

THE UKRAINIAN CUISINE: PRECONDITIONS FOR THE EMERGENCE AND TRANSFORMATION

Plyuta Olena, Postgraduate Student,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

The article is devoted to the clarification of the preconditions and features of the transformation of the Ukrainian cuisine as an integral part of the national culture. It is noted that this research is one of the first attempts of the Ukrainian science to develop a comprehensive understanding of the preconditions for the emergence and transformation of the Ukrainian cuisine. It is emphasized that the national cuisine is a specific product of the culture of the New Age, which is closely linked to certain socio-political transformations and changes in the structures of the world perception. It is concluded that 1) the national cuisine responds to the demands of a new cultural era, while maintaining the traits of the traditional way of transmission, 2) the specificity of the Ukrainian cuisine is largely due to the polytechnic nature of the Ukrainian society, since it was formed in the middle of the nineteenth century as a synthesis of regional folk dishes and their interpretations, the national cuisine of Ukraine continued to evolve through the assimilation of ethnic gastronomic traditions.

Key words: national cuisine, Ukrainian cuisine, dishes, specialties, gastronomic traditions.

UDC 008+316.7 (477)

THE UKRAINIAN CUISINE: PRECONDITIONS FOR THE EMERGENCE AND TRANSFORMATION

Plyuta Olena, Postgraduate Student,
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

The aim of this article is to clarify the preconditions and features of the transformation of the Ukrainian cuisine as an integral part of the national culture.

Research methodology. The work is based on the methodology of the complex analysis, which involves applying to the methods of various sciences (cultural studies, philosophy, history) with a view to the deeper penetration into the essence of the phenomenon under investigation and to obtain the fullest knowledge about it.

Results. The national cuisine is a specific product of the culture of the New Age, closely associated with certain socio-political transformations and changes in the structures of the world perception. The national cuisine retains the traits of the traditional way of transmission, which promotes its legitimacy, and responds to the demands of the new cultural era. The history of the design of the Ukrainian cuisine begins at the time when most of the Ukrainian lands were incorporated into the Russian Empire, confirming the thesis that the idea of a national identity is formed when encountering another culture. The specificity of the Ukrainian cuisine is largely due to the multi-ethnic character of the Ukrainian society. It was formed in the middle of the nineteenth century as a synthesis of regional folk dishes and their interpretations, the national cuisine of Ukraine continued to evolve through the assimilation of ethnic gastronomic traditions.

Novelty. This research is one of the first attempts of the Ukrainian science to develop a comprehensive understanding of the preconditions for the emergence and transformation of the Ukrainian cuisine.

The practical significance. The results of the research can become the basis for the further theoretical searches in the field of gastronomic culture of Ukrainians, as well as used during the teaching of courses on the theory and history of culture, everyday life, etc.

Key words: national cuisine, Ukrainian cuisine, dishes, specialties, gastronomic traditions.

Надійшла до редакції 8.10.2017 р.

УДК 640.4:316.77(4)

**ГОСТИННІСТЬ У ПУБЛІЧНОМУ ПРОСТОРИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО
ІНДУСТРІАЛЬНОГО МІСТА**

Пилипів Вікторія Володимирівна, старший викладач кафедри
готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний
університет культури і мистецтв, м. Київ
vika_prima@ukr.net

Модернізаційні процеси на європейських теренах супроводжувалися індустріалізацією, урбанізацією, демократизацією, переформатуванням приватного і публічного просторів. З'ясовується роль гостинного простору (кафе, бістро, пабів, остерій, brassari) як структурного елементу публічного простору індустріальних міст у формуванні комунікативного дискурсу, виявляється зв'язок із «першою медіатичною революцією». Аналізуються причини появи «публічних інтелектуалів» у закладах гостинності, розглядається значення останніх у руйнації принципу гендерної бінарності, формуванні європейськості «як колективної свідомості європейських спільнот», в основі якої свобода і відповідальність, відкритість іншому.

Ключові слова: індустріальне місто, публічний і гостинний простір, заклади гостинності, комунікативний дискурс.

Постановка проблеми. Сучасний світ перебуває в історичній точці біфуркації, зумовленій конвергентною взаємодією НБІКС – технологій. Засновник і президент Всесвітнього економічного форуму в Давосі К. Шваб у своїх численних виступах і роботах стверджує, що світ знаходиться біля витоків шостого технологічного укладу четвертої промислової революції, яку він називає цифровою [24; 16]. Індустрія 4.0 радикально трансформує картину світу, що безпосередньо торкається ідеалів і норм суспільного буття та індивідуального життя, однією з яких є гостинність. Глобальні виклики, що постали перед європейською цивілізацією, спричинені майже «бібліїчних масштабів» міграційними процесами, загрожують розпадом європейського культурного універсуму, до ціннісно-смыслового ядра якого входять вироблені тисячоліттями взаємодії звичаї і традиції гостинності, стратегії гостинної поведінки. Це ставить людство та європейців, зокрема, перед осмисленням напрямів, тенденцій і ризиків подальшого розвитку, актуалізує проблему сценаріїв майбутнього, реалізація яких потребує розробки відповідної політики гостинності і стратегії її реалізації. Що, в свою чергу, зумовлює необхідність культурологічної рефлексії на предмет гостинності в публічному просторі індустріальних, модерних міст, що сформувалася під впливом першої та другої промислової революції, логічним продовженням яких і є четверта індустріальна революція.

Останні дослідження та публікації. Концептуальний дискурс публічності (приватності) здійснює Ю. Хабермас і розглядає публічність як відкритість, представлену в т.ч. й різними закладами гостинності, де під час зустрічі вільних громадян обговорюється питання суспільно-політичної значущості, формується громадська думка. Сучасний американський історик С. Пінкус, аналізуючи в новому ракурсі історію Славної революції, також приділяє велику увагу ролі кав'ярень і «чайних будиночків» у тогочасному політичному процесі.

