

1. Развитие современного белорусского села: проблемы, тенденции, перспективы/ Н.Л. Балич [и др.]; под общ. ред. Н.Л. Балич; Нац. Акад. наук Беларуси, Ин-т социологии. – Минск: Белорусская наука, 2024. – 248с.
2. Цифровой разрыв: преодоление цифрового разрыва: расширение прав и возможностей всех местных жителей// Fastercapital. – URL: <https://fastercapital.com/ru/content> (дата обращения: 11.03.2025).

Дыжова А.А., студент 402 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Петушко Н.Е.,
кандидат педагогических наук, доцент

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ФЕСТИВАЛЬ КАК ФОРМА МЕЖДУНАРОДНОГО КУЛЬТУРНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Одним из направлений межкультурного сотрудничества, обладающего своей спецификой, является гастрономическое искусство. Как специфический вид творчества обладает исключительной эмоциональной силой и способен вовлекать в коммуникацию широкую аудиторию и объединять людей разных наций, религиозной принадлежности и культурных традиций. Межкультурное взаимодействие предполагает существование и равноправное взаимодействие различных культур, а также возможность создания общих форм культурного самовыражения на основе диалога и взаимного уважения [2]. Способами такого взаимодействия могут выступать, в том числе, и гастрономические фестивали.

Истоки гастрономических фестивалей уходят корнями в древние времена, когда праздники, связанные с урожаем, служили важным социальным и культурным событием для сообществ. В большинстве культур такие

мероприятия имели ритуальное значение, способствуя укреплению связей внутри общины и выражая благодарность за дары природы. С течением времени гастрономические праздники эволюционировали, становясь более организованными и разнообразными. В средние века начали проводиться ярмарки и фестивали, на которых местные производители представляли свои товары, включая продукты питания. Эти события не только способствовали торговле, но и служили площадками для культурного обмена между различными регионами. В XVIII-XIX веках гастрономические фестивали начали приобретать современный вид. В это время в зарубежных странах активно развивалась кулинария, и рестораны становились популярными. Появление кулинарных конкурсов и выставок, таких как Всемирная выставка в Париже, способствовало популяризации гастрономической культуры и обмену кулинарными традициями. В XX веке гастрономические фестивали стали широко распространены по всему миру, особенно в контексте глобализации. Страны начали организовывать масштабные мероприятия, такие как Фестиваль еды в Сан-Франциско, Фестиваль вина в Бордо и Фестиваль кулинарного искусства в Токио. Эти события привлекали внимание к культурному наследию, способствуя развитию местного туризма и экономики.

Гастрономические фестивали в XXI веке объединяют традиционные и инновационные кулинарные практики, акцентируя внимание на устойчивом развитии, экологии и локальных продуктах. Они становятся важными не только с гастрономической, но и с социокультурной точки зрения, обеспечивая платформу для межкультурного диалога и социальной интеграции, как правило за счет организации разнообразных событийных мероприятий: концерты, спектакли, мастер-классы, семинары, конференции, соревнования, выставки, ярмарки, фейерверки, экскурсии и др.

Таким образом, гастрономические фестивали прошли путь от ритуальных праздников до значимых культурных событий, играющих ключевую роль в

современном обществе и международном сотрудничестве в сфере культуры. Ибо именно национальные способы приготовления пищи, набор продуктов, их сочетание и практика приготовления и потребления пищи акцентируют внимание на особенностях гастрономии конкретной страны. Следует отметить, что практически все фестивали имеют не только гастрономическую направленность, но и в разной степени связаны с культурными, экологическими, спортивными и развлекательными мероприятиями, что вызывает дополнительный интерес к событию.

В организационном аспекте гастрономический фестиваль выступает как комплексный продукт, требующий выполнения технологии поэтапного планирования, начиная с выбора тематической концепции, определения целевой аудитории, согласованных действий организаторов и координаторов, подбора персонала, подготовки специального оснащения, дегустации блюд. Управление фестивалем предполагает создание социального и государственно-частного партнерства. В итоге, при комплексном подходе к организации, гастрономический фестиваль может выступать в качестве профессионального и туристского ресурса, позволяющего повысить привлекательность страны за счет продвижения местных продуктов [1].

Таким образом, гастрономические фестивали положительно влияют на формирования прочных связей между представителями разных национальных культур с целью создания нового культурного продукта в самом лучшем его кулинарном и ценностно-смысловом значении. При этом, как международное событие не только укрепляет культурные связи между народами, но и формирует уникальное пространство для диалога и сотрудничества, подчеркивая важность гастрономии как элемента культурной идентичности и общественной интеграции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гомилевская, Г. А. Модели организации гастрономических фестивалей / Г. А. Гомилевская, В. Г. Ден // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2018. – Т. 7. – № 2(23). – С. 121–125.

2. Конвенция Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры об охране и поощрении разнообразия самовыражения : принята резолюцией 41/33 Генер. конференцией от 20 окт. 2005 г. // Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. – URL: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000214824_rus. (дата обращения: 19.02.2025).

Дьякова Е.С., студент 308 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Жилинская Т.С.,
кандидат педагогических наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ

Увеличение доли туристических услуг в экономике Республики Беларусь наблюдается уже много лет. Особенно заметна данная тенденция в условиях восстановления туристической сферы после пандемии COVID-19. Ковидные ограничения на передвижения, действовавшие в течение нескольких лет, вызвали отложенный спрос, который на сегодняшний день активно реализуется. Люди стремятся путешествовать больше, что ведет к росту туристического потока как внутри стран, так и на международном уровне. С развитием туризма в стране повышается не только узнаваемость, но и качество ее экономики и инфраструктуры. Многие страны получают от туризма значимую часть своего