

## CÁC LOẠI HÌNH TỔ CHỨC SỰ KIỆN

TRƯƠNG THỊ BÍCH TIÊN\*

### TÓM TẮT

*Tổ chức sự kiện là một ngành khá phát triển trên thế giới. Việc phân loại nó đã có những thành quả đáng ghi nhận. Bài viết này phân tích ba loại hình sự kiện tiêu biểu là phân loại tổ chức sự kiện theo quy mô, theo hình thức và theo mục đích - nội dung; đồng thời nêu những hạn chế trong các cách phân loại này.*

**Từ khóa:** tổ chức sự kiện, loại hình tổ chức sự kiện, phân loại tổ chức sự kiện.

### ABSTRACT

#### *Forms of event management*

*Event management is a developing business in the world. The classification of event management has achieved significant results. This article analyses three typical forms of event management based on scale, form and purpose. Besides, the author also points out the limitations of this classification.*

**Keywords:** event management, forms of event management, classification of event management.

Thế giới tổ chức sự kiện rất đa dạng, vì thế cách phân loại nó cũng không kém phần phong phú. Việc phân loại tổ chức sự kiện thường được thực hiện bởi nhiều chuyên gia với nhiều quan điểm khác nhau, tuy nhiên có thể quy về ba nhóm: phân loại tổ chức sự kiện theo quy mô, phân loại tổ chức sự kiện theo hình thức và phân loại tổ chức sự kiện theo mục đích, nội dung. Để hiểu rõ hơn về bản chất của vấn đề, chúng tôi đi sâu vào nghiên cứu và phân tích từng trường hợp cụ thể.

### 1. Phân loại tổ chức sự kiện theo quy mô

Việc phân chia sự kiện theo quy mô, có nghĩa là xác định tầm cỡ của những sự kiện được tổ chức. Thông thường giới học thuật và những chuyên gia về tổ

chức sự kiện thường chia bản thân của sự kiện thành ba loại, đó là sự kiện lớn, sự kiện vừa và sự kiện nhỏ.

**Sự kiện lớn** là sự kiện được tổ chức với quy mô và mục đích to lớn. Quan điểm thế nào là một sự kiện lớn vẫn đang còn là một đề tài gây tranh cãi trong giới học thuật nghiên cứu về sự kiện.

Theo quan điểm của Donal Getz thì sự kiện lớn phải là “Số lượng người tham dự trực tiếp hoặc gián tiếp của sự kiện lớn phải vượt quá con số một triệu, giá trị vốn đầu tư vào sự kiện ấy ít nhất phải là 500 triệu USD, tiếng tăm và ảnh hưởng của nó phải lâu dài, bền bỉ và sức lan tỏa uy tín của nó phải vượt quá tầm mức của cộng đồng cư dân nơi sự kiện diễn ra” [3, tr.11].

Cách phân loại sự kiện theo quan điểm của Donal Getz chưa hẳn đã hoàn toàn hợp lý và thuyết phục. Mặc dù là một chuyên gia nghiên cứu về tổ chức sự

\* NCS, Trường Đại học KHXH & NV,  
Đại học Quốc gia TPHCM

kiện, nhưng Getz vẫn còn nhiều hạn chế trong việc đưa ra nhận xét của mình. Nhận xét của Getz có thể tương đối chính xác nếu như mặc nhiên hiểu rằng, những sự kiện mà ông nêu được giới hạn trong phạm vi những sự kiện kinh tế. Tuy nhiên, trên thực tế, thế giới tổ chức sự kiện phong phú và đa dạng hơn rất nhiều. Vì sự đa dạng đó, cho nên quan điểm của Getz về tổ chức sự kiện là thiếu tính phổ quát. Hơn nữa, nếu như khái niệm “tổ chức sự kiện” được hiểu đơn thuần là những sự kiện mang tính kinh tế thì quan niệm của Getz chỉ có giá trị trong một thời gian rất ngắn và một không gian rất hẹp. Vì rằng con số mà Getz đưa ra có thể lớn vào lúc Getz phát biểu, nhưng vì tính trượt giá của đồng tiền khiến cho số tiền mà Getz gọi là lớn ấy sẽ không còn là lớn nữa trong một thời gian sau đó. Và số lượng tiền mà Getz cho là lớn ấy có thể rất lớn đối với lĩnh vực tổ chức sự kiện của một quốc gia này nhưng nó cũng có thể rất nhỏ bé đối với một quốc gia khác.