До цієї проблематики зверталися філософ Х. Арендт, соціологи Н. Лукман, Р. Сеннет і Р. Ольденбург, Д. Кларк та ін. Попри відмінності, їх об'єднує думка, що структурні зміни в суспільстві призвели до кризи традиційних форм публічності. Р. Сеннет стверджує про «падіння публічної людини» вже наприкінці XIX ст. Крім того, він досліджує історію міст західної цивілізації крізь призму взаємовідносин тілесної культури й міського простору.

В. Русавська розглядає гостинність як чинник формування публічного простору вітчизняних міст другої пол. XIX ст. Представники нової міської соціології й антропології (Р. Хатчисон, М. Т. Райан, М. Лоу, Х. Бократ, Х. Беркінг та ін.) виявляють специфіку міських мереж (settings), серед яких і гостинні мережі.

Розгляд проблеми нових стратегій публічних взаємодій у «світі мобільностей» (Дж. Уррі) і стратегій гостинності здійснюється з використанням нових понять – placeless (С. Рельф), thirdplace (Р. Ольденбург), non-places (М. Оже), множинність (П. Вірно).

Однак сучасні дослідники, як вітчизняні, так і зарубіжні, недостатньо уваги приділяють особливості комунікативного дискурсу, що формується в атмосфері гостинного простору різних закладів гостинності європейських індустріальних міст. Не з'ясовується значення цих закладів у руйнації принципу гендерної бінарності, актуалізації діяльності «публічних інтелектуалів» з огляду на їх роль в історії Західної Європи.

Мета статті – виявити роль гостинності як соціокультурного феномена у формуванні публічного простору європейських індустріальних міст.

Завдання – проаналізувати особливості перетворення кафе, пабів, бістро, остерій як форм гостинності на своєрідні лабораторії нових видів комунікабельності в міському публічному просторі з новою комунікативною риторикою й артикуляцією учасниками публічної взаємодії як власної суб'єктивності, так і ознак європейськості.

Виклад матеріалу дослідження. Європейське місто під час модернізаційних трансформацій, що розпочинаються в Західній Європі в ранній Новий час, перетворюється спочатку з центру торгівлі в центр мануфактурного, а згодом і промислового виробництва. І, відіграючи вирішальну роль у становленні індустріального суспільства, вже під час другої технологічної революції, місто стає головним репрезентантом європейської модерної цивілізації.

Гостинність, як система суспільно значущих цінностей, норм, звичаїв, модель поведінки суб'єктів комунікативної взаємодії, ще з доби грецько-римської античності входить до смыслового ядра європейського культурного універсуму. Але під впливом соціокультурних трансформацій у міському публічному просторі формується культура гостинності модерного, індустріального суспільства. Особлива роль у ствердженні принципів цієї культури й моделі публічної поведінки належить розгалуженій системі закладів гостинності, пов'язаних із поступовим розширенням діапазону їх функціональності, відкритим характером, рівністю всіх присутніх у гостинному просторі. Але можливість вільного відвідування цих закладів, принаймні до середини XIX ст., не поширювалася на жінок.

Американський соціолог Р. Ольденбург, розробник концепції «thirdplace» звертає увагу на те, що: «Як тільки вулична кофейня вкоренилася в культурному центрі західного світу, вона стала поширюватися зовні, поки не стала оплотом неформального публічного життя в усіх латинських і середземноморських культурах» [18; 229]. Цей процес продовжувався навіть попри спротив католицької церкви «напою невірних», а такі спеціалізовані заклади швидко набули популярності на європейському просторі спочатку серед торговців, заможних верств, а пізніше – й серед широкого загалу.

Колоніальна торгівля, в структурі якої вагому частку складали кава, чай, спеції, безпосередньо вплинула на сферу гостинності, оскільки зростаючий попит на всі ці продукти сприяв розширенню її інфраструктури, відкриттю нових кав'ярень, ресторанів і готелів.

Французький теоретик культури А. Лільті вважає появу освіченої публіки в закладах гостинності результатом «першої медіатичної революції», під якою розуміє розвиток видавничої сфери і популярність газет та журналів у XVIII ст. [17]. А зростання популярності останніх обумовлюється, в першу чергу тим, що відвідувачі кафе, бістро, пабів мали можливість читати ці видання й обговорювати останні новини. В такому ракурсі критерієм публічності стає освіченість і просвітництво громадянства. Варто згадати, що І. Кант пов'язував формування публіки і публічної сфери з виходом людини через просвітництво із стану неповноліття, її здатністю «...поширити навколо дух розумної поваги власної гідності і покликання кожної людини мислити самостійно» [12; 129]. Саме заклади гостинності стають одними з інституцій індустріального суспільства, в просторі яких й поширюється такий дух, в якому втілюються основні цінності європейської цивілізації.

У різних країнах Європи складаються групи «публічних інтелектуалів», до яких відносять творчу і наукову еліту, представників «вільних професій», що сформували публічний дискурс, зрозумілу мову для різних верств населення. І саме вони, отримавши інтелектуальну монополію, якою раніше користувалося духовенство, почали здійснювати суттєвий вплив на громадську думку й духовний клімат не лише окремих країн, а й Європи загалом.

У «сходженні інтелектуалів» на сцену європейської історії закладам гостинності належить визначальна роль, оскільки в їх просторі інтелектуали мали можливість безпосереднього оприлюднення власних ідей. І тим самим виконати своє головне завдання, яке, на думку Ш. Бодлера, полягало у «формуванні поглядів інших». [6; 162]. Так, у кафе «Прокоп» читали власні твори, сперечалися, розповідали новини Фонтенель, Руссо, Сорен, Кребільйон, Пірон, Вольтер, а відвідувачі, насолоджуючись бесідами з цими знаменитими особистостями, потрапляли під їх інтелектуальний вплив.

