

знаходзім узоры малюнкаў (лагатыпы, гербы, эмблемы), якія можна аднесці да мастацкіх элементаў: Lenni Lenape Historical Society of Pa. 1990-11-13 pm Lehigh Valley, PA #95; Southern Ute Indian Tribe 1991-06-11 pm Ignacio, CO #49; Fort Sill – Chiricahua – Warm Spring – Apache Tribe 1993-07-21pm Apache, OK #75; Mescalero Apache Tribe 1994-04-06 pm Mescalero, NM #12; Colorado Indian Chamber of Commerce 1995-09-27 pm Denver, CO #94; і інш. (з імёнаў сканаў).

Заклучэнне. Фарміраванне масіваў лічбавых копій, ЭТ і іншых форм прадстаўлення дадзеных пра канверты і іншыя ўпакоўкі суправаджаецца стварэннем катэгорый, кодавага забеспячэння, адзнак, якія дапамагаюць пры пошуку паводле пэўных крытэрыяў, пошукавых фраз.

Хаця мы забяспечылі доступ праз інтэрнэт да значнай часткі нашай карэспандэнцыі, уключаючы канверты, мы пакуль не выкарыстоўвалі іх як факсімільны ў друкаваных выданнях, хаця і мелі такую магчымасць (змясціўшы ўзоры выяў уласна лістоў у артыкуле, заснаваным у асноўным на карэспандэнцыі [2, с. 27]). Тым не менш, указанні на канверты ёсць у нашых публікацыях, у прыватнасці, у спасылках на лісты без дат, дзе замест іх даюцца даты са штэмпеляў (напрыклад, выпадкі з лістамі ад М. Танка [1, с. 298], Н. Гілевіча [3, с. 325]).

Каля дзвюх з паловай тысяч уваходных канвертаў з’яўляюцца важнай часткай архіва БІТ, сотні знаходзяцца ў калекцыі «Лацінаамерыканскага цэнтру». Гэта своеасаблівая форма дэманстрацыі камунікацыйных практык даследчыкаў і іншых асоб, уцягнутых у беларуска-амерыканскія сувязі, амерыканістыку, і аперацый, выкананых паштовымі работнікамі.

1. Сімакоў, А. В. Індзейскае ў дзённіках, эпістэлярнай і паэтычнай спадчыне Максіма Танка / А. В. Сімакоў // Трынаццатыя танкаўскія чытанні : зборнік навуковых артыкулаў : [матэрыялы Міжнар. навуц. канф., 16 верас. 2022 г. / рэдкал. : В. Д. Старычонок (адк. рэд.), І. М. Мішчанчук, Н. В. Заяц]. – Мінск : БДПУ, 2022. – С. 297–300.

2. Сімакоў, А. «Індзейская справа» ў пытаннях і адказах : адлюстраванне тэмы каталіцкіх місій сярод індзейцаў у даследчай перапісцы / А. Сімакоў // Наша вера. – 2022. – № 4. – С. 26–31.

3. Сімакоў, А. В. Індзейская тэма ў неапублікаванай перапісцы беларускіх пісьменнікаў (па матэрыялах прыватнага архіва ў Гомелі) / А. В. Сімакоў // Славянскія літаратуры ў кантэксце сусветнай : матэрыялы XIII Міжнар. навуц. канф., прысвеч. 100-годдзю БДУ і 90-годдзю з дня нарадж. чл.-кар. НАН Беларусі праф. А. А. Лойкі, Мінск, 28–29 кастр. 2021 г. / Беларус. дзярж. ун-т ; рэдкал. : С. А. Важнік (гал. рэд.) [і інш.] ; навуц. рэд. А. І. Бельскі. – Мінск : БДУ, 2021. – С. 322–327.

Скорина В.Д. РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНЫХ КУХОНЬ В КОНТЕКСТЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Ключевые слова: гастрономический туризм, национальные кухни, культурное наследие, бренд территории, экономическое развитие.

