

УДК 338.48:316.421

Сирая Э.А.

**КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА КАК
ИННОВАЦИОННОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ В ПЕРИОД
ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

Ужгородский национальный университет

Ужгород, Украинская 19, 88000

UDC 338.48:316.421

Sira E.O.

**GASTRONOMY TOURISM AS INNOVATIVE TOURIST MODEL DURING
GLOBALIZATION**

Uzhgorod national university

Uzhgorod, Ukrainiska 19, 88000

Аннотация. В статье освещены аспекты гастрономического туризма как современной разновидности туризма в контексте глобализации. Осуществлена теоретическая дифференциация гастрономического туризма от туризма в целом. Также рассмотрены вопросы сегментации данного вида туризма с точки зрения интереса к еде как основного мотива путешествия современного гурмэ - туриста. Предпринята попытка классификации гастрономических туров по инновационному подходу к пониманию сущности пищи и питания в современной индустрии туризма. Освещены новые компоненты туристического опыта, являющиеся предпочтительными для homo viator в период смены туристической модели.

Ключевые слова: гастрономия, туризм, кухня, еда, питание.

Abstract. Taking into consideration the change in tourism framework, this article investigates gastronomical tourism as form of tourism in a time of globalization. Questions about segments of this type of tourism related to food as a

main and triggering motive for tourism travel are also discussed. This is an attempt to uncover ideas behind this form of tourism during the time of transition in food and tourism industries. Novelty in composition of tourism experiences are highlighted in time of globalization.

Keywords: gastronomy, tourism, cuisine, food, food culture.

Обзор литературы. Глобальность является одним из элементов нового мышления. Конец 20 века обусловил эволюцию знания по значимости этого социально-экономического процесса и его последствий. Так, Маруняк Э.А. рассматривает глобализацию в плоскости сбалансированного развития регионов. Следующее, что следует выделить, что большинство ученых (Кознк В.В., Пайкова Л.А., Давнленко Н.Б.) выделяют холистическую функцию туризма как способность вносить разнообразие и радость в повседневную жизнь. Пуцентейло П.Р. вспоминает о современных тенденциях развития туристического дела в контексте активного туризма, хотя относит питание к «устаревшей» концепции. Стоит отметить, что, несмотря на мировое распространение гастрономического туризма, среди украинских ученых наблюдается недостаточное освещение аспектов кулинарного туризма. Смаль И.В. в словаре - справочнике указывает на наличие такого понятия как «гастрономический тур», сопоставляя к таким синонимическим турам как кулинарный, винный и пивной.

Из последних публикаций Шандора Ф.Ф. и Кляп М.П. заметно, что современники вспоминают о гастрономическом туризме как разновидности туризма согласно классификации по цели путешествия. Селютин В.М., Токарчук Г.В. выделяют гастрономический туризм как перспективное направление развития отечественного туризма вместе с практикой внедрения гастрономических туров.

Изложение основного материала. В последние годы развитие туризма было отмечено рядом характеристик, которые стали рассматриваться как симптомы к изменениям, открыли новый этап в истории этого экономического и социального феномена. Этот этап начинался еще в 1980-е годы и получил

название «пост - фордовского»; характеризовался новым туристическим производством и процессом потребления, в котором географическое пространство стало восстановленной ценностью. В этом отношении, сфере туризма присущи как производственные, так и символические оценки тех элементов культурного наследия, которые обеспечены территориальной идентификацией, возрожденным интересом ко всем формам культуры в связи с высшей значимостью культурных аспектов над развлекательными. Все вышеперечисленное является отражением новой концептуализации туризма. В действительности, прогрессивное место, которое заняли некоторые виды туризма, как, например, гастрономический туризм, наиболее полно отражают изменение фокуса туристической сферы. [10]

Со стремительным развитием туристической индустрии все чаще возникает потребность в выделении современных разновидностей туризма. Так, в частности, в 2002 году впервые было раскрыто термин «геотуризм» как вид туризма, который подтверждает уникальность географического пространства - окружения, наследия, эстетики, культуры, рельефной особенности территории и уникальности местного населения. Основную цель геотуризма рассматривают в способности туристов понимать максимальные преимущества от путешествия на территории, наделенные характерными особенностями, ознакомиться с ними, при этом, не причиняя никакого вреда, а наоборот, оберегая и охраняя эту уникальную местность. Упоминание о геотуризме чрезвычайно важно, поскольку именно этот вид туризма объединяет в себе самые популярные на сегодня виды путешествий, включая и гастрономические. Таким образом, гастрономический туризм занимает значительное место в концепте «геотуризм», что рассматривается в рамках понятия «туризм». Гастрономический, или другими словами, кулинарный туризм тесно связан с экологическим и агротуризмом как такими, что базируются на уникальности территории. [1,с.12]. Таким образом, целью данной статьи является освещение основных концептов гастрономического туризма как возможности

дифференциации территорий и их конвергенции в сферу туризма в условиях глобализации и формирования инновационной туристической модели.

Потребление является неотъемлемым аспектом туристического опыта. Современные туристы хотят не только посмотреть и послушать, но и «почувствовать на вкус» то место, которое посещают. Также, почти все туристы питаются во время путешествия. Именно пища является важным средством проникновения в другую культуру и позволяет почувствовать это «другое» не только на интеллектуальном, но и на чувственном уровне. Местная пища является основным атрибутом места дестинации, добавляя ощущений к общему туристическому впечатлению [2,с.1]. Это делает пищу неотъемлемой частью туристического производства и потребления, увеличивая ее роль в успешном развитии целой туристической индустрии. Питание является одним из элементов, включенных в новую концепцию культурного наследия и культурного туризма, что обусловлено растущей тенденцией к желанию благополучия в жизни, подлинности чувств, охраны окружающей среды и стремления к получению именно качественного опыта во время путешествий. Все чаще туристы хотят питаться теми продуктами, которые подчеркивают наследие и культуру места, где они находятся, и, одновременно способствуют сохранению традиционных форм сельского хозяйства данной местности.

Увеличение роли пищи и питания как формы потребления вместе с глобальными процессами на мировом рынке привели к тому, что кухни мира вместе с ассортиментом продуктов питания стали более доступными. Такое стремительное развитие обусловило увеличение интереса к коренной и уникальной еде, пищевым продуктам и кулинарным дестинациям настолько, что все больше людей выбирают путешествия с целью попробовать местную кухню или блюда «звездного» местного шеф - повара. [2,с.2]

Ко всему вышеизложенному, важно учитывать, что современный турист уже давно знаком с термином «гастрономия». Хотя сам термин и появился достаточно давно, а именно в 1801 году во Франции в виде названия стихотворения, но до сих пор продолжается процесс его обогащения новыми

дополнениями и определениями. Несмотря на широкую известность, гастрономия как объект кулинарных изысков, достаточно сложна в определении. Происхождение самого слова указывает на физиологическую основу (с древнегреческого «Gastros» - желудок, «nomos» - закон, учение), значение термина сегодня слабо связано только с его этимологическим происхождением. Большое количество определений может быть сфокусировано в двух аспектах, которые все равно переплетаются: 1) гастрономия, связанная с удовлетворением от лучшего в кулинарии, 2) дисциплина, которая включает в себя все, что касается питания, наряду с такими категориями, как еда и напитки. Современная гастрономия как определение и как дисциплина, апеллируют ко второму аспекту, что отражает «гастрономию всеобъемлющую», основой которой является содержательное питание [3,с.3].

Однако когда дело идет о туристе, то питание выступает и необходимостью, и удовольствием. В то время как одни туристы питаются, чтобы удовлетворить физиологическую потребность в пище, другие же выбирают для этого специальное заведение, где предоставлена возможность попробовать местную кухню, поскольку последняя является важной составляющей их туристического маршрута. Именно эти аспекты наталкивают к рассмотрению гастрономического туризма в комплексе.

Гастрономический туризм (кулинарный туризм) - это разновидность туризма, связанный с ознакомлением и дегустацией национальных кулинарных традиций стран мира. [9]

Гастрономический туризм относится к поездкам по направлениям, где местные продукты питания и напитки являются основным мотивирующим фактором для путешествий. Гастрономический турист, по определению Сайны С.Шеной, - это человек, который часто питается; приобретает локальную еду и напитки местного производства, предпочтения которого преобладают к заведениям высшего класса и почти никогда не выбирает заведения общественного питания, которые действуют по системе франчайзинга [2,с.17].

