

Научная статья

УДК 81

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-3-81-90>

КОНЦЕПТОСФЕРА «ПИЦЦА И НАПИТКИ» КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

**Мария Сергеевна
Мазалова**

Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого,
Тула, Россия, mazalowa.maria@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-2388-2125>

Аннотация. Представлены результаты исследования важнейших гастрономических брендов Тульской области (Европейская Россия) и их воздействия на формирование региональной идентичности жителей региона. Актуальность данной работы заключается в возрастающей в современном мире необходимости поддержания наших национальных символов, так как именно они демонстрируют специфику культуры России в сравнении с другими странами, также символические образы нации помогают гражданам чувствовать себя единым целым даже в сложное для страны время. Целью данной статьи является исследование одного из важнейших элементов формирования имиджа Тульской области и в тоже время составляющую системы региональной идентичности: брендов региональной кухни, способствующих созданию собственной гастрономической культуры. В работе основным методом стал сбор и анализ различных источников информации (публикации СМИ, научные журналы, интернет-сообщества, рекламная деятельность областных пищевых предприятий и т.д.). В результате исследования автором доказана важность гастрономического аспекта культуры жителей региона как составляющей региональной идентичности (на основе научных работ других ученых), определено основное направление работы правительства и местных предприятий: экологизация производства пищевой продукции, рассмотрено понятие гастрономической карты региона, включающей в себя как бренды, так и гастрономические мероприятия. Сделан вывод о том, что региональная кухня Тульской области является важным элементом для поддержания региональной идентичности жителей области. Полученные данные могут быть использованы при составлении словаря региональной идентичности Тульской области, а также при проведении краеведческих исследований региона.

Ключевые слова: Тульская область, лингвокультурология, региональная идентичность, менталитет, концептосфера, гастрономическая культура, региональные бренды, имидж региона, гастрономическая карта региона, пищевая промышленность.

Благодарности: Работа выполнена при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект 22-28-20342 и Правительства Тульской области (соглашение № 6 от 19.04.2022 г.) «Символярий региональной идентичности».

Для цитирования: Мазалова М. С. Концептосфера «пицца и напитки» как составляющая региональной идентичности жителей Тульской области // Тульский научный вестник. Серия История. Языкознание. 2022. Вып. 3 (11). С. 81–90. <https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-3-81-90>

Сведения об авторе: М. С. Мазалова – студент, факультет русской филологии и документоведения, Тульский государственный педагогический университет им. Л. Н. Толстого, 300026, Россия, Тульская область, г. Тула, проспект Ленина, 125.



Scientific Article

UDC 81

<https://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-3-81-90>

THE SPHERE OF THE CONCEPT "FOOD AND DRINK" AS PART OF THE REGIONAL IDENTITY OF TULA REGION RESIDENTS

Maria S. Mazalova

Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University,
Tula, Russia, mazalowa.maria@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-2388-2125>

Abstract. The article presents the results of the study on the most important Tula region gastronomic brands (European Russia) and their impact on the formation of the regional identity of the region's residents. The work is topical because of the increasing need to maintain our national symbols in the modern world, as they demonstrate the specificity of Russian culture in comparison to other countries, and the symbolic images of the nation help citizens feel united, even in difficult times for the country. The aim of this article is to study one of the most important elements for image formation of the Tula region and at the same time a component of the system of regional identity: regional cuisine brands, contributing to the creation of own gastronomic culture. The collection and analysis of various sources of information (media publications, academic journals, Internet communities, advertising activities of regional food establishments, etc.) has become the main method in this work. The study proves the importance of the gastronomic aspect of the culture for the residents as a component of regional identity (based on some other scholars' scientific works). It also identifies the focus of government and local enterprises: the greening of food production. The study considers the notion of a gastronomic map of the region, including both brands and gastronomic events. It is concluded that Tula region cuisine is an important element for maintaining the regional identity of the residents. The data obtained can be useful in compiling a dictionary of the Tula region identity, as well as in carrying out local history studies.

Keywords: Tula region, cultural linguistics, regional identity, mentality, sphere of concept, gastronomic culture, regional brands, regional image, gastronomic map of the region, food industry.