В динамичном современном мире в туристической сфере происходят значительные изменения. Появляются новые туристические направления, новые виды и формы туризма. Так, если раньше путешественники в первую очередь стремились увидеть знаменитые достопримечательности, то сегодня все большее значение приобретает чувственный опыт, одним из центральных элементов которого становится гастрономия. Популярность гастрономического туризма растет год от года, и сегодня он фактически превратился в самостоятельную мощную индустрию, где национальные кухни играют ключевую, системообразующую роль. Они являются не просто частью туристического сервиса, а важным стратегическим ресурсом, своеобразным культурным кодом территории, который способен привлекать миллионы путешественников и стимулировать устойчивое экономическое развитие.

Гастрономический туризм – вид туризма, основная цель которого знакомство с той или иной страной через призму национальной гастрономии и кулинарных тради-

ций. Для туриста, выбирающего гастрономический тур, еда – это, в первую очередь, культурный символ, некая категория культуры. С такой позиции традиционная кухня воспринимается в тесной связи с историей, религией, экономикой, политикой, обычаями, легендами и другими факторами, формирующими уникальную идентичность страны или региона [3]. Во многих случаях такие поездки, целью которых является и познакомиться, и отведать блюда, типичные для каждого региона, проводятся парами, хотя не менее популярны гастрономические маршруты для всей семьи. Учитывая универсальность предложений, их, как правило, можно рассматривать как однодневный или двухдневный отдых, чтобы открыть для себя уникальные блюда определенного региона или с целью посещения какого-то гастрофеста. Тем не менее, все больше появляется туристов, которые делают ставку на полноценный гастрономический маршрут, позволяющий не только насладиться едой, но и множеством уникальных мест, ассоциирующихся с определенными продуктами, блюдами или гастрономическими традициями.

Национальная кухня – это совокупность кулинарных традиций, характерных для определенной страны или народа. Она включает в себя типичные для данной местности продукты, блюда и напитки, а также способы их приготовления, которые передаются из поколения в поколение. Еда – одна из самых выразительных форм культуры и истории [6]. Будь то традиционное блюдо, передающееся из поколения в поколение, или что-то, созданное современным шеф-поваром, в каждом блюде, в его ингредиентах, заключены истории множества культур, которые сливаются воедино, образуя нечто совершенно новое [9].

Каждая национальная кухня уникальна и формировалась под влиянием разных исторических событий, особенностей климата и природного ландшафта, географии региона и, конечно, уровня развития сельского хозяйства. Национальная кулинария, блюда национальной кухни также характеризуются преемственностью традиций народа. Из одного и того же продукта разные народы готовят различные блюда, придавая им своеобразный и неповторимый вкус, так как при использовании одного и того же сырья применяются различные технологии и способы тепловой обработки. Кроме того, на технологию, ассортимент блюд и кулинарных изделий разных стран и народов существенное влияние оказывают религиозные обычаи, система культовых запретов, старинные обряды, которые регламентируют образ жизни людей. Предубеждения в пищевых обычаях у многих народов имеют историческое или религиозное основание [5]. Приготовление и употребление блюд, сложившихся под их влиянием, сближает людей, помогает сохранить культурную идентичность. Попробовать кухню какого-либо народа – значит, совершить заочное кругосветное путешествие по миру [1].

Кулинария играет важную роль в объединении людей разных культур. Она позволяет нам узнавать друг друга через вкусы и ароматы, разрушая барьеры и создавая точки соприкосновения. Каждое национальное блюдо рассказывает историю народа, передавая традиции, образ жизни и философию [4]. Ярким примером является традиция чаепития. Чай – любимый и популярный напиток и в Китае, и в Британии, и в России. Однако весь процесс чаепития, чайной церемонии в этих странах абсолютно разный. Здесь сказываются и национальные особенности, и философия, и культура повседневности. Следует отметить, что знакомство с иностранной кухней часто служит тем импульсом, с которого начинается глубокий интерес к другой культуре – ее истории, языку, музыке, литературе. Путешествие вкусов может побудить к реальному путешествию, чтобы узнать страну и ее народ еще ближе. Это доказывает, что еда – это не просто питание, а живая, развивающаяся часть нашего культурного наследия, которая, с одной стороны, хранит традиции, а с другой – постоянно обогащается благодаря взаимному влиянию.