Актори театру Комеді Франсез також почали регулярно відвідувати кафе Прокопа Сицилійця (М. Карамзін) й сприяли його перетворенню на відкрите публічне місце. Практично при кожному паризькому театрі, як пише В. Мільчина, функціонувало власне кафе, де проводили час драматурги і актори. А в «Кафе комедіантів» збиралися провінційні актори, що приїжджали до Парижа у пошуках ангажементу [16].

Кафе «Регентство» було осередком шахового життя Парижа і Європи XVIII–XIX ст., а серед його відвідувачів – відомі літератори, культурні та громадські діячі. В цьому кафе Дідро познайомився з Руссо, а бажання побачити великих філософів залучало в ці заклади таку кількість відвідувачів, що поліцеймейстер вимушений поставити біля дверей охорону.

Що ж стосується англійських кав'ярень, то їх називали «університетами за пенні», де за невелику платню була можливість послухати бесіди найвідоміших учених, політиків і людей мистецтва.

Публіку XVIII ст. складали не лише філософи, літератори або політики, що опікувалися перебудовою суспільства на раціональних засадах, а й публіка, що цікавилася, не стільки їх ідеями, а, як доводив А. Лільті, пересудами і плітками стосовно їх приватного життя. Переважно ці ж заклади гостинності були джерелом подібної інформації, але при цьому вони сприяли зародженню поняття «знаменитість» у сучасному розумінні і зростанню інтересів до таких осіб [17].

«Перша медіатична революція» призвела до збільшення тиражу і числа розважальних газет, що поширюючись у закладах гостинності, сприяли зближенню «публічних фігур» із публікою. Такі знамениті актори, як англійська актриса С. Сіддонс, або французький актор Тальма викликали зацікавленість не лише у своїх співвітчизників, а їх шанувальники з'являються в усій Європі. Такою ж європейською славою користувалися Ж. Руссо після отримання премії Джонської академії і Вольтер, якого з тріумфом зустрічала публіка в паризькому театрі. В XIX ст. знаменитостями, в першу чергу у Франції, Англії стають шеф-кухарі – А. Соєр та ін.

Французькі кафе напередодні революції 1789 р. перетворюються на місця масових зібрань прихильників різних політичних течій. В. Гюго в романі «Дев'яносто третій рік» вустами Марата застерігає інших революціонерів у небезпечній діяльності кафе і клубів. «Кафе Шуазель –

збіговисько якобінців, кафе Патен – збіговисько роялістів, а в кафе Побачень нападають на національну гвардію, а в кафе Порт-Сен-Мартен її захищають, кафе Регентство проти Бріссо, кафе Корацца – за нього; в кафе Прокоп клянуться Дідро, в кафе Французького театру клянуться Вольтером, у кафе Ротонда рвуть на шматки ассигнати, в кафе Сен-Марсо обурюються з цього приводу. Ось це серйозна небезпека». [10].

Кафе європейських міст у XIX ст. стають осередками культурного життя і в цих закладах відбувається «фіксація» сучасності. Так, у кафе «Ротонда» Ш. Бодлер у спілкуванні з друзями, обговоренні творчих планів із Шанфлері осмислює «modernité», особливості нової естетики з акцентуацією на тілесності, пошуками її структурної гармонії, рівно значущості краси і потворності.

На теренах туманного Альбіону особливою популярністю користуються паби. Слово «паб» (pub) – скорочення від (publichouse), публічний заклад, що має видану владою ліцензію на обслуговування публіки. Цей заклад для британців не лише пивна, трактир, таверна, а одна із складових національної культури, який вони відвідували не заради їжі чи випивки, а для спілкування, відпочинку після роботи, зустрічі з друзями, колегами, обговорення останніх новин [18; 197–227].

Створення домашньої атмосфери в пабах, їх чисельність, розміщення поблизу домівки, роботи тощо, забезпечили інтегрованість цих закладів у життя британців. Як центри місцевого громадського життя, паби сприяли процесам демократизації в Англії.

Популярність пабу зростає під час індустріалізації, що спричинила величезний притік робітників та мігрантів у міста в першій пол. XIX ст. і зумовила змагання-конкуренцію закладу з «палацами джину». Паб перемиг і повністю замінив ці палаци у вікторіанську епоху XIX ст., але використав інновацію, яку ввели останні – установку довгої стійки бару з введенням «перпендикулярного споживання» (Р. Барнетт). У суспільстві, де склалася традиція відпочинку і прийому гостей біля каміна, на кухні або у вітальні, це була революційна інновація [2].

У середині XIX ст., часу, що увійшов у європейську історію як «Весна народів», відбувається усвідомлення різними європейськими народами своєї національної своєрідності, в контексті якої постає проблема національної ідентичності та здійснюються революції 1848–1849 рр., які очолювали головним чином публічні інтелектуали.

Так, французькі інтелектуали стали ініціаторами «Руху банкетів» як однієї з форм публічної гостинності. Ці банкети, з огляду на сувору заборону зібрань, організовувалися у промислових містах Європи і особливо Франції у формі обідів. Місцем їх проведення були переважно міські сади, площа яких дозволяла розмістити достатню кількість гостей-учасників: представників парламентської опозиції, політичних діячів прогресивних політичних партій та рухів. На таких обідах критикували уряд, проголошували тости за проведення реформ, здорові на честь робітничого класу тощо. В цілому ж бенкетний рух проходив під гаслами «свобода, рівність і братерство».

Якщо «бенкети за реформу» набули популярності у Франції в 1847–1848 рр. як форми політичного протесту, то берлінці обговорювали політичні події в пивних, жителі Франкфурту та Відня – в кафе [7; 89–92, 98].

