

SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

PREDAVANJE 9

Dr Branislav Rabotić, prof.



VISOKA TURISTIČKA ŠKOLA STRUKOVNIH STUDIJA
2012.

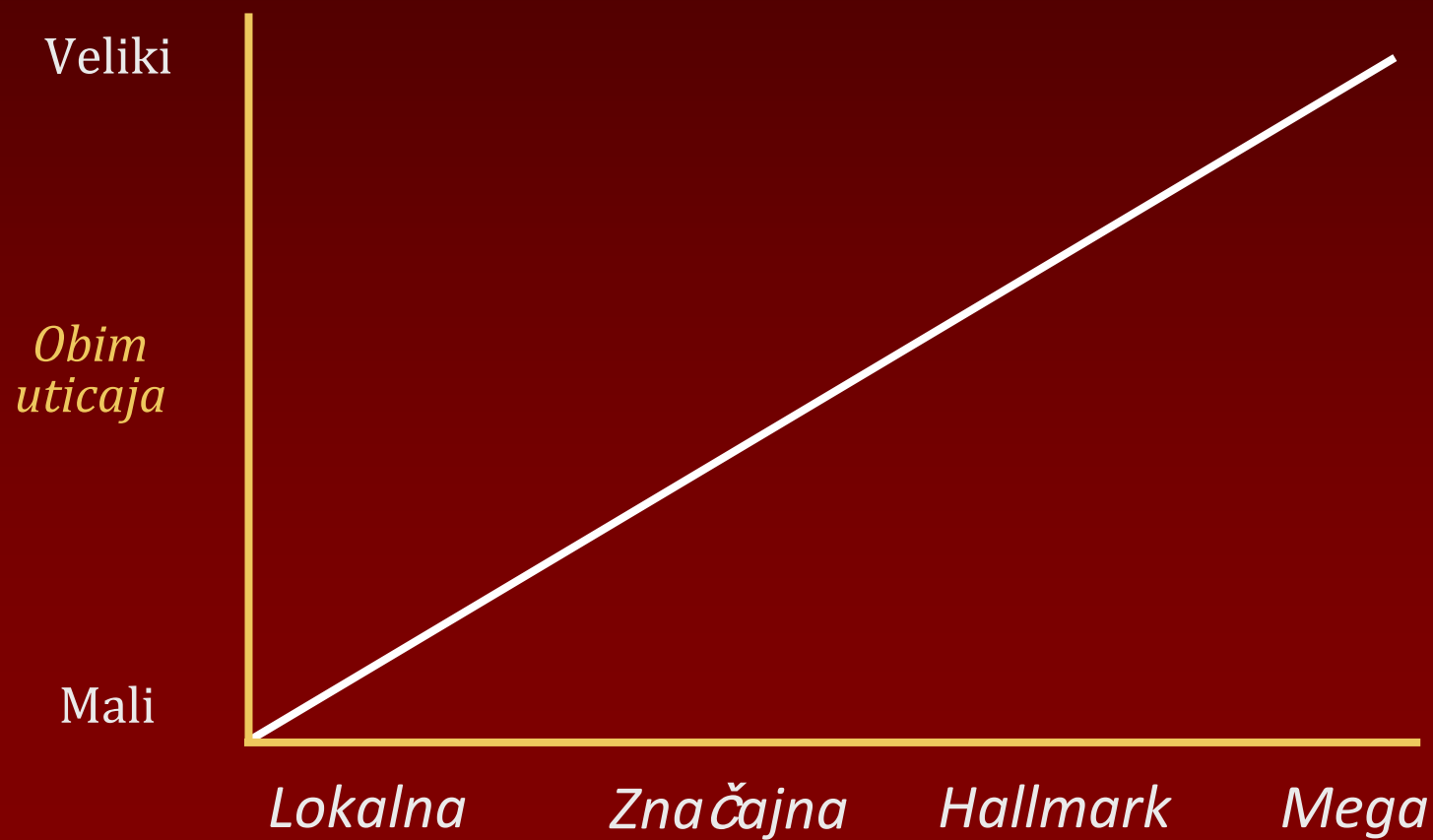
TURIZAM DOGAĐAJA

- ◆ Manifestacioni turizam, turizam događaja ili *event* turizam uključuje putovanja koja su primarno motivisana posetom manifestaciji kulturnog, umetničkog, zabavnog i sličnog karaktera i sadržaja.
- ◆ Ranije je, kao sveobuhvatni, bio korišćen termin *special event*. U poslednje vreme sve češće je u upotrebi sintagma *festivals and events*, koja u prvi plan ističe značaj događaja festivalskog karaktera.
- ◆ Festivali su se umnožili sa rastom masovnog turizma posle II sv. rata. U V. Britaniji gotovo 50% umetničkih festivala pokrenuto 80-tih godina 20. veka kako bi podstakli veću posetu turista pojedinim gradovima. Čak i festivali namenjeni pripadnicima lokalne zajednice dovode znatiželjne turiste, a sve više je i onih manifestacija koje su kreirane samo iz turističkih razloga.