Như vậy, quan niệm về sự kiện lớn của Getz, tuy có một vài điểm bất toàn nhưng trong một chừng mực nào đó nó vẫn có thể tạm chấp nhận được nếu như chúng ta mặc nhiên hiểu theo nghĩa giản đơn nhất của tổ chức sự kiện là chỉ bao gồm những sự kiện được tổ chức về lĩnh vực kinh tế.

Thận trọng hơn Donal Getz, Allen Johnny trong tác phẩm *Festival and Special Event Management*, đã đưa ra cái nhìn của mình về cách phân loại sự kiện theo quy mô như sau: “Có nhiều cách để phân loại hoặc phân nhóm sự kiện bởi quy mô, hình thức và nội dung. Xét về

mặt quy mô, thì có những loại sự kiện như siêu sự kiện (mega event), sự kiện đánh dấu (hallmark event), sự kiện chính (major event), sự kiện địa phương (local events), sự kiện cộng đồng (community events), và những định nghĩa về cách phân loại này thường chứa đựng nhiều khiếm khuyết và trên thực tế thì sự phân biệt sự kiện theo quy mô không phải là một vấn đề có tính rõ ràng cho lắm” [2, tr.11].

Theo quan điểm của Allen Johnny thì sự kiện được phân loại đa dạng và phong phú. Ông đã thận trọng và có sự cân nhắc kỹ lưỡng khi phát biểu về sự thiếu chuẩn xác của việc phân loại sự kiện theo quy mô. Có thể nói, nếu như Getz đã đưa ra định nghĩa và chấp nhận nó mà không hề có một sự phê phán nào thì ngược lại Allen Johnny đã thể hiện được tư duy phân tích sắc sảo của mình qua phát biểu trên. Ông cho rằng: “... những định nghĩa về cách phân loại này thường chứa đựng nhiều khiếm khuyết và trên thực tế thì sự phân biệt sự kiện theo quy mô không phải là một vấn đề có tính rõ ràng cho lắm”, Allen Johnny đã mặc nhiên thừa nhận rằng, việc phân loại theo tiêu chí quy mô là việc không thể tránh được khi xét về một sự kiện, nhưng cách phân loại dựa trên tiêu chí này không hẳn đã mang tính khoa học và thuyết phục cao.

Cùng đề cập đến quy mô của sự kiện, tác giả Lynn Van Der Wagen trong tác phẩm *Event management* đã phân chia sự kiện thành siêu sự kiện (mega-events), sự kiện chính yếu (major events) và sự kiện thứ yếu (minor events).

Theo Lynn Van Der Wagen, những sự kiện lớn nhất được gọi là **siêu sự kiện** (mega events) và thường nhắm vào những thị trường quốc tế. Những hội thao lớn của nhân loại như Olympic, World cup... là những ví dụ điển hình nhất cho loại sự kiện này.

Một trong những siêu sự kiện điển hình là cuộc thi bóng bầu dục Super Bowl lần thứ 42 ở nước Mỹ đã thu hút hơn 90 triệu khán giả trực tiếp và gián tiếp [4]. Cuộc thi này đã thu hút được rất nhiều khán giả tới nơi diễn ra sự kiện và thu được rất nhiều lợi nhuận từ các kênh quảng cáo. Những sự kiện như thế này có một lợi ích đặc biệt trong việc gia tăng lượng du khách đến địa phương nơi diễn ra sự kiện, lợi ích đối với giới truyền thông đại chúng và lợi ích đối với việc biến đổi kinh tế theo chiều hướng tích cực. Tuy nhiên, nếu xét trong khoảng thời gian ngắn thì nhiều địa phương nơi sự kiện diễn ra chưa thu lợi được ngay mà phải trải qua một thời gian nhất định cho đến khi sự kiện bắt đầu phát huy tác dụng về những lợi ích tiềm ẩn mang tính chiều sâu. Vì thấy được đây là một vấn đề đầu tư mang tầm chiến lược nên một số thành phố đã chấp nhận gánh những khoản nợ sau khi đăng cai tổ chức những sự kiện lớn. Tuy nhiên đối với tất cả những sự kiện thuộc tầm cỡ to lớn như thế này, nếu xét về dài hạn thì khó mà tính toán được giá trị lợi ích kinh tế một cách chính xác, nhưng nhìn chung về cơ bản là chúng thường mang tính lợi ích tích cực.

Sự kiện Olympic thuộc loại phí tổn nhiều, số lượng người tham dự đông, ảnh

hưởng kinh tế xã hội lớn, vì vậy những nhà nghiên cứu, những nhà tài trợ, những nhà tổ chức và những người tham dự trên khắp thế giới đều không ngần ngại xếp nó vào loại siêu sự kiện; vì những tác động lâu dài và bền bỉ của nó đối với kinh tế, văn hóa và xã hội nên nó hoàn toàn xứng đáng. Một ví dụ khác là sự kiện Maha Kumbh Mela. Đây là một trong những sự kiện hội họp mang tính tôn giáo lớn nhất trong lịch sử loài người. Trong suốt thời gian sự kiện diễn ra vào năm 2001, khoảng 70 triệu tín đồ Hindu kéo về sông Ganges và Yamuna ở Allahabad, Ấn Độ [7]. Họ tham dự nghi thức tẩy uế và những lễ tắm thiêng liêng mà những người mộ đạo tin là sẽ làm cho bản thân họ trở nên trong sạch và thoát khỏi mọi tội lỗi nơi trần thế. Hơn nữa, trong niềm tin của tín đồ đạo Hindu, việc tham dự những lễ hội thiêng liêng và mầu nhiệm như thế này có thể khiến cho họ hòa nhập vĩnh viễn cùng với Brahman và chấm dứt hoàn toàn cảnh luân hồi đau khổ. Vì muốn tăng tầm quan trọng của sự kiện nên ban tổ chức đã quy định lễ hội chỉ diễn ra mười hai năm một lần. Có lẽ những nhà tổ chức sự kiện tôn giáo này quy định như thế để các tín đồ Hindu càng khát khao mong chờ dịp lễ hội khai mạc. Lễ hội Maha Kumbh Mela diễn ra vào năm 2001 được mô tả như là: “cuộc trình diễn vĩ đại nhất trên trái đất” [6], là sự kiện tụ họp lớn chưa từng có của con người và đã gây nhiều tranh luận về quan niệm đối với một sự kiện đơn lẻ.

Một hình thức thuộc dạng siêu sự kiện khác là những sự kiện vùng được tổ chức với quy mô to lớn. Những sự kiện

vùng được tổ chức nhằm tăng sự lôi cuốn đối với những khu vực hoặc điểm đến du lịch đặc biệt. Hội chợ FAN, lễ hội âm nhạc đồng quê lớn nhất thế giới được tổ chức hằng năm ở Nashville, Tennessee, biểu diễn nghệ thuật ở công viên, lễ hội nghệ thuật ở Memphis là tất cả những ví dụ về điểm đến du lịch đạt được vị trí thị trường cả về lịch quốc nội và du lịch quốc tế thông qua những sự kiện hằng năm của họ. Sự kiện Madi Gras được tổ chức vòng quanh thế giới ở những thành phố, nhưng lễ kỉ niệm hằng năm của sự kiện này thường được chào đón nồng nhiệt tại New Orleans - nơi nó đã được khai sinh về mặt lịch sử. Vì thế, song song với việc tổ chức tự phát khắp toàn cầu thì New Orleans vẫn là thánh địa chính thức hằng năm đối với lễ hội Madi Gras. Sự kiện này lôi cuốn du khách quốc tế và địa phương đến New Orleans, đồng thời có sự tác động văn hóa và tài chính đặc biệt tích cực đối với thành phố này.

