

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО СОВЕТА Д 212.299.06
НА БАЗЕ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЗАБАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
МИНИСТЕРСТВА НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ ПО ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ
КАНДИДАТА НАУК

аттестационное дело № _____

решение диссертационного совета от 04 октября 2022 г. № 187

О присуждении Ден Валерии Гихоевне, гражданке РФ, ученой степени кандидата культурологии.

Диссертация «Гастрономический туризм как форма репрезентации повседневной культуры питания населения Дальнего Востока и продвижения бренда «Дальневосточная кухня» (на примере Приморского края)» по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры (культурология) принята к защите 06 июля 2022 года, протокол № 180 диссертационным советом Д 212.299.06, созданным на базе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Забайкальский государственный университет» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, 672039, г. Чита, ул. Александро-Заводская, 30, приказ 105/нк от 11 апреля 2012 года.

Соискатель Ден Валерия Гихоевна, «06» декабря 1996 года рождения. В 2020 году окончила ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» по направлению магистратуры «Управление туристско-рекреационными комплексами», работает в должности ассистента кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса».

Диссертация выполнена на кафедре дизайна и технологий ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» Министерства науки и высшего образования Российской Федерации.

Научный руководитель – доктор культурологии, Коноплева Нина Алексеевна, ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», кафедра дизайна и технологий, профессор.

Официальные оппоненты: Лавренова Ольга Александровна, доктор философских наук, Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук (ИНИОН РАН) (г. Москва), отдел культурологии, ведущий научный сотрудник; Дзякович Елена Владимировна, доктор

культурологии, доцент по кафедре социальных коммуникаций, ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет» (г. Москва), кафедра теории и практики общественных связей, профессор, дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация – ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова», г. Якутск в своем положительном заключении, подписанном Никифоровой С.В., кандидатом культурологии, доцентом кафедры культурологии Института языков и культуры народов Северо-Востока РФ указала, что диссертация отвечает требованиям «Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24 сентября 2013 года, № 842», ее автор заслуживает присуждения степени кандидата наук по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры (культурология).

Соискатель имеет 32 опубликованных работ, в том числе по теме диссертации 23 работы, в рецензируемых научных изданиях – 7. Наиболее значимые научные работы, раскрывающие основные идеи и результаты диссертационного исследования: Русская гастрономическая культура в развитии региональных брендов // Общество: философия, история, культура. – 2021. – №7 (87). – С. 86–92; Экологические аспекты культуры питания малочисленных народностей Дальневосточного региона России // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – 2021. – Т. 18, №3 (21). – С. 74–78; Территориальный брендинг как инструмент продвижения гастрономического туризма и развития территории // Сервис Плюс. – 2022. – Т. 16. – №2. – С. 3–11; Исследование повседневной культуры питания жителей Дальневосточного региона в аспекте развития гастрономического бренда «Дальневосточная кухня» // Культурное пространство России и Монголии: опыт и перспективы сотрудничества в трансграничных регионах. – Улан-Удэ: ВСГИК, 2019. – С. 79–89.

На диссертацию и автореферат поступили отзывы:

1) официальных оппонентов: Лавреновой О.А., д-ра филос. наук, положительный; замечания: следовало бы более четко определить, в чем новизна авторского определения «территориальный имидж», поскольку это понятие давно обсуждается, сходные определения можно встретить в уже опубликованных источниках, которые, кстати, диссертант подробно анализирует во второй главе; в первом разделе первой главы понятие «повседневность» дважды определяется через оппозиционные значения (стр.22 и стр.29); в третьей главе преобладают

социологические методы исследования, результаты исследования, безусловно интересны, но недостаточно концептуализированы.