Pojam i tipologija događaja

- ◆ Prema veličini i značaju (udeo na tržištu, kvalitet, efekat na imidž destinacije, podrška lokalne zajednice, ekonomske koristi, environmentalna vrednost, održivost i sl.), mogu se izdvojiti tri osnovna tipa događaja:
- ◆ **Mega event** je manifestacija koja privlači ogroman broj posetilaca, obično preko 500.000 ili 1 mil., kao što je slučaj sa Olimpijskim igrama ili Svetskim fudbalskim prvenstvom.
- ◆ **Hallmark event** (*žig, oznaka*) je značajna manifestacija koja se održava samo jedanput ili se ponavlja u određenom intervalu, ograničenog je trajanja, a organizovana je sa ciljem jačanja pozitivne slike o destinaciji, njene privlačnosti i ekonomske uspešnosti. Naziv upućuje na to da je postala 'zaštitini znak' neke destinacije (npr. Dubrovačke letnje igre ili operski festival u Veroni).

- ◆ **Local event** je manifestacija manjeg obima, kraćeg trajanja, ali se održava češće i u njenom fokusu je način života lokalne zajednice (umetnost, zanati, veštine ljudi i sl.).



- ◆ Getz (2008) daje i tipologiju glavnih kategorija planiranih događaja na osnovu njihove forme, tj. prema nameni i programu. Neke su javne svečanosti, kao festivali lokalnih zajednica, koje treba da neguju građanski ponos i koheziju, dok su druge planirane u svrhu takmičenja, zabave i razonode, posla ili druženja i za njihovo održavanje često su neophodni i posebni objekti (kongresni ili sportsko–rekreativni centri). Važno je napomenuti da politički i privatni događaji, osim izuzetno, ne pripadaju strukturi manifestacionog turizma.
- ◆ Pojam „turizam događaja“ uključuje razne oblike turizma, kao što su sportski, kulturni, poslovni, religijski i sl., ali je fokus samo na jednom aspektu – događaju ili manifestaciji, kao povodu okupljanja turista. To ima za posledicu i odgovarajući pristup u marketingu i menadžmentu takvog oblika turizma.

KULTURNE
SVEČANOSTI

- Festivali
- Karnevali
- Proslave
- Religijski događaji

POLITIČKI I
DRŽAVNI

- Samiti
- Kraljevske svečanosti
- Politički događaji

UMETNIČKI I
ZABAVNI

- Koncerti
- Dodele nagrada

POSLOVNI I
PRIVREDNI

- Sastanci
- Konferencije
- Poslovni i sajmovi
za potrošače
- Religijski događaji

OBRAZOVNI I
NAUČNI

- Konferencije
- Seminari
- Savetovanja

SPORTSKA
TAKMIČENJA

- Amaterska/
Profesionalna
- Gledalac/Učesnik

PRIVATNI
DOGAĐAJI

- Venčanja
- Zabave
- Drugarske večeri

- ◆ Pošto se manifestacije održavaju samo jednom, retko ili u određenim razmacima, ali uvek u ograničenom trajanju, pružaoci usluga u destinaciji koriste takvu priliku da povećaju cene u odnosu na uobičajeni nivo. Nove cene uvećavaju se, katkad, i višestruko, pa pohlepa pojedinih hotelijera, restoratera, taksista i drugih, destimulativno deluje na potencijalne turiste (“istisnuta potrošnja”). Ova ne tako retka praksa može imati negativan efekat i na turiste koji su došli u destinaciju, jer su svesni da sve usluge plaćaju znatno više nego u redovnim uslovima.
- ◆ Tako se događa da pojedini hoteli čak i u najtraženijim terminima (u vreme manifestacije) ne uspevaju da popune svoje kapacitete, a naknadno snižavanje cena dolazi kao zakasnela reakcija.

Festivali i karnevali

- ◆ U staro doba, festivali su bili posvećeni bogovima i, prema Herodotu, bilo ih je mnogo, kako u Egiptu tako i u Grčkoj, gde su se četiri festivala izdvojila po značaju: *Olimpijske igre* u Olimpiji, *Pitijske igre* u Delfima, *Istmijske igre* u Korintu i *Nemejske igre* u Nemeji.
- ◆ Ovi festivali su i priređivani u obliku „igara“, pošto je jedan od načina na koji su stari Grci slavili božanstvo bio da mu prirede najbolju atletsku ili umetničku „predstavu“.
- ◆ U srednjem veku, festivali imaju više sekularni karakter, jer su se njima slavila ljudska, a ne božanska dostignuća. I tada, kao i kasnije, služili su za afirmisanje lokalne kulture i tradicije, nudeći priliku za iskazivanje identiteta lokalne zajednice, ali i za promociju umetnika i zanatlija.

***Primer: Panatenejska povorka
(vidi umetak na str. 130)***



- ◆ Mnogi današnji festivali pokrenuti su radi pospešivanja turizma i promocije pojedinih destinacija. Čak i oni kojima to nije bio prvobitni cilj, naknadno su dobili turistički značaj.
- ◆ Festivali pojačavaju atraktivnost destinacije i dovode više posetilaca sa posebnim interesovanjem za proizvod, događaj, kulturnu baštinu ili tradiciju, koji se festivalom i proslavljaju. Zahvaljujući turizmu, obnavljaju se i neki svojevremeno napušteni festivali (karneval u Veneciji).
- ◆ Dok neki festivali predstavljaju pravu svetkovinu lokalne zajednice ili, bar, imaju svečarski element, drugi pripadaju kategoriji zabave i spektakla. U ovom drugom slučaju ne podrazumeva se, često nije ni dozvoljeno, da publika neposredno učestvuje, jer su predviđeni samo za gledanje.

◆ Festivali mogu imati različitu formu, a najčešće je reč o sledećim manifestacijama:

- karnevali (*Rio de Janeiro, Mardi Gras*);
- umetnički festivali (pozorište, folklor, film, balet);
- muzički festivali (opera, pop/rock, tradicionalna muzika);
- festivali hrane i vina (minhenski „Oktoberfest“);
- religijske svečanosti i procesije;
- cirkusi (putujući ili stalni; na primer spektakl *Cirque du Soleil*);
- sportski događaji (takmičenja), i
- festivali kulture (npr. „Evropska prestonica kulture“).

Svetkovine lokalnih zajednica

- ◆ Festival je prozor u svet lokalne zajednice. Tu se susreće veliki broj ljudi – turisti i lokalno stanovništvo.
- ◆ Lokalna zajednica, kao domaćin, može dati značajan doprinos održivom razvoju turizma upravo putem festivala koji jačaju njenu socijalnu koheziju i kulturni identitet (podstiču interakciju i povezanost među stanovništvom), lokalni imidž, samopouzdanje, a iniciraju i partnerstvo između javnog i privatnog sektora.
- ◆ S druge strane, pripadnici lokalne zajednice mogu prihvatiti određene kulturne aspekte modernog života, zahvaljujući interaktivnoj komunikaciji sa posetiocima. Posetioци iz drugih sredina donose u receptivnu regiju kulturne promene i učestvuju u razmeni kulturnih koristi sa lokalnim stanovništvom.

- ◆ Održavanje lokalnih manifestacija prate i negativni efekti. Festivali, a naročito karnevali, čine kontrast svakodnevnom životu, jer učesnicima nude obilje zabave i opuštanja u atmosferi koja je vesela, često dopušta i inspiriše razne nestašluke, u svakom slučaju oslobođena je od uobičajenih socijalnih ograničenja. I sam pojam „karneval“ vezuje se za slobodnije ponašanje, dok se festivali odlikuju mirnijom atmosferom.
- ◆ U ekstremnoj formi, svetkovina može delovati kao remetilački faktor za lokalnu kulturu i tradicionalne aktivnosti. Ovde nije reč samo o potencijalnoj komercijalizaciji (komodifikaciji) ili demonstracionom efektu turizma na lokalno stanovništvo. Gužva, buka, masovna pijanstva, tuče i kriminal takođe su pratioci karnevala i festivala, što smeta ne samo lokalnom stanovništvu, već i turistima.

- ◆ Otvorena pitanja u vezi sa festivalima i karnevalima:
 - *Uticao veličine festivala na lokalnu zajednicu* (mali više angažuju rezidente, ali donose i manje prihode).
 - *Pitanje autentičnosti i eventualne komodifikacije lokalnih kulturnih vrednosti* (realna mogućnost trivijalizacije kulture).
 - *Vlasništvo nad festivalom i upravljanje* (javni ili privatni sektor).
 - *Obezbeđenje kontinuiranog finansiranja (sponzorstva)*, posebno manjih i lokalnih festivala.
 - *Namena, tj. auditorijum* (lokalni ili turistički, što nije uvek kompatibilno).
 - *Etnički i festivali manjina* (karnevali, *gay pride* i sl.) mogu biti prisvojeni od strane onih koji ne pripadaju kulturi određenih grupa ili nemaju razumevanje za njihove potrebe.
 - *Problemi u vezi sa održivošću turizma u destinaciji* (gužva, zakrčenost, buka, otpaci i sl.).

- ◆ Pitanje autentičnosti lokalnih kulturnih događaja utoliko je važnije što ima primera „insceniranih“ manifestacija kojima se, neretko, trivijalizuju kulturne vrednosti pojedinih zajednica. Mnogi događaji ciljno su kreirani za turiste, uz „saglasnost“, pa i neposrednu pomoć lokalne zajednice, da bi se pogodnom predstavom zadovoljila znatiželja turista.
- ◆ Na taj način se ne samo ostvaruju prihodi za zajednicu, već se i destimuliše prodor „gostiju“ u *back stage* destinacije (što ima efekta na očuvanje autentičnih lokalnih vrednosti). Problem je, međutim, u tome što se takvi događaji, često, prezentiraju (i prodaju) turistima kao „izvorni“, a to je vrsta fabrikovanja i manipulacije.