Acknowledgments: The study «Simbolary of Regional Identity» was carried out at the expense of the Russian Science Foundation No 22-28-20342 and the Government of the Tula region (agreement No 6 of April 10, 2022).

For citation: Mazalova, MS 2022, 'The sphere of the concept "food and drink" as part of the regional identity of Tula region residents', *Tula Scientific Bulletin. History. Linguistics*, issue 3 (11), pp. 81–90, <http://doi.org/10.22405/2712-8407-2022-3-81-90> (in Russ.)

Information about the Author: *Maria S. Mazalova* – Student, Russian Philology and Documentation Science Department, Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University, 125 Lenin Prospekt, Tula, 300026, Russia.



Введение

Идентичность – это набор характеристик, определяющих специфику индивида или группы, особенно в отношении сходства или различия с другими индивидами или группами. Чувство принадлежности к обществу в пределах региона формируется, когда значительная часть жителей разделяет символы, ценности, устремления и создает региональную идентичность и культурную систему.

Составляющими региональной идентичности могут стать различные элементы практической и духовной жизни народа, например, исторические события, кулинария, язык, ремесла, фольклор, изобразительное искусство и т.д.

Важнейшее воздействие на развитие региональной идентичности оказывают органы власти, которые являются инициаторами разнообразных реформ в сфере экономики, искусства и т.д. Влияние власти на формирование региональной идентичности изучалась различными учеными. Например, доктор социологических наук Желнина Е. В. отмечает следующее: «Понятие и феномен региональной идентичности также очень тесно переплетен с политико-правовой сферой, поскольку определяя себя в качестве жителя той или иной территории (государства, региона, города и т. д.), гражданин принимает во внимание и те политико-правовые условия (факторы), которые имеют место быть на данной территории» [5, с. 85].

В приоритете каждого региона стоит задача формирования позитивного образа не только для его жителей, но и для туристов. Такой вопрос решается администрацией путем поддержки и продвижения различных брендов, подчеркивающих особенности данной территории в сравнении с другими. Исследования в данной области проводились следующими учеными: доктором социологических наук Воробьевым В. П. («Роль региональных брендов в формировании региональной идентичности и имиджа территории»), кандидатом экономических наук Якубовой Т. Н. («Территориальный брендинг как инструмент развития региона»), кандидатом политических наук Петровым В. В. («Общенациональные и региональные бренды как инструмент политики формирования позитивного имиджа современной России»).

Цель данной статьи – исследование одного из важнейших элементов формирования имиджа Тульской области и в тоже время составляющую системы региональной идентичности: брендов региональной кухни, способствующих созданию собственной гастрономической культуры. Для достижения поставленной цели нами были решены следующие задачи: проанализированы тексты, обзорающие гастрономическую культуру региона и региональную идентичность, а также их связь; выявлены основные направления совместной работы администрации области и местных предпринимателей в сфере пищевой промышленности; обозначены важнейшие гастрономические бренды региона.

Материалом для исследования послужили различные публикации в средствах массовой информации, научные журналы, интернет-сообщества, культурные мероприятия, освещающие кулинарную специфику региона, рекламная деятельность областных пищевых предприятий.

Основным методом исследования в данной работе является анализ различных источников для получения максимально точной информации.

Предметом исследования является информационная составляющая национальной кухни Тульской области.

Перспективы развития экологического сельского хозяйства Тульской области

Важнейшей тенденцией современного пищевого производства во всем мире является создание таких продуктов питания, которые не имели бы в своем составе вредоносные для человека химические добавки. На сегодняшний день, экологически чистые продукты питания представляют собой не только основу здорового образа

жизни, но и элемент имиджа региона, который следует актуальной экологической повестке.

Данная тенденция в Тульской области еще не развита в полной мере, однако мы отметили, что курс на поддержку заинтересованных этим курсом предпринимателей активно ведется и обсуждается еще с 2017-ого года. На одном из заседаний круглого стола «Экологическое сельское хозяйство и экотуризм на территории Тульской области: перспективы развития», проведенным в Центре поддержки предпринимательства, были озвучены основные проблемы пищевой и сельской промышленности в контексте экологизации. Основным тезисом выступления многих участников являлось утверждение, что понятие органическое сельское хозяйство – это нечто новое и необычное, но безусловно важное для развития гастрономического потенциала нашего региона.

