ГАСТРОДИПЛОМАТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРАКТИК РОССИИ, КИТАЯ, ИНДИИ, ИРАНА И БРАЗИЛИИ

Научная статья

К.П. Курылев

Центр исследований постсоветских стран
Москва, Российская Федерация
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3075-915X
E-mail: kuryljov@narod.ru

Гастродипломатия как инструмент «мягкой силы» превращает национальную кухню в стратегический ресурс международного влияния. В современном многополярном мире, где традиционная дипломатия сталкивается с ограничениями, страны активно используют культурно-гастрономический капитал для формирования привлекательного образа, укрепления политических и экономических связей. В статье исследуются стратегии и практики гастродипломатии 5 государств: России, Китая, Индии, Ирана и Бразилии. Актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа альтернативных не-западных моделей публичной дипломатии в контексте формирования полицентричной мировой системы. Цель статьи – выявить общие черты и национальную специфику использования гастрономии как дипломатического инструмента в политике этих стран. Методологическую основу составляет компаративный анализ, сочетающий исторический подход и изучение современных кейсов (case studies). В результате исследования делается вывод, что, несмотря на общую цель – продвижение национального бренда, каждая страна адаптирует гастродипломатию к своим внешнеполитическим задачам и культурному коду – от жестко структурированных государственных программ Китая до коммерческо-имиджевых проектов Бразилии и культурно-защитных инициатив Ирана. Гастродипломатия предстает не как маргинальное явление, а как полноценный компонент внешнеполитической стратегии, позволяющий преодолевать стереотипы и создавать новые платформы для диалога в условиях геополитической конкуренции.

Ключевые слова: *гастродипломатия, мягкая сила, публичная дипломатия, культурный брендинг, национальная идентичность, внешняя политика, продовольственный суверенитет, культурный обмен, международный имидж, кулинарный национализм.*

Для цитирования: *Курылев К.П.* Гастродипломатия как инструмент стратегического позиционирования: сравнительный анализ практик России, Китая, Индии, Ирана и Бразилии // Постсоветские исследования. 2026. Т. 9. № 7. С. 862–875.

GASTRODIPLOMACY AS A TOOL FOR STRATEGIC POSITIONING: A COMPARATIVE ANALYSIS OF PRACTICES IN RUSSIA, CHINA, INDIA, IRAN AND BRAZIL

Research article

K.P. Kurylev

Center for Post-Soviet Studies
Moscow, Russian Federation
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3075-915X
E-mail: kuryljov@narod.ru

Gastrodiplomacy as a tool of «soft power» transforms national cuisine into a strategic resource for international influence. In the modern multipolar world, where traditional diplomacy faces limitations, countries actively use cultural and gastronomic capital to shape an attractive image and strengthen political and economic ties. This article examines the strategies and practices of gastrodiplomacy of five key states: Russia, China, India, Iran, and Brazil. The relevance of the work is determined by the need to analyze alternative, non-Western models of public diplomacy in the context of the formation of a polycentric world system. The aim of the article is to identify common features and national specifics of using gastronomy as a diplomatic tool in the policies of these countries. The methodological basis is a comparative analysis that combines a historical approach and the study of modern case studies. As a result of the study, it is concluded that, despite the common goal of promoting the national brand, each country adapts gastrodiplomacy to its foreign policy objectives and cultural code: from the rigidly structured state programs of China to the commercial and image projects of Brazil and the cultural-protective initiatives of Iran. Gastrodiplomacy appears not as a marginal phenomenon, but as a full-fledged component of foreign policy strategy, allowing to overcome stereotypes and create new platforms for dialogue in the context of geopolitical competition.

Key words: *gastrodiplomacy, soft power, public diplomacy, nation branding, national identity, foreign policy, food sovereignty, cultural exchange, international image, culinary nationalism.*

For citation: *Kurylev K.P.* Gastrodiplomacy as a Tool for Strategic Positioning: A Comparative Analysis of Practices in Russia, China, India, Iran, and Brazil // Postsovetskie issledovaniya = Post-Soviet Studies. 2026. Vol. 9. № 7. P. 862–875. (In Russ.)

Введение. В эпоху, когда геополитическое соперничество все чаще ведется в сфере символов, культурных кодов и общественного восприятия, инструменты политики «мягкой силы» приобретают стратегическое значение. Среди них особое место занимает гастродипломатия – практика использования национальной кухни и пищевых традиций для достижения внешнеполитических целей, формирования привлекательного образа страны и установления неформальных связей между народами. Актуальность глубокого изучения этого феномена на примере таких стран, как Россия, Китай, Индия, Иран и Бразилия, обусловлена их особым положением в современной многополярной системе. Эти государства, являясь цивилизационными центрами с древней культурой и значительными политико-экономическими амбициями, одновременно сталкиваются с необходимостью коррекции сложившихся в мире зачастую неоднозначных или упрощенных стереотипов о себе. Их гастродипломатические стратегии, формирующиеся на стыке исторического наследия, внутренней политики и внешнеполитических вызовов, представляют собой богатый материал для исследования альтернативных моделей влияния, отличных от западных.

Цель статьи заключается в проведении сравнительного анализа моделей и конкретных практик гастродипломатии 5 указанных держав для выявления их специфики, эффективности и роли в общей системе внешнеполитических коммуникаций. Для достижения этой цели необходимо решить ряд *задач:* проследить исторические корни использования пищи как культурного и социального маркера в каждой из стран; проанализировать современные институциональные механизмы и ключевые проекты; выявить прямые и косвенные связи между гастрономическими акциями и стратегическими внешнеполитическими задачами. Методологической основой работы выступает компаративистский подход, сочетающий историко-культурный анализ с изучением конкретных кейсов (case studies) – значимых событий, программ и инициатив последних лет. Такой синтез позволяет не только описать, но и объяснить разнообразие национальных подходов к превращению кулинарии в дипломатический ресурс.

Историографический обзор феномена гастродипломатии. Феномен гастроди-

пломатии как инструмента политики «мягкой силы» и стратегического позиционирования государств в последние два десятилетия прочно вошел в поле зрения исследователей, представляющих разные научные направления: международные отношения, политологию, культурологию, экономику и др. Историография вопроса демонстрирует значительную степень разработанности на нескольких ключевых уровнях, но одновременно выявляет и серьезные лакуны, особенно в области сравнительного анализа.

Концептуальные рамки исследования заложены в работах, посвященных теории «мягкой силы» и ее адаптации к кулинарному контексту. Труды Л.В. Гелибтермана, А.И. Мицкевича и В.Г. Циватого сыграли ключевую роль в институционализации понятия в русскоязычной науке, определив гастродипломатию как самостоятельную прагматичную отрасль современной публичной дипломатии [Гелибтерман, 2022: 8–11; Мицкевич, 2023: 296–300; Циватый, 2020: 613–619]. Эти авторы не только систематизировали цели и инструменты (от государственных программ до фестивалей), но и поместили анализ в контекст полицентричного мира [Циватый, 2020: 613–619].

