena N. Chesnokova

¹ Sochi State University, Russia
26 a Sovetskaya Str., Sochi 354000, Krasnodar Region
Doctor of Sociology, Professor
E-mail: yudinat@list.ru

² Sochi State University, Russia
26 a Sovetskaya Str., Sochi 354000, Krasnodar Region
Doctor of Sociology, Assistant Professor
E-mail: elenayudina@list.ru

Abstract. This article presents monitoring of event tourism both on the international level and in Russian Federation, estimates festival as a culture phenomenon, gives recommendations on event tourism development in Sochi.

Keywords: culture and event tourism; festival as a culture phenomenon; festival tourism; culture diversity development and culture heritage preservation in Sochi.