З огляду на те, що в заклади гостинності були відкриті виключно для чоловіків, а жінки виявилися принципово виключеними з публічної сфери, введення з 1856 р. [15] права на їх вільний доступу у віденські кафе можна розглядати як важливий успіх у справі жіночої емансипації. Це також дає підстави стверджувати, що результат боротьби жінок за свої права і свободи в індустріальному суспільстві, їх входження в публічний простір фактично розпочинається із завоювання права на вільне відвідування закладів гостинності. Саме в гостинному просторі знаходить вияв «...тенденція до сприйняття жінки як особистості в тому ж сенсі, що і чоловіка, тобто здатної на досягнення», яка, на думку Е. Хобсбаума, стає більш відчутною в Європі ближче до кінця XIX ст. [23; 127–128].

У закладах гостинності, попри їх відмінності за складом публіки, яка в них збиралася, стилем обслуговування, тематичним спрямуванням «перманентних дискусій» (Ю. Габермас), формується відповідна комунікативна риторика. Ця остання, хоч і відображає соціальну, професійну приналежність, особливості ментальності, але містила те спільне, що дає підстави стверджувати про формування європейської культури спілкування. «Така мова комунікації, – вважає О. П'ятигорський, – найважливіше досягнення європейської культури Нового і Новітнього часу... І називають її мовою суспільних дискусій» [19; 45].

Становлення гостинності як індустрії в європейських містах відбувалося під впливом того, що німецький соціолог Г. Зіммель означив як «когнітивна сила грошей». Хоча міста здавна були центрами «грошового господарства», але саме в індустріальному місті гроші визначають життєдіяльність окремої людини і соціуму в цілому [11].

Функціональні відносини в сфері гостинності, під час яких відвідувачі і обслуговуючий персонал, як суб'єкти гостинного процесу, вступають у ці стосунки, визначаються «когнітивною силою грошей». В гостинному просторі між його суб'єктами формується середовище раціональної комунікації в основі якої пунктуальність, розрахованість, точність як культура взаємних зобов'язань, дотримання яких є однією з базових засад життя людини індустріального суспільства.

Виконання функціональних ролей є обов'язковим, оскільки забезпечує ефективність діяльності закладу, а в іншому випадку надання послуг стає хаотичним, безсистемним і призводить до його закриття. Однак варто зазначити, що в богемних кафе кінця XIX – поч. XX ст. подібна функціональність могла і не враховуватися, або ж свідомо ігнорувалася.

Логічним наслідком модернізаційних процесів є те, що спілкування, будучи однією з форм міжособистих відносин, що опосередковані ринком, стає об'єктом споживання як можливістью за допомогою «сили грошей» купити право посидіти в гостинному просторі кафе, бістро з друзями, знайомими за чашкою кави, чаю, відпочити й розважитися, провести ділову зустріч і обмінятися думками з приводу останніх подій, обговорити меню тощо. Духовні і душевні потреби у спілкуванні поєднати з отриманням насолоди від споживання вишуканих страв і вина високої якості.

У той же час у місті, завдяки все тим же ринковим відносинам, різним формам обміну створюється й можливість вибору форм самореалізації, що відбуваються в «соціальному локусі буття громадян» головним законом якого є різноманітність [11]. Ринковий принцип організації публічного життя надає необмежений вибір контактів, а відкритість соціальних можливостей для жителів міста дозволяє їм самостійно формувати коло комунікативної взаємодії. І в цьому локусі людські взаємовідносини, згідно з Р. Сеннетом, їх багатство і різноманіття постають як способи заповнення міського простору соціальною інтеракцією і соціцією (sociation) [20]. При цьому кожна людина має можливість обрати заклад гостинності відповідно до своїх уподобань, гастрономічних смаків і фінансової спроможності. Чисельність та функціональна різноспрямованість цих закладів, їх різні форми, будучи динамічними інтеракціями індустріального міста, здатні задовольнити подібні бажання.

Попри те, що велике індустріальне місто стає осередком індивідуальної і соціальної свободи, жорсткий розподіл праці стоїть на заваді розвитку сутнісних сил людини, є основою різних форм відчуження, про які писав К. Маркс в «Економічно-філософських рукописах 1844 р.», а відтак звужує її особисту свободу [26].

Небезпека міського життя як наслідок кардинальної зміни соціальних зв'язків і ставлення міських жителів один до одного, що концептуально обґрунтовували соціологи Ф. Теніс і Г. Зіммель, полягає в самотності людини, відчуженості і загубленості в міському натовпі [22; 9]. Д. Кларк звертає увагу на те, що в індустріальному місті Західної Європи ще в XIX ст. з'являється сторонній, а саме воно стає світом сторонніх і для сторонніх, в якому починає панувати всезагальна «чужість» [13]. З. Бауман також зазначає, що крім друзів і ворогів, з'являються сторонні, для яких характерна невизначеність, оскільки вони не перші і не другі, не сусіди і не чужинці [3].

Крім того, регулятором і координатором урбаністичного життя модерного суспільства виступає інструментальна раціональність базовими ознаками якої є розрахунок, егоцентризм, індивідуалізм. Однак, людина чинить спротив використанню її як гвинтика соціотехнічного механізму індустріального суспільства. Саме заклади гостинності під час комунікативної взаємодії, ознакою якої є рівність, дружнє, задушевне спілкування в колі однодумців і приятелів, здатні якщо не подолати, то, принаймні, пом'якшити протиріччя міського способу життя.