Loại hình sự kiện lớn thứ hai, sau *siêu sự kiện* là **sự kiện chính yếu** (major events). Sự kiện này thu hút số lượng lớn những người yêu thích văn hóa đặc thù mang tính địa phương và thường được tổ chức tại những địa điểm du lịch độc đáo. Ví dụ như lễ đón năm mới của người Hoa được tổ chức ở nhiều thành phố, thủ đô trên thế giới. Ở Honolulu, sự kiện này bao gồm nhiều lễ hội với những hoạt động mang ý nghĩa nhắc nhở về văn hóa truyền thống của người Hoa trong dịp xuân về như: lễ hội lồng đèn, diễu hành, múa lân, đua thuyền rồng.

Loại sự kiện cuối cùng theo Lynn Van Der Wagen là **sự kiện thứ yếu**

(minor events). Theo quan điểm của Wagen, hầu hết các sự kiện đều rơi vào loại này, các nhà tổ chức sự kiện đã thu thập những kinh nghiệm của mình. Hầu như mọi thành phố, tiểu bang ở Mỹ đều tự tổ chức những sự kiện hằng năm. Ví dụ, Rhode Island, tiểu bang nhỏ nhất về mặt địa lí cũng đã đưa ra 234 lễ hội hằng năm bao gồm lễ hội mùa đông Newport và giải đấu tennis Miller Lite Hall cũng như là cuộc đua giải Wickford. Về thể loại lễ hội nông nghiệp và xuất khẩu, có hàng ngàn sự kiện ở vùng, quận, tiểu bang của Mỹ được tổ chức mỗi năm. Hội chợ này cũng đã sử dụng dịch vụ của hơn 15.000 tình nguyện viên và có một danh sách chờ của hàng ngàn người háo hức đăng kí tham gia. Thêm vào những sự kiện hằng năm, có những sự kiện chỉ diễn ra một lần, gồm những sự kiện trình diễn múa, ca nhạc kịch mang tính lịch sử. Tóm lại, những hoạt động như lễ kỉ niệm, lễ trao giải thưởng, mít-tinh, tiệc tùng, hội nghị, triển lãm, sự kiện thể thao và nhiều sự kiện cộng đồng và xã hội khác đều thuộc vào loại sự kiện này.

Lynn Van Der Wagen là một trong số những học giả đưa ra cách phân loại về quy mô của sự kiện. Cách phân loại sự kiện của Lynn Van Der Wagen khá kĩ lưỡng và sâu sắc. Tuy nhiên, cũng như những học giả khác, cách phân loại của Wagen có phần mang nặng tính hàn lâm và có lẽ khó tìm được sự ủng hộ hoàn toàn của những người quan tâm đến vấn đề tổ chức sự kiện.

Thiết nghĩ, khi tổ chức những loại sự kiện khác nhau, người ta có thể phân chia ra nhiều loại theo những tiêu chí về

quy mô hoàn toàn khác nhau. Đó là điều tất yếu và không có gì đáng ngạc nhiên, vì bản thân của tổ chức sự kiện là một vấn đề thuộc về văn hóa xã hội, nên có nhiều cái nhìn khác nhau trong việc phân loại nó cũng là điều bình thường.

Xuất phát từ thực tế và nhằm đơn giản hóa những khái niệm về sự kiện, có thể phân chia sự kiện theo tiêu chí quy mô ra làm ba loại chính, đó là sự kiện lớn, sự kiện vừa và sự kiện nhỏ.

Cách chia theo tiêu chí này chưa hẳn là hoàn toàn chính xác nhưng nó lại là cách chia đơn giản và phổ biến nhất để tìm hiểu về tính quy mô của một sự kiện.

## 2. Phân loại tổ chức sự kiện theo hình thức

Thế giới tổ chức sự kiện rất đa dạng và phong phú, vì thế các hình thức tổ chức sự kiện lại càng phong phú hơn. Có những sự kiện được tổ chức dưới hình thức một lễ hội tôn giáo nhưng cũng có những sự kiện thuần túy tính thể tục và giải trí. Trong thế giới muôn màu muôn vẻ của các hình thức tổ chức sự kiện, có thể liệt kê vài hình thức sự kiện tiêu biểu như: sự kiện lễ hội, sự kiện thương mại, sự kiện giáo dục, chính trị...

