

Научная статья  
УДК 008:641.568(470+571)  
<https://doi.org/10.24158/fik.2021.7.15>

## Русская гастрономическая культура в развитии региональных брендов

**Валерия Гихоевна Ден**

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия,  
denlero4ka96@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5872-6723>

**Аннотация.** Нарастающая популярность гастрономической культуры и интерес к ней, проявляющийся в различных средствах репрезентации культурной деятельности, в том числе в виде кулинарных справочников и поваренных книг, атласов кулинарии, гастрономических путешествиях, профессиональных мастер-классах и дегустационных лекториев, телевизионных шоу и гастрономических фестивалей, обеспечивают мотивацию к изучению отдельных ее аспектов и феноменов. В статье представлено теоретическое исследование влияния русской гастрономической культуры на формирование региональных брендов, кулинарных особенностей и определения перспектив использования в туризме гастрономических брендов. Автором предложены понятия «местная кухня», «национальная кухня», «русская кухня». Проанализирована востребованность брендинга территории за счет русской кухни. Выяснено, что русская кухня и ее элементы выступают одним из самых распространенных гастрономических аттракций, на основе которых формируются инновационные туристские продукты и реализуется потенциал территории.

**Ключевые слова:** русская кухня, гастрономический бренд, дальневосточная кухня, туристская дестинация, гастрономия, региональный бренд, гастрономическая культура, культура питания

**Для цитирования:** Ден В.Г. Русская гастрономическая культура в развитии региональных брендов // Общество: философия, история, культура. 2021. № 7. С. 86–92. <https://doi.org/10.24158/fik.2021.7.15>.

Original article

## Russian gastronomic culture in regional brands developing

**Valeriya G. Den**

Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, Russia, denlero4ka96@mail.ru,  
<https://orcid.org/0000-0002-5872-6723>

**Abstract.** The growing popularity of gastronomic culture and the interest in it manifested in various means of cultural representation, including culinary reference books and cookery book, culinary atlases, gourmet trips, professional master classes and tasting lectures, television shows and gastronomic festivals, provides motivation to explore its individual aspects and phenomena. A theoretical study of the influence of Russian gastronomic culture on the formation of regional brands, culinary traits and determining the prospects for using gastronomic brands in tourism is presented in the paper. The author proposes the concepts of “local cuisine”, “national cuisine”, “Russian cuisine”. The demand for branding the territory at the expense of Russian cuisine is analyzed. It has been revealed that Russian cuisine and its elements act as one of the most widespread gastronomic attractions, on the basis of which innovative tourist products are formed and the territory’s potential is realized.

**Keywords:** Russian cuisine, gastronomic brand, Far Eastern cuisine, tourist destination, gastronomy, regional brand, gastronomic culture, food culture

**For citation:** Den V.G. Russian gastronomic culture in regional brands developing // Society: Philosophy, History, Culture. 2021. No. 7. P. 86–92. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/fik.2021.7.15>.

Питание, одновременно удовлетворяя физические потребности, олицетворяет культурную самобытность и индивидуальность народов. С активным эволюционным процессом культуры гастрономия сегодня рассматривается в более широких и сложных аспектах. Пища является социальным средством, позволяющим устанавливать связи, способом эстетического выражения, стимулируя создание сложных пищевых сочетаний и новых видов кухонь, обладает символическими функциями, формируя ассоциативный ряд территорий или народов с характерными для них продуктами питания и блюдами.

Помимо очевидной роли гастрономии в туристской отрасли, она выступает не только в качестве базовой услуги внутри комплексного турпродукта, но и как деятельность, направленная на выделение индивидуума из повседневной жизни. На сегодняшний день потребители оценивают еду как искусство, задают основные тренды и определяют главные гастрономические дестинации.

Неудовлетворенность имеющимися на рынке турпродуктами, появление модных кулинарных тенденций, в том числе диет, нишевых продуктов, пропаганда натуральных продуктов, повышение важности восприятия еды с точки зрения эстетики и культуры повлияли на образование нового сегмента – гастрономического туризма. В силу глобализации возросло внимание к сохранению культурного наследия и традиций, а также аутентичным продуктам местного производства и блюдам из них.

По Б.В. Маркову, пища рассматривается в аспекте культурных верований, символических представлений, социализации детей и самоидентификации в обществе [1]. Согласно манифесту Международной ассоциации кулинарного туризма, «еда – это квинтэссенция нации, ее характера и истории» [2], она является одним из важнейших источников формирования идентичности страны.

