

Кулинарные традиции Владивостока: «пян-се» как символ местной кухни

Ирина Викторовна Лазаренко

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», Владивосток, Россия, iralazarenko301@gmail.com

Аннотация: В статье рассматривается пян-се как региональный бренд, играющий значимую роль в формировании привлекательного образа Владивостока как туристического направления. Пян-се, традиционное блюдо, обладающее уникальными вкусовыми характеристиками и историческими корнями, становится символом местной культуры и гастрономического наследия. Особое внимание уделяется стратегиям привлечения туристов через развитие гастрономического туризма, проведение фестивалей, кулинарных мастер-классов.

Выводы исследования подчеркивают важность интеграции образа пян-се в туристическую инфраструктуру Владивостока как средства повышения конкурентоспособности региона на туристическом рынке. Статья предлагает рекомендации по дальнейшему развитию бренда «пян-се» как элемента культурного и гастрономического туризма, что может способствовать устойчивому экономическому росту и сохранению культурного наследия Владивостока.

Ключевые слова: пян-се, Владивосток, реклама, культурная идентичность, социальные сети, гастрономические фестивали.

Culinary Traditions of Vladivostok: "Pyan-se" as a Symbol of Local Cuisine

Irina V. Lazarenko

Vladivostok State University, Vladivostok, Russia

Abstract: The article examines pyan-se as a regional brand that plays a significant role in shaping the attractive image of Vladivostok as a tourist destination. Pyan-se, a traditional dish with unique taste characteristics and historical roots, becomes a symbol of local culture and gastronomic heritage. Particular attention is paid to strategies for attracting tourists through the development of gastronomic tourism, festivals, and culinary master classes.

The findings of the study highlight the importance of integrating the pyan-se image into Vladivostok's tourism infrastructure as a means of increasing the region's competitiveness in the tourism market. The article offers recommendations for the further development of the pyan-se brand as an element of cultural and gastronomic tourism, which can contribute to sustainable economic growth and the preservation of Vladivostok's cultural heritage.

Keywords: pyan-se, Vladivostok, advertising, cultural identity, social networks, gastronomic festivals.

Пян-се – достопримечательность среди владивостокского фастфуда и стритфуда, о которой пишут в своих книгах писатели, о нем рассказывают всем приезжим, о пян-се мечтают те, кто уехал из Владивостока. Одно время его массово продавали на улицах города женщины с коробами-термосами в характерных, заметных издалека салатовых фартуках.

Горячий корейский пирожок пян-се и напиток "милкис" – один из главных гастрономических брендов Владивостока и, определенно, самый доступный. Это сочетание необходимо для туристов, чтобы почувствовать дух региона.

Пирожок с начинкой из мяса, капусты, лука и специй, иногда с добавлением острой корейской капусты "кимчи".

Откуда произошло появление этого уникального явления во Владивостоке?

В 1980-х годах этнические корейцы из Холмска придумали пирожок под названием Пян-се. В разных регионах он также называется пхёнсу, пян-сё, пигоди или пигода. В 1994 году сахалинец Дмитрий Хван начал сертификацию новой продукции - корейских пирожков, для их продажи во Владивостоке.

В 1995 году ООО "Синэргос" начала продавать пян-се на улицах приморской столицы по цене в три рубля за штуку.

в 1997 году компания "Синэргос" зарегистрировала торговую марку "пян-се", что позволило производителю защищать свои права. Остальные компании, выпускающие продукцию с похожими названиями, были вынуждены платить компенсации за нарушение патентных прав. Например, одна из новосибирских компаний была оштрафована на 200 тысяч рублей за незаконное использование товарного знака.

Роль социальных сетей и медиа:

Пирожок "Пян-се" стал популярной местной особенностью во Владивостоке. О нем говорят в книгах и передачах о Приморье, его пробуют журналисты и блогеры из столицы, выпускают сувениры с его изображением, а художники рисуют завтраки владивостокцев.

Реклама пян-се блогерами в социальных сетях популяризовала его среди молодежи, вызывая интерес к посещению Владивостока и его местной кухни. Телеканалы СТС и Пятница также активно продвигают этот продукт. Популярные travel-шоу о Владивостоке позволяют распространить культурные традиции города среди разных поколений. Благодаря интересному контенту и влиятельным рекомендациям, пян-се стал не только гастрономическим трендом, но и частью культурной идентичности города.

Фестивали и мероприятия, посвященные кулинарным удовольствиям.

Во Владивостоке часто проводят гастрономические события и фестивали, которые способствуют популяризации города как гастрономической столицы Дальнего Востока.