Дзякович Е.В., д-ра культурологии, доцент, положительный; замечания: понятия «имидж», «территориальный имидж» и «кулинарный бренд» давно присутствуют в научном и научно-практическом дискурсе, активно используются специалистами различных направлений. Корректнее было бы говорить об уточнении этих понятий или их смысловой акцентировке; некоторые положения, выносимые на защиту, носят постулирующий, а не проблемный характер. Особенно это касается положения 3, где утверждается, что «территориальный имидж» – это представление, оцененный образ, сложившийся о территории у представителей целевых групп (жителей, инвесторов, гостей и др.) и служащий формированию территориального бренда как социокультурной формы, которая на основе специфической территориальной идеи, обусловленной культурно-исторической спецификой, природно-географическим и ресурсным потенциалом, способствует идентификации территории, формируя положительные образы с целью популяризации места и увеличения туристского потока»; не вполне понятно, что означает постулат о том, что в работе «определены структурно-функциональные характеристики культуры питания жителей Приморского края (с.12) и как он соотносится с культурологическим исследованием; в главе 2, возможно, логичнее было бы расположить параграфы в обратном порядке – и с начала рассмотреть гастрономическую культуру этносов Дальнего востока России с позиций прикладной культурологии, а затем переходить к анализу кулинарного бренда. Такой подход представляется исторически и логически более корректным; в тексте недостаточно четко прослеживается корреляция понятий «повседневная культура» и «праздничная культура». В культурологии представлены разные подходы к соотношению этих понятий – позиция же автора рецензируемой работы остается неясной, в то время как выработка авторского подхода и присоединение к имеющимся помогло бы более глубоко подойти к вопросам формирования территориального бренда; приложения выиграли бы, если бы, помимо эмпирического исследовательского материала, в них были бы включены и материалы иллюстративные – в эпоху визуального поворота они играют весьма существенную роль в формировании бренда территории; в списке использованной литературы довольно много работ, вышедших достаточно давно, а также работ, не являющихся научно-исследовательскими. Если эти источники были необходимы диссертанту для полноты и репрезентативности исследования, то, возможно, следовало бы иначе структурировать сам список. Также вызывает вопросы

достаточно большое количество статей в рецензируемых ВАК изданиях, опубликованных в соавторстве; некоторые формулировки исследования отличаются излишней усложненностью и громоздкостью.

2) ведущей организации – ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова»: положительный, замечания: сам феномен гастрономического туризма, на наш взгляд, неизбежно конфликтует с гастрономической повседневностью. Его амбивалентность – совмещение профанного и сакрального – прочитывается по всем параметрам: структуре, функциям, семантике и прагматике. С одной стороны, стоит отметить сугубо нейтральную размеренную циклическую систему повседневных мирских трапез, в которых, по С.А. Арутюнову, ритуализация приравнена нулю. С другой стороны, ритуализированные трапезы праздника, где каждый гастрономический компонент представлен на пике семиотического статуса, – на наш взгляд, данный вид туризма ближе к празднику (обряду). Любопытны концентрированные аргументы (в тексте исследования содержится ряд рассуждений по указанной проблеме) автора, поскольку он придерживается обратной точки зрения; смущает некоторая нестрогость дефиниций не то «видов» гастрономического туризма, не то самостоятельных форм туристических индустрий, который независимо от типа туризма все содержат гастрономическую компоненту: «Этнографический (аборигенный)», «этнокультурный», «кулинарный» (с. 65-72). Отсюда следует нечеткое обоснование выбора термина «гастрономический туризм» из ряда вышеназванных в качестве формы репрезентации повседневной культуры питания населения Дальнего Востока; в ходе концептуального обоснования развития гастрономического туризма в регионе, В.Г. Ден, определяя тактику и стратегию формирования бренда «Дальневосточная кухня», на наш взгляд, недостаточно последовательна на этапе «продвижения», управления брендом (п. 3.2, с. 163). Возможно, это происходит потому, что не считается (чрезвычайно анонимен) адресат-потребитель, тот самый турист, внутренний и внешний, для которого все затевается.