Để tìm hiểu về các hình thức của sự kiện được tổ chức, đầu tiên cần tìm hiểu đến hình thức **sự kiện lễ hội**. Về mặt lí luận cũng như thực tiễn, lễ hội chính là sự thể hiện quan trọng trong hoạt động của con người nhằm xây dựng đời sống văn hóa xã hội. Hơn thế nữa, sự kiện lễ hội cũng thường được gắn kết với hoạt động du lịch nhằm tạo ra những hoạt động kinh doanh và thu nhập cho cộng đồng chủ nhà.

Thế nào là một sự kiện lễ hội, người ta dựa vào những tiêu chí nào để phân định rằng đây là sự kiện mang hình thức lễ hội mà không phải là hình thức khác? Muốn làm rõ những tiêu chí phân biệt sự kiện lễ hội với những hình thức sự kiện khác thì ta phải hiểu rõ lễ hội là gì. Trong *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, tác giả Trần Ngọc Thêm đã nhận định: “Nếu lễ tết là một hệ thống phân bố theo thời gian thì lễ hội là hệ thống phân bố theo không gian: Mỗi vùng có những lễ hội riêng của mình” [1, tr.273]. Ví dụ như ở Việt Nam có rất nhiều lễ hội thể hiện rõ tính văn hóa nông nghiệp. Sự kiện lễ hội nông nghiệp thì phải đúng theo tiêu chí hình thức tổ chức của nó. Điển hình như lễ Tịch điền của người Việt thường được tổ chức ở một khoảnh ruộng chọn sẵn, phải có một đôi trâu kéo cày để cho vua hoặc nguyên thủ xuống ruộng cày vài đường tượng trưng. Không gian tổ chức lễ hội phải là một vùng nông thôn và thời gian diễn ra vào đầu mùa xuân khi vạn vật đâm chồi nảy lộc...

Hình thức phổ biến nhất của những sự kiện theo hình thức lễ hội là *lễ hội nghệ thuật*. Lễ hội này bao gồm sự trình diễn của nhiều hình thức nghệ thuật đa dạng và hỗn hợp như là hình thức lễ hội nghệ thuật của các thành phố, hoặc những hình thức đơn giản như lễ hội kỉ niệm 200 năm thành lập nước Úc tại Queensland. Về những hình thức sự kiện lễ hội này, có thể kể ra vô số mà điển hình là Festival Huế, lễ hội âm nhạc thánh phòng ở Canberra...

Một hình thức quan trọng khác của sự kiện lễ hội là những *lễ hội về ẩm thực*

và rượu. Chính trong những sự kiện lễ hội độc đáo này, những bản sắc văn hóa ẩm thực của từng quốc gia được dịp thể hiện mình và xa hơn nữa là giao lưu với những nền văn hóa ẩm thực khác. Những sự kiện dưới hình thức lễ hội, nhờ bản chất độc đáo của nó đã trở thành những phương tiện giao lưu văn hóa giữa các cộng đồng quốc gia dân tộc với nhau.

Ngoài những lễ hội về ẩm thực và rượu còn có những lễ hội ẩm thực và thời trang, lễ hội ẩm thực chuyên về thức ăn hoang dã tại Hotikita, New Zeland..v.v...

Một hình thức sự kiện khác cũng không kém phần quan trọng là những *sự kiện thể thao*. Tiêu chí để xác định hình thức tổ chức sự kiện này chính là những môn thi đấu và biểu diễn của nó thuộc phạm trù thể thao. Những sự kiện này nhằm đo lường lòng can đảm, khả năng và ý chí của con người. Các sự kiện theo hình thức thể thao thường mở ra những sân chơi trên các bình diện địa phương, quốc gia và quốc tế. Những sự kiện thể thao này có nguồn gốc từ lâu đời. Dân tộc đầu tiên được biết đến như là những nhà tổ chức những sự kiện thể thao bài bản và quy củ chính là người Hi Lạp cổ đại. Điển hình là tinh thần ngọn lửa Olympic, mặc dù có những lúc bị lãng quên vì nhiều lí do, nhưng cho đến hôm nay vẫn được loài người tiếp tục thắp sáng một cách trân trọng. Những sự kiện thể thao ngoài việc nâng cao tinh thần thượng võ, đoàn kết và hữu nghị nó còn được xem như là động lực quan trọng để thúc đẩy sự phát triển kinh tế cộng đồng nơi sự kiện diễn ra.