Историческая глубина феномена убедительно показана в исследованиях В. Невежина (на примере «кулинарной дипломатии» СССР на Ялтинской конференции) [Невежин, 2021: 134–148]. Отдельный интерес представляет лингвокультурологическое измерение, раскрытое И.И. Воронцовой, которая анализирует, как гастрономические метафоры («кимчи-дипломатия») обогащают дискурс креативной экономики и международных отношений [Воронцова, 2020: 78–86].

Региональные и страноведческие исследования представляют собой развитую, но фрагментированную и крайне неравномерную эмпирическую базу.

Китай. Работа Жань Жуй служит образцом анализа двусторонней гастродипломатии, детально разбирая механизмы продвижения китайской кухни в России (фестивали, рестораны, перекрестные годы культуры), а также возникающие барьеры (кадровые, вкусовые), что указывает на переход от стихийного присутствия к более стратегическому подходу [Жань, 2025: 594–598].

Россия. Исследования фокусируются преимущественно на внутреннем аспекте – использовании гастрономии для регионального брендинга и развития туризма. Работы С.К. Беловой, Н.В. Дьяченко (на примере Алтайского края), Антоновой и др. (на примере Екатеринбурга) подчеркивают важность формирования «гастрономической идентичности» и необходимость государственно-частного партнерства [Белова, 2024: 209–222; Дьяченко, 2021: 216–225; Антонова и др., 2023: 66–75]. Внешнеполитическое измерение российской гастродипломатии («меню саммитов», как показали Марушкина и Щелокова) изучено в значительно меньшей степени [Марушкина, Щелокова, 2024: 81–86]. Детально проанализированы успешные государственные программы: *тайская* (как отправная точка термина), *японская* (И.Л. Тимонина акцентирует ее комплексный экономический эффект и создание «экосистемы»), *перуанская* и других стран Латинской Америки (Л.В. Гелибтерман), *европейских государств* (Н. Морару), где ключевую роль играет признание ЮНЕСКО [Тимонина, 2021: 6–25; Гелибтерман, 2025: 46–52; Морару, 2024: 168–172]. Зарождающееся, но перспективное направление – анализ стран в условиях внешнего давления или с опорой на диаспору. Здесь выделяются работы по *Ирану* (М.Д. Ранджбар) и *Армении* (А.В. Енокян). Они ценны тем, что смещают фокус с официальных государственных стратегий на низовые инициативы и роль диаспоры как ключевых акторов «мягкой силы». Эти исследования показывают, как гастродипломатия становится инструментом преодоления санкционной изоляции (Иран) или глобального продвижения без масштабных госбюджетов (Армения) [Ранджбар, 2024: 200–204; Енокян, 2024: 67–70].

Несмотря на обширность литературы, очевидны существенные пробелы. Подавляющее большинство работ – это изолированные кейсы. Практически нет трудов, которые бы проводили глубокое сопоставление моделей, инструментов и эффективности гастродипломатии стран из одной услов-

ной категории (например, страны БРИКС, государства глобального Юга). В то время, как практики России, Китая, Японии и Европы изучены относительно хорошо, гастродипломатия Индии и Бразилии (заявленных в теме статьи) остается в тени. Их потенциально мощные кулинарные традиции, роль диаспоры и государственные инициативы (например, индийская программа «Вкус Индии») не получили должного академического освещения в сравнительной перспективе. Слабо изучено, как на стратегию и тактику гастродипломатии влияют специфические политические условия (санкции, геополитическая конкуренция, внутренняя политика), экономическая структура (роль агросектора) и культурные особенности (степень кулинарной централизации/региональности). Дискуссия о том, как именно оценивать результативность гастродипломатии (рост туризма, экспорта, улучшение индексов восприятия), носит маргинальный характер.

Таким образом, историография демонстрирует, что гастродипломатия как феномен признан и неплохо изучен в своих частных проявлениях. Однако существует острая нехватка синтетических компаративистских работ, способных выявить общие закономерности, уникальные национальные траектории и факторы успеха. Предлагаемое исследование напрямую исследует эти лакуны. Оно позволит не просто описать, а именно сравнить модели стран с разным цивилизационным фундаментом, политическим устройством, экономическими интересами и положением в международной системе, внеся значимый вклад как в теорию, так и в практику современной дипломатии.

Российская гастродипломатия: между наследием, стереотипами и поиском нового языка. Исторический фундамент российской гастродипломатии противоречив и многогранен. В имперский период отдельные элементы гастрономии, такие как икра, водка или осетрина, служили не столько целенаправленными дипломатическими инструментами, сколько атрибутами роскоши и могущества, демонстрируемыми иностранным послам и гостям на царских приемах. Эти продукты становились частью экзотического образа России как богатой и щедрой державы.

Анализ советского периода в контексте гастродипломатии нельзя сводить лишь к тезису об идеологизированном «общепите». Это была сложная, внутренне противоречивая система, в которой диалектически сочетались два ключевых процесса – унификация и управляемое многообразие. Именно это наследие продолжает влиять на гастрономические стратегии постсоветских государств, включая Россию.

Государство через систему нормирования, типовые меню столовых, кулинарные книги (как каноническая «Книга о вкусной и здоровой пище») и пищевую промышленность (консервы, колбаса «Докторская», мороженое «пломбир») создавало общий гастрономический код для всей страны. Это был инструмент создания феномена «советского человека» и преодоления классовых, а отчасти и этнических различий. Доступность этого стандартного набора стала основой ностальгической памяти.

Однако этот процесс никогда не был тотальным. Вопреки политике унификации, кухни союзных республик не только сохранялись, но и целенаправленно культивировались в рамках концепции «дружбы народов». Они выполняли несколько функций: грузинские, армянские, узбекские, прибалтийские рестораны в Москве, Ленинграде, Киеве были островками иного, яркого и желанного гастрономического опыта. Их существование демонстрировало кулинарное разнообразие и богатство большой страны. Именно этнические кухни, особенно кавказские и среднеазиатские, часто выступали «лицом» СССР для иностранных туристов и делегаций. Угощение пловом, шашлыком, хинкали на правительственных приемах создавало образ щедрой, гостеприимной и колоритной державы. Это была протогастродипломатия, но работавшая преимущественно на въездном туризме и иностранных гостях. Через централизованную дистрибуцию продуктов (узбекские дыни и виноград, азербайджанские гранаты, молдавские вина, прибалтийские шпроты) в повседневный рацион жителя РСФСР встраивались элементы многонациональности. Это создавало уникальный синтетический вкус «советской жизни».

Примером советской «пищевой дипломатии» можно считать масштабные поставки зерна, консервов и других продуктов в страны социалистического лагеря и «третьего мира», которые выступали знаком «братской помощи» и инструментом экономического влияния. При этом парадоксальным образом при наличии мощного сельскохозяйственного и пищевого потенциала СССР не создал привлекательного глобального гастрономического бренда, ассоциирующегося с качеством.