3) на автореферат: Амгалановой М.В., д-ра культурологии, доцента, доцента кафедры культурологии и искусствоведения ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный институт культуры», положительный, замечания: хотелось бы увидеть более детальные выводы по третьей главе; Федоровой С.Н., канд. культурологии, доцента кафедры Социально-культурного сервиса и туризма ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова», положительный, замечание: по тексту автореферата недостаёт

информации по какому методу осуществлена паспортизация объектов-участников рынка гастрономического туризма на основе продуктов дальневосточной кухни. Из-за этого, на наш взгляд, не получил достаточного раскрытия тезис «определить его (гастрономический туризм) как социокультурную и экономическую форму, актуализированный в современной культуре вид этнокультурного туризма и вид профессиональной социокультурной деятельности, характеризующийся посещением местности с этнокультурным, природным и историческим потенциалом (2 положение, выносимое на защиту); Крыжановской Я.С., д-ра культурологии, доцента, зав. каф. культурологии и музеологии ФГБОУ ВО «Хабаровский государственный институт культуры» положительный, замечание: отсутствие упоминаний в исследовании некоторых работ, безусловно, имеющих прямое отношение к теме исследования. Например, отмечая (на стр. 7 автореферата), что «гастрономические особенности, предпочтения, традиции, обычаи, поверья коренных малочисленных народностей Дальнего Востока и принципы использования территориальных продуктов питания, в том числе в медицинских целях, раскрыты в работах В.В. Подмаскина, В.К. Арсеньева, Е.И. Титова, С.А. Арутюнова», автор почему-то игнорировал гораздо более позднюю монографию Я.С. Иващенко «Семиотика еды (на материале традиционной нанайской культуры)», непосредственно посвященную анализу повседневных и ритуальных пищевых практик коренных этносов региона, выявлению принципов сочетания ингредиентов, изучению технологий приготовления блюд и т.п.; Другое замечание касается стиля изложения, иногда излишне усложненного. Так, формулируя п.б. «основных положений, выносимых на защиту» (стр. 13 автореферата), автор увлекся причастными оборотами, что затрудняет понимание сути высказывания: «дальневосточная кухня как гастрономический феномен, отражающий исторически складывающееся ценностное отношение региональных этносов к предпочитаемым пищевым продуктам, источником которых были преимущественно выращиваемые культуры, дары моря и тайги, результатом чего стали блюда, характеризующиеся смешением исконно русской, восточной и аборигенной культур питания, ставшие обыденными для жителей Дальнего Востока и специфичными и удивительными для жителей других стран и регионов России»; Капкан М.В. канд. культурологии, доцента кафедры культурологии и социально-культурной деятельности ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина» положительный, замечание: Вместе с тем хотелось бы уточнить, какие ценностные, мифологические, эстетические особенности этнической и региональной культуры Дальнего Востока получили

отражение в повседневной культуре питания населения и насколько данные особенности могут быть использованы в построении и продвижении не только гастрономического, но и этнокультурного бренда «Дальневосточная кухня»; Чернова В.А., кандид. ист. наук, доцента кафедры теории и истории государства и права ФГБОУ ВО «Дальневосточный государственный университет путей сообщения» положительный, замечание: не отмечена связь таких видов туризма, как гастрономический и событийный, хотя в мире проводится очень много фестивалей связанных именно с кухней или напитками; Ермак Г.Г., канд. ист. наук, ведущего научного сотрудника ФГБУН Институт истории, археологии и этнографии народов Дальнего Востока ДВО РАН, положительный, замечаний нет; Трипузова М.Г., канд. культурологии, доцента кафедры музыкального образования Педагогического института «ИГУ» ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет» положительный, замечаний нет.