Ngoài những hình thức sự kiện có thể xem là tiêu biểu như trên, trong cuộc sống, vẫn còn rất nhiều những hình thức sự kiện khác như: tôn giáo, giáo dục, thể thao, thương mại...

Như vậy, việc phân chia sự kiện theo hình thức chỉ mang tính tương đối và bản thân nó còn nhiều điều bất hợp lí. Điển hình nhất là khi phân chia những hình thức khác nhau của sự kiện. Việc làm này chỉ mang tính biểu trưng vì tính thuyết phục của nó rất thấp. Không ai có thể bảo đảm được việc liệt kê theo quan điểm của mình là có thể bao quát toàn bộ các sự kiện, thậm chí ngay cả những sự kiện được ưu tiên liệt kê cũng chưa chắc đã đại diện được cho các hình thức tổ chức sự kiện.

### **3. Phân loại tổ chức sự kiện theo mục đích**

Tất cả các sự kiện được tổ chức đều nhằm một mục đích nhất định và tùy theo mục đích của mình mà mỗi sự kiện được thiết kế và lên kế hoạch một cách khác nhau. Theo Joe Gold Blatt, tất cả các sự kiện đều không ngoài bốn mục đích: kỉ niệm, giáo dục, tiếp thị, họp mặt; vì vậy, theo tiêu chí mục đích, có thể phân loại sự kiện thành bốn loại như sau:

(i) *Sự kiện kỉ niệm*: Đó là những sự kiện lễ hội từ hội chợ cho đến những sự kiện xã hội – vòng đời người nhằm mục đích kỉ niệm. Sự kiện kỉ niệm bao gồm những lễ hội truyền thống, cộng đồng, tôn giáo, chính trị hoặc những lễ hội gắn chặt với vòng đời người như đám cưới, đám tang... Ví dụ điển hình cho loại sự kiện này là lễ hội Vesak diễn ra tại Việt Nam trong năm 2008. Đây là lễ Tam hợp

quốc tế đầu tiên được tổ chức tại Việt Nam với hơn 600 phái đoàn Phật giáo và 5000 đại diện đến từ 100 quốc gia trên thế giới [5]. Số lượng người tham dự sự kiện này ước tính khoảng 20.000. Một ví dụ khác về sự kiện kỉ niệm là lễ hội Nghinh Ông ở Phan Thiết, lễ kỉ niệm 300 năm Sài Gòn – Gia Định. Đây cũng là những sự kiện kỉ niệm nhận được sự quan tâm và hưởng ứng đông đảo của người trong nước lẫn nước ngoài.

Quan điểm trên của Joe Gold Blatt không phải là hoàn toàn chính xác, vì những sự kiện kỉ niệm lại thường mang tính giáo dục và hội họp. Ví dụ như lễ hội Nghinh Ông ở Phan Thiết được xếp vào dạng sự kiện lễ hội nhưng lại mang tính giáo dục rất rõ. Vì thế, việc phân chia tách bạch giữa những loại sự kiện này làm cho tính thuyết phục bị giảm đi rất nhiều. Có thể nói, giữa những loại sự kiện này, chúng luôn có một phần giao nhau về phương diện mục đích.

**(ii) Sự kiện giáo dục:** Đó là những sự kiện được tổ chức nhằm mục đích huấn luyện, truyền đạt những thông tin mang tính giáo dục đối với người tham dự. Thông qua những sự kiện giáo dục, những nhà đầu tư và tổ chức sự kiện muốn truyền đạt những ý tưởng mới và kêu gọi trách nhiệm cộng đồng về phương diện văn hóa giáo dục đối với người tham dự. Sự kiện giáo dục thường bao gồm những hội nghị, hội thảo, mít tinh, lễ phát bằng, việc huấn luyện ở những tổ chức, đoàn thể với nội dung giáo dục đặc biệt. Theo đó, những chương trình sinh hoạt cuối năm, những lễ phát bằng tại những trường tiểu học,