Распад СССР привел к «национализации» этих кулинарных брендов бывшими республиками. Для постсоветских стран (Грузии, Армении, Узбекистана, Азербайджана) советский период, как ни парадоксально, стал мощным трамплином для современной гастродипломатии. Именно в СССР их кухни были канонизированы, растиражированы по всей большой стране и приобрели миллионы поклонников. Сегодня они активно используют этот «готовый» бренд, очищая его от советского контекста и позиционируя как древнее национальное достояние. Узбекский плов или грузинское вино сегодня – это не просто блюда, а мощные инструменты национального брендинга, чья популярность в странах СНГ была заложена именно в советскую эпоху.

Для России это создало сложную дилемму: многие блюда, воспринимаемые как «свои» (тот же плов, шашлык, хачапури, долма), оказались этнически маркированными. Постсоветский период ознаменовался глубоким кризисом этого направления: страна, переживавшая тяжелейшие экономические и идентичностные трансформации, практически полностью утратила контроль над своим кулинарным нарративом на международной арене. Образ русской кухни за рубежом застыл в рамках стереотипов о блинах, водке, борще, часто воспроизводимых в низкобюджетных этнических ресторанах.

Современный этап развития российской гастродипломатии характеризуется попытками преодолеть эту инерцию и сформировать более сложный и привлекательный образ. Однако этот процесс носит в значительной степени реактивный, фрагментарный и часто противоречивый характер. Современная российская гастродипломатия вынуждена либо делать акцент на «исконно русском» (что сужает палитру), либо пытаться переосмыслить советский синтез как общее культурное достояние и формулу современной российской мультикультурности, что является сложной риторической и практической задачей. С одной стороны, существуют точечные, но яркие инициативы, исходящие от частного сектора и деятелей культуры. Рестораны русской кухни высокого класса, открываемые талантливыми шефами за рубежом, становятся важными, хотя и несистемными, послами. Их задача – показать, что русская кулинария может быть современной, технологичной, соответствующей мировым трендам, но при этом укорененной в локальных продуктах и традициях. Эти проекты, однако, сталкиваются с объективными трудностями: сложностью логистики для поставки уникальных российских ингредиентов, необходимостью долго и дорого обучать иностранную публику, а в последние годы – и с политическими ограничениями. С другой стороны, государство пытается выстроить более системный подход, но его усилия зачастую несут на себе отпечаток бюрократического планирования и заданности. Программы вроде фестивалей «Вкусы России» или масштабные презентации на всемирных выставках EXPO выполняют важную функцию «присутствия», но их эффективность в плане долгосрочного изменения восприятия зачастую ограничена форматом одноразового события. Более интересным представляется региональный аспект: такие субъекты Федерации, как Татарстан, республики Северного Кавказа, активно используют свои яркие и самобытные кулинарные традиции для продвижения внутреннего и въездного туризма, а также как часть своего имиджа. Это создает внутри российской гастродипломатии полифонический эффект, когда «бренд России» складывается из множества голосов, не всегда скоординированных между собой.

Конкретные примеры ярко иллюстрируют эти противоречия и поиски. Продвижение сегодня таких символов, как икра и водка, – это не просто история о роскоши, а сложная борьба за географические указа-

ния, противодействие контрафакту и попытка вернуть продукту элитарный статус на фоне санкционных ограничений и этических дискуссий об осетровых.

«Борщовая дипломатия» стала, пожалуй, самым наглядным случаем прямого столкновения кулинарии и высокой политики. Активные действия Украины по признанию борща своим национальным нематериальным наследием спровоцировали острую реакцию не только в медийном поле, но и на официальном дипломатическом уровне в России. Этот спор вышел далеко за рамки кулинарии, превратившись в символическую битву за историческое и культурное наследие общего прошлого.

Третий пример – использование гастрономии в рамках масштабных культурных проектов, таких как «Русские сезоны». Включение в программу этих фестивалей мастер-классов от ведущих российских шефов, ужинов с элементами театрализации и продвижения региональных продуктов позволяет создать многомерный человечный образ страны, отличный от сухих политических коммюнике.

Таким образом, российская гастродипломатия сегодня находится в состоянии становления. Ее главный вызов – перейти от эпизодических акций и оборонительной реакции на вызовы к формированию последовательной, неидеологизированной и при этом аутентичной стратегии, которая могла бы через язык еды рассказать миру сложную историю современной России, не отрицая ни ее имперского и советского прошлого, ни ее нынешнего разнообразия.

Китайская гастродипломатия: системная экспансия «мягкой силы» под мандатом государства. Китайский подход к гастродипломатии кардинально отличается от российской своей масштабностью, степенью централизации и интеграцией в общую стратегию национального возрождения и глобального лидерства. Исторические корни этого феномена уходят глубоко в древность, где пища и ее совместное потребление занимали центральное место не только в быту, но и в философско-религиозных системах (концепции инь–ян, пяти элементов), государственном управлении и ритуальных практиках.

Императорские пиры были инструментом демонстрации власти и устроения Поднебесной. Шелковый путь служил каналом не только для товаров, но и для обмена сельскохозяйственными культурами и кулинарными техниками. Эта глубинная связь еды с цивилизационной идентичностью предопределила современный взгляд китайского руководства на кухню как на стратегический актив. В отличие от СССР, где пища часто была сугубо утилитарной, в Китае она всегда сохраняла мощный культурный и символический капитал, который теперь активно мобилизуется.

Современная китайская гастродипломатия представляет собой четко выстроенную иерархическую систему, действующую под непосредственным руководством и при поддержке Коммунистической партии Китая и Государственного совета. Это не набор разрозненных инициатив, а компонент таких грандиозных проектов, как «Один пояс – один путь» (BRI). В определенной степени можно говорить о концепции «Кулинарного шелкового пути». Как отдельной, официально объявленной государственной программы под таким названием, ее нет. Однако как неофициальный нарратив и реальная совокупность практик в рамках инициативы BRI – это существующее и активно продвигаемое явление. Оно предполагает не просто экспорт продуктов, а создание общей гастрономической инфраструктуры – от совместных сельскохозяйственных предприятий вдоль маршрутов до открытия ресторанов китайской кухни и обучения местных поваров. Это инструмент экономической привязки и культурной экспансии одновременно.

Другим ключевым институтом являются Институты Конфуция, чья деятельность давно вышла за рамки преподавания языка. Организация фестивалей китайской кухни, мастер-классов по приготовлению пельменей к Новому году или чайных церемоний – стандартная практика для этих центров, делающая китайскую культуру осязаемой и привлекательной для широкой иностранной аудитории, особенно молодежи.