Идея о кулинарии как мосте между культурами находит свое самое прямое и яркое воплощение в феномене гастрономического туризма. С помощью гастрономического

туризма путешественники могут познать культуру и традиции народа через блюда национальной кухни. Туристов привлекает возможность отведать кулинарные изыски в аутентичных местах страны или города. Поэтому в регион, с которым связано происхождение того или иного блюда, приезжают туристы, для которых еда, знакомство с кулинарными и гастрономическими традициями — важная часть путешествия.

Развитие гастрономического туризма положительно сказывается и на экономике региона, побуждает местных жителей и дальше сохранять и продвигать свои кулинарные традиции. Помимо сохранения кулинарных традиций своей местности гастрономический туризм помогает привлечь в регион и рестораны других национальных кухонь. Рестораны зарубежной кухни часто открываются иностранцами, которые переезжают в страну работать или учиться. Сохраняя таким образом связь с родиной, с домом, они одновременно привлекают туристов и жителей города отведать новые блюда, познакомиться с новой кулинарной культурой. Такая политика в гастрономической сфере способствует развитию экономики региона и тем самым подчеркивает экономическую значимость ресторанов национальных кухонь и гастрономического туризма в целом. Благодаря им развивается малый и средний бизнес, появляются новые рабочие места. За счет появления ресторанов иностранной кухни развиваются новые течения в гастрономии, используются новые техники и ингредиенты. Регион начинает восприниматься как открытый и «вкусный» город или территория, где можно за один вечер совершить путешествие по всему миру, не покидая его пределов. Это, в свою очередь, делает его еще более привлекательным для туристов следующей волны — тех, кто ищет не только аутентичности, но и разнообразия и инноваций в блюдах. Таким образом, город превращается в перекресток культур, где каждый турист сможет найти то, что ему по душе.

Любое государство, наряду со своими историческими достопримечательностями, получает свою известность благодаря продвижению национальной гастрономии, приготовлению уникальных национальных блюд. Часто они поражают воображение своей необычностью, великолепным вкусом и разнообразием, имеют свою древнюю историю и свои пищевые и вкусовые особенности [7].

В мире сегодня проходят сотни гастрономических фестивалей, посвященных различным продуктам, еде и напиткам. Еда и гастрономия могут сами по себе считаться креативными индустриями, которые стимулируют инновации, вовлекая потребителя в совместное творчество, укрепляя связь между глобальными и локальными культурами и создавая легенды о еде, об отдельных блюдах. Сегодня многие инновационные процессы, происходящие вокруг еды, гастрономии, ресторанного бизнеса и туризма, связаны с креативным туристическим опытом, гастрономическими мероприятиями, гастрономическими маршрутами и знакомством с новыми кухнями [8]. Национальная кухня может стать настоящим брендом территории. Страны активно используют свою кухню для формирования положительного имиджа на международной арене. Яркие примеры — японская суши-культура, итальянская паста, перуанская кухня, ставшая мощным брендом страны, немецкая кухня и знаменитый фестиваль пива «Октоберфест», китайская чайная церемония. Включение национальных кухонь (например, французской, мексиканской, средиземноморской диеты) или конкретных ритуалов (японская трапеза кайсэки, корейская кимчхи) в список наследия ЮНЕСКО придает им официальный статус мировой ценности и резко повышает туристический интерес к конкретной территории и региону.

За счет узнаваемости национальных кухонь этих стран формируется уникальный бренд, привлекается больше туристов, и создаются новые гастрономические туры и экскурсии. Создав уникальный территориальный бренд можно сформировать необходимую среду для развития сувенирной индустрии и продвижения территории на внутреннем и международном туристическом рынке. Около 79% туристов выстраивают свой маршрут, изучив календарь гастрономических событий и особенности местной кухни, 39% называют гастрономию основным мотивом путешествия, 25% своего бюджета ту-

ристы тратят на еду и напитки, в том числе кулинарные путешественники тратят в день на 24% больше, чем прочие туристы [2]. Этот факт подтверждает то, что гастрономический туризм и национальная кухня могут выступать основными факторами в создании имиджа территории. При выборе правильных маркетинговых стратегий регион может завоевать свой сегмент на международном рынке гастрономического туризма.