Європейські міста з другої пол. XIX ст. унаслідок другої промислової революції перетворюються на індустріальні центри, де концентрується виробництво. Індустріальний дискурс призводить до збільшення чисельності городян, а відтак і зростання транспортних потоків, що ускладнило функціональну діяльність міст. Виникла нагальна потреба перебудови міських середньовічних кварталів, що і спричинило в Європі урбанізаційну революцію як складову модернізаційних процесів. Крім того, важливим імпульсом структурної перебудови міст слугував санітарний фактор, що забезпечував подолання епідемій та інших інфекційних захворювань, завдяки проведенню підземної каналізації, водо- і газопроводу.

Урбанізаційна революція в Західній Європі розпочинається з перебудови Парижа бароном Османом, продовжується барселонською «Urbanización» І. Серда і реконструкцією Відня за проектом лідера Сецесіону О. Вагнера. Ці проекти підтримувала велика європейська буржуазія, інтереси якої полягали в тому, щоб унаслідок структурної перебудови міста, воно функціонувало як велике капіталістичне виробництво [8].

І в упорядкованому, згідно з логікою конструктивізму, принципами урбаністичної естетики, просторі індустріальних міст у XIX ст. зростає чисельність публічних місць, як місць для відпочинку

і спілкування городян серед яких – площі, парки, бульвари, алеї, сквери, набережні, проспекти, міські сади. Ці останні перетворилися на осередки гостинності, створивши разом з ярмарками і виставками міський публічний простір. Відкриття кафе з терасами, винесення столиків на вулицю розширює гостинний простір і тим самим популяризує практики фланерування, перетворюючи відвідувачів на фланерів-відвідувачів. Однак суттєвим недоліком індустріального міста стає розірваність його складових частин і перетворення околиць на гетто.

В індустріальному суспільстві, особливо під час другої технологічної революції в усіх сферах суспільного буття відбувається процес комодифікації, що стає основою формування суспільства споживання. Про цей процес писав К. Маркс ще в середині XIX ст., а В. Беньямін із цього приводу вже в XX ст. відзначав, що непоборне панування процесу комодифікації й інтронізації, пронизує публічну сферу [5; 36–113].

Перетворення індустріального міста на привілейоване «місце споживання» (Г. Зіммель і Ю. Габермас) стимулює конкуренцію між закладами гостинності і тому їх власники та обслуговуючий персонал прагнуть викликати у відвідувачів, як споживачів послуг, бажання нових і особливих потреб.

Реальність модерніті, на яку звернув увагу В. Беньямін, пов'язана не лише із споживанням матеріальних благ, а й споживанням видовищ, які поступово виходять на перший план [4; 5]. А заклади гостинності, що спочатку стосується ресторанів, перетворюються на своєрідні театральні видовища: «Ресторан по-суті, – пише Дж. Конлін, – той же театр, і як у будь-якому театрі тут все повинно стимулювати чуттєву насолоду клієнта» [14; 143].

Таким чином, естетизації гостинності, інтронізації надання послуг сприяло «урбаністичне видовище» (Мокир Дж.), створити яке дозволяли техніко-технологічні інновації. В такому видовищі досягається гармонійне поєднання дизайнерського рішення на відповідних художньо-естетичних принципах, осяйність будови електричним світлом, інтер'єр, внутрішнє оздоблення закладів гостинності, зовнішній вигляд обслуговуючого персоналу, гарсонів і відповідної атмосфери, яку забезпечує увесь обслуговуючий персонал. Створення видовищ, що приваблюють відвідувачів, у т.ч. і завдяки рекламі, перетворюється на домінуючу тенденцію в подальшому розвитку індустріального суспільства.

Першими такими видовищами стали побудовані в сер. XIX ст. пасажі, споруди із скла і заліза, «ці винаходи промислової розкоші», своєрідний «гібрид вулиці та інтер'єру», де розміщувалися магазини, газетні кіоски, а на терасах – чисельні кафе. Пасаж ставав «містом, світом у мініатюрі», а його гібридний простір дозволяв здійснювати перехід із повсякденного життя в простір мрій і фантазій [5; 36–39]. В пасажі Жоффуа були розміщені три кращих ресторани Парижа: «Діне де Парі», «Діне дю Роше» і «Діне Жофоруе» [25; 23].

Найбільш яскраво індустріальну видовищність презентували Дж. Оллер і Ш. Зідлер, власники вар'єте-кабаре Мулен Руж, попередники сучасного шоу-бізнесу й індустрії розваг. Триумфальне відкриття цього комерційного, розважально-гостинного закладу відбулося в Парижі під час проведення Всесвітньої виставки у жовтні 1889 р. і поряд з Ейфелевою вежею він вважається одним із символів міста. Дуже швидко Мулен Руж, візитівкою якого стає танець канкан, перевершив за популярністю інші подібні заклади, завдяки зовнішньому вигляду будівлі, атмосфері нескінченного свята, яскравому танцювальному шоу, еkleктичному інтер'єру як поєднанню класичної витонченості декадансу із східною надмірністю в кольорі і орнаментах. І все це поєднувалося з можливістю пограти в карти, випити шампанське й насолодитися смаком вишуканих страв.

Особливістю європейських індустріальних міст, у першу чергу Лондона, Парижа, Відня, Берліна стає відкритість іншому. Х. Арндт в есе «Вальтер Беньямін», крім того, що поділяє думку Беньяміна про Париж як «столицю XIX ст.» звертає увагу на цю особливість міста й означає її як європейськість. Європейськість Парижа вона пояснює тим, що місто вже з середини XIX ст. стає відкритим для всіх вигнанців, що є одночасно «нечуваним і природним», природним для самого Парижа і чужинців, а нечуваним тому, що подібна відкритість для тогочасної Європи ще була не правилом, а виключенням. Чужинець же відчуває себе в Парижі як вдома, тому що мав можливість жити в місті «як у власних чотирьох стінах» [1; 130–174].