Государство также оказывает прямую поддержку экспансии крупных ресторан-

ных сетей, таких как Haidilao[1] (хот-пот) или Xiabu Xiabu[2], видя в них «культурные плацдармы». Эта экспансия тщательно спланирована: от адаптации уровня остроты блюд под местный вкус до дизайна интерьеров, транслирующих современный, но узнаваемо китайский эстетический код.

Яркие примеры этой системной работы многочисленны. Глобальный успех сети ресторанов хот-пота Haidilao – это не только бизнес-история, но и триумф гастродипломатии. Компания экспортирует не просто способ приготовления пищи, а целую культуру гостеприимства и социального взаимодействия вокруг котла с кипящим бульоном, становясь для миллионов людей по всему миру основным, а иногда и единственным, «контактом» с современным Китаем. Другой пример – масштабная государственная кампания по продвижению китайского чая. Она направлена не просто на увеличение экспорта, а на изменение дискурса. Акцент делается на философию, историю, противопоставляя китайскую чайную традицию как практику созерцания и гармонии британской, воспринимаемой как сугубо бытовая. Китай стремится утвердиться как единственный подлинный источник чайной культуры. Третий аспект – активная и часто агрессивная защита гастрономического суверенитета. Китай ведет последовательную борьбу за регистрацию географических указаний на свои продукты (например, сычуаньский перец) и готов оспаривать в международных организациях попытки других стран присвоить те или иные блюда или техники. Недавний спор вокруг кимчи, когда китайские СМИ заявили о «китайском происхождении» этого корейского блюда, вызвавший волну возмущения в Сеуле, – яркое проявление «гастрономического национализма», переплетающегося с дипломатией. Таким образом, китайская модель – это гастродипломатия как продолжение политики иными изощренными средствами. Она служит одновременно и «приманкой», делая Китай интересным и вкусным, и «мягкой силой», формирующей лояльность, и инструментом геоэкономического влияния, и оружием в символических битвах за культурное первенство.

Индийская гастродипломатия: органичная сила децентрализованной традиции. Индия представляет собой, пожалуй, самый уникальный и парадоксальный случай среди рассматриваемых стран. С одной стороны, ее кухня является одной из самых популярных и распространенных в мире, ее рестораны есть практически в каждом городе земного шара, а такие слова, как «карри», «наан» или «самоса», давно стали интернациональными. С другой стороны, Индия практически не имеет единой централизованной государственной программы гастродипломатии, сравнимой с китайской. Ее сила проистекает из иного источника – из органичной многовековой культурной экспансии, движимой торговлей, диаспорой и глубочайшей внутренней дифференциацией. Исторически Индия как родина специй тысячелетиями влияла на мировую кулинарию. Однако колониальный период наложил свой отпечаток: британская адаптация индийской пищи породила унифицированный и упрощенный образ «карри», который долгое время доминировал в западном восприятии. В то же время пища в самой Индии – это не просто еда, а мощнейший религиозный, кастовый, этнический и социальный маркер, что делает любые попытки ее унификации не только сложными, но и политически рискованными.

Современная индийская гастродипломатия существует в этом напряжении – между глобальной популярностью и внутренним разнообразием, между стихийным влиянием и попытками государственного управления. Ключевым актором здесь выступает огромная и влиятельная диаспора (Non-Resident Indians и Persons of Indian Origin), которая является основным «послом» индийской кухни за рубежом. Рестораны, открываемые представителями диаспоры, продуктовые магазины, фестивали – все это работает на продвижение Индии без прямого участия официального Дели. Государственные усилия носят, скорее, координирующий и поддерживающий характер. Ми-

[1] Китайская компания, управляющая крупнейшей сетью ресторанов сычуаньской кухни в мире.

[2] Сеть ресторанов фастфуда хот-пота в Китае.

нистерство туризма в рамках кампании «Incredible India» активно использует гастрономию, делая акцент на невероятном региональном разнообразии – от вегетарианских изысков Гуджарата и Кералы до мясных блюд кухни Пенджаба. Это позволяет предложить миру не монолит, а мозаику вкусов. Отдельное направление связано с аюрведой и продвижением идеи индийской кухни как здоровой, сбалансированной и духовной, что идеально ложится на глобальные тренды здоровья и осознанного потребления. «Вегетарианская дипломатия» становится важным элементом, позволяющим Индии позиционировать себя как этичного и экологичного глобального игрока.

Конкретные примеры иллюстрируют эту сложную динамику. Кампания по ребрендингу понятия «карри» является знаковой. Все чаще индийские шефы, кулинарные критики и официальные лица выступают против этого колониального обобщающего термина, призывая использовать конкретные названия блюд – «тандури», «бириани», «тикка масала», «кофта». Это борьба за возвращение кулинарного суверенитета и права на сложность собственной традиции. Другой пример – продвижение чая. Индийский чай (особенно ассамский и дарджилинг) – мировой бренд. Совет по чаю Индии (Tea Board of India) проводит масштабные международные маркетинговые кампании, дегустации, участвует в выставках, стремясь сместить акцент с объема на качество и уникальность, конкурируя при этом с китайским нарративом. Третий аспект – защита уникальных ингредиентов, таких как асафетида (хинг) или определенные сорта риса (например, басмати), через систему географических указаний. Это не только экономическая, но и культурная задача – сохранение био- и кулинарного разнообразия как части национального достояния. Таким образом, индийская модель гастродипломатии – это модель «мягкой силы снизу». Ее эффективность обусловлена не административным ресурсом, а культурным богатством и энергией миллионов людей, которые, готовя и делясь своей едой, бессознательно осуществляют дипломатическую миссию. Задача государства – не заменять эту органичную силу, а аккуратно направлять ее, поддерживать и защищать от присвоения или искажения.

Иранская гастродипломатия: кухня как оазис культуры в пустыне санкций. Для Ирана, десятилетиями находящегося в условиях жесткого международного давления, санкций и враждебного медийного фона, гастродипломатия приобретает особое жизненно важное значение. Это инструмент не просто продвижения, а выживания и прорыва культурной блокады. Исторически персидская кухня, одна из древнейших и влиятельнейших в мире, была важнейшим компонентом цивилизационного экспорта. Ее влияние прослеживается в кулинарных традициях от Кавказа и Средней Азии до Индии и арабского мира. Сложность, изысканность, баланс сладкого и кислого, обильное использование зелени, фруктов и орехов – все это создавало образ Ирана как центра утонченной культуры и садоводства. Этот глубокий исторический пласт является основным ресурсом для современной гастродипломатии, позволяя апеллировать не к политическому режиму, а к непрерывной тысячелетней цивилизации.