trung học, đại học, những hội thảo, hội nghị huấn luyện kĩ năng chuyên môn... là những ví dụ rõ nét về loại sự kiện này. Ngoài ra, sự kiện giáo dục còn bao gồm một số sự kiện biểu diễn – giải trí. Sự kiện giải trí mang tính giáo dục là kết quả của việc sử dụng những phương pháp giải trí (như là sự biểu diễn của diễn viên, ca sĩ và vũ công...) để thể hiện quan điểm mang tính giáo dục. Thông qua giải trí, người tham dự sự kiện có thể nhận thức thấu đáo và thậm chí đánh giá những vấn đề trọng đại. Ví dụ như hội trại về nguồn dành cho những học sinh – sinh viên gốc Việt, được Ủy ban về người Việt Nam ở nước ngoài tổ chức hàng năm. Hội trại đã thu hút đông đảo các học sinh – sinh viên gốc Việt tham gia. Chương trình vui chơi mang tính giáo dục này đã mang đến cho các em những kiến thức bổ ích và giá trị về văn hóa – lịch sử và con người Việt Nam; giáo dục các em luôn nhớ đến cội nguồn.

**(iii) Sự kiện tiếp thị:** Đó là những sự kiện hội chợ, quảng cáo, giới thiệu sản phẩm mới, khuyến mãi... nhằm tạo ra sự chú ý và thuyết phục mua sản phẩm hoặc dịch vụ từ người tham dự. Những sự kiện này thường sử dụng nhiều kinh phí để thực hiện những chương trình lớn. Trong xu hướng hiện nay, những sự kiện tiếp thị thường liên quan đến việc tung sản phẩm mới ra thị trường, thường là đối với phần cứng hoặc phần mềm vi tính, mỹ phẩm, nước hoa, rượu, xe hơi, xe mô tô... Mục đích của sự kiện tiếp thị là làm cho sản phẩm nổi bật hơn so với những đối thủ cạnh tranh của nó, đảm bảo rằng nó ấn tượng và đáng nhớ đối với người tiêu dùng. Sự kiện tiếp thị của nhãn hàng

Sunlight diễn ra vào tháng 10 năm 2008 là một ví dụ. Để chứng minh sản phẩm nước lau nhà Sunlight là đậm đặc và có thể tẩy rửa mọi vết bẩn, nhà tổ chức đã không ngần ngại thực hiện chương trình trên một sân khấu nghiêng 30 độ. Một đội ngũ họa sĩ đã dùng màu nước để tô vẽ lên toàn bộ mặt sân khấu nghiêng trước sự chứng kiến của hàng ngàn người tham dự. Sau khi hoàn thành bức tranh độc đáo này, ban tổ chức đã cho đội ngũ nhân viên dùng cây lau nhà và lau những họa tiết vừa được thực hiện. Kết quả là màu bị lem nhưng không trôi sạch mà vẫn bám lại trên mặt sân khấu. Một lượng nước lau sàn Sunlight khổng lồ được đổ ra mặt bằng sân khấu và kết quả là sân khấu – sàn nhà đã trở nên sạch bóng. Mục đích của sự kiện này là chứng minh tính năng vượt trội của Sunlight so với những sản phẩm khác.

*(iv) Sự kiện hội họp:* Đó là những sự kiện được tổ chức nhằm mục đích hội tụ, gọi lại quan hệ hay cố kết một nhóm cộng đồng. Hoạt động hội họp hiện diện ở hầu hết các lĩnh vực tổ chức sự kiện từ những sự kiện cá nhân như sinh nhật, đám tang... cho đến những buổi hội nghị cổ đông, họp mặt đồng hương, những cuộc họp chính trị... Có thể kể đến những sự kiện hội họp tiêu biểu như: cuộc họp của các bộ trưởng Asean, hội nghị thanh niên quốc tế...

