

вдох. Сразу же после этого колени выпрямились, выдох на «ха» при выпрямлении ног. Вдох справа, вдох слева.

Подряд без остановки нужно сделать 8 или даже 16 вдохов-движений. Затем отдых 3-5 секунд и снова 8 или 16 вдохов-движений.

Эта только малая часть упражнений Стрельниковой, которая помогает в освоении речевого дыхания и входит в комплексный речеголосовой тренинг.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Щетинин, М. Дыхательная гимнастика А.Н. Стрельниковой. Основной вспомогательный комплекс / М. Щетинин. – Москва: Изд-во «Метафора», 2010. – 368 с.

2. Щетинин, М. Парадоксальная гимнастика Стрельниковой. Упражнения при любых заболеваниях / М. Щетинин. – Москва: Изд-во «АСТ», 2020. – 192 с.

3. Шестакова, Е. Говори красиво и уверенно. Постановка голоса и речи / Е. Шестакова. – СПб.: Питер, 2020. – 192 с.

4. Фадеева, А. Новые программы дыхательной гимнастики по Стрельниковой. Серия «Семейный доктор». / А. Фадеева. – СПб.: Питер, 2010. – 160 с.

Карпович А.В., студент 211 группы  
дневной формы обучения

Научный руководитель – Калашникова А.В.,

доцент кафедры

### ОРГАНИЗАЦИЯ МАСТЕР-КЛАССОВ

#### В СФЕРЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА БЕЛАРУСИ

Культурный туризм, тесно связанный с продвижением территорий и популяризацией национальной культуры, является сегодня важным

направлением исследований в культурологии, социологии, экономике культуры. Вопросы менеджмента и маркетинга культурного туризма активно разрабатываются отечественными и зарубежными исследователями: А. Калашникова, В. Квартальнов, Е. Коваленя, С. Пациенко, В. Смит и др.

В 2020 г. Беларусь, несмотря на пандемию, посетили 81 тыс. организованных туристов и экскурсантов из 95 стран мира. Ранее в 2019 г. количество гостей было еще больше – 405,5 тыс. человек. Страны-лидеры по числу туристов, организованно посетивших Республику Беларусь в 2020 году (тыс. человек): Российская Федерация (52,3); Польша (13,6); Литва (6,7); Латвия (1,1); Турция (0,8); Германия (0,8) [1]. В 2022 г. наблюдался большой прирост туристов из России и восточных стран.

Разновидностью культурного туризма является гастрономический туризм. **Цель статьи** – выявить особенности и технологию организации мастер-классов в сфере гастрономических туров в Беларуси. *«Гастрономический туризм часть индустрии впечатлений, его можно охарактеризовать как стремление людей к уникальным и запоминающимся впечатлениям от еды и напитков, процесса приготовления и подачи блюд [2, с. 272]»*. Все больше туристических компаний предлагают своим клиентам погрузиться в мир вкусов разных регионов Беларуси, попробовать множество необычных блюд в агроусадьбах страны. Такой *ко-брендинг тура и кухни* становится востребованной маркетинговой стратегией в туризме и обеспечивает потребителю более стойкие ассоциации с местом пребывания.

Белорусская кухня проста и натуральна, похожа на кухню других славянских стран, но имеет особенности сочетания продуктов и вкусов, свои секреты приготовления (замеса теста, запекания, сыроделанья, квашения, консервации, пивоварения и др.). Поэтому процесс приготовления блюд национальной кухни представляет интерес, как для профессионалов кулинарии, так и для участников туристско-экскурсионной деятельности. Этим фактом обусловлен интерес менеджеров социально-культурной деятельности к организации таких проектов как кулинарные мастер-классы,

кулинарные-шоу, гастрономические туры, проекты в сфере фуд-блоггинга и теле-шоу, а также популярность у населения таких *телепроектов* как «Поедем-поедим», «Гастротур», проекты белорусского телевидения. Например, телепередача «Белорусская кухня» создана как «кулинарная книга» от наших предков. В каждом выпуске ведущая Лариса Метлевская отправляется в гости к белорусским хозяйкам, чтобы перенять у них старинные рецепты приготовления блюд. Затем с народными рецептами в студии работают профессиональный повар Вартан Санамянц и известная телеведущая Елена Спиридович. Таким образом, экранными средствами в *формате мастер-класса* популяризируются технологии приготовления и национальная кухня.

Организация мастер-классов в сфере гастрономического туризма – это сложная менеджерская задача, от решения которой зависит удовлетворение ожидания потребителей, продвижение национальной кухни, популяризация гастротуризма в нашей стране. Мастер-классы (помимо обучения) имеют важные *функции*: трансляционную (сохранение кулинарных традиций), коммуникативную (общение, знакомство), профориентационную (повар, кулинар), социально-культурную (досуг, занятие для семьи и ее укрепление), воспитательно-оздоровительную (правильное пищевое поведение) и др. Кухня открывает возможности и для военно-патриотического воспитания: приготовить и угостить гостей солдатской кашей в День Победы, посетить солдатскую столовую, узнать из чего состоит «солдатский паек» и др.