В современных условиях, когда прямые политические и экономические каналы коммуникации сильно ограничены, еда становится одним из немногих доступных и эффективных мостов к внешнему миру. Иранская гастродипломатия нацелена на создание «гуманитарного» и гостеприимного образа страны, контрастирующего с ее часто демонизируемым политическим обликом. Она тесно переплетена с усилиями по развитию туризма, который рассматривается как способ показать «другой Иран». Правительство (в частности, МИД и Организация по культурному наследию, туризму и народным промыслам) регулярно организует гастрономические презентации для иностранных дипломатов, журналистов и делегаций. На этих мероприятиях акцент делается не только на вкусе, но и на эстетике подачи, связи блюд с поэзией и философией, подчеркивая интеллектуальную и художественную глубину иранской культуры. Особую роль играет диаспора, которая, как и в индийском случае, поддерживает присутствие иранской кухни в Европе, Северной Америке, странах Персидского залива.

Эти рестораны становятся неформальными центрами притяжения для всех, кто интересуется Ираном, вне зависимости от политических взглядов.

Яркие примеры иранской гастродипломатии очень характерны. Продвижение персидского шафрана – это классический кейс превращения продукта в культурный символ высочайшего уровня. Иран производит более 90% мирового шафрана, и позиционирование его не как товар, а как предмет роскоши, связанный с древними традициями, поэзией и медициной, повышает его стоимость и формирует ассоциацию «Иран = качество и изысканность». Другой пример – активное использование социальных сетей и кулинарных шоу, транслируемых на иноязычных каналах, где иранские шефы готовят традиционные блюда, параллельно рассказывая об истории и обычаях страны. Это прямое обращение к мировой аудитории в обход традиционных медиа. Третий пример – участие в международных гастрономических фестивалях и книжных ярмарках, где Иран презентует свои кулинарные издания. Эти мероприятия служат площадками для неформальных контактов и демонстрации открытости. Таким образом, иранская гастродипломатия – это стратегия культурного сопротивления и самосохранения. Через еду Иран говорит миру: «Мы – цивилизация со вкусом, гостеприимством и глубиной, с которой вы можете вступить в диалог, несмотря ни на что». Это один из немногих инструментов, позволяющих сохранять человеческое лицо в условиях почти полной политической изоляции.

Бразильская гастродипломатия: гедонизм, биоразнообразие и энергия глобального бренда. Бразильский подход к гастродипломатии кардинально отличается от иранского настроя: это не оборонительная, а наступательная жизнеутверждающая и коммерчески ориентированная стратегия. Она строится на трех китах: образе страны карнавала, футбола и безудержного веселья, невероятном природном и этнокультурном богатстве и амбициях глобального агропромышленного гиганта. Исторически бразильская кухня сформировалась как один из самых удачных и вкусных синтезов в мире, объединив индейскую основу (маниока, кукуруза, плоды леса), португальские влияния (техники, свинина, соленая рыба) и африканское наследие (пальмовое масло, кокос, острые перцы). Это «плавильный котел» на тарелке, идеально отражающий национальный миф о расовой демократии и гармонии.

Современная бразильская гастродипломатия тесно переплетена с задачами национального брендинга, развития туризма и экспорта продуктов с высокой добавленной стоимостью. Государство действует здесь в тесном партнерстве с частным сектором – от гигантов агробизнеса до небольших фермерских кооперативов и знаменитых шеф-поваров. Стратегия делает ставку на два, казалось бы, противоположных полюса – массовую энергичную «churrascaria»[1] как символ изобилия и гостеприимства и изысканную инновационную «новую бразильскую кухню», исследующую биоразнообразие Амазонии и других биомов. Ключевым нарративом становится «устойчивость»: Бразилия позиционирует себя не только как кладовая планеты, но и как хранительница этого богатства, предлагающая миру уникальные этичные полезные продукты. Акцент на асаи, ягоды годжи из Сельвы, дикий мед, экзотические орехи и рыбу позволяет создать образ страны-заповедника, обладающего гастрономическими сокровищами, не встечающимися больше нигде.

Примеры этой динамичной гастродипломатии впечатляют. Например, фигура шефа Алекса Аталы[2] стала международным символом. Его ресторан D.O.M. в Сан-Пау-

[1] Churrascaria («шураскария», «чурраскария») – тип бразильского ресторана, где готовят мясо в стиле чурраско (churrasco) на гриле. На русский язык название можно перевести как «ресторан-гриль» или «стейк-хаус».

[2] Милад Александр Мак Атала (род. 3 июня 1968 г.) – бразильский шеф-повар палестинского и ирландского происхождения, владелец ресторана D.O.M. (латинская аббревиатура от Deo optimo maximo) в Сан-Паулу. В мае 2012 г. ресторан D.O.M. занял 4-е место в рейтинге лучших ресторанов мира по версии S. Pellegrino World's 50 Best Restaurants [1], опубликованном в журнале «Restaurant». Его заведение также носит звание «Лучший ресторан Acqua Panna в Южной Америке». Он известен тем, что преображает традиционные бразильские блюда, адаптируя французские и итальянские кулинарные техники к местным бразильским ингредиентам.

лу, много лет входивший в список лучших ресторанов мира, и его неустанная пропаганда ингредиентов Амазонии на международных конференциях и в СМИ – это идеальный пример того, как индивидуальный талант работает на национальный бренд. Атала – не просто повар, он исследователь, активист и дипломат, меняющий представление о том, что такое бразильская еда. Другой масштабный пример – использование мега-событий. Чемпионат мира по футболу 2014 г. и Олимпийские игры 2016 г. в Рио-де-Жанейро стали глобальными гастрономическими презентациями. Были созданы целые гастрономические карты для туристов, проведены фестивали уличной еды, а национальные телеканалы вели репортажи прямо с кухонь ресторанов, демонстрируя всему миру витальность бразильской кухни. Третий аспект – планомерное превращение таких продуктов, как кофе, из массового товара в элитный. Бразильские производители, поддерживаемые государственными ассоциациями, активно продвигают концепцию микролотов и спешиалти кофе, борясь со стереотипом о невысоком качестве и переходя в более высокую ценовую категорию. Таким образом, бразильская гастродипломатия – это история успеха, основанная на эффективной конвертации природного и культурного капитала в глобальную привлекательность. Она менее идеологизирована, чем китайская, и менее институциализирована, но, возможно, именно поэтому кажется более аутентичной и заразительной. Ее главное послание – радость жизни, щедрость природы и кулинарная дерзость, что делает Бразилию одним из самых креативных и перспективных игроков на этом поле.

Заключение. Проведенный сравнительный анализ позволяет сделать вывод о том, что гастродипломатия давно перестала быть исключительно культурным феноменом для таких стран, как Россия, Китай, Индия, Иран и Бразилия. Она превратилась в полноценный, хотя и специфический, инструмент внешней политики и стратегических коммуникаций, адаптируемый под конкретные национальные задачи, исторический контекст и вызовы. Несмотря на общую цель – улучшение имиджа и усиление политики «мягкой силы», пути ее достижения радикально разнятся. Китай демонстрирует эталонную модель централизованной, иерархичной и масштабной экспансии, где кухня служит четко поставленным государственным интересам в рамках глобальных проектов. Индия, напротив, полагается на органичную децентрализованную силу своей традиции и диаспоры, где роль государства сводится к поддержке и защите этого стихийного влияния. Бразилия строит свою стратегию на коммерческой привлекательности, гедонизме и уникальном биоразнообразии, эффективно используя частно-государственное партнерство и глобальные события.