Во Владивостоке в 2019 году прошел первый фестиваль местных брендов - милкиса и пян-се. Участники получали бесплатно продукцию от амбассадоров фестиваля и принимали участие в конкурсах. В рамках мероприятия проводилось соревнование по поеданию пян-се на скорость, а также повара делились секретами приготовления этого блюда.

Турниры по поеданию пян-се и пянсебол тоже достаточно популярны. В рамках фестиваля корюшки был представлен новый вид спорта - пянсебол. В 2023 году прошел первый чемпионат по метанию гастрономического символа. На матч были сделаны тканевые мячики в виде пухляшней с косичкой. Цель игры - перекидывать пян-сы на поле противника за полторы минуты.

Мероприятия, такие как турниры, фестивали и игры, проводимые в городах, используются для привлечения туристов и повышения репутации места как гастрономического центра.

«Пянсе» определенно уже является неотъемлемой частью культурного наследия города, отражая уникальные традиции и обычай. Для местных жителей этот бренд служит одним из маркеров региональной идентичности. Для туристов пянсе представляет собой интересный элемент местной кухни и культуры. Популяризация "пянсе" с помощью медиапространства (гастрономические шоу; кулинарные мастер-классы и др) может способствовать развитию местного бизнеса, включая рестораны, кафе и магазины, предлагающие это блюдо.

Формирование региональных брендов еды играет ключевую роль в идентификации и культурном наследии определенных территорий. Уникальные продукты и блюда становятся не только символами региона, но и важными элементами его экономики и туризма (например, тульский пряник, сибирские пельмени, астраханская икра, «Приморский кондитер» и др.)

Одним из возможных направлений для будущих исследований в области гастрономии и культурных традиций во Владивостоке является изучение влияния рекламных стратегий на популяризацию блюд, таких как пян-се. Анализ успешных рекламных кампаний, связанных с популяризацией пян-се, что поможет выявить эффективные подходы для дальнейшего продвижения культурных традиций и гастрономических особенностей Владивостока.

Список источников:

1. ЛЕГЕНДА ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО ФАСТ-ФУДА – ПИРОЖОК НА ПАРУ «ПЯН-СЕ» // Патентное бюро. Юр.ПАТЕНТ, URL: <https://www.s-tm.ru/> (дата обращения: 28.02.2025).
2. Пянсе и милкис // Живое наследие URL: <https://livingheritage.ru/brand/primorskij-kraj/pyanse-i-milkis> (дата обращения: 28.02.2025).
3. «Ради этого стоит ехать во Владивосток» // PRIMPRESS, URL: <https://primpress.ru/article/106023> (дата обращения: 28.02.2025).
4. Пян-се // Открой Владивосток, URL: <https://vladivostok.travel/food/pian-ce/> (дата обращения: 1.03.2025).
5. Как пян-се из Владивостока покорило всю страну // МК.RU, URL: <https://vlad.mk.ru/articles/2016/02/10/kak-pyanse-iz-vladivostoka-pokorilo-vsystru-stranu.html> (дата обращения: 01.03.2025).
6. Пян-се – легенда владивостокского фастфуда // PrimaMedia, URL: <https://primamedia.ru/news/496596/> (дата обращения: 02.03.2025).
7. Пянсебол — новый вид спорта представили на фестивале корюшки // Dzen, URL: <https://dzen.ru/a/Y-nGa9gHYxjBoRUs> (дата обращения: 03.03.2025).
8. Пянсе и милкис // Живое наследие, URL: <https://livingheritage.ru/brand/primorskij-kraj/pyanse-i-milkis> (дата обращения: 03.03.2025).
9. *Ларин, И. В. Кулинарные традиции Дальнего Востока: от сибирских пельменей до корейских пирожков**. Москва: Издательство “Наука”, 2018, с. 45-67.

10. Черненко, Л. С. Фестивали как способ промоции гастрономического туризма: опыт Владивостока // Научный журнал о туризме и гастрономии. - 2022. - №4(1). - с. 51-61.

Информация об авторе

И.В. Лазаренко — студент ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет», Научный руководитель: Грибанов Р.И., доцент кафедры международных отношений и права, ФГБОУ ВО «ВВГУ», 690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41

УДК 070

Социальная реакция на преступления: отражение в медиа общественного мнения

Дарья Андреевна Лугинина

Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург, Россия, luginina00@list.ru

Аннотация: В данной статье исследуется влияние средств массовой информации (СМИ) на формирование мнений в обществе. Отмечается важность сенсационных и предвзятых новостей, а также их роль в восприятии преступлений обществом.

В основном выделяются два ключевых типа освещения криминальных событий в СМИ: тяжелые новости и расследования, которые играют важную роль в информировании населения. У каждого из этих типов есть свои особенности, которые влияют на то, как воспринимаются преступления. Рассматриваются четыре главные реакции общества на криминальные события: