

## **ГАСТРОКУЛЬТУРНІ АКСІОЛОГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ**

Гастрономічний туризм є один з об'ємних і перспективних об'єктів дослідження в сучасному туризмознавстві. У сучасну епоху глобалізації перед кожною етнокультурною спільнотою стоїть проблема збереження національної ідентичності поряд з потребою в кращому розумінні особливостей інших етносів. Національні гастрономічні уподобання зберігають свою специфіку і відображаються в культурі і мові, в ландшафті і архітектурі, у звичаях та обрядах.

Робочою гіпотезою даного дослідження є гастрономічний туризм аксіологічно маркований, який відображає особливості гастрокультур через систему цінностей. Структура гастрономічного туризму формується в парадигмі «цінності - концепти - актуалізація (вербалізація) концептів в гастрокультурах».

Аксіологія охоплює не тільки етику цінностей (цінність), що становить значну її частину, але також такі області, як пізнання, мистецтво, господарство, релігія, туризм.

Огляд джерел презентує нароби таких вчених як Л. Артюх [1 - 3], А. Барбарич [2], Д. Басюк [5], Ф. Бретано [6], В. Відельбанд [7], Хв. Вовка [8, 9], Т. Гонтар [10, 11], В. Доманицький [12], М. Кляп [14], В. Кравченко [15], Н. Маркевич [16], І. Несен [6], М. Смаль [20], П. Чубинський [23 - 24], Ф. Шандор [25], М. Шелер [26], М. Hall [27], В. Kirshenblatt-Gimblett [28], E. Husserl [29], O. Kolberg [30], K. Moszynski [31], J. Pesme [31], R. Scarpato [32], H. Rickert [33], Z. Rokossowska [33], S. Shenoy [35], A. Xose [37], що засвідчує неповноту розкриття зазначеної проблеми в теоретичній та методичній площині наукових вишукувань з приводу гастрономічного туризму.

Формуванню сучасних уявлень про заснування основ гастрономічного туризму присвячені праці та монографії вчених соціологів, географів: А. Арютонова, А. Безвербного, Ю. Бромеля, Л. Гумільова, Г. Денисова, Л. Железової, В. Козлова, В. Кукушкіна, О. Маловой, З. Сикевича, Н. Скворцова, Т. Стефаненко, С. Токарева, В. Тишкова, В. Стрелецького, Ч. Сундуєва, Н. Хишиктуєвої, Н. Чекбоксарова, С. Широкогорова. В працях вищезазначених вчених намічені основні поняття теорії етносу, етнічної приналежності, а також є намагання диференціювати визначальні ознаки етносів, на основі яких, ні в якому разі не применшуючи теоретичний на практичний внесок вчених в розвиток науки, нами були проведені дослідження, які надали можливість обґрунтувати цілеспрямованість інтеграції етнічних факторів в гастрономічний туризм, розкриваючи нові віхи для наукових вишукувань та виділення гастрономічного туризму в самостійний вид туристичної діяльності.

Метою даного дослідження є висвітлення основних аксіологічних концептів гастрономічного туризму як можливості диференціації територій, обумовленою важливою значимістю харчування в житті людства. Основні завдання дослідження: визначити гастрокультурні аксіологічні пріоритети гастрономічного дискурсу, представлені в гастрокультурі у вигляді аксіологічно значущих базових гастроконцептів гастрономічного дискурсу, що транслюють гастрономічні та культурно-значущі цінності; презентація гастрономічної української гастрокультури, що актуалізується і есплікується аксіологічною маркованістю традиційних сімейних цінностей: задоволення від їжі, можливості ведення здорового способу життя та духовного вдосконалення при регулюванні харчування, гастрономічний туризм, глобалізація харчових переваг, домашнє приготування їжі, кухня як жіночий простір, гастрономічна ностальгія.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ключовою і найбільш актуальною одиницею дослідження є концепт – ментальна сутність, елемент відображення духовної культури людей, глибини розуміння ними навколишнього світу, а також картини світу, і вужче – національної картини світу, що відображає суспільні норми, погляди, цінності, культуру харчування, які є схожими для більшості народів світу, але різними та особливими у випадку кожного окремого етносу.

В сучасній географічній науці, надається можливість розглядати як базові цінності соціуму в системі, так і специфіку індивідуального ставлення до явищ навколишнього світу; визначений діапазон сучасних досліджень гастрономічного дискурсу в аспекті туристської аксіології; виявлено аксіологічний статус концептів гастрономічного дискурсу. Дані теоретичні положення лягли в основу дослідження процесу експлікації аксіологічного картини світу у гастрономічному дискурсі. Цінність як універсальну властивість об'єктів навколишнього світу буде картини світу, описуючи всі предмети, явища і події. Опис аксіологічного картини світу виявляє всі національно-культурні особливості етносу внаслідок того, що аксіологічні характеристики картини світу формують ядро національної гастрономічної культури. Узагальнюючи уявлення сучасних вчених, можна зробити висновок про те, що цінність є основною характеристикою, яка формує картини світу, кваліфікуючи навколишні предмети, якості, дії, події. Цінності і норми об'єднують регулююча роль в житті суспільства. Ряд своїх функцій цінності реалізують

безпосередньо через соціальні норми, що дозволяє говорити про функціональної близькості двох феноменів. Так, репрезентативна функція цінностей, яка полягає у вираженні і позначенні відносини людини до предметів і явищ дійсності, а також їх значимості для людини, детермінує категоричність засудження і схвалення соціумом моделей поведінки.