Россия и Иран – страны, которые, каждая в своей мере, используют гастродипломатию как инструмент преодоления негативных стереотипов. Если Иран делает это осознанно и вынужденно, превращая кухню в один из немногих мостов с внешним миром и оазис своей цивилизационной идентичности, то Россия находится в процессе поиска своего голоса, балансируя между имперским наследием, советским прошлым, современными политическими реалиями и богатым региональным разнообразием. Ее главный вызов – найти между этими полюсами аутентичный и привлекательный нарратив, который говорил бы с миром на универсальном языке вкуса, а не только через призму геополитики.

Общим для всех 5 стран является понимание того, что контроль над гастрономическим нарративом – это вопрос культурного суверенитета и стратегического позиционирования. Борьба за географические указания, защита блюд от присвоения, продвижение своих продуктовых брендов – все это часть более широкой конкуренции за символический капитал в глобальном мире. Эффективная гастродипломатия оказывается там, где удается соединить глубину исторической традиции с современными форматами коммуникации, где государственное видение дополняется, а не подавляет энергию частных инициатив и творческих лидеров.

В конечном счете, успех на этом поле измеряется не количеством проведенных фестивалей, а способностью через тарелку

рассказать убедительную сложную человечную историю о стране, заставив мир не только попробовать ее, но и захотеть узнать больше.

ЛИТЕРАТУРА

Ангуа А.Н., Борисова И.З. Культурологические и социокультурные аспекты гастродипломатии Ангуа // Арктика XXI век. Серия: Гуманитарные и социально-экономические науки. 2025. № 2. С. 6–31.

Антонова О.И., Гилева И.С., Черкасова В.Ю. Возможности управления инструментами гастродипломатии в формировании имиджа г. Екатеринбурга // Муниципалитет: экономика и управление. 2023. № 2. С. 66–75.

Белова С.К. Цели и ценности развития гастрономического туризма регионов России // Социально-экономическое развитие регионов в условиях цифровой трансформации: мат-лы Междунар. научно-практ. конф. Омск, 2024 г.: в 2 ч. Ч. 1. Омск, 2024. С. 209–222.

Воронцова И.И. Лингвокреатемы гастродипломатии в дискурсе креативной экономики // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. 2020. № 3. С. 78–86.

Гелибтерма Л.В. Гастродипломатия как перспективная сфера публичной и общественной дипломатии // Вестник индустрии гостеприимства. 2022. Вып. 11. С. 8–11.

Гелибтерман Л.В. Современная гастродипломатия стран Латинской Америки // Евразийский диалог. 2025. № 4. С. 46–52.

Дьяченко Н.В. Гастрономическая культура как инструмент формирования региональной идентичности в Алтайском крае // Дневник алтайской школы политических исследований. 2021. № 37. С. 216–225.

Енокян А.В. Национальная кухня как инструмент «мягкой силы» Армении // Традиции питания в истории и культуре народов мира: материалы Всерос. науч. конф. с междунар. участием (Ярославль, 2024 г.). Ярославль, 2024. С. 67–70.

Жань Ж. Исследования и перспективы китайской гастрономической дипломатии в России // Глобальные социальные процессы 6.0: социальные коммуникации и устойчивое экономическое развитие: сб. ст. VI Социол. конф. молодых ученых (к 300-летию СПбГУ и 35-летию социол. образования в СПбГУ) (Санкт-Петербург, 2025 г.). СПб, 2025. С. 594–598.

Климов С.Л. Гастродипломатия как инструмент мягкой силы Азербайджана // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее: материалы XXIII Всерос. научно-практ. конф. молодых ученых, аспирантов и студентов (с междунар. участием), посвящ. памяти первого президента Республики Саха (Якутия) М.Е. Николаева. Якутск, 2023 г. Якутск, 2023. С. 582–585.

Кузнецов Д.В. Гастродипломатия и российско-китайские отношения // Россия и Китай: история и перспективы сотрудничества. 2025. № 4 (15). С. 518–528.

Малов А.В., Чугров С.В. Гастрономия vs гастро-аномия? Продовольственное пространство Японии // Японские исследования. 2024. № 3. С. 50–64.

Марушкина Н.С., Щелокова Н.В. Кулинарная дипломатия и ее роль в контексте политических взаимоотношений России и Африки // Культура и цивилизация. 2024. Т. 14. № 1А. С. 81–86.

Маслова Е.А., Ткач Д.Н. Влияние областей и городов Италии на формирование национального потенциала «мягкой силы» на примере итальянской гастродипломатии // Мобильность как измерение мягкой силы: теория, практика, дискурс: сб. науч. тр. по итогам II Всерос. научно-практ. молодеж. конф. / отв. ред. О.Ф. Русакова. Екатеринбург, 2019. С. 83–94.

Мицкевич А.И. Гастродипломатия как инструмент мягкой силы в политике, экономике и межкультурной коммуникации // Межкультурная коммуникация и традиционные ценности в образовательной среде Беларуси и России: сб. науч. тр. по материалам Междунар. научно-практ. конф. Минск, 2023 г. Минск, 2023. С. 296–300.

Морару Н. Национальная кухня – нематерильное наследие человечества и фактор «мягкой силы» (на примере европейских государств) // Традиции питания в истории и культуре народов мира: материалы Всерос. науч. конф. с междунар. участием (Ярославль, 2024 г.). Ярославль, 2024. С. 168–172.

Невежин В.А. Ялтинская конференция 1945 г. через призму кулинарной дипломатии // Российская история. 2021. № 2. С. 134–148.

Ранджбар М.Д. Роль персидской кухни в мире в условиях санкционного давления // Традиции питания в истории и культуре народов мира: материалы Всерос. научной конф. с междунар. участием (Ярославль, 2024 г.). Ярославль, 2024. С. 200–204.

Рослякова Е.А. Роль гастрономической дипломатии в международных экономических отношениях // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор–2025): сб. материалов Всерос. научной конф. молодых исследователей с междунар. участием (Москва, 2025 г.). М., 2025. С. 43–46.

Тимонина И.Л. Гастродипломатия Японии: экономические эффекты // Японские исследования. 2021. № 2. С. 6–25.

Циватый В.Г. Гастрономическая дипломатия и дипломатическая гурманистика: еда в политико-дипломатическом диалоге культур (институциональный аспект) // История еды и традиции питания народов мира: материалы III Междунар. симп. (Москва, 2017 г.). М., 2017. С. 424–436.

Циватый В.Г. Гастрономическая дипломатия и кулинарные дипломатические практики в полицентричном мире XXI века: институциональный дискурс // Беларусь в современном мире: материалы XIX Междунар. науч. конф., посвящ. 99-летию образования Белорус. гос. ун-та (Минск, 2020 г.). Минск, 2020. С. 613–619.