Якщо відкритість іншому в Парижі стає відчутною в другій пол. XIX ст., то в Лондоні, як столиці Британської імперії, це відбувається значно раніше завдяки імміграційним процесам, унаслідок яких у місті оселилися представники різних етнічних групи, і їх число продовжувало зростати. Що засвідчило інтернаціоналізацію (космополітизацію) міського публічного простору, яка стає особливо відчутною і значущою в сфері гостинності. Так, арабська, єврейська, ірландська, іспанська, італійська, китайська, німецька і польська громади, і менш чисельні африканські, відкривали заклади харчування, де серед страв домінувала національна кухня. В цьому місті, як

центрі світової індустрії, фінансовій і торговельній столиці світу починає інтенсивно розвиватися вулична торгівля готовою їжею, що згодом отримала назву фаст-фуд.

Висновки. В публічному просторі індустріального міста, складовою якого є гостинний простір чисельних і різноманітних закладів гостинності, що утворюють гостинно-просторову поліфонію, відбувалося спілкування, зав'язувалися і підтримувалися соціальні зв'язки між самодостатніми автономними індивідами, агрегувалися і артикулювалися їх потреби та інтереси, що стосувалися різних сфер суспільного життя. Під час проведення різноманітних дискусій на актуальні теми формуються важливі для модерного суб'єкта моделі соціальної комунікації, культурні практики і традиції, патерни соціалізації, правила і конвенції громадського стилю спілкування.

У гостинному просторі кафе, бістро, пабів, остерій, брассарі, що стають структурним елементом публічного простору європейських індустріальних міст, відбувається формування європейськості «як колективної свідомості європейських спільнот» в основі якої свобода і відповідальність, відкритість іншому, гостинне ставлення до цього іншого як запорука власної безпеки. А самі ці заклади, розміщені в Парижі, Мюнхені, Відні, Берліні, Мадриді, Флоренції, Барселоні та інших європейських містах, стають одним з об'єднуювальних факторів європейського культурного простору.

Перспективи дослідження пов'язані з розробкою політики гостинності, здатної подолати поле високої напруги, що склалося на європейських теренах в дихотомії «свобода – безпека» й по можливості протистояти ризикам і викликам стрімкого розвитку цифрової реальності.

Список використаної літератури

1. *Арендт Х.* Вальтер Беньямин // Люди в темные времена : [очерки] / Арендт Х. ; пер. с англ. и нем. Г. Дашевского, Б. Дубина. – М., 2003. – 312 с. – (Серия «Культура. Политика. Философия»).
2. *Барнетт Р.* Джин. История напитка / Р. Барнетт. – М. : НЛЮ, 2017. – 360 с.
3. *Бауман З.* От паломника к туристу / З. Бауман // Социологический журнал. – 1995. – № 4. – С. 133–154.
4. *Беньямин В.* Бодлер : [пер. с нем.] / В. Беньямин ; пер. С. Ромашко. – М. : Ad Marginem, 2015. – 223 с.
5. *Беньямин В.* Краткая история фотографии: эссе. – М. : «Ад Маргинем Пресс», 2013. – 144 с.
6. *Бодлер Ш.* Мое обнаженное сердце: Статьи, эссе. – СПб. : Лимбус Пресс. 2014. – 528 с.
7. *Бриггс А.* Европа нового и новейшего времени. С 1789 года и до наших дней / А. Бриггс, П. Клэвин ; пер. с англ. А. А. Исэрова, В. С. Нестерова. – М. : Весь Мир. – 2006. – 600 с.
8. *Веселова С.* Город. Между архитектурным проектом и информационной сетью / С. Веселова. – Екатеринбург, 2015. – 308 с.
9. *Габермас Ю.* Структурні перетворення у сфері відкритості: дослідження категорії «Громадянське суспільство» / Ю. Габермас ; пер. із нім. А. Онишка. – Львів : Літопис, 2000. – 319 с.
10. *Гюго В.* Девяносто третий год / В. Гюго. – СПб. : Лениздат, 2013. – 480 с.
11. *Зиммель Г.* Большие города и духовная жизнь / Г. Зиммель // Логос : лит.-философ. журн. – 2002. – № 3/4. – С. 23–34.
12. *Кант И.* Сочинения. В шести томах. Т. 6 / И. Кант : ред. Т. И. Ойзерман. – М. : Мысль, 1966. – 743 с. – (Философское наследие ; т. 17).
13. *Кларк Д. Б.* Потребление и город, современность и постсовременность / Д. Б. Кларк // Логос. – 2002. – № 3–4 (34). – С. 35–64.
14. *Конлин Дж.* Из жизни двух городов. Париж и Лондон. Рождение современного города. 1700–1900 / Дж. Конли ; пер. с англ. А. Галль. – М. : Изд-во О. Морозовой, 2016. – 368 с.
15. *Крючков И. В.* Имперская Вена во второй половине XIX – начале XX в. / И. В. Крючков // Вопросы истории. – 2012. – № 4. – С. 124–131.
16. *Мильчина В.* Париж в 1814–1848 годах : повседневная жизнь / В. Мильчина. – М. : Новое лит. обозрение, 2013. – 944 с. – (Культура повседневности).
17. *Мильчина В.* Рождение знаменитостей из духа XVIII века / В. Мильчина // Новое лит. обозрение. – 2015. – № 6. – Рец. на кн.: Lilti A. Figures publiques: L'invention de la célébrité, 1750–1850. – Paris : Fayard, 20.
18. *Ольденбург Р.* Третье место: кафе, кофейни, книжные магазины, бары, салоны красоты и другие места «тусовок» как фундамент сообщества / Р. Ольденбург ; пер. с англ. А. Широкаковой. – М. : Новое лит. обозрение, 2014. – 456 с.
19. *Пятигорский А. М.* Свободный философ Пятигорский. В 2-х т. / СПб. : Изд-во И. Лимбаха, 2015. – Т. 2. – 496 с.
20. *Сеннет Р.* Падение публичного человека / Р. Сеннет / Пер. с англ. О. Исаевой, Е. Рудницкой, Вл. Софронова, К. Чухрукидзе. – М. : Логос, 2002. – 424 с.
21. *Словарь основных исторических понятий* // Избранные статьи в 2 томах. Т. 1. – М. : Новое лит. обозрение, 2014. – 736 с.
22. *Тёнис Ф.* Общность и общество / Ф. Тёнис. – Санкт-Петербург : В. Даль, 2002. – 451 с.
23. *Хобсбаум Э.* Разломанное время. Культура и общество в двадцатом веке / Э. Хобсбаум / пер. с англ. Н. Охотина. – М. : Издательство АСТ : CORPUS, 2017. — 384 с.
24. *Шваб К.* Четвертая промышленная революция / К. Шваб. – М. : Изд-во «Э». – 208 с.