Кухни и элементы питания отдельных регионов России сегодня становятся настоящими гастрономическими брендами и популяризируют территорию, поскольку путешественники мотивированы изучить культурную самобытность страны, в особенности через местные еду и напитки. Аутентичность для туристов в последнее время стала главным фактором, отсюда вытекает тенденция, заключающаяся в общении с населением (сборе винограда, проживании у местных жителей, помощи с урожаем, участии в мероприятиях кулинарных мастерских) и дегустации местной кухни.

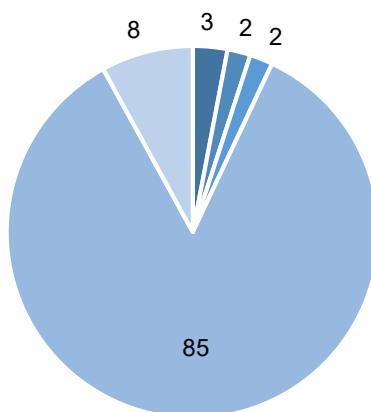
Анализ понятия «местная кухня» показал, что в основном его ассоциируют с пищевым региональным производством, происхождение которого связывают с территорией государства. Ввиду «размытости» категории, на наш взгляд, необходимо также рассмотреть термины «национальная кухня» и «региональная кухня», в современном научном пространстве используемые в качестве синонимов. Местная кухня – ресурс, позволяющий раскрыть потенциал дестинации, сформировать имидж местности и способствующий увеличению потока туристов. Сущность понятия «национальная кухня» главным образом излагается как форма репрезентации гастрономической культуры той или иной нации с набором блюд, обладающих выраженным обрядовым и традиционным характером. Национальная еда всегда была неотъемлемым элементом этнографического описания материальной культуры нации, подчеркивающим необходимость сохранения традиций, национального пищевого этикета, ценностей, этнического и символического значения пищи, связанного с ее ритуальной ролью. Помимо этого, национальная кухня как достояние культуры может входить в список всемирного наследия ЮНЕСКО (например, японская, французская, мексиканская).

Необходимо отметить, что в большинстве случаев национальная кухня не позволяет обозначить один регион, поскольку национальные пищевые практики распространяются далеко за пределы страны. Такая популяризация национальной кухни способствует формированию благоприятного имиджа, что является удачным маркетинговым ходом для привлечения туристских потоков.

В свою очередь, региональные кухни служат более эффективным средством познания аспектов культуры и способом понимания национального характера, менталитета и истории. Ключевыми аспектами, отличающими региональную кухню, являются адаптация блюд под климато-географические условия территории и использование аутентичных ингредиентов. Так, национальные блюда могут получить новое исполнение в разных регионах внутри одной страны (в Испании традиционные региональные блюда на юге могут быть дополнены сезонными овощами и фруктами, прибрежные территории применяют продукты водного промысла). Аспекты приготовления блюд, ингредиенты, методы приготовления и формы подачи в регионах, провинциях и областях различаются, отражают идентичность территории и могут выступать гастрономическим брендом провинции или области.

В структуре брендинга территорий использование региональных кухонь более оправданно, поскольку они демонстрируют уникальность территориального гастрономического пространства, а отдельные элементы таких видов кухонь могут получить общественное признание и широкую известность. В России благодаря географическому положению и разделению регионов в том числе по национально-этническому принципу есть исключительная возможность формирования особой гастрономической региональной культуры.

Согласно последней переписи в Российской Федерации представлены 7 народов с численностью населения более 1 млн человек: русские (80,90 % от числа указавших национальность), татары (3,87), украинцы (1,41), башкиры (1,16), чувашаи (1,05), чеченцы (1,04) и армяне (0,86 %). Численный состав языковой группы на территории России разнообразен (рисунок 1), %: славянская группа – 85, алтайская – 8, северокавказская – 3, уральско-юкагирская – 2. При этом 2 % относятся к малочисленным народам, которые говорят на изолированных языках.



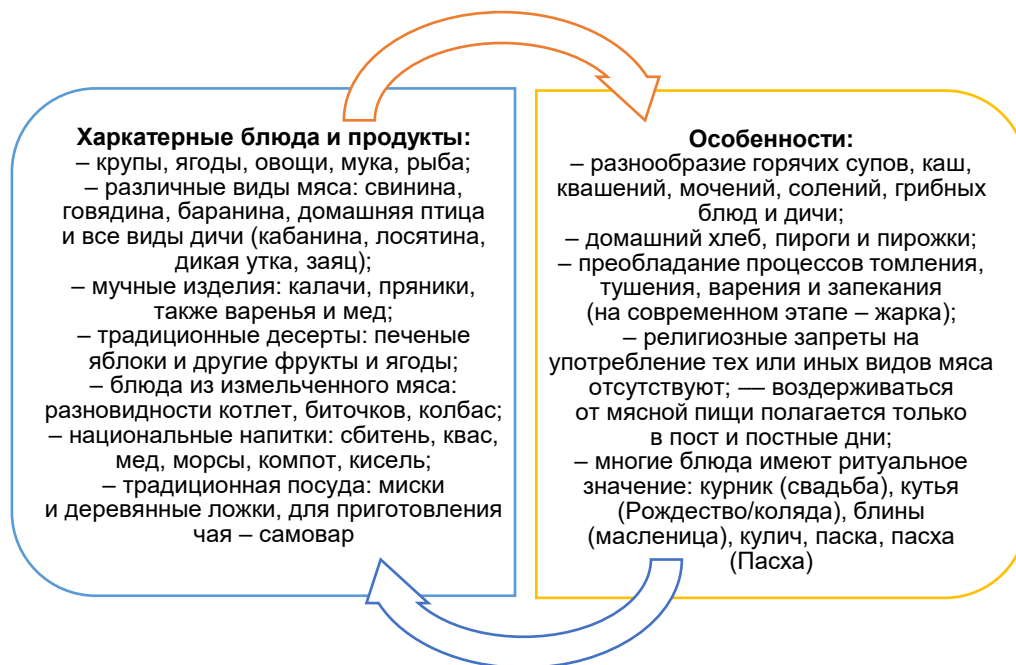
- Северокавказская группа
- Языки коренных народов
- Уральско-юкагирская группа
- Славянская группа
- Алтайская группа

**Рисунок 1 – Численный состав языковых групп в России, %\* [3]**

Следует отметить, что каждый народ имеет индивидуальные образ жизни, обычаи и культуру. Знакомство с кухней как неотъемлемой частью культуры является основным компонентом исследования истории народа, его быта и традиций.

Для русской культуры национальная кухня имеет исключительное значение. Русское население славится гостеприимством, частью которого является застолье, отражающее изначально коллективный характер русского человека, его привязанность к общности и национальному единству.

Основными направлениями гастрономии в России можно назвать русскую, кавказскую, татарскую кухни и кухню Дальнего Востока [4]. Краткая характеристика русской кухни приведена на рисунке 2.



**Рисунок 2 – Особенности русской кухни [5]**

\*Все рисунки и таблицы составлены автором.

Традиционные русские рецепты основаны на использовании круп, ягод, овощей, муки, рыбы, т. е. продуктов, всегда присутствующих в изобилии в жизни простых людей. Истинно русскими блюдами считаются щи, каши, пироги, блины, соленые огурцы, а также сбитень и квас. Кухня проста, не требует экзотических ингредиентов.

Понятие «русская кухня» характеризует традиционную кухню народа с национальными традициями, обусловленную природно-климатическими особенностями, сформированную за счет использования характерных техник и технологий приготовления, исторических взаимодействий и влияния национальных кухонь союзных республик.

Исторические справки показывают, что на Руси люди путешествовали и знали, где изготавливалось лучшее масло, выпекался лучший хлеб. Каждый регион славился уникальной гастрономической чертой, однако на протяжении веков многое забылось.

Со времен средневековой древности возделывались рожь, овес, пшеница, ячмень, просо, а позаимствованные навыки изготовления муки позволили осуществлять выпечку изделий из забродившего теста (многие из которых стали традиционными для праздников). Поэтому в пище наших предков существенное значение имели пироги, расстегаи, блины, пирожки, кулебяки, оладьи, блины [6].

Помимо этнического разнообразия, климатический фактор играет одну из ведущих ролей в формировании русской кухни. Многие блюда возникли в соответствии с географическим положением, например в северных краях обычно употреблялись в пищу пшено и просо, этим же объясняется число блюд из рыбы.

Кроме зерновых культур, в питании применялись и плоды овощеводства (наиболее широко капуста, репа), продукты бортничества (мед). Активно использовались продукты животного происхождения (мясо коров, свиней, коз, овец и птиц – кур, гусей, уток), в том числе «дикое мясо» (рябчики, дикие утки, зайцы, гуси) [7]. Картофель внес в русскую кухню глобальные изменения. Благодаря А.Т. Болотову (деятелю культуры XVII в.) были разработаны агротехника выращивания картофеля, также он предложил ряд блюд из этого корнеплода.

За счет продвижения русской кухни развивается множество направлений гастрономического туризма (таблица 1). Практически каждый регион формирует свои гастрономические проекты и туристский гастропродукт. В центральной части России это традиционная русская кухня, на Урале – блюда из местных ягод, в Приволжье – результаты бортничества, Южном федеральном округе – этногастрономические, винные туры, на Северном Кавказе – чай на травах и кавказская кухня, Северо-Запад страны изобилует ресторанными фестивалями, на Дальнем Востоке природные ресурсы действуют в симбиозе с адаптированной азиатской кухней и кухнями малочисленных коренных народностей.

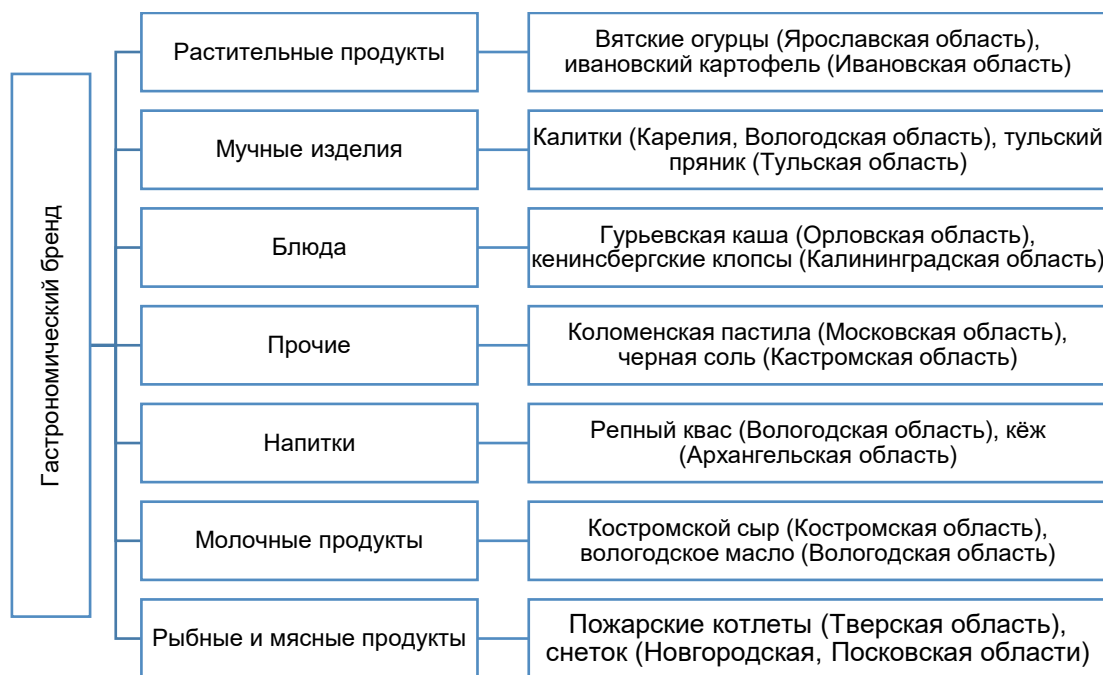
**Таблица 1 – Направления гастрономического туризма в России [8]**

Регион	Описание
1	2
Центральный	– Владимирская область: три проекта русской кухни (историческая, советская, современная); – Суздаль – самый посещаемый город в рамках гастротуризма; – фестивали в Смоленской, Ярославской, Тамбовской и других областях («Великая Ростовская уха», «Ложка и кружка», «Кукарекино»); – тульские пряник и пастила; – широкий ассортимент гастротуров в Москве и Московской области
Урал	– фестивали «Обжорные ряды» (Челябинск), «Барбекю» (Екатеринбург) и др.; – сладкие пирожки с молотой черемухой, пироги с карпом или карасем, местные разносолы – соленые грузди, квашеная капуста с клюквой, пареная репа и кисель из местных ягод
Приволжье	– в составе региона каждый субъект обладает неповторимыми гастрономическими преимуществами; – фестивали «Арзамасский гусь» (Нижегородская область), «Кургоня» (Республика Мордовия), «Башкирский мед» (Республика Башкирия); – в Мордовии разработана программа по знакомству с национальной кухней и посещением местных заповедников, в Башкирии – «халяльные» туры
Южный федеральный округ	– фестивали астраханской кухни «Вобла» и «День арбуза» (Астраханская область), фестиваль вареников (Краснодарский край), фестиваль национальных кухонь местных народов (Республика Крым); – кулинарные туры по Волге, туры в сельскую местность; – 10 винных маршрутов («Вина двух морей», «Шато», «Таманский полуостров»)
Северный Кавказ	– фестиваль «Шашлык-Машлык» (Грозный); – гастротуры, связанные с травяными чаями; – дегустация осетинских пирогов и местного сыра, горной форели и местного вина

**Продолжение таблицы 1**

1	2
Северо-Запад	– Петербургский ресторанный фестиваль (Санкт-Петербург), Fish Food Festival (Зеленоградск), гурмэ-фестиваль «Великий Новгород», праздники «Спасы» в музее «Витославлицы» (Новгородская область); – тур выходного дня в Шахматово (усадьбе А. Блока проводятся званые обеды с блюдами по старинным рецептам семьи); – карельские калитки, поморская уха, финская уха на сливках Лохикейтто, юшка, блюда из ряпушки
Дальний Восток	– этногастротур «Праздник русского каравая» (Хабаровск), гастрономические городские туры (Владивосток), туры на Сахалин и Камчатку с рыбалкой на океане и отдыхом в заповедниках; – фестиваль поlynного супа (Хабаровск), фестиваль морского гребешка, мидий, наваги (Владивосток); – проект развития гастрономического туризма Pacific Russia Food; – рыба и морепродукты, блюда Китая, Кореи и Японии, национальные кулинарные особенности русских, нанайцев, удэгейцев и других коренных малочисленных народов Дальнего Востока

Привлечение внимания широкого круга лиц к территории возможно за счет развития гастрономических брендов, виды которых представлены на территории России. Согласно рисунку 3, гастрономическими брендами регионов РФ являются продукты местного производства, традиционные блюда народов или дары природы.



**Рисунок 3 – Гастрономические бренды регионов России [9]**

Природная зональность в России определяется особенностями климата и рельефа. Приспособляемость к внешним условиям приводит к появлению локальных моделей питания. Например, хлеб, выступающий основным продуктом, традиционно готовился из кислого теста, однако в центральной части – из ржаной муки, на севере – из ячменной, юге – из ржаной и пшеничной или ржаной и просяной, востоке – из ржаной и овсяной [10].

В условиях дальневосточного климата (умеренный морской и муссонный вблизи побережья Тихого океана) с давних времен жители активно использовали «рыбу в вареном, жареном, соленом виде и как начинку для пирогов. ...Осуществляли массовую заготовку красной рыбы и запасали впрок икру» [11, с. 19]. Помимо этого, занятие морским промыслом позволило включить в меню морских моллюсков. Геополитическое положение Дальнего Востока России способствовало формированию уникального гастрономического пространства и разнообразию ежедневного рациона дикорастущими растениями: «русские переселенцы успешно освоили черемшу» [12, с. 19], изготавливали компоты и кисели из садовых культур и дикоросов.

На сегодняшний день русская кухня является самой востребованной среди жителей Дальнего Востока и занимает первое место в рейтинге предпочитаемых кухонь (рисунок 4). На следующих по популярности позициях располагаются европейская (28,32 %) и азиатская (21,87 %) кухни. Следует оговориться, что некоторые употребляемые в повседневной жизни продукты жители относят к отдельной кухне, хотя и не признанной официально, – дальневосточной.



**Рисунок 4 – Рейтинг кухонь среди жителей Дальнего Востока, %**

Русская кухня сегодня включает в себя такие исконно народные продукты, как икра, красная рыба, сметана, гречневая крупа, которые для иностранного туриста являются экзотическими, а также блюда меню, присущие только нашей кухне (щи, уху, блины, пироги). На наш взгляд, русская кухня – уникальный ресурс для изучения культуры и продвижения территории в качестве туристской дестинации. В свою очередь, Дальний Восток как объект исследования дает возможность рассмотреть взаимодействие различных народов, населявших и населяющих этот регион, их кулинарные традиции, обычаи, предметы быта, способы приготовления пищи.

Таким образом, кухни разных народов и этносов, в том числе русскую, целесообразно использовать как аттрактивный инструмент, за счет которого можно увеличивать туристские потоки и развивать социально-экономическое положение регионов.

#### **Список источников:**

1. Марков Б.В. Культура повседневности. СПб., 2008. 352 с.
2. Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Организационно-продуктовая модель формирования гастрономического бренда (на примере бренда «Дальневосточная кухня») // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8, № 1 (26). С. 133–137. <https://doi.org/10.26140/anie-2019-0801-0028> ; Ден В.Г., Коноплева Н.А. Гастрономическая культура Дальневосточного региона как предмет истории повседневности // Гуманитарный вектор. 2019. Т. 4, № 4. С. 87–97. <https://doi.org/10.21209/1996-7853-2019-14-4-87-97>.
3. Составлено на основе следующего источника: Население России: численность, динамика, статистика [Электронный ресурс] // Statdata : сайт о странах, городах, статистике населения и др. 2021. 11 мая. URL: <http://www.statdata.ru/russia> (29.06.2021).
4. Факторы развития гастрономического туризма в России. Основные пути повышения конкурентоспособности туристического продукта в сфере гастрономического туризма в РФ [Электронный ресурс] // Vuzlit. URL: [https://vuzlit.ru/289502/factory\\_razvitiya\\_gastronomicheskogo\\_turizma\\_rossii\\_osnovnye\\_puti\\_povysheniya\\_konkurentosposobnosti\\_turisticheskogo](https://vuzlit.ru/289502/factory_razvitiya_gastronomicheskogo_turizma_rossii_osnovnye_puti_povysheniya_konkurentosposobnosti_turisticheskogo) (дата обращения: 29.06.2021).
5. Составлено на основе следующих источников: Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Указ. соч. ; Ден В.Г., Коноплева Н.А. Указ. соч. ; История русской кухни [Электронный ресурс] // Advantour. URL: <https://www.advantour.com/rus/russia/cuisine/history.htm> ; Фельдман И.А. Атлас кулинарной мудрости / под ред. Д.О. Хвостова. М., 2014. 719 с.
6. Традиции русского застолья [Электронный ресурс] // Объединенный сайт учреждений питания, предприятий агропромышленного комплекса и оптово-розничной торговли управления делами президента РФ. URL: <https://kremlin-product.ru/info/tradicii-russkogo-zastolya> (дата обращения: 29.06.2021).
7. Традиции русского застолья ... ; Фельдман И.А. Указ. соч.
8. Составлено на основе следующих источников: Генералова А.А. Аспекты развития рынка гастрономического туризма в Российской Федерации // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. 2018. № 9. С. 51–54 ; Кедрова И.В. Гастрономические экскурсии как новое направление развития регионального туризма // Общество, экономика, управление. 2018. Т. 3, № 1. С. 31–36 ; и др.
9. Составлено на основе следующих источников: Гомилевская Г.А., Ден В.Г. Указ. соч. ; Ден В.Г., Коноплева Н.А. Указ. соч.
10. Липинская В.А. Адаптивно-адаптационные процессы в народной культуре питания русских // Традиционная пища как выражение этнического самосознания. М., 2001. С. 18–40.
11. Народы Приморского края. Иллюстрированный историко-географический справочник. Специальный выпуск. Приморье: народы, религии, общество / отв. ред. Г.Г. Ермак, Т.И. Табунщикова. Владивосток, 2016. 172 с.
12. Там же. С. 19.

### **Информация об авторе**

**В.Г. Ден** – соискатель ученой степени кандидата культуролога, ассистент кафедры туризма и экологии, Международный институт туризма и гостеприимства, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия.

[https://elibrary.ru/author\\_items.asp?authorid=1045455](https://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=1045455).

### **Information about the author**

**V.G. Den** – External PhD student of Cultural Sciences, Assistant Professor, Department of Tourism and Ecology, International Institute of Tourism and Hospitality, Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, Russia.

[https://elibrary.ru/author\\_items.asp?authorid=1045455](https://elibrary.ru/author_items.asp?authorid=1045455).

Поступила в редакцию / Received 04.06.2021

Поступила после рецензирования / Revised 25.06.2021

Принята к публикации / Accepted 08.07.2021