Белорусский исследователь А. В. Калашникова отмечает, что формирование региональных гастрономических брендов помогает сохранять общие сенсорно-вкусовые пристрастия людей и, тем самым, устанавливать связи на духовно-ментальном уровне, быть непосредственным участником сохранения единого культурного и информационно-знакового пространства на территории страны [2, с. 269-270]. Поэтому организация мастер-классов для знакомства с национальными продуктами должна быть *маркетинговой стратегией в туризме* и продвижении брендов отечественных пищевых

продуктов. Национальная кухня Беларуси имеет многовековую историю. Белорусы любили употреблять в пищу солёное сало, огурцы, квашенную капусту и яблоки, сушеные грибы, по праздникам на столах было мясо, самодельные колбасы, минимально присутствовали сладости и молочные продукты, что и отличает ее от других славянских кухонь. Среди напитков лидировали квас и травяные чаи, сегодня их дополняют бренды пива («Аливария», «Александрия», «Крыница» и др.). Всего на белорусском рынке представлено 50 пивоваренных брендов и 592 новых сорта пива, и есть экскурсии на завод «Аливария», туры на пивоварни с дегустацией пива, фестивали («Рок за Бобров») и музей Лидского бровара.

Визитной карточкой гастротуризма в Беларуси является картофель («бульба»). Белорусы в среднем съедают около 180 кг картофеля в год. Овощ настолько закрепился за имиджем нашего народа, что стал «символом» и многие белорусы гордо называют себя «бульбашами». В нашей стране выращивается более 120 сортов картофеля (Уладар, Скарб, Янка, Волат, Криница, Гала, Лазурит и др.), от обычного желтого, до розового и красного. Существует огромное количество блюд различной сложности: как популярные драники с множеством начинок, бабки, зразы, колдуны, так и менее известные, но не менее вкусные картоплянки, гульбишник и др. Рецепт драников включен в 2022 г. в Государственный список историко-культурных ценностей Республики Беларусь. Зафиксировано 235 народных рецепта блюд из тертого картофеля, которые могут быть основой для организации *целого цикла* мастер-классов или туров по стране.

Беларусь — страна завораживающей природы и здоровой кухни. Темой кулинарного мастер-класса может стать также *эко-питание* или *история* блюд. В Сморгонском историческом музее проводят востребованный у посетителей мастер-класс по восстановленному старинному рецепту приготовления «сморгоньской абваранки» (баранка, которая обваривается особым способом). Была попытка создать музей мороженого (наш

экспортный продукт). Опыт может быть использован другими учреждениями культуры.

Самый популярный способ попробовать блюда белорусской кухни – это отправиться в *тематический ресторан* или кафе, которые находятся в столице, областных городах нашей республики, их также можно найти на территориях крупных агроусадеб, на базе музейных комплексов (Мир, Несвиж, Дудutki, Сула и др.). Отметим, что в Беларуси в начале декабря 2021 г. функционировало 268 объектов гастрономического туризма, из них 166 объектов общественного питания почти на 15 тыс. мест, специализирующихся на приготовлении блюд белорусской кухни [1]. Белорусские заведения организуют различные мастер-классы по приготовлению таких блюд как кофе, пицца, десерты, вегетарианские блюда, домашний хлеб и, конечно, драники. *Проблема* состоит в том, что специалисты в сфере отечественного общественного питания при организации мастер-классов, особенно с детской аудиторией, недостаточно внимания обращают на знакомство именно с белорусской кухней. Среди столичных заведений общественного питания, предлагающих мастер-классы по приготовлению блюд национальной кухни можно выделить: сеть ресторанов «Васильки» в Минске; «Пан хмелю»; «Кухмистр» (мастер-класс по приготовлению жура сочетается с обучением гостей традиционным белорусским народным танцам, декоративно-прикладному творчеству для детей посетителей *ресторана*) и др. Информация о мастер-классах чаще представлена в интернете на сайте ресторанов или на сайте партнеров мероприятия. Туристам предоставляется возможность не только попробовать блюда Беларуси, но и взять с собой гастросувениры. Отметим, что имеются большие перспективы для развития *блоггинга* в сфере мастер-классов по рецептам белорусской кухни.

Мастер-класс знакомит с технологией приготовления блюд и дает возможность удовлетворить как гастрономические, так и социально-культурные потребности. *Технология* организации мастер класса включает следующие этапы: 1. Определение целевой аудитории мероприятия;

2. Определение круга заинтересованных в проведении мероприятия сторон;
3. Определение источников финансирования мероприятия;
4. Обсуждение концепции предстоящего мероприятия с представителями места проведения и возможными спонсорами;
5. Работа с имиджем места и особенностями его презентации;
6. Организация рекламной кампании на внутреннем и внешнем рынке;
7. Разработка и производство специальной сувенирной продукции.

Таким образом, гастротуризм может обеспечить многократное посещение страны, так как понадобится далеко не одна поездка, чтобы изучить традиции, связанные с гастрономией разных регионов Беларуси. Роскошь человеческого общения в процессе приготовления еды становится сегодня настоящей ценностью, которую можно культивировать и с помощью такой формы проектной и культурно-досуговой деятельности как кулинарные мастер-классы.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Число туристов, посетивших Беларусь, сократилось в пять раз [Электронный ресурс] // thinktanks.by. – Режим доступа: <https://thinktanks.by/publication/2021/09/26/chislo-turistov-posetivshih-belarus-sokratilos-v-pyat-raz.html/> (дата обращения: 08.07.2022).

2. Калашникова А. В. Гастрономические бренды Союзного государства: традиции и современность // Культура и искусство: традиции и современность : материалы IX Международной научно-практической конференции / БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии; отв. ред. В. Ю. Арестова. – Чебоксары : Плакат, 2021. – С. 269-274.