Việc nhìn nhận và phân chia theo quan điểm của Joe Gold Blatt chứa nhiều mâu thuẫn và khiếm khuyết nội tại. Ví dụ việc Joe Gold Blatt phân chia sự kiện theo mục đích với bốn loại điển hình: sự kiện kỉ niệm, sự kiện giáo dục, sự kiện tiếp thị, sự kiện hội họp là chưa chuẩn

xác; vì chắc chắn bốn loại sự kiện được nêu trên không thể nào bao quát và đại diện cho tất cả các sự kiện. Hơn nữa có những loại sự kiện như sự kiện thể thao, sự kiện ẩm thực, sự kiện tôn giáo... là rất khó để xếp vào bất kì một loại nào trong bốn loại hình sự kiện tiêu biểu theo quan điểm của Joe Gold Blatt. Điển hình như sự kiện tôn giáo, rõ ràng là loại sự kiện này luôn mang hình thức sự kiện hội họp, giáo dục và đôi khi còn mang cả hình thức sự kiện kỉ niệm.

Như đã nhận định, việc phân chia tách bạch theo tiêu chí nội dung của Joe Gold Blatt là chưa hợp lí và thuyết phục; vì cách phân loại sự kiện theo hình thức của ông thiếu hẳn tính khái quát và giữa những sự kiện ấy luôn có một hoặc vài điểm chung. Do vậy, việc phân chia theo kiểu đại diện và tách bạch cũng chỉ là một trong những cố gắng đáng trân trọng của một học giả nghiên cứu về lĩnh vực tổ chức sự kiện, mặc dù nó không phải hoàn toàn chính xác.

#### 4. Kết luận

Từ những nhận định nêu trên của các chuyên gia nghiên cứu sự kiện, có thể kết luận rằng công việc tổ chức sự kiện được thể hiện bằng rất nhiều hình thức, quy mô, nội dung. Tuy cách phân chia của các chuyên gia là khá chi tiết nhưng chắc chắn vẫn còn rất nhiều hình thức, quy mô, nội dung sự kiện khác chưa được liệt kê. Việc phân loại sự kiện của các chuyên gia cũng chỉ mang tính khoa học tương đối và vẫn còn nhiều khiếm khuyết. Hi vọng rằng trong tương lai sẽ có nhiều nghiên cứu chuyên sâu và đầy đủ hơn về việc phân chia các loại hình tổ chức sự kiện.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Trần Ngọc Thêm (2006), *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam*, Nxb Tổng hợp TPHCM.
2. Allen Johnny (2005), *Festival and special event management*; Wiley, John and sons, Singapore.
3. Donald Getz (2007), *Event studies*, Butterworth - Heinemann, Oxford.
4. <http://www.lantabrand.com/cat3news4464.html>
5. <http://stevemccurry.wordpress.com/2009/10/12/greatest-show-on-earth>
6. <http://nhandanvietnam.org/view.php?storyid=624>
7. <http://vnn.vietnamnet.vn/vascorient/tintuc/2001/01/110996>

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 23-8-2012; ngày phản biện đánh giá: 04-9-2012;  
ngày chấp nhận đăng: 20-9-2012)

**MỘT SỐ KHUYNH HƯỚNG MỚI ...**

**(Tiếp theo trang 40)**

3. Hans Robert Jauß (1991), *Ästhetische Erfahrung und literarische Hermeneutik*, Suhrkamp, Frankfurt am Main, Germany.
4. Steven Mailloux (2001), “Interpretation and Rhetorical Hermeneutics”, in trong *Reception Study: From Literary theory to Cultural Studies*, James L. Machor và Philip Goldstein tuyển chọn, Routledge.
5. Steven Mailloux (2008), “Judging and Hoping: Rhetorical Effect of Reading about Reading”, in trong *New Directions in American Reception Study*, Oxford University Press.
6. Antonio Negri (2004), *Negri on Negri*, DeBevoise dịch, Routledge, Great Britain.
7. Patrocinio P. Schweickart (2000), “Reading ourselves: Toward a feminist theory of reading”, in trong *Modern Criticism and Theory: A Reader*, Edinburgh, UK.
8. Patrocinio P. Schweickart (2008), “The receiving Function: Ethics, Communication, and Reading”, in trong *Reception: Texts, Readers, Audiences, History*, Vol. 1 (Fall, 2008), Reception Study Society.
9. Patrocinio P. Schweickart (2008), “Understanding and Other: Reading as a Receptive Form of Communicative Action”, trong *New Directions in American Reception Study*, Oxford University Press.

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 05-8-2012; ngày phản biện đánh giá: 21-9-2012;  
ngày chấp nhận đăng: 26-11-2012)