В качестве примера «экологической» предпринимательской деятельности мы отметили фермерский кооператив «Марк и Лев», который объединяет внутри себя множество хозяйств со всей области. Визитной карточкой «Марка и Льва» по праву считается производство здоровой и полезной еды. Рестораны, кафе и калачная, имеющие одноименное с кооперативом название, занимаются продажей готовых блюд, ингредиентами для которых служат продукты их собственного производства. В рекламе калачной указывалось следующее: «Простая, вкусная и полезная русская еда, которую можно взять с собой или съесть на месте. Основу меню составляют фирменные калачи «Марк и Лев» из цельнозерновой муки с начинками на любой вкус: с тушёнкой из утки, ростбифом, печёными овощами, сомом и даже сыром Камамбер. Кроме того, у нас есть супы, пельмени, вареники и пироги. Калачная работает только на продуктах малых и средних фермерских хозяйств» [6]. Культурный колорит Тульской области в заведении передается не только с помощью кулинарии, но и через важные для региональной идентичности туляка символы. Например, большой самовар в середине помещения, из которого может отведать чай каждый желающий, изображение знаменитого Левши в процессе работы над подковкой блохи, множество журналов-путеводителей для гостей города-героя. Каждый подобный элемент интерьера способствует формированию позитивного образа нашего региона, закрепляет в сознании его жителей и гостей важные культурные символы. Крупнейшая в мире платформа о путешествиях TripAdvisor отмечает калачную «Марк и Лев» в категории «рестораны здорового питания», что способствует большому количеству туристов, выбравших для путешествия Тульскую область.

Еще одним примером данной тенденции является экоферма «Горчиная поляна», находящаяся в деревне Льва Толстого. Своими принципами они называют гарантию качества, свежесть продукции и, конечно же, экологичное производство: «Вся продукция производится в максимально благоприятных условиях и полностью сертифицирована в соответствии с европейскими экологическими требованиями и стандартами» [3]. «Горчиная поляна» сочетает в себе как традиционное натуральное хозяйство, так и новейшие технологии экологического производства. В своем магазине они продают мясную продукцию, овощи, хлебные изделия. Также «Горчиная поляна» предоставляет экскурсионные услуги, которые относятся к современному направлению экотуризма. Жители и гости Тульской области окружены символами региональной идентичности: образ Льва Николаевича Толстого как важнейший символ региона, образ захватывающей дух тульской природы. Данная экоферма обзвевалась во множестве СМИ: телеканал РБК, интернет-журнал «BRODUDE», кулинарный сайт «Гастрономъ», радио «Комсомольская правда» и т.д. Также сайт Russia.travel, работающий при поддержке Федерального агентства по туризму, отмечает «Горчиновую поляну» в различных маршрутах путешествий по Тульской области.

В качестве примера экологизации пищевой промышленности региона можно отметить экопарк «Ясно поле», отличительным знаком которого является полная открытость всех технологий выращивания скота, растений – каждый желающий может увидеть то, каким образом происходит то или иное производство. «Ясно поле» занимается агротуризмом, сельским хозяйством, сыроварением, пчеловодством. О себе они говорят следующее: «Мы придерживаемся разумного подхода в сельском хозяйстве. В его основе лежит использование принципов органического земледелия и ограниченного применения химических удобрений и средств защиты растений. Мы создаем нашу продукцию экологичным способом и для людей, и для земли. Все наши технологии открыты, все гости могут увидеть, как все у нас растет и чем мы кормим животных» [13]. Придерживаясь экологической повестке, экопарк создает привлекательный и позитивный образ Тульской области, как жителей, так и для туристов. «Ясно поле» в 2019-ом году стал победителем в номинации «Лучший экоотель» федеральной премии Live Organic Awards 2019 при поддержке Правительства Москвы.