REFERENCES

Angua A.N., Borisova I.Z. Kulturologicheskie i sotsiokul'turnye aspekty gastrodiplomatii // Arktika XXI vek. Seriya: Gumanitarnye i sotsial'no-ekonomicheskie nauki. 2025. № 2. S. 6–31. (In Russ.) [*Angua A.N., Borisova I.Z.* Culturological and sociocultural aspects of gastro-diplomacy // Arctic XXI Century. Series: Humanities and Socio-Economic Sciences. 2025. № 2. P. 6–31.]

Antonova O.I., Gileva I.S., Cherkasova V.Yu. Vozmozhnosti upravleniya instrumentami gastrodiplomatii v formirovanii imidzha goroda Ekaterinburga // Munitsipalitet: ekonomika i upravlenie. 2023. № 2. S. 66–75. (In Russ.) [*Antonova O.I., Gileva I.S., Cherkasova V.Yu.* Opportunities for managing gastro-diplomacy tools in shaping the image of the city of Yekaterinburg // Municipality: Economics and Management. 2023. № 2. P. 66–75.]

Belova S.K. Tseli i tsennosti razvitiya gastronomicheskogo turizma regionov Rossii // Sotsial'no-ekonomicheskoe razvitie regionov v usloviyakh tsifrovoi transformatsii: materialy Mezhdunar. nauchno-prakt. konf. (Omsk, 2024 g.): v 2 ch. Ch. 1. Omsk, 2024. S. 209–222. (In Russ.) [*Belova S.K.* Goals and values of gastronomic tourism development in Russian regions // Socio-economic development of regions amidst digital transformation: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Omsk, 2024): in 2 parts. Part 1. Omsk, 2024. P. 209–222.]

D'yachenko N.V. Gastronomicheskaya kul'tura kak instrument formirovaniya regional'noi identichnosti v Altaiskom krae // Dnevnik altaiskoi shkoly politicheskikh issledovanii. 2021. № 37. S. 216–225. (In Russ.) [*Dyachenko N.V.* Gastronomic Culture as a Tool for Shaping Regional Identity in Altai Krai // Journal of the Altai School of Political Studies. 2021. № 37. P. 216–225.]

Enokyan A.V. Natsional'naya kukhnya kak instrument «myagkoi sily» Armenii // Traditsii pitaniya v istorii i kul'ture narodov mira: materialy Vseros. nauch. konf. s mezhdunar. uchastiem (Yaroslavl', 2024 g.). Yaroslavl', 2024. S. 67–70. (In Russ.) [*Enokyan A.V.* National Cuisine as an Instrument of Armenia's «Soft Power» // Dietary Traditions in the History and Culture of World Peoples: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference with International Participation (Yaroslavl, 2024). Yaroslavl, 2024. P. 67–70.]

Gelibterman L.V. Gastrodiplomatiya kak perspektivnaya sfera publichnoi i obshchestvennoi diplomatii // Vestnik industrii gostepriimstva. 2022. Vyp. 11. S. 8–11. (In Russ.) [*Gelibterman L.V.* Gastro-diplomacy as a promising sphere of public and societal diplomacy // Hospitality Industry Bulletin. 2022. Issue 11. P. 8–11.]

Gelibterman L.V. Sovremennaya gastrodiplomatiya stran Latinskoi Ameriki // Evraziiskii dialog. 2025. № 4. S. 46–52. (In Russ.) [*Gelibterman L.V.* Modern gastro-diplomacy of Latin American countries // Eurasian Dialogue. 2025. № 4. P. 46–52.]

Klimov S.L. Gastrodiplomatiya kak instrument myagkoi sily Azerbaidzhana // Nauka i obrazovanie: sokhranyaya proshloe, sozdaem budushchee: materialy XXIII Vseros. nauchno-prakt. konf. molodykh uchenykh, aspirantov i studentov (s mezhdunar. uchastiem), posvyashch. pamyati pervogo prezidenta Respubliki Sakha (Yakutiya) M.E. Nikolaeva (Yakutsk, 2023 g.). Yakutsk, 2023. S. 582–585. (In Russ.) [*Klimov S.L.* Gastro-diplomacy as an Instrument of Azerbaijan's Soft Power // Science and Education: Preserving the Past, Creating the Future: Proceedings of the XXIII All-Russian Scientific and Practical Conference of Young Scientists, Postgraduate Students, and Students (with International Participation), Dedicated to the Memory of the First President of the Republic of Sakha (Yakutia) M.E. Nikolaev (Yakutsk, 2023). Yakutsk, 2023. P. 582–585.]

Kuznetsov D.V. Gastrodiplomatiya i rossiisko-kitaiskie otnosheniya // Rossiya i Kitai: istoriya i perspektivy sotrudnichestva. 2025. № 4 (15). S. 518–528. (In Russ.) [*Kuznetsov D.V.* Gastro-diplomacy and Russian-Chinese Relations // Russia and China: History and Prospects of Cooperation. 2025. № 4 (15). P. 518–528.]

Malov A.V., Chugrov S.V. Gastronomiya vs gastro-anomiya? Prodovol'stvennoe prostranstvo Yaponii // Yaponskie issledovaniya. 2024. № 3. S. 50–64. (In Russ.) [*Malov A.V., Chugrov S.V.* Gastronomy vs. Gastro-anomie? Japan's Food Landscape // Japanese Studies. 2024. № 3. P. 50–64.]

Marushkina N.S., Shchelokova N.V. Kulinarnaya diplomatiya i ee rol' v kontekste politicheskikh vzaimootnoshenii Rossii i Afriki // Kul'tura i tsivilizatsiya. 2024. T. 14. № 1A. S. 81–86. (In Russ.) [*Marushki-na N.S., Shchelokova N.V.* Culinary Diplomacy and Its Role in the Context of Political Relations between Russia and Africa // Culture and Civilization. 2024. Vol. 14. № 1A. P. 81–86.]

Maslova E.A., Tkach D.N. Vliyanie oblastei i gorodov Italii na formirovanie natsional'nogo potentsiala «myagkoi sily» na primere ital'yanskoi gastrodiplomatii // Mobil'nost' kak izmerenie myagkoi sily: teoriya, praktika, diskurs: sb. nauch. tr. po itogam Vtoroi Vseros. nauchno-prakt. molodezh. konf. / otv. red. O.F. Rusakova. Ekaterinburg, 2019. S. 83–94. (In Russ.) [*Maslova E.A., Tkach D.N.* The Influence of Italian Regions and Cities on the Formation of National «Soft Power» Potential: The Case of Italian Gastrodiplomacy // Mobility as a Dimension of Soft Power: Theory, Practice, Discourse: Collection of Scientific Papers from the 2nd All-Russian Scientific and Practical Youth Conference / ed. by O.F. Rusakova. Ekaterinburg, 2019. P. 83–94.]