В 2003 году, Холл и Шарплз предложили сегментацию гастрономического туризма, основанную на важности интереса к еде как к главному мотиву путешествия. Данная сегментация имеет следующий вид: 1) высокая заинтересованность к гастрономическому туризму определяется путешествиями, основной целью которых является посещение ресторанов, местных рынков, виноградников; все туристические аттракции тесно переплетаются с пищей и питанием. Ученые обозначают такой сегмент как гастрономический/кулинарный/ гурмэ туризм; 2) участие в деятельности, связанной с едой как дополнительной анимацией - характеризует умеренный интерес и обозначается как кулинарный туризм, 3) низкий интерес, проявляющийся в интересе к пище и ее производных только из любопытства как к чему-то новому, и называется сельским/городским туризмом; 4) сегмент туристов, которые не проявляет интереса к гастрономии, считают пищу составляющей туристической активности в целом. Это немаркированный сегмент гастрономического туризма. [2,с.34 -36]

Отсюда следует, что кулинарный турист может называться и гурмэ туристом, с рафинированным вкусом к *haute cuisine*, или туристом, наслаждающимся уникальностью еды в больших количествах. Ко всему вышеописанному, важно отметить, что существует еще один термин, который отождествляется с термином «гурмэ» - это эпикуреец, то есть человек тонкого понимания еды и напитков, который постоянно стремится к обогащению чувственного наслаждения. [9]

Следует знать, что распространение гастрономического туризма произошло благодаря изменению общей туристической концепции с «четырех С» - *sun-sand-sex-surf* (солнце, песок, секс, серфинг) на концепт «*everyday activity*» (ежедневной активности). Следует указать, что в Европе данная концепция носила название «трех С» - солнце, море, песок, на смену которой появилась концепция «трех Л» - *landscape-lore-leisure*- пейзаж, традиции и досуг.[5,с.11] Кулинарный туризм рассматривается как результат концепции активности и новейшего тренда - опыта качественно иного отдыха. Как уже

было отмечено, гастрономический или кулинарный турист - это турист, основным мотивом его путешествия является интерес к еде. В то же время, гастрономия как потребление пищи является и культурным аспектом. Именно поэтому, кулинарный турист является одновременно также и культурным туристом.

Весомую роль в распространении гастрономического туризма сыграли средства массовой информации, демонстрирующих путешествия и привязывающих их к питанию. Существует круглосуточный телеканал - Фуд Нетворк, - который очень тесно объединяет еду и путешествия, и даже сложно сразу определить направление, которого придерживается данный телеканал: то ли гастрономического, то ли туристического.[2, с.2-4]

На сегодня мировая практика различает три вида гастрономических туров: 1)каникулы (от лат. *Vacatio*- свобода, отдых, прим. авт.) в кулинарных школах, 2)питание в заведениях, известных своей локальной кухней, шеф-поварами; посещение местного рынка, 3)туры к местным производителям продуктов питания, с акцентом на один вид продукта (кофейные и чайные плантации, виноградники, сыроварни и разного рода фермерские хозяйства). В условиях перехода от «пассивного наблюдения» к «взаимодействию и участию», большинство гастрономических туров являются комбинированными и включают все виды одновременно.

Так, первый вид гастрономических туров - кулинарные школы выходного дня, - охватывают широкий диапазон от сельской местности до городов, полевые школы и те, что основаны при образовательных учреждениях, как местные, так и заграничные.

Вторым типом кулинарных туров считается посещение местных заведений общественного питания, рынков и базаров. Часто именно этот вид можно сочетать со спортивным и экотуризмом, посещая определенные места на велосипедах или просто прогуливаясь. Вместе с этим, такой шанс могут использовать и национальные меньшинства, проживающие на данной

территории, демонстрируя собственную аутентичность через пищу, сохраняя традиции и получая дополнительные доходы от туристов.

Третий вид туров, более приближенные к культурному туризму и позволяют туристу почувствовать себя первооткрывателем других укладов жизни вместе с отдыхом от рутинного образа жизни. Совместно с любовью к гастрономии растет и уровень толерантности к людям других профессий, возникает желание новых знаний, с которыми хочется делиться по возвращению. [2,с.5-6]

Возникновение таких туров в гастрономическом туризме отражает изменение глобального социального подхода к роли пищи и питания в туризме. Еда перестала быть только необходимым элементом выживания или повседневным приложением к другим туристическим достопримечательностям, таким как фестивали. Ученые, исследующие потребительскую культуру, ограничились своими исследованиями на потреблении в таких структурированных микро - и мезо - средах, как домашняя кухня, семейные обеды, фестивали и рестораны, слабо связано с туристским поведением. Поэтому, исследования туристической гастрономической активности особенно уникальны, поскольку туристы во время путешествия покидают свою привычную гастрономическую среду и вынуждены отказываться от своих кулинарных предпочтений и ритуалов потребления. Это превращает пищу и процесс питания в рекреацию и занимает место особенно важного компонента туристического удовольствия. Современные глобальные процессы вывели гастрономию с *terra incognita* исследований индустрии туризма.