Гастрономический путеводитель Тульского региона

Как уже отмечалось ранее, гастрономический аспект играет не последнюю роль в системе региональной идентичности жителей и гостей области, поэтому правительство региона проводит активную работу над созданием гастрономического имиджа Тульской области. Идея соотношения определенной территории и свойственной ей кухни не является чем-то новым, так как зарождение понятия гастрономического путеводителя берет свое начало еще в Европе: знаменитые регионы Шампань во Франции, Тоскана в Италии и т.д.

Гастрономический путеводитель – это отличное маркетинговое средство, поддерживающее бренды региона как внутри него самого, так и за его пределами. В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в 2021-ом году был анонсирован, а в 2022-ом году выпущен гастрономический путеводитель по Тульскому региону «География на вкус. Тула». Путеводитель включает в себя описание множества кулинарных концепций региона: от ресторанов до экологических ферм.

Председатель комитета Тульской области по развитию туризма Лариса Соломатина прокомментировала отношение к гастрономическому аспекту туризма правительства региона: «Губернатор Алексей Дюмин уделяет большое внимание развитию внутреннего и въездного туризма. В Туле есть, чем удивить гастрономического туриста: анковский пирог семьи Толстых, крапивная кулинария, булочка «Веневка», ароматный кофе со вкусом тульского пряника и другое. Региональные кафе и рестораны удивят авторскими блюдами даже самого взыскательного путешественника» [8]. Также интересно высказывание заместителя председателя правительства Тульской области Александра Шаламова: «Тула – это не только оружейная столица и город мастеров, но и столица вкусных брендов. Тула развивает гастрономический туризм, предприниматели открывают уютные кафе и атмосферные рестораны, где можно попробовать авторские блюда» [10].

Создание гастрономического путеводителя повлекло за собой особый интерес к представителям «кулинарного кода» области, которые своей деятельностью не только привлекают туристов, но и пополняют богатство региональной идентичности туляков. Особого упоминания удостоились следующие производители: кондитерская фабрика «Тульские пряники», кондитерская фабрика «Белевские сладости», ремесленные сыры Алексея Андреева, Тульская ягодная компания.

Важным аспектом гастрономического путеводителя являются тематические мероприятия, проходящие по всей области. Конечно, все они интересны, так как вносят свой вклад в образ жителя региона, но мы осветим некоторые из них, представляющие для формирования региональной идентичности наибольший интерес.

В 2021-ом году в Туле проходил историко-гастрономический фестиваль «Левшинский обед», объединяющий в себе не только кулинарную составляющую, но и исторический опыт. Для жителей и гостей организаторы приготовили блюда, рецепты которых входят в книгу «Русская поварня», написанную еще в 18-ом веке, за авторством уроженца Тульского региона Василия Левшина. Подобный формат фестивалей указывает на прочную связь между национальной кухней области и ее историей, которые, в свою очередь, являются одними из многих составляющих региональной идентичности.

Далее отметим еще один гастрономический фестиваль «Вкусно в Туле» проходивший в областном центре в 2022-ом году впервые. Его особенность заключалась в следующем: ингредиенты каждого блюда были произведены на территории региона. Светлана Квасова, директор Тульского регионального фонда «Центр поддержки предпринимательства» так прокомментировала причину организации данного мероприятия: «По поручению губернатора Тульской области в регионе уже более двух лет работает проект «Сделано в Тульской области». Он направлен на поддержку местных товаропроизводителей. И этот фестиваль – еще одна мера поддержки. Гастрофестиваль объединит производителей и рестораторов. Это будет эффективным партнерством! Товары, отмеченные знаком «Сделано в Тульской области», давно стали брендом. Получить заветный логотип может только по-настоящему хорошая продукция, отобранная комиссией. Поэтому и фестиваль – тоже показатель качества. Мы уверены, что туляки и гости города получают истинное гастрономическое удовольствие» [4]. Участие в гастрофестивале приняли хорошо известные каждому туляку местные рестораны («VinoDomino», «Пётр Петрович», «Культура», гастропаб «Понеслось» и другие), ставшие важной частью кулинарной стороны региональной идентичности.