25. *Эко У.* Парижское кладбище / У. Эко ; пер. Е. Костюкевич. – М. : АСТ, 2011. – 560 с.

26. *Экономическо-философские рукописи 1844 года.* <http://www.souz.info/library/marx/1844works.htm> - _edn1 К. Маркс и Ф. Энгельс. Собр. соч., изд 2, т. 42. – С. 41–174.

References

1. *Arendt Kh.* Valter Beniamyn // Liudy v temnuevremena : [ocherky] / ArendtKh. ; per. s anhl. y nem. H. Dashevskoho, B. Dubyna. – М. , 2003. – 312 s. – (Seryia «Kultura. Polytyka. fylosofyia»).
2. *Barnett R.* Dzhyn. Ystoryia napytka. – М. : NLO, 2017. – 360 s.
3. *Bauman Z.* Otpalomnyka k turystu / Z. Bauman // Sotsyolohycheskyi zhurnal. – 1995. – № 4. – S. 133–154.
4. *Beniamyn V.* Bodler : [per. s nem.] / V. Beniamyn ; per. S. Romashko. – М. : AdMarginem, 2015. – 223 s.
5. *Beniamyn V.* Kratkaia ystoryia fotohrafy: esse. – М. : Ad Marhynem Press», 2013. – 144 s.
6. *Bodler Sh.* Moe obnazhennoe sertse: Staty, yesse. – SPb. : Lymbus Press. 2014. – 528 s.
7. *Bryhhs A.* Evropa novoho I noveisheho vremeny. S 1789 hoda y do nashykh dnei / A. Bryhhs, P. Klövyn ; per. s anhl. A. A. Ysérova, V. S. Nesterova. – М. : Ves Myr. – 2006. – 600 s.
8. *Veselova S.* Horod. Mezhdru arkhytekturnum proektom I informatsyonnoi setiu / S. Veselova. – Ekaterynburh, 2015. – 308 s.
9. *Habermas Yu.* Strukturni peretvorennya y sferi vidkrytosti: doslidzhennia katehorii hromadianske suspilstvo / Yu. Habermas ; per. z nim. A. Onyshka. – Lviv : Litopys, 2000. – 319 s.
10. *Hiuho V.* Devianosto tretyi hod / V. Hiuho. – Sankt-Peterburh, 2013. – 480 s.
11. *Zymmel H.* Bolshyehoroda y dukhovnayazyhn / H. Zymmel // Lohos : lyt.-fylosof. zhurn. – 2002. – № 3/4. – S. 23–34.
12. *Kant Y.* Sochynenyia v shestytomakh. T. 6 / Y. Kant : red. T. Y. Oizerman. – М. : Mysl, 1966. – 743 s. – (Fylosofskoe nasledye ; t. 17).
13. *Klark D. B.* Potreblenye y horod, sovremennost y postsovremennost/ D. B. Klark // Lohos. – 2002. – № 3–4 (34). – S. 35–64.
14. *Konlyn Dzh.* Yz zhyzny dvukh horodov. Paryzh y London. Rozhdenye sovremennoho horoda. 1700–1900 / DzhonatanKonly ; per. s anhl. A. Hall. – М. : Yzd-vo Olhy Morozovoi, 2016. – 368 s.
15. *Kriuchkov Y. V.* Ymperskaia Vena vo vtoroi polovynе XIX – nachale XX v. / Y. V. Kriuchkov // Voprosu istoryy. 2012. – № 4. – S. 124–131.
16. *Mylchyna V.* Paryzh v 1814–1848 hodakh : povsednevnaia zhyzn / V. Mylchyna. – М. : Novoelyt. obozrenye, 2013. – 944 s. – (Kultura povsednevnyosti).
17. *Mylchyna V.* Rozhdenye znamenytostei yz dukha XVIII veka / V. Mylchyna // Novoelyt. obozrenye. – 2015. – № 6. – Rets. nakn.: Lilti A. Figurespubliques: Linventiondelacélébrité, 1750–1850. – Paris : Fayard, 20.
18. *Oldenburh R.* Tretemesto: kafe, kofeiny, knyzhnue mahazynu, baru, salonu krasoty y druhyemesta «tusovok» kak fundament soobshchestva / Rei Oldenburh ; per. s anhl. A. Shyrokanovoi. – М. : Novoelyt. obozrenye, 2014. – 456 s.
19. *Piatyhorskyi. A. M.* Svobodnuy fylosof Piatyhorskyi. V 2-kh t. / SPb. Yzdatelstvo I. Lymbakha, 2015. – t. 2. – 496 s.
20. *Sennet R.* Padenye pablychnoho cheloveka. / Per. s anhl. O. Ysaevoi, E. Rudnytskoi, Vl. Sofronova, K. Chukhrukydze. – М. : Lohos, 2002. – 424 s
21. *Slovar osnovnykh istorycheskykh ponyatiy* // Yzbranue staty v 2 tomakh. T. 1. – М. : Novoelyt. obozrenye, 2014. – 736 s.
22. *Tēnys F.* Obshchnost y obshchestvo / F. Tēnys. – Sankt-Peterburh : Vladymyr Dal, 2002. – 451 s.
23. *Khobsbaum E.* Razlomannoe vremia. Kultura y obshchestvo v dvadtsatom veke / per. s anhl. N. Okhotyna. – М. : Yzdatelstvo ACT : CORPUS, 2017. – 384 s.
24. *Shvab K.* Chetvertaia promushlennaia revoliutsyia / Shvab K. – М. : Yzdatelstvo «E». 208 s.
25. *Eko U.* Prazhskoe kladbyshche / U. Eko ; per. E. Kostiukevych. – М. : AST, 2011. – 560 s.
26. *Ekonomychesko-fylosofskyerukopysy 1844 hoda.* <http://www.souz.info/library/marx/1844works.htm> - _edn1 / K. Marks y F.Enhels // S. S., yzd 2, t. 42, – S. 41–174.