Что же отличает гастрономический туризм от туризма в целом? Как уже отмечалось ранее, пища способна организовать и интегрировать в себе особенно сложный набор сенсорного и социального опыта; также (что, возможно, и является основной причиной) гастрономический опыт формирует пищевые хронотопы (пространство, или другими словами, пространственно-временная конвергенция). Способность пищи и питания как процесса задерживать время, сочетать место и воспоминания особенно ценно в эпоху

глобализации, когда все кажется доступным везде и всегда. Покупки, приготовления пищи и питания воспринимаются как желание доступа к гастрономической базе других культур больше, чем просто проникновение в кулинарный мир, созданный слиянием геологических, климатических, исторических и культурных аспектов конкретной *terroir* (земли - прим.авт.). [4,с.2]

Современные макро - социологические теории глобализации обвиняют в разрушении пищевых традиций связанных с домашней кухней, семейными ресторанами, увеличивая роль здорового и сбалансированного питания. Некоторые из интерпретаций процесса глобализации звучат как «распространение методов, технологий и ценностей, которые влияют на жизнь людей во всем мире» и «компрессией мира, интенсификацией понимание мира». Иначе, именно глобализация стимулирует поиск уникальности, в особенности через гастрономию, демонстрируя единство сквозь призму разнообразия. [3, с.10]

В условиях все большей конкуренции в сфере туризма и его маркетинга, каждый регион находится в поиске уникальных продуктов, с помощью которых можно было бы дифференцировать себя от других. Сама по себе местная кухня уже является той платформой, которая содержит необходимые ресурсы, которые могут быть использованы в качестве маркетингового инструментария для привлечения клиентов, продвижения городов, регионов или даже целых стран.

Список использованных источников

1. Шандор Ф.Ф. Геотуризм - новая идея в туризме /Ф.Ф.Шандор, Г.В.Киш //Современные тенденции и стратегии развития туристического и гостинично-ресторанного бизнеса: материалы 3 -й межд. научно-практической. конф. «Туристический и гостинично-ресторанный бизнес в Украине: проблемы развития и регулирования" 22- 23Март. 2012, Черкассы, Украина: в 2-х томах /М-во образования и науки, молодежи и спорта Украины, Черкас.держ.технол.ун -т - Т.1. - М ., 2012. - 500С

2. Sajna S.Shenoy. Food tourism and the culinary tourist. A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. Advisor Dr.William C.Norman, 2005.- 210 p.

3. R.Scarpato. Gastronomy Studies in Search of Hospitality. School of Tourism and Hospitality, La Trobe University, Australia./R.Scarpato//Journal of Hospitality and Tourism Management. Editors: Ass .Prof. Brent W.Ritchie, Prof. M.Deery.-2002. - Volume 9 Number 2-p.12.

4. В.Kirshenblatt-Gimblett. Culinary Tourism.: [Предисловие]/В.Kirshenblatt-Gimblett.[Пер.сангл. Э.Сирая]

//Culinary Tourism.Edited Lucy M.Long.-The United States of America, 2004. С.2 .

5. Рутинський М.И., Зинько Ю.В. Зеленый туризм. - М.:2008.- 271с.

6. Маруняк.Е.О. Глобализация и ее влияние на развитие регионов Украины/Науч. ред. Руденко Л.Г. - М.: Реферат, 2007.-224с.

7. Смаль И.В. География туризма и рекреация: Словарь- справочник.- М.:Учебная книга- Богдан, 2010 . - 208с.

8. Кляп М.П. Шандор Ф.Ф. Современные разновидности туризма: Научн.пособие. - М.: 2011. - 334с.

9. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.wikipedia.org/>

10. Xose A. Armesto Lopez & Belen Gomez Martin. Tourism and quality agro-food products: an opportunity for the spanish countryside [Электронный ресурс]/Territorial Scenarios and Visions for Europe. Royal Dutch Geographical Society KNAG. -2006. [p.177]: - Режим доступа: <http://www.et2050.eu/>

Статья отправлена: 25.11.2013г.

© Сирая Э. А.