Гастроаксіологія, спираючись на розроблені в контексті гастрокультурологічних досліджень поняття гастрономічної картини світу і культурних особливостей і, проголошує цінності основною категорією, використовуюваної при дослідженні і розумінні гастрономічної культури.

Таким чином, акти комунікації, які супроводжують процеси добування, придбання, обробки та споживання харчових продуктів, кулінарію, в їх національно-культурному своєрідності утворюють особливу систему - гастрономічний дискурс, який кваліфікується в термінах аксіології, так як в ньому відбиваються і концентруються норми, цінності, як загальнолюдські, так що належать певній культурі, а також суб'єктивні, гендерні та соціальні характеристики, стереотипи, традиції, ознаки національної самоідентифікації.

В ході обговорення досліджень концептосфери гастрономії, розкривається аксіологічний статус концептів гастрономічного дискурсу, який володіє мінливими нормами і аксіологічними характеристиками. Виявляється недостатня глибина теоретичного узагальнення матеріалу на сучасному етапі.

Матеріалом дослідження спирався на зразки гастрономічного Інтернет-дискурсу: кулінарних сайтів, блогів, форумів Інтернет-спільнот, Інтернет-версій ЗМІ, Інтернет-коментарів, відео Інтернет-ресурсів. Через проведений аналіз отримано емпіричні дані про туристську репрезентацію смакових вподобань. Крім того, матеріалом дослідження є результати експерименту, проведеного з суб'єктами гастрономічного Інтернет-дискурсу, а також кількісні дані, отримані при запитах пошукових систем Інтернету.

У науковому дослідженні виявлена зростаюча динаміка затребуваності гастрономічних турів на сучасному етапі розвитку туристичної галузі. У зв'язку зі зростаючим етнокультурним інтересом суспільства до пізнання власної історії і світового культурно-історичного простору, автор пропонує агрегувати етнічні вишукування і гастрономічний туризм у вид туризму, що дозволить диверсифікувати кінцеву продукцію туристичної галузі через синергетичний ефект від появи гастрономічного туризму.

На думку автора, гастрономічний туризм є одним з перспективних напрямків етнокультурного відродження народів світу, що визначає його сутність і суспільно-значиму роль у світовому розвитку туризму і суспільства в цілому.

На сучасному етапі розвитку туристичної індустрії важливою є пропозиція нового продукту, здатного зацікавити досвідченого споживача. Гастрономічний туризм, котрий агрегує елементи етнічного та гастрономічного туризму і включає в себе елементи культурно-пізнавальних турів, є перспективним напрямком у зв'язку із збільшенням інтересом туристів до культурно-історичної спадщини світового простору. Гастрономічний туризм є формою пізнання історико-культурної спадщини світового простору і включає в себе елементи культурно-пізнавального та розважального туризму, так як задовольняє духовні потреби людини в пізнанні особливостей культури, традицій і побуту різних етнічних груп населення.

Зростає роль продовольства в туризмі на різних етапах подорожі:

- попередні відвідини (Pre-Visit): їжа з регіону споживається вдома, перед поїздкою в якості проби;
- подорожі до місця призначення: під час цієї фази, місцеві продукти зустрічаються на шляху до місця призначення, наприклад, в літаках, поїздах, інших закладах харчування по дорозі;
- в пункті призначення: це основний етап гастрономічного туру, який складається з дегустації, вивчення кулінарії і досвіду в місці призначення;
- подорожі від місця призначення;
- після відвідин (Post-Visit): цей етап складається з споживання і кулінарного враження від їжі, після повернення з місця призначення.

Висновки і перспективи дослідження. В умовах все більшої конкуренції в сфері туризму і його маркетингу, кожен регіон знаходиться в пошуку унікальних продуктів, за допомогою яких можна було б диференціювати себе від інших. Сама по собі місцева кухня вже є тією платформою, яка містить необхідні ресурси, які можуть бути використані в якості маркетингового інструментарію для залучення клієнтів, просування міст, регіонів або навіть цілих країн. Необхідно констатувати, що висунута гіпотеза дослідження, яка передбачала наявність вираженого аксіологічного маркування гастрономічного дискурсу і трансляції особливостей гастрокультури через систему цінностей, в повній мірі підтверджена. Як перспектив дослідження представляється опис аксіологічної специфіки гастрономічного туризму в рамках широкого спектра гастрокультури. Значну зацікавленість представляє також дослідження процесу глобалізації аксіологічної картини світу в гастрономічному дискурсі.