

УДК 392.81(=161.2):304.2]:316.75“20”
DOI <https://doi.org/10.15407/mue2024.23.060>

БОНДАРЕНКО ГАЛИНА

кандидатка історичних наук, провідна наукова співробітниця відділу «Український етнологічний центр» Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського НАН України (Київ, Україна).

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3448-494X>

BONDARENKO HALYNA

a Ph.D. in History, a chief research fellow at the *Ukrainian Ethnological Centre* Department of M. Rylskyi Institute of Art Studies, Folkloristics and Ethnology of the National Academy of Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine).

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3448-494X>

Бібліографічний опис:

Бондаренко, Г. (2024) Українська кухня як сучасний ідентифікаційний маркер. *Матеріали до української етнології*, 23 (26), 60–64.

Bondarenko, H. (2024) Ukrainian Cuisine as a Modern Identification Marker. *Materials to Ukrainian Ethnology*, 23 (26), 60–64.

© Видавництво ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2024. Опубліковано на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

УКРАЇНСЬКА КУХНЯ ЯК СУЧАСНИЙ ІДЕНТИФІКАЦІЙНИЙ МАРКