

## **ГАСТРОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ЯК АКТУАЛЬНИЙ НАПРЯМ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРНОЇ ПОЛІТИКИ**

**Мета роботи** – окреслити перспективи дослідження гастрономічної дипломатії як важливого напрямку сучасної культурної політики з акцентуацією уваги на практичних діях держави, зокрема української, у цій сфері. **Методологія** дослідження ґрунтується на поєднанні загальнонаукових методів аналізу, синтезу з урахуванням евристичного потенціалу поєднання історичного, культурологічного та іншого підходів з метою більш глибокого проникнення в сутність досліджуваного феномена. **Наукова новизна.** Вперше в межах сучасної української культурології розглядається поняття гастрономічної дипломатії та пропонуються практичні заходи держави, зокрема української, у цій сфері як найважливішого засобу промоції культурних традицій країни. **Висновки.** У сфері культурної політики держави, на нашу думку, потрібно зробити такі важливі кроки: готувати фахівців з культурної, зокрема гастрономічної, дипломатії для виконання функцій спеціального аташе по культурі у представництвах ЄС; відпрацювати і скоординувати спільні дії держави і приватних меценатів-сподвижників у цій сфері, особливо на регіональному рівні; більше уваги приділяти поінформованості: на офіційних сайтах регіонів розміщувати детальну інформацію про цікаві місцеві свята і події, а особливо – про незвичні страви, напої, продукти; відшукувати нові методи фінансування і нових партнерів, у тому числі приватних; поєднувати можливості власних культурних організацій і держав-партнерів, зокрема через інститути культури і дипломатичних працівників за кордоном, поєднувати заходи з представлення культури своєї країни з частуванням стравами і напоями національної кухні. І насамкінець, держава повинна насамперед усвідомити цінність кулінарної дипломатії для формування іміджу, впізнаваності і промоції національної культури у світі.

**Ключові слова:** гастрономічна дипломатія, культурна політика, промоція, кулінарні традиції, національна кухня.

*Плюта Елена Павловна, аспирантка Киевского национального университета культуры и искусств*

### **Гастрономическая дипломатия как актуальное направление современной культурной политики**

**Цель работы** – определить теоретические направления исследования гастрономической дипломатии как важного направления современной культурной политики с акцентуацией внимания на практических действиях государства, в частности украинского, в этой сфере. **Методология** исследования основана на сочетании общенаучных методов анализа, синтеза с учетом эвристического потенциала исторического, культурологического и других подходов с целью более глубокого проникновения в сущность исследуемого феномена. **Научная новизна.** Впервые в рамках современной украинской культурологии рассматривается понятие гастрономической дипломатии и предлагаются практические меры государства, в частности украинского, в этой сфере как важнейшего средства продвижения культурных традиций страны. **Выводы.** В сфере культурной политики государству нужно сделать такие важные шаги: готовить специалистов по культурной, в частности гастрономической, дипломатии для выполнения функций специального атташе по культуре в представительствах ЕС; отработать и скоординировать совместные действия государства и частных меценатов-сподвижников в этой сфере, особенно на региональном уровне; больше внимания уделять осведомленности: на официальных сайтах регионов размещать подробную информацию об интересных местных праздниках и событиях, а особенно – о необычных блюдах, напитках, продуктах; отыскивать новые методы финансирования и новых партнеров, в том числе частных; сочетать возможности собственных культурных организаций и государств-партнеров, в том числе через институты культуры и дипломатических работников за границей, сочетать меры по представлению культуры своей страны с угощением блюдами и напитками национальной кухни. И наконец, государство должно прежде всего осознать ценность гастрономической дипломатии для формирования имиджа, узнаваемости и продвижения национальной культуры в мире.

**Ключевые слова:** гастрономическая дипломатия, культурная политика, продвижение, кулинарные традиции, национальная кухня.

*Plyuta Olena, postgraduate, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv*

### **Gastrodiplomacy as an important direction of the modern cultural policy**

**Purpose of Research.** The purpose of the article is to outline the theoretical directions of the study of gastrodiplomacy as an important area of the modern cultural policy, focusing on the emphasis on the practical actions of the state in this sphere, particularly Ukrainian one. **Methodology.** The methodology of the research includes the combination of general scientific methods of analysis and synthesis. The author uses the heuristic potential of the combination of historical, cultural and other approaches to study the essence of the phenomenon. **Scientific novelty.** The author is the first who analyses the concept of culinary diplomacy within modern Ukrainian cultural studies. In addition, the author proposes the practical measures of the state in this sphere, particularly in Ukraine, as the most

important means of promoting the country's cultural traditions. **Conclusions.** In our opinion, in the cultural policy, our state must do the following steps: to prepare various specialists in cultural and culinary diplomacy to represent Ukraine as the a special cultural attaché in the EU; to organise and coordinate the cooperation between the state and private sponsors in this area, especially at the regional level; to pay more attention to introduction of different interesting local holidays, events, bizarre food, dishes and drinks on official sites of the regions; to find new resources of financing or new partners, including private ones; to combine the possibilities of their own cultural organizations and countries-partners' ones, involving the cultural institutes and diplomatic workers; to accompany the cultural events of the country with the representation of its national dishes and drinks. Finally, first of all, the state must understand the value of culinary diplomacy for the creation of its image, its recognition and promotion of the national culture in the world.

**Keywords:** gastro-diplomacy, cultural policy, promotion, culinary traditions, national cuisine.

Загальновідомо, що завдяки наявності різних культурно-мистецьких брендів країна отримує додаткову світову популярність, а брендові продукти можуть стати невід'ємною частиною іміджу не лише всієї країни, а й її регіону або конкретної місцевості. І це стосується не лише творів мистецтва, архітектури, культурних пам'яток, які зазвичай уявляються нам у звичній матеріальній формі. До такого специфічно-національного і регіонального продукту, який може стати своєрідним брендом країни та її культури, відносяться і продукти харчування та специфіка їх репрезентації у відповідних стравах.

Будь-який любитель туристичних подорожей знає не лише про італійську пасту, грецьку мусаку, український борщ, а й навіть, наприклад, про пармську шинку, яка викликає у нього не менше зацікавлення і асоціацій, ніж муранське скло або венеціанська мозаїка. Саме тому сьогодні таку популярність здобувають гастрономічні і винні фестивалі, гастрономічні тури, які стають додатковим джерелом і засобом пізнання національних традицій країни та її культури, а також новітньою формою просування і промоції країни на світовому рівні, до якої нині дедалі частіше звертаються більшість країн. Тому вислів "шлях до серця лежить через шлунок" сьогодні вже можна трактувати дещо ширше.

Кулінарна промоція держави стає важливим напрямом культурної дипломатії та вимагає її врахування як складової культурної політики. Все це і актуалізує наше дослідження, мета якого – окреслити теоретичні напрями дослідження гастрономічної дипломатії як важливого напрямку сучасної культурної політики з акцентуацією уваги на практичних діях держави, зокрема української, у цій сфері.

Нині дослідженню гастрономічної дипломатії ще не приділяється достатньо уваги. Так, найбільш ґрунтовною працею можна вважати досить нову книгу українського автора О. С. Сліпченка "Дипломатическая кухня. Художественно-документальное издание" [5], в якій він ділиться спогадами про свій дипломатичний досвід, акцентуючи увагу на кулінарних традиціях різних країн. Власне терміни "кулінарна дипломатія" і "гастродипломатія" були використані на початку 2000-х років у працях дослідників публічної дипломатії Пола Роновера [9] і Сема Чаппл-Сокола [8]. На думку дослідників, гастрономічна дипломатія використовується як інструмент публічної дипломатії, а точніше – культурної дипломатії, а кулінарна "за закритими дверима" – як засіб подальшого дипломатичного протоколу через кухню.

У другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. збільшення кількості фестивальних проєктів, гастрономічних турів за рахунок розширення кола їх учасників, які належать до різних етнічних і національних спільнот у межах країни, стає чи не основною тенденцією популяризації її культури. З одного боку, цей процес був зумовлений внутрішньою динамікою розвитку самої кулінарії, а з іншого – процесами глобалізації, одним з головних результатів якої слід вважати зростання ролі механізму міжкультурної комунікації і тих форм культурної взаємодії, що ґрунтуються на міжкультурній інтеракції. "Глобалізація посилила інтенсивність культурних обмінів, різко розширила коло тих, хто здійснює нескінченний процес переходу з одного культурного світу в інший" [6]. Без сумніву, саме цим пояснюється факт зростання соціокультурного значення таких видів взаємодії у різних сферах культури, які створюють передумови для максимального розширення її комунікативного кола. Не стала винятком і кулінарія, яка дедалі активніше починає розумітися і сприйматися у контексті міжкультурних відносин як широке поле для формування не лише глобальних зв'язків між представниками різних національних культур, а й як засіб формування глобальної культури.

У межах суспільства споживання, зростання якості життя гастрономія стає чи не єдиною сферою, яка має достатньо новітнього соціокультурного потенціалу як форма розширення глобальних міжкультурних зв'язків, у межах якої формуються умови для природньої, зрозумілої і невимушеної взаємодії представників різних етнонаціональних спільнот і культур, для обміну кулінарним досвідом незалежно від інтересів, соціального статусу і потреб учасників спілкування. Так, фактично розширюється значення кулінарії для розвитку не лише національної, а й міжнародної (глобальної) культури, зокрема в аспекті її трактування як чинника взаєморозуміння та співпраці між народами. Згодом така ідея, як синтез інтеракції і діалогового мислення, знайшла втілення у гастрономічній (культу-

турно-гастрономічній, кулінарній) дипломатії, як знарядді м'якого впливу сучасної зовнішньої політики, дипломатії та економіки. Так, Chapple-Sokol у журналі *The Hague Journal of Diplomacy* писав, що кулінарна дипломатія є "використанням продуктів харчування і кухні в якості інструменту для створення міжкультурного взаєморозуміння в надії на поліпшення взаємодії і співпраці" [9].

Найвідомішими світовими гастрономічними брендами є, безумовно, Франція, Італія й Іспанія, в яких історично склалася і закріпилася на світовому рівні репутація гастрономічних центрів Європи. Другі позиції займають бренди, які вже сформувалися, проте не отримали світової популярності: бренди таких країн, як США, Австралія, Нова Зеландія, Великобританія, Греція, Швейцарія, Бельгія, Австрія, Німеччина, Португалія, Японія, Китай, Індія, Сінгапур, Марокко, Перу, Аргентина і Мексика. Однак за останні десять років виникло безліч інших регіонів, що розвиваються, і які відводять гастрономічному бренду істотну роль. Це такі країни, як Таїланд, В'єтнам, Азербайджан, Казахстан, Бразилія, Південна Корея та ін.

Отже, найбільший досвід у цій сфері мають італійці, які туристів до відвідування невеличких містечок у всіх регіонах країни спонукають через організацію традиційних свят міста і фестивалів, присвячених характерним для даної місцевості сільськогосподарським продуктам. У кожному їх щонайменше 20, а лише в одному регіоні Емілья-Романья нараховується 37 таких фестивалів. Відвідувачі можуть не лише скуштувати традиційні страви, а й побачити покази історичних костюмів, феєрверки, спортивні змагання і под., а також придбати різні вироби на ярмарку. На сайтах містечок можна знайти перелік традиційних страв та інформацію, як доїхати і де поселитись.

У Франції також дуже розвинутий регіональний туризм – майже кожне містечко має Дім туризму, в якому поінформують про пам'ятки, історію та інші місця, варті відвідання. Подібним шляхом розвиває промоцію своєї країни й Грузія. Різноманітні, яскраві сайти детально описують культурне і кулінарне багатство цієї країни. А деякі хостели привертають клієнтів традиційними обідами і вином в ціні проживання [7].

Не менш дійовим засобом є репрезентація своєї культури закордоном. Так, Румунія під час днів своєї культури закордоном завжди влаштовує дегустацію вин і традиційних страв. Їй настільки успішно, що в Польщі вже від декількох років сформувалась своєрідна мода на туризм у Румунії. Принагідно також згадати стенд Чеського інституту культури на цьогорічному Мистецькому арсеналі, які не тільки представляли новинки чеської літератури та мистецтва, а й частували блюдами національної кухні та пивом з чеської ресторації "У хромого Пола" в Києві [7].

Ми свідомо зупинилися на характеристичі цих заходів у інших країнах, щоб концептуалізувати розуміння, що вони – не просто ініціатива приватних інвесторів чи місцевих громад, а результат цілеспрямованої культурної політики держави.

Крім того, важливим напрямом діяльності у сфері культурної, зокрема кулінарної дипломатії, є приватні ініціативи, як, наприклад, підготовка відповідних професіоналів, як це відбувається у популярному вищому навчальному закладі Варшави *Collegium Civitas*, де відкрита спеціальність культурна дипломатія у формі післядипломних студій. Завданням майбутніх фахівців визначено формування образу Польщі як сучасної європейської країни, відкритої для інших культур. Це по суті нова сфера дипломатії під назвою *creativediplomacy*, діяльність якої охоплює культуру в широкому розумінні, тобто промоцію мистецтва, кіно, спорту, моди і навіть кулінарної традиції та культури вина країни. На нашу думку, саме так сьогодні потрібно готувати працівників корпусу публічної дипломатії, а також промоутерів національних товарів, продуктів, вин, марок, творів мистецтва і культури, і не лише в межах приватних вишів.

Також серед останніх ініціатив університету: в жовтні 2017 р. на факультеті соціології, культурології та мистецтва відкрито аспірантуру зі знання вина, ЗМІ, ринку культури, розраховану, зокрема, на майбутніх дипломатів; на факультеті коучінга і психології з листопада 2017 р. започатковано курс "коучінг і здорове харчування"; також відкрито курси, на яких вивчаються відомі німецькі вина [10]. Тобто кулінарна дипломатія набуває дедалі більшої популярності і стає важливим і модним напрямом освітніх програм. Наприклад, Рональд Рейган на прийнятті у Вашингтоні в 1987 р. спеціально вибрав каліфорнійське вино з виноробного регіону *Russian River Valley*, ніби натякаючи на історію російської імміграції у цей штат США [5].

Програми гастродипломатії як складової дипломатії м'якої сили були започатковані у 2000 роках ХХ століття [5]. Термін "гастродипломатія" (англ. *Gastrodiplomacy*) вперше опублікував у 2002 р. журнал "The Economist" у статті про кухню Королівство Таїланд. Гастрономічна дипломатія – це наука про мистецтво вести переговори під час офіційних обідів. Дійсно, "Шлях до консенсусу і досягнення мети пролягає через вишукане частування" [5]. Наприклад, А. Роверсі в інтерв'ю газеті "Le Temps" підкреслила, що "...гастрономічна дипломатія визначає використання страв у контексті міжурядових відносин

з метою передавання невербальних повідомлень...". Тому кожна держава прагне справити враження на гостей з інших країн власними кулінарними традиціями. За допомогою гастрономічної дипломатії держави одержують можливість репрезентувати і просувати свою культуру, як бренд, "торговельну марку". Саме з цією метою розробляються спеціальні стратегії, створюються інституції (установи) і виділяються кошти. Завдяки такій політиці громадяни інших держав дізнаються про національні особливості і традиції харчування народів і країн через національні страви і національну кухню як інституцію, а паралельно стимулюються торгівля і туризм, інвестування у відповідні проекти [5].

Тут хотілося б згадати і про країну, яка є також нашим найближчим сусідом – Білорусь. Державна Белтелерадіокомпанія запустила унікальний телевізійний проект "Кулінарна дипломатія", який витримав вже декілька сезонів. У кожному випуску на глядачів чекають не тільки захоплюючі подорожі в близькі й далекі країни, а й справжні гастрономічні відкриття. На телевізійну кухню "Кулінарної дипломатії" запрошуються посли іноземних держав у Республіці Білорусь, їх подружжя, а також представники національних діаспор, що проживають в країні. Так, в новому сезоні на глядачів чекають подорожі в Палестину, Таджикистан, Фінляндію, Еквадор, Корею та інші екзотичні країни [2].

У складних соціально-економічних та політичних умовах, не в останню чергу екстрапольованих ззовні, зокрема військовими діями на сході країни та окупацією Криму, українській державі потрібно максимально використовувати всі засоби промоції нашої країни та просування її ментально-культурних традицій у світі для адекватної реакції міжнародної спільноти на всі негаразди і негативні події. З цією метою, на нашу думку, доцільно в рамках культурної політики найбільшу увагу приділяти саме культурній дипломатії, яка останніми роками здобула чи не найбільше визнання, повністю відтворюючи всі позитивні якості дипломатичних стосунків як м'якої сили не тільки для вирішення конфліктів та пошуку взаєморозуміння між країнами, а й репрезентації їх культурних цінностей на міжнародній арені. У цьому контексті, як зрозуміло з вищесказаного, держави цілеспрямовано використовують всі можливі засоби, зокрема організацію різноманітних тематичних фестивалів, заходів тощо з метою привернення уваги щонайбільшої кількості туристів, які прагнуть познайомитися з багатоманіттям культури. Не останню роль у цих заходах останніми роками відіграють різноманітні гастрономічні фестивалі й тури, які стають своєрідними сучасними формами пізнання і просування через національні кулінарні традиції ментальних цінностей культури. Для кращої репрезентації культури країни через національні гастрономічні традиції держава повинна насамперед усвідомити їх цінність і корисність, а можливо, і безальтернативність порівняно з іншими засобами просування культури, як це вже давно зрозуміли і активно практикують, наприклад, у Європі, позаяк сьогодні напрям пізнання країни через кухню є одним з найбільш популярних у світі.

Одним із засобів популяризації української культури через кухню є відкриття національних ресторанів за кордоном. І хоча сьогодні це ініціатива окремих осіб, її значення дуже чітко сформульоване у висловлюванні одного з ініціаторів створення такого закладу в США – ресторану "Tyzub Ukrainian Kitchen" у Чикаго – Мирона Левицького (лікар-хірург за фахом): "Я хотів використати свій ресторан як спосіб познайомити американців з нашою прекрасною країною і її народом; зробити його місцем, де українці зможуть продемонструвати своїм американським друзям наші смачні українські страви і нашу культуру" [1]. Суголосною є і думка гендиректора ресторану Міли Лугової: "Наш ресторан має велике майбутнє. Я в це щиро вірю. В першу чергу тому, що в нього дійсно вкладена душа, а, по-друге, він заснований на міцному українському корінні. Я відчуваю велике натхнення, коли бачу, як американці, які вперше до нас завітали, повертаються за якийсь час зі своїми друзями чи родичами, щоб ті також спробували українські страви і відкрили для себе трохи більше України" [1].

Справедливо зазначити, що наша держава також намагається використовувати кулінарні традиції як елемент, який може посилити позиції України на регіональних та світових ринках. У січні 2015 р. Україна стала третьою державою-учасницею (після Вірменії та Ізраїлю) проекту "Кулінарна дипломатія", організованого університетом Кадис Хас (Туреччина), Центром "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності" (Україна) за фінансової підтримки Чорноморського трасту регіонального співробітництва. Проектом анонсовано забезпечення діалогу між недержавними суб'єктами, а саме представниками громадянського суспільства та бізнесу шляхом залучення їх до серії обідів та вечерів для забезпечення різноманітних зв'язків між державами [3].

Для популяризації національних гастрономічних традицій також доцільно розробити реєстр етноресторанів, які відповідають міжнародним стандартам обслуговування та пропонують меню зі стравами національної кухні. Також варто запровадити майстер-класи національних гастрономічних традицій для практиків та туристів, створити тематичний сайт з відображенням регіоналізації української кухні, особливостей її виникнення та становлення, з наданням фото- та відеорецептів аутентичних українських страв з покроковим описом. Важливим буде запровадження календаря гастрономічних

фестивалів і, звичайно, місць, де можна скуштувати справжні українські страви. В друкованому варіанті може з'явитися на світ гастрономічний путівник українськими регіонами, який буде містити не просто рецепти українських страв, а й пропагувати гастрономічні подорожі іншими регіонами України, розкриваючи їхні можливості та регіональні особливості [4, с. 13].

Отже, можна зробити висновки, що у сфері культурної політики державі, на нашу думку, потрібно зробити такі важливі кроки:

- 1) готувати фахівців з культурної, зокрема кулінарної, дипломатії для виконання функцій спеціального аташе по культурі у представництвах ЄС, як це відбувається, наприклад, у Польщі;
- 2) відпрацювати і скоординувати спільні дії держави і приватних меценатів-сподвижників, особливо на регіональному рівні, як це практикується в Італії, Франції, а на пострадянському просторі – у Грузії;
- 3) більше уваги приділяти поінформованості: на офіційних сайтах регіонів розміщувати детальну інформацію про цікаві місцеві свята і події, а особливо – про незвичні страви, напої, продукти;
- 4) відшукувати нові методи фінансування і нових партнерів, у тому числі приватних;
- 5) поєднувати можливості власних культурних організацій і держав-партнерів, зокрема через інститути культури і дипломатичних працівників закордоном, поєднувати заходи з представлення культури своєї країни з частуванням блюдами і напоями національної кухні.

Так у межах гастрономічної дипломатії можна створювати атмосферу, за якої навіть важливі політичні чи економічні проблеми обговорюються толерантно та із взаєморозумінням. Крім того, гастрономічна дипломатія є одним з ключових елементів культурної політики держави, скерованої на адаптацію її тактичних і стратегічних напрямів до соціокультурних реалій сучасності, за допомогою яких можна досягнути стабільного розвитку, динамічності і надійності системи управління соціальними процесами. За словами экс-держсекретаря США Хілларі Клінтон, "... презентація улюблених страв, застільних традицій і цінностей є могутньою зброєю дипломатії, якою часто нехтують..." [5].

При цьому врахування в культурній політиці держави необхідності збереження та популяризації національної кухні є надзвичайно важливими завданням, адже країна, яка не поважає свою історію, культуру, традиції, не може розраховувати на визнання іншими країнами, втрачає здатність до консолідації і прямує у прірву – до забуття. Тому обмін будь-якими ідеями, технологіями, знаннями і вміннями, зокрема у сфері кулінарії, стає визначальним чинником культурно-цивілізаційного поступу людства на шляху до створення єдиного толерантного культурного простору, синтезованого досвіду різних культур і поколінь. На жаль, практичні кроки у сфері гастрономічної дипломатії у нашій країні ще далекі до реалізації, як і відповідні теоретичні напрацювання, що й актуалізує перспективи їх дослідження.

#### Література

1. Кулинарная дипломатия – ресторан "Tryzub Ukrainian Kitchen" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ukrainegoodnews.com/kulinarna-diplomatiya-restoran-tryzub-ukrainian-kitchen.html>.
2. Кулинарная дипломатия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tvr.by/televidenie/belarus-1/proekti-belarus-1/kulinarnaya-diplomatiya-novyj-sezon>.
3. Матлай Л. Кулінарна дипломатія як різновид публічної дипломатії: нові підходи та концепції / Матлай Л. // Humanitarian vision. – 2015. – Vol. 1, Num. 2. – С. 55-60.
4. Прасул Ю. Географічні передумови гастрономічного туризму в Україні / Прасул Ю. // Міжнародна конференція "Зимові наукові читання", м. Київ, 22 лютого 2016 р. – К., 2016. – Ч. 2. – С. 10-14.
5. Ціватий Л. Гастрономічна (кулінарна) дипломатія як дієва складова дипломатії "м'якої сили" XXI століття [Рецензія на книгу: Слипченко А.С. Дипломатическая кухня. Художественно-документальное издание. – Киев: Генеральная дирекция по обслуживанию иностранных представительств, 2015. – 493 с.
6. Шендрик А И Глобализация в системе культурологических координат // Знание Понимание. Умение. – 2002. – №. 1. – С. 56-68.
7. Успішна культурна політика – бути чи не бути державі [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://tyzhden.ua/Culture/137220>.
8. Sam Chapple-Sokol. Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds / Sam Chapple-Sokol // The Hague Journal of Diplomacy. – 2013. –Vol. 8. – Issue 2. – P. 161–183.
9. Rockower Paul S. Recipes for Gastrodiplomacy / Rockower Paul S. // Place Branding and Public Diplomacy. – 2012. – Vol. 8. – P.235-346.
10. Wybitne wina niemiec. Kurs mistrzowski z wiedzy o winie [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.civitas.edu.pl/pl/oferta-edukacyjna/wybitne-wina-niemiec-kurs-mistrzowski-z-wiedzy-o-winie>.

#### References

1. Culinary Diplomacy – Restaurant "Tryzub Ukrainian Kitchen". Retrieved from <http://ukrainegoodnews.com/kulinarna-diplomatiya-restoran-tryzub-ukrainian-kitchen.html> [in Ukrainian].

2. Culinary Diplomacy. Retrieved from <https://www.tvr.by/televidenie/belarus-1/proekti-belarus-1/kulinarnaya-diplomatiya-novyyj-sezon> [in Ukrainian].
3. Matlay, L. (2015). Cooking Diplomacy as a Kind of Public Diplomacy: New Approaches and Concepts. *Humanitarian vision*, 1, 2, 55-60 [in Ukrainian].
4. Prasul, Y. (2016). Geographical Prerequisites of the Gastronomic Tourism in Ukraine. Proceedings from the International conference. "Winter Scientific Readings". (Part 2.). (pp. 10–14). Kyiv [in Ukrainian].
5. Tsivaty, L. (2015). Gastronomy (Culinary) Diplomacy as an Active Component of Diplomacy of "Soft Power" of the XXI Century. Review of the book: Slipchenko A.S. *Diplomatic cuisine. Artistic documentary*. Kyiv [in Ukrainian].
6. Shendrik, A. (2002). Globalization in the System of Culturological Coordinates. *Znaniya. Ponimanie. Umenie*, 1, 56-68 [in Russian].
7. The Successful Cultural Policy – to Be or not Be in the State. Retrieved from <http://tyzhden.ua/Culture/137220> [in Ukrainian].
8. Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds. *The Hague Journal of Diplomacy*, Vol. 8., 2, 161–183 [in English].
9. Rockower, P.-S. (2012). Recipes for Gastrodplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8, 235-346 [in English].
10. Wybitne wina niemiec: kurs mistrzowski z wiedzy o winie. Retrieved from <https://www.civitas.edu.pl/pl/oferta-edukacyjna/wybitne-wina-niemiec-kurs-mistrzowski-z-wiedzy-o-winie> [in Polish].

*Стаття надійшла до редакції 17.09.2017 р.*

УДК 784(477)

**Руденко Ярослава Василівна**  
аспірантка Київського національного  
університету культури і мистецтв  
[4690324@gmail.com](mailto:4690324@gmail.com)

## НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТВОРЧОСТІ Р. КИРИЧЕНКО

**Мета статті** – з'ясування науково-теоретичних засад дослідження творчості видатної української співачки Раїси Опанасівни Кириченко. **Методологія** роботи ґрунтується на застосуванні комплексного підходу, що дало можливість сформулювати цілісне уявлення про стан наукової розробки проблеми сольної народно-співочої творчості Р. Кириченко, розглянутої під кутом зору її стилістичної характеристики, а також про джерельну базу її дослідження. **Наукова новизна** полягає у ґрунтовному і всебічному з'ясуванні науково-теоретичних засад дослідження творчості української співачки. **Висновки.** Аналіз науково-теоретичних засад дослідження дає підстави констатувати брак наукових розвідок щодо комплексного аналізу творчості Р. Кириченко, її ролі в українській музичній культурі ХХ ст. Крім того, наукові публікації є дещо однобічними – розкриваючи якийсь один аспект творчої спадщини співачки, дослідники уникають системного наукового аналізу її творчої манери, особливостей репертуарно-жанрової та тематично-образної палітри, архітекtonіки виконання пісень, підбору репертуару, взаємин співачки із пісенним текстом, специфіки етноідентифікації виконавиці тощо. Це актуалізує необхідність ґрунтовного і всебічного дослідження творчої постаті видатної української співачки Раїси Кириченко.

**Ключові слова:** Р. Кириченко, спів, мистецтво, творчість.

*Руденко Ярослава Васильевна, аспирантка Киевского национального университета культуры и искусств*

### **Научно-теоретические основы исследования творчества Р. Кириченко**

**Цель статьи** – выяснение научно-теоретических основ исследования творчества выдающейся украинской певицы Раисы Афанасьевны Кириченко. **Методология** работы основывается на применении комплексного подхода, что позволило сформировать целостное представление о состоянии научной разработки проблемы сольного народно-певческого творчества Р. Кириченко, рассматриваемой с точки зрения его стилистической характеристики, а также ключевую базу данного исследования. **Научная новизна** заключается в основательном и всестороннем выяснении научно-теоретических основ исследования творчества выдающейся украинской певицы. **Выводы.** Анализ научно-теоретических основ исследования дает основания констатировать отсутствие научных исследований творчества Р. Кириченко, ее роли в украинской музыкальной культуре ХХ в. Кроме того, научные публикации являются несколько односторонними – раскрывая какой-то один аспект творческого наследия певицы, исследователи избегают системного научного анализа ее творческой манеры, особенностей репертуарно-жанровой и тематически-образной палитры, архитектоники исполнения песен, подбора репертуара, взаимоотношений певицы с песенным текстом, специфичности этноідентифікації исполнительниці и т.п. Это актуализирует необходимость основательного и всестороннего исследования творческой личности выдающейся украинской певицы Раисы Кириченко.

**Ключевые слова:** Р. Кириченко, пение, искусство, творчество.