Mitskevich A.I. Gastrodiplomatiya kak instrument myagkoi sily v politike, ekonomike i mezhkul'turnoi kommunikatsii // Mezhkul'turnaya kommunikatsiya i traditsionnye tsennosti v obrazovatel'noi srede Belarusi i Rossii: sb. nauch. tr. po materialam Mezhdunar. nauchno-prakt. konf. (Minsk, 2023 g.). Minsk, 2023. S. 296–300. (In Russ.) [*Mitskevich A.I.* Gastro-diplomacy as a Soft Power Tool in Politics, Economics, and Intercultural Communication // Intercultural Communication and Traditional Values in the Educational Environment of Belarus and Russia: Collection of Scientific Papers from the International Scientific and Practical Conference (Minsk, 2023). Minsk, 2023. P. 296–300.]

Moraru N. Natsional'naya kukhnya – nematerial'noe nasledie chelovechestva i faktor «myagkoi sily» (na primere evropeiskikh gosudarstv) // Traditsii pitaniya v istorii i kul'ture narodov mira: materialy Vseros. nauch. konf. s mezhdunar. Uchastiem (Yaroslavl', 2024 g.). Yaroslavl', 2024. S. 168–172. (In Russ.) [*Moraru N.* National Cuisine: Intangible Cultural Heritage of Humanity and a «Soft Power» Factor (Case Study of European States) // Dietary Traditions in the History and Culture of the World's Peoples: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference with International... participation (Yaroslavl, 2024). Yaroslavl, 2024. P. 168–172.]

Nevezhin V.A. Yaltinskaya konferentsiya 1945 g. cherez prizmu kulinarnoi diplomatii // Rossiiskaya istoriya. 2021. № 2. S. 134–148. (In Russ.) [*Nevezhin V.A.* The Yalta Conference of 1945 through the Prism of Culinary Diplomacy // Russian History. 2021. № 2. P. 134–148.]

Randzhbar M.D. Rol' persidskoi kukhni v mire v usloviyakh sanktsionnogo davleniya // Traditsii pitaniya v istorii i kul'ture narodov mira: materialy Vseros. nauch. konf. s mezhdunar. Uchastiem (Yaroslavl', 2024 g.). Yaroslavl', 2024. S. 200–204. (In Russ.) [*Ranjbar M.D.* The Role of Persian Cuisine Globally Amidst Sanctions Pressure // Dietary Traditions in the History and Culture of World Peoples: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference with International Participation (Yaroslavl, 2024). Yaroslavl, 2024. P. 200–204.]

Roslyakova E.A. Rol' gastronomicheskoi diplomatii v mezhdunarodnykh ekonomicheskikh otnosheniyakh // Ekonomika segodnya: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya (Vektor-2025): sb. materialov Vseros. nauchnoi konf. molodykh issledovatelei s mezhdunar. uchastiem (Moskva, 2025 g.). M., 2025. S. 43–46. (In Russ.) [*Roslyakova E.A.* The Role of Gastronomic Diplomacy in International Economic Relations // Economy Today: Current State and Development Prospects (Vector–2025): Collection of Materials from the All-Russian Scientific Conference of Young Researchers with International Participation (Moscow, 2025). M., 2025. P. 43–46.]

Timonina I.L. Gastrodiplomatiya Yaponii: ekonomicheskie effekty // Yaponskie issledovaniya. 2021. № 2. S. 6–25. (In Russ.) [*Timonina I.L.* Japan's Gastro-diplomacy: Economic Effects // Japanese Studies. 2021. № 2. P. 6–25.]

Tsivatyi V.G. Gastronomicheskaya diplomatiya i diplomaticheskaya gurmanistika: eda v politiko-diplomaticheskom dialogue kul'tur (institutsional'nyi aspekt) // Istoriya edy i traditsii pitaniya narodov mira: materialy III Mezhdunar. simp. (Moskva, 2017 g.). M., 2017. S. 424–436. (In Russ.) [*Tsivaty V.G.* Gastronomic Diplomacy and Diplomatic Gourmandise: Food in the Political-Diplomatic Dialogue of Cultures

(Institutional Aspect) // History of Food and Dietary Traditions of World Peoples: Proceedings of the 3rd International Symposium (Moscow, 2017). M., 2017. P. 424–436.]

Tsivatyi V.G. Gastronomicheskaya diplomatiya i kulinarnye diplomaticheskie praktiki v politsentrichnom mire XXI veka: institutsional'nyi diskurs // Belarus' v sovremennom mire: materialy XIX Mezhdunar. nauch. konf., posvyashch. 99-letiyu obrazovaniya Belorus. gos. un-ta (Minsk, 2020 g.) Minsk, 2020. S. 613–619. (In Russ.) [*Tsivaty V.G.* Gastronomic Diplomacy and Culinary Diplomatic Practices in the Polycentric World of the 21st Century: (Institutional Discourse) // Belarus in the Modern World: Proceedings of the 19th International Scientific Conference Dedicated to... Marking the 99th anniversary of the founding of the Belarusian State University. Minsk, 2020. P. 613–619.]

Vorontsova I.I. Lingvokreatemy gastrodiplomatii v diskurse kreativnoi ekonomiki // Vestnik RGGU. Seriya: Psikhologiya. Pedagogika. Obrazovanie. 2020. № 3. S. 78–86. (In Russ.) [*Vorontsova I.I.* Linguocreatemes of gastro-diplomacy in the discourse of the creative economy // RSUH/RGGU Bulletin. Series: Psychology. Pedagogy. Education. 2020. № 3. P. 78–86.]

Zhan' Zh. Issledovaniya i perspektivy kitaiskoi gastronomicheskoi diplomatii v Rossii // Global'nye sotsial'nye protsessy 6.0: sotsial'nye kommunikatsii i ustoichivoe ekonomicheskoe razvitie: sb. st. VI sotsiol. konf. molodykh uchenykh (k 300-letiyu SPbGU i 35-letiyu sotsiol. obrazovaniya v SPbGU) (Sankt-Peterburg, 2025 g.). SPb, 2025. S. 594–598. (In Russ.) [*Zhan Zh.* Research and Prospects of Chinese Gastronomic Diplomacy in Russia // Global Social Processes 6.0: Social Communications and Sustainable Economic Development: Collection of Articles from the VI Sociological Conference of Young Scientists (Dedicated to the 300th Anniversary of St. Petersburg State University and the 35th Anniversary of Sociological Education at St. Petersburg State University) (St. Petersburg, 2025). SPb, 2025. P. 594–598.]

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Курылев Константин Петрович, доктор исторических наук, директор Центра исследований постсоветских стран (Москва, Российская Федерация).
E-mail: kuryljov@narod.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Konstantin P. Kurylev, doctor of historical sciences, director of the Center for Post-Soviet Studies (Moscow, Russian Federation).
E-mail: kuryljov@narod.ru