Следующий важный для понимания региональной идентичности жителя Тульской области является фестиваль Крапивы, который проводится каждый год в селе Крапивна. Источником вдохновения для создания мероприятия являются фольклорные и ремесленные традиции данной местности. Исключительность фестивалю Крапивы придает наличие блюд, главным ингредиентом которых стала крапива, например, чай, заваренный на крапиве, щи с крапивой, пирожки с крапивой и многое другое.

Главный гастрономический образ Тульской области, один из важнейших символов региональной идентичности – тульский пряник, также не остался без тематического фестиваля. Ежегодно на территории Тульского Кремля проходит фестиваль «День пряника», гости которого могут не только попробовать пряники разных производителей, но и посетить мастер-классы.

Также необходимо отметить фестиваль «Веневские баранки», который, как и «День пряника», берет за основу кулинарный символ региона – булочку «Веневка».

Еще один интересный фестиваль под названием «Яблочный Спас у Болотова» проходит в городе Богородицке. Имя Андрея Тимофеевича Болотова неотрывно связано с культурой региона, вхоже в систему региональной идентичности.

Гастрономический фестиваль «Яблочное чудо» также ставит своей целью сохранение и продвижение региональных брендов, в данном случае – белевской пастилы, которую каждый житель Тульской области ставит в один ряд с тульским пряником и веневской булочкой.

Тульская палитра вкуса: гастрономические бренды региона

Гастрономические бренды Тульской области представляют собой не только продукты питания, но и важную часть региональной идентичности жителей региона. В пример мы можем привести следующие бренды: тульский пряник, травяной чай «Куликово поле», конфеты «Ясная поляна», молочная продукция «Бежин луг», белевская пастила, чай «Здоровья и долголетия» по рецепту А. Т. Болотова, «Анковский

пирог», блюда их крапивы, веневская булочка, печенье «Узелки», суворовские конфеты, крайнская минеральная вода, яблочный пирог «Бунинский сад», березовый квас, мороженое из щавеля с ленивым крапивным печеньем, тульский сахар, белевская яблочная каша, белевские яблочные пряники, торт «Кремлевский», яблоки «А la dorphine» по рецепту С. А. Толстой, варенье и джемы «Царская ягода». Рассмотрим некоторые из них.

Тульский пряник на данный момент является не только символом Тульского региона, но и всей России, так как это кондитерское изделие пользуется спросом и на зарубежном рынке. Однако для жителей области образ пряника – это необходимый элемент, входящий в систему региональной идентичности. Идентификация города Тулы с опорой на образ пряника представлена составной номинацией «пряничная столица». Жителя Тулы также называют «тульским пряником».

Поддержка производства данной сладости реализуется правительством в полной мере: еще в 2017-ом году представители администраций Тулы и Москвы обсуждали расширение производства тульских пряников. В 2020-ом году кондитерская фабрика «Ясная поляна», занимающаяся изготовлением тульских пряников, стала участником национального проекта «Производительность труда и поддержка занятости», что позволило не только увеличить число рабочих мест на предприятии, но и повысить количество производимых кондитерских изделий. Однако события 2022-ого года внесли свои коррективы в развитие пищевой промышленности региона: санкционные ограничения привели к уходу из страны многих поставщиков сырья, что, с одной стороны, привело к проблемам производства продукта, но с другой стороны, повлекло за собой развитие отечественных производителей сырья. Правительство области также не оставило данную проблему без внимания и оказала производителям поддержку. Так данные события прокомментировала генеральный директор тульской кондитерской фабрики «Медовые традиции» Ольга Владимировна Петрова: «Благодаря поддержке Правительства, а в частности комитета по предпринимательству, которые дали контакты поставщиков сырья, нам удалось продолжить свою работу» [1]. Стоит отметить, что в 2020-ом году вступил в силу закон о географических указаниях. Объясним на примере изготовления тульского пряника: все стадии производства данного кондитерского изделия должны происходить исключительно на территории Тульской области. Таким образом производство тульского пряника защищено географическим положением, что делает его еще большим достоянием тульской земли и ее жителей.

Травяной чай «Куликово поле», являющийся результатом совместной работы музея-заповедника «Куликово поле» и чайной компании «Витацентр», содержит в составе травы, произрастающие на территории Куликово поля (еще одного важного символа региональной идентичности). Попробовать его и ощутить вкус тульского лугового разнотравья может каждый посетитель музея-заповедника.