HOSPITALITY IN THE PUBLIC SPACE OF THE EUROPEAN INDUSTRIAL CITY

Pylypiv Viktoriia, Senior lecturer in the hotel and restaurant business
Department, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

Modernization processes in Europe have been accompanied by industrialization, urbanization, democratization of social life, reformation of private and public fields. The article reveals the role of hospitality space of numerous and various hospitality establishments (cafés, bistros, pubs, osterias, brasseries) as a structural element of the public space of industrial cities in the formation of communicative discourse, and a connection with the «first mediation revolution» is revealed.

The reasons for the appearance of «public intellectuals» and «celebrities» in hospitality institutions are analyzed. The attention is drawn to the fact that the «spatial emancipation of women», the destruction of the principle of gender binarity actually begins with the conquest of women's right to free attendance of the se institutions. The importance of the hospitality space in the formation of Europeanness «as a collective consciousness of European communities», based on freedom and responsibility, open-mindedness is considered.

Key words: Hospitality, industrial city, public space, hospitality establishments, communicative discourse, culture.

UDC 640.4:316.77(4)

HOSPITALITY IN THE PUBLIC SPACE OF THE EUROPEAN INDUSTRIAL CITY

Pylypiv Viktoriia, Senior lecturer in the hotel and restaurant business
Department, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

The purpose of this study is to identify the role of hospitality as a socio-cultural phenomenon in formation of European industrial cities public space.

Methodology of research. The main achievements of the research problem were considered. Thanks to the general scientific methods of synthesis, analysis and comparison, the works of philosophers, sociologists, anthropologists, cult urologists were worked out through the prism of the coverage of the features of communicative discourse, which is formed in the atmosphere of hospitality space of various hospitality establishments of European industrial cities, and ascertaining the value of these institutions in the destruction of the principle of gender binarism and actualization of the activities of «public intellectuals» in view of their role in the history of Western Europe.

Results. As a result of the study, it was found that in the public space of an industrial city, which is part of the hospitable space of numerous and diverse hospitality establishments, which form a kind of hospitality and spatial polyphony, social contacts were established and maintained social ties between self-sufficient autonomous individuals, aggregated and articulated their needs and interests concerning various spheres of public life. During the various discussions on the relevant topics, important for the modern subject model of social communication, cultural practices and traditions, patterns of socialization, rules and conventions of the social style of communication are formed.

It is proved that in the hospitable space of cafes, bistros, pubs, osters, and brassers, which become a structural element of the public space of European industrial cities, the formation of Europeanism «as a collective consciousness of European communities» is formed, based on which freedom and responsibility, openness to another, hospitable attitude to this other as a guarantee of their own security. And these institutions themselves, located in Paris, Munich, Vienna, Berlin, Madrid, Florence, Barcelona and other European cities, become one of the unifying factors of the European cultural space.

Novelty. The prospects of the study are related to the development of a policy of hospitality that can overcome the high voltage field in the European territory in the dichotomy of «freedom – security» and, if possible, confront the risks and challenges of the rapid development of digital reality.

Key words: Hospitality, industrial city, public space, hospitality establishments, communicative discourse, culture.

Надійшла до редакції 3.10.2017 р.

УДК 008.379.85

ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ДИСЕРТАЦІЙНИХ РОБОТАХ УКРАЇНСЬКИХ НАУКОВЦІВ

Красовський Сергій Олександрович, асистент кафедри
готельно-ресторанного бізнесу, Київський національний
університет культури і мистецтв, м. Київ
poisk007@ukr.net

Проаналізовано сучасний стан напрацювань за темою дослідження туризму, зокрема міжнародного, в працях українських науковців – представників різних галузей наукового знання, які формують сучасні уявлення про цей важливий аспект життя людини і соціуму. Обґрунтовано актуальність досліджень міжнародного туризму на пострадянському просторі, який, з одного боку, звільнився від характерної для соціалістичної системи закритості, зацикленості на протистоянні різних ідеологічних форматів та відповідних соціокультурних практик, а з іншого – його населення лише в останні десятиліття отримало можливість стати потенційними учасниками індустрії масового туризму, насамперед міжнародного. Все це визначає важливість подальших досліджень міжнародного туризму у межах українських культурологічних студій.

Ключові слова: туризм, міжнародний туризм, дисертаційні роботи, дослідження, українська культурологія.

Актуальність і мета дослідження. Останніми десятиліттями в зарубіжних і вітчизняних дослідженнях зростає кількість праць, присвячених таким феноменам соціокультурної сфери, як святкова культура, гостинність, відпочинок, мандрівки, спорт, дозвілля тощо – фактично всім питанням, пов'язаним із позаробочими аспектами побутування людини. Відповідно, значно збільшився спектр публікацій, монографічних і дисертаційних досліджень, що розширюють коло