Выбор официальных оппонентов и ведущей организации обосновывается их значительными научными достижениями в области культурологии, соответствием области исследований Ден В.Г. основным направлениям их научной деятельности, отраженным в публикациях по соответствующей исследовательской проблематике, что позволяет профессионально оценить научную и практическую значимость диссертационного исследования.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработана научная идея о повседневной культуре питания, позволившая выделить ее структурно-функциональные характеристики и обосновать специфику элементов пищевого кода дальневосточной гастрокультуры;

предложены оригинальные суждения о роли этнической культуры и гастрокультуры как перспективе развития гастрономического туризма и его использования в геокультурном брендинге территорий;

доказана перспективность использования идеи, рефлексивной взаимодействия и взаимовлияния повседневной культуры питания и гастрономического туризма в развитии и совершенствовании территориального брендинга;

введены новые понятия «дальневосточная кухня», «гастрономический туризм»; уточнены трактовки понятий «территориальный имидж», «территориальный бренд».

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказано положение о сущности гастрономического туризма как социокультурного вида, актуализированного в современной культуре, что вносит вклад в теорию и практику гастрономического туризма;

применительно к проблематике диссертации результативно (эффективно, то есть с получением обладающих новизной результатов) использован комплекс методологических подходов (культурно-антропологический, культурно-географический, исторический, информационный, системный, социологический) и общенаучных методов исследования (анализ, синтез, индукция, дедукция, абстрагирование, конкретизация, типологизация, классификация, анкетирование, сравнительно-сопоставительный, структурно-функциональный, семиотический), позволившие осуществить системный культурологический анализ сущности гастрономического туризма в контексте повседневной культуры питания;

изложены положения, обосновывающие сущность и ресурсный потенциал гастрономического туризма как социокультурной формы, репрезентирующей этническую гастрокультуру, этнокультурной специфики дальневосточной кухни и элементов пищевого кода;

раскрыты противоречия в подходах к трактовке терминов «повседневная культура питания» и «гастрономической культура»; ресурсным потенциалом гастрономического туризма и условиями продвижения территориального имиджа и бренда;

изучен генезис становления повседневной культуры питания в социальном пространстве Дальнего Востока;

проведена модернизация представлений о гастрономическом туризме как инструменте территориального брендинга и отражения культурной идентичности в геокультурном пространстве.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработана и внедрена в практику туристической сферы методика формирования и продвижения гастрономических брендов;

определены перспективы практического использования полученных выводов и положений в программах федерального, регионального государственного регулирования сферы креативных индустрий туризма, совершенствовании технологий территориального брендинга;

созданы модели гастрономического туризма в аспекте бренда «Дальневосточная кухня», включающая элементы (событийные мероприятия, элементы дальневосточной кухни, экскурсионная деятельность, предприятия общественного

питания, гастрономический тур), взаимодействие которых формирует региональная идентичность, отражающие своеобразие и оригинальность территории; а также гастрономического кластера (предприятия общественного питания, предприятия сельского хозяйства и пищевой промышленности, обслуживающие организации и т.д.);

представлены предложения и методические рекомендации для специалистов сферы туризма, используемые в дальнейшем в социокультурной практике и социокультурном проектировании.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

мнения респондентов (жителей Приморского края и руководителей предприятий туристской индустрии) о повседневной культуре питания и современном положении гастрономического туризма. Выполнен анализ объектов гастрономического туризма и проведена их паспортизация;

теория построена на основе анализа и обобщения современной исследовательской литературы, известных, проверяемых фактов по рассмотренной тематике. Выполнен анализ источников официальных сайтов международной кулинарной туристской ассоциации (WFTA), сайтов предприятий торговли и общественного питания, производственных хозяйств, музеев, туристских компаний в сети Интернет, достоверность подтверждается широким кругом различных видов источников, информационными материалами, данными Федеральной службы государственной статистики и Агентства по туризму Приморского края. Автором проработан значительный объем научной литературы на русском и английском языках;

идея базируется на теории повседневности (Э. Гуссерль, Т. Лукман, М. Блок, Л. Февр, А. Шюц, Н. Элиас и др.); повседневной культуры питания и гастрономической культуры (Р. Барт, М. Дуглас, К. Леви-Стросс, С.А. Арутюнов, Ю.В. Аргудяева, Г.Д. Гачев, М.В. Капкан, Л.С. Лихачева, Б.В. Марков, В.В. Подмаскин и др.); территориального имиджа и бренда (С. Анхольт, Д.П. Гавра, И.С. Важенина, Д.В. Визгалов, Ф. Котлер, А.П. Панкрухин и др.); этноса и этничности (Л.Н. Гумилев, Ю.В. Бромлей, Н.Н. Чебоксаров, С.М. Широкогоров); использовано сравнение авторских результатов и данных, полученных исследователями ранее по вопросам повседневной культуры питания (Р. Барт, Э.Контуа, А.Хаук-Лоусон и др.), гастрокультуры (Л.С. Лихачева, М.В. Капкан и др.), гастрономического туризма (И.В. Сохань, К.А. Балынин и др.), территориального имиджа и бренда (И.С. Важенина, Д.С. Визгалов, Д.П. Гавра, А.В. Попова, А.П. Панкрухин и др.);

установлено качественное соответствие полученных соискателем результатов известным в науке теоретическим положениям Э. Гуссерля, А. Шюца, Р.Барта, А. Арутюнова, Ю.В. Аргудяевой, М.В. Капкан, Д.В. Визгалова, В.В. Подмаскина, Л.Г. Ионина, И.Т. Касавина, К.А. Балынина, международной кулинарной туристской ассоциации (WFTA) и др.

использованы современные методы сбора и обработки исходной информации в контексте цели и задач исследования.

Личный вклад соискателя состоит в самостоятельном участии в получении оригинальных научных результатов; проведении эмпирических исследований и паспортизации объектов гастрономического туризма; апробации результатов диссертационного исследования на методологических семинарах и научных конференциях; проведении социологических исследований; подготовке 23 публикаций по результатам проведенного исследования, в том числе 7 – из списка ВАК. Выводы и результаты работы были использованы в рамках разработки краевой «Стратегии развития гастрономического туризма в Приморском крае на основе дальневосточной кухни на период 2021–2025 гг.».

В ходе защиты диссертации были высказаны следующие критические замечания: рекомендовано в последующих исследованиях использовать работы Ю. Хабермаса и Э. Гуссерля и их термин «жизненный мир этноса», которые не нашли свое отражение в автореферате; важно было отразить в автореферате каким образом были использованы в работе, проведенные автором социологические исследования.

Соискатель Ден В.Г. согласилась с первым замечанием на задаваемые ему в ходе заседания вопросы: действительно научные работы Ю. Хабермаса не представлены в списке источников; исследование понятия «жизненный мир этноса» является перспективой дальнейшего исследования. Относительно второго замечания хотелось бы высказать следующее: результаты подробно изложены в тексте диссертации, ограниченный объем автореферата не позволил их представить.

На заседании 4 октября 2022 г. диссертационный совет Д 212.299.06 принял решение. На основании разработанной автором научной идеи о гастрономическом туризме как социокультурной форме, репрезентирующей повседневную культуру питания жителей Дальнего Востока и выступающей инструментом территориального брендинга присудить Ден В.Г. ученую степень кандидата культурологии.

При проведении тайного голосования диссертационный совет в количестве 13 человек, из них 5 докторов наук по специальности 24.00.01 – Теория и история культуры (культурология), участвовавших в заседании, из 19 человек, входящих в состав совета, дополнительно введены на разовую защиту 0 человек, проголосовали: за – 13, против – 0.

Председатель: На этом позвольте заседание диссертационного совета считать закрытым. Спасибо за работу.

Председатель диссертационного совета
доктор социологических наук, профессор



М.Б. Лига

Учёный секретарь диссертационного совета
доктор философских наук, профессор

Е.Ю. Захарова

07 октября 2022 г.