Конфеты «Ясная поляна», как и тульский пряник, являются знаменитым сувениром для гостей региона. Производством данной продукции занимается тульская кондитерская фабрика «Ясная Поляна», для которой конфеты стали визитной карточкой. Каждый житель Тульской области дорожит узнаваемым вкусом этого кондитерского изделия.

Молочная продукция «Бежин луг» производится на Тульском молочном комбинате с 1998-ого года. «Данная продукция включает молоко различной степени жирности, кефир, сметану, сливочное масло, мягкий и зернистый творог, питьевой йогурт и творог с фруктами, ряженку, снежок, плавленые, творожные и твердые сыры» [11]. В 2015-ом году Тульский молочный комбинат одержал победу в ежегодной премии «Здоровое питание», также «Бежин луг» стал лауреатом в категории «Молочная про-

дукция» и «Инновация года в здоровом питании». Помимо важного гастрономического значения для области, продукция в своем названии затрагивает важный символ Тульского региона – Бежин луг, который в одноименном произведении осветил Иван Сергеевич Тургенев.

Белевская пастила также представляет собой один из важнейших образов Тульской области, поэтому ее производством занимается множество региональных предприятий: ООО «Белевская пастила», ООО «Белевские сладости», ООО ПК «Старые традиции», ООО «Традиции Белева». В 2020-ом году белевская пастила стала победителем национального конкурса региональных брендов «Вкусы России». В 2022-ом году ООО «Белевская пастила» при поддержке правительства Тульской области, регионального Центра поддержки экспорта в рамках нацпроектов «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» получила возможность продемонстрировать свою продукцию на 51-Международной кондитерской выставке ISM 2022.

Чай «Здоровья и долголетия» по рецепту А. Т. Болотова – нашего выдающегося земляка, философа, ученого и основоположника русской агрономической науки, содержит в составе траву буквицу, являющуюся любимым растением самого Болотова. Попробовать чай может каждый посетитель музея-усадыбы А. Т. Болотова «Дворяниново». Сайт Russia.travel посвятил данному символу Тульского региона отдельную статью.

«Анковский пирог» связан не только с гастрономической стороной региона, но и с литературной. Рецепт пирога в Ясную поляну привезла Софья Андреевна Толстая. Название «анковский пирог» получил в честь родственника семьи Берс (девичья фамилия Толстой С. А.) – Николая Анке, который научил рецепту этой сладости еще мать Софьи Андреевны. Для жителей Тульской области «анковский пирог» стал символом семейного уюта и теплоты.

Также Софья Андреевна привнесла в тульскую гастрономическую идентичность еще один десерт – яблоки «A la dorphine», которые варили с джемом и лимонной цедрой.

Малой родиной печенья «Узелки» является город Узловая. По местной легенде, именно в этом городе начальник одноименной железнодорожной станции, чтобы успокоить разгневанного пассажира, предложил ему отведать печенья «Узелки». Данный гастрономический символ подчеркивает предприимчивость жителей региона.

Одно из любимейших жителями и гостями области кондитерских изделий – суворовские конфеты производят на одноименной фабрике. Создано предприятие «Суворовские конфеты» в 1998-ом году. Свое производство они описывают следующим образом: «Кредо предприятия – выпускать сладости с заботой о здоровье покупателей, поэтому исходным сырьем для конфет стали разнообразные орехи со всех континентов, сухофрукты, экзотические цукаты, семена, сублимированные ягоды, специи. Используются натуральные красители и ароматизаторы. При изготовлении конфет мы не добавляем консервантов» [9]. Сообщество «Туристер» (одно из крупнейших в СНГ сообществ путешественников) выделил суворовские конфеты в списке сувениров, которые нужно привести из Тулы.