Национальные кухни играют важную роль в развитии гастрономического туризма, они становятся мощным фактором привлечения туристов в регион. Национальная кухня перестала быть просто способом утолить голод. Она стала языком, на котором страна рассказывает о себе самым прямым и чувственным образом. Это стратегический актив, который оживляет культурное наследие, поддерживает экономику и создает прочные мосты взаимопонимания между людьми. Национальные кухни являются воплощением традиций и транслятором ценностей народа, стимулируют развитие экономики региона и формируют уникальный бренд региона и повышают его имидж на туристическом рынке.

1. Алькаев, Э. Н. Кулинария для всех / Э. Н. Алькаев. – Нижний Новгород : [б. и.], 2004. – 251 с.
2. Горошко, Н. В. Гастрономический бренд как инструмент развития регионального гастрономического туризма / Н. В. Горошко, С. В. Пацала // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. – 2022. – № 4. – С. 377–400.
3. Гастрономический туризм: что это такое и лучшие направления для ярких впечатлений // www.nur.kz – URL: <https://www.nur.kz/leisure/tourist-routes/2037265-gastronomicheskiy-turizm-chto-eto-takoe-i-luchshie-napravleniya-dlya-yarkih-vpechatleniy/> (дата обращения: 25.09.2025).
4. Как национальные кухни объединяют мир: культурный обмен через гастрономию // madeniportal.kz – URL: <https://madeniportal.kz/ru/news/kak-nacionalnye-kuxni-obiediniaut-mir-kulturnyi-obmen-cerez-gastronomiiu> (дата обращения: 25.09.2025).
5. Кухня народов мира: методические указания / сост.: А. Д. Тошев, Г. Б. Хамраева. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 31 с.
6. Национальная кухня // infourok.ru – URL: <https://infourok.ru/statya-na-temu-nacionalnaya-kuhnya-6831394.html> (дата обращения: 25.09.2025).
7. Проект «Кухни народов мира» // domznaniya.ru – URL: <https://domznaniya.ru/page/proekt-kuhni-narodov-mira-149758123/> (дата обращения: 25.09.2025).
8. Ричардс, Г. Еда и туристский опыт / Г. Ричардс // Global Report on Food Tourism. – 2012. – С. 20–21.
9. The Evolution of Food: How Culture and History Influence Cuisine // <https://newtheory.com/> – Режим доступа: <https://newtheory.com/the-evolution-of-food-how-culture-and-history-influence-cuisine/> (дата обращения: 25.09.2025).

Соколова О.М.

МОЗАИЧНЫЕ ПАННО КАК ЦЕННОСТНЫЙ РЕСУРС ТЕРРИТОРИИ

Ключевые слова: мозаика, белорусский город, историко-культурное наследие, сохранение, популяризация, культурный капитал.

Произведения монументально-декоративного искусства (мозаики, витражи, рельефы, монументальные росписи, керамические панно, сграффито и др.) участвуют в создании визуального образа территории, являясь отражением ее культурного капитала. Они присутствуют в повседневной жизни горожан практически ежедневно, например, в дизайне станций столичного метрополитена. Мозаики из мрамора, монументальные бетонные панно, керамика, элементы из цветного стекла, орнаменты и рисунки создают знаковые образы, символизирующие историко-культурные ценности и социальные идеалы прошлого и настоящего. Так, изображения ремесленников (гончаров, кузнецов, зодчих, ткачих и других мастеров народных промыслов) на стилизованных белорусских рушниках, используемые в витражах станции метро «Институт культуры» (1984, худ. В. Чайка, С. Котович), транслируют ценности национальной культуры.

Такие элементы, закрепленные в окружающем человека социокультурном пространстве, – это средовой символический ресурс, позволяющий «прочитать» текст города.

В традиции изучения города как культурного текста, сформированной в научной практике XX в., пешеход, совершающий прогулку по городу, сравнивается с читателем [1; 2; 6]. Визуальные образы, создаваемые при помощи мозаичных панно, передают социально сконструированные идеи, давая возможность погрузиться в историческое прошлое и интерпретировать его в зависимости от своего опыта.