Заключение

Кулинарная или гастрономическая культура является важной составляющей региональной идентичности в любой точке нашей страны. В данном исследовании мы рассмотрели пример Тульской области и ценные гастрономические символы для ее жителей, что ранее не анализировалось в контексте региональной идентичности. Кулинарные образы – это не только о пище, но и о историческом опыте. Мы рассмотрели множество научных работ, посвященных разбору связи гастрономического аспекта и

региональной идентичности, а также воздействию правительства на развитие брендов и имиджа региона. Также мы проанализировали основные направления администрации Тульской области и местных предпринимателей и пришли к выводу, что помимо финансовой, проектной поддержки и помощи в продвижении, правительство региона взяло направление на экологическое производство. В процессе исследования мы обозначили важнейшие гастрономические бренды региона.

Данное исследование направлено на изучение региональной идентичности, которую начинают активно рассматривать и анализировать многие ученые, но наличие большого числа регионов в нашей стране позволяет расширить количество трудов, связанных с этой темой. Гастрономический аспект региональной идентичности – это лишь один элемент из множества, что открывает перед нами большое поле для изучения. Научные изыскания в данной области позволяют не только внимательно рассмотреть региональную идентичность конкретного региона, но и предоставят возможность подчеркнуть особенность каждой территории России.

Список источников и литературы

1. *Апратова Л.* В условиях санкций при поддержке регионального Правительства тульская компания готовит к выпуску пряничную новинку // МК в Туле : сетевое издание. Дата размещения: 23.03.2022. URL: <https://tula.mk.ru/social/2022/03/23/v-usloviyakh-sankciy-pri-podderzhke-regionalnogo-pravitelstva-tulskaya-kompaniya-gotovit-k-vypusku-ryanichnuyu-novinku.html> (дата обращения: 29.10.2022).
2. *Воробьев В. П., Голубовская О. Л., Еремينا Е. В.* Роль региональных брендов в формировании региональной идентичности и имиджа территории // Власть. 2014. № 11. С. 122–127.
3. *Горчицкая поляна* : сайт / Фермерское хозяйство «Горчицкая поляна». URL: <https://www.gor-polyana.ru/> (дата обращения: 28.10.2022).
4. *Грудинина О.* «Вкусно в Туле»: чем порадует туляков и гостей города ресторанный фестиваль // Myslo: Тульский городской портал / ООО «Слобода». Тула, 2005–2022. Дата размещения: 11.09.2022. URL: <https://myslo.ru/news/tula/2022-09-11-vkusno-v-tule-chem-poraduet-tulyakov-i-gostej-goroda-restorannyj-festival> (дата обращения: 30.10.2022).
5. *Желнина Е. В.* Политико-правовые факторы формирования региональной идентичности // Карельский научный журнал. 2018. Т. 7, № 4 (25). С. 85–88.
6. *Калачная на фермерском рынке* // Марк и Лев : сайт / ресторан «Марк и Лев». URL: <https://www.markilev.ru/kalachnaya/> (дата обращения: 29.10.2022).
7. *Петров В. В.* Общациональные и региональные бренды как инструмент политики формирования позитивного имиджа современной России : дис. ... канд. полит. наук : 23.00.02 / Петров Владимир Викторович. Москва, 2014. 190 с.
8. *Правительство Тульской области* : офиц. сайт. Тула, 2022. URL: <https://tularegion.ru> (дата обращения: 27.10.2022).
9. *Суворовские конфеты* : сайт / Кондитерское предприятие «Суворовские конфеты». URL: <https://www.sk-suvorov.ru/about-company/> (дата обращения: 02.11.2022).
10. *Тимофеева Л.* В Туле презентовали гастрономический путеводитель Ники Ганич // Myslo : Тульский городской портал / ООО «Слобода». Тула, 2005–2022. Дата размещения: 28.05.2022. URL: <https://myslo.ru/news/culture/2022-05-28-v-tule-prezentovali-gastronomicheskij-putevoditel-niki-ganich> (дата обращения: 30.10.2022).
11. *Тульский молочный комбинат* : сайт / АО «Тульский молочный комбинат». Тула, 2007–2022. URL: <https://www.tulamilk.ru> (дата обращения: 01.11.2022).
12. *Якубова Т. Н., Крюкова А. П.* Территориальный брендинг как инструмент развития региона // Молодой ученый. 2014. № 21 (80). С. 484–488.
13. *ЯСНОПОЛЕ экопарк* : сайт / Экологический отель для всей семьи «ЯсноПоле». URL: <https://yasnopole.ru/ferma/> (дата обращения: 29.10.2022).

References

1. Apryatova, L 2022, 'V usloviyakh sanktsii pri podderzhke regionalnogo Pravitelstva tulskaya kompaniya gotovit k vypusku pryanichnuyu novinku' (In the face of sanctions, with the support of the regional government, a Tula company is preparing a gingerbread novelty for production), *MK v Tule*, viewed 29 October 2022, <https://tula.mk.ru/social/2022/03/23/v-usloviyakh-sankciy-pri-podderzhke-regionalnogo-pravitelstva-tulskaya-kompaniya-gotovit-k-vypusku-pryanichnuyu-novinku.html> (In Russ.)
2. Vorobyev, VP, Golubovskaya, OL & Eremina, EV 2014, 'Rol regionalnykh brendov v formirovaniy regionalnoi identichnosti i imidzha territorii' (The role of regional brands in the formation of regional identity and image of the territory), *Vlast'*, vol. 24, no. 11, pp. 122-127. (In Russ.)
3. *Gorchichnaya polyana (Mustard Glade)* Web-site, viewed 28 October 2022, <https://www.gor-polyana.ru/> (In Russ.)
4. Grudinina, O 2022, '«Vkusno v Tule»: chem poraduyet tulyakov i gostei goroda restoranny festival' («Delicious in Tula»: what will please Tula residents and guests of the city restaurant festival), *MySlo.ru.*, viewed 30 October 2022, <https://myslo.ru/news/tula/2022-09-11-vkusno-v-tule-chem-poraduet-tulyakov-i-gostej-goroda-restorannyj-festival> (In Russ.)
5. Zhelnina, EV 2018, 'Politiko-pravovyye faktory formirovaniya regionalnoy identichnosti' (Political and legal factors of regional identity formation), *Karelskiy nauchnyy zhurnal*, vol. 7, no. 4, pp. 122-127. (In Russ.)
6. 'Kalachnaya na fermerskom rynke' (Kalachnaya at the farmers' market), *Mark i Lev (Mark and Leo)*, viewed 29 October 2022, <https://www.markilev.ru/kalachnaya/> (In Russ.)
7. Petrov, VV 2014, *Obshchenatsionalnyye i regionalnyye brendy kak instrument politiki formirovaniya pozitivnogo imidzha sovremennoy Rossii* (National and regional brands as a policy tool for the formation of a positive image of modern Russia), PhD thesis, The Russian University of Transport, Moscow. (In Russ.)
8. *Pravitelstvo Tul'skoy oblasti (Government of the Tula Region)*, viewed 27 October 2022, <https://tularegion.ru>, viewed 27 October 2022. (In Russ.)
9. *Suvorovskiye konfety (Suvorov's sweets)*, viewed 3 November 2022, <https://www.sk-suvorov.ru/about-company/> (In Russ.)
10. Timofeyeva, L 2022, V 'Tule prezentovali gastronomicheskiy putevoditel Niki Ganich' (Gastronomic guidebook by Nika Ganich was presented in Tula), *MySlo.ru.*, viewed 30 October 2022, <https://myslo.ru/news/culture/2022-05-28-v-tule-prezentovali-gastronomicheskij-putevoditel-niki-ganich> (In Russ.)
11. *Tul'skiy molochnyi kombinat (Tula Dairy Plant)*, viewed 1 November 2022, <https://www.tulamilk.ru> (In Russ.)
12. Yakubova, TN, Kryukova, AP 2014, 'Territorialnyy brending kak instrument razvitiya regiona' (Territorial branding as a tool for regional development), *Molodoy uchenyy*, no. 21 (80), pp. 484-488. (In Russ.)
13. *YASNOPOLE ekopark*, viewed 29 October 2022, <https://yasnopole.ru/ferma/> (In Russ.)

Статья поступила в редакцию: 24.11.2022
Одобрена после рецензирования: 12.12.2022
Принята к публикации: 16.12.2022

The article was submitted: 24.11.2022
Approved after reviewing: 12.12.2022
Accepted for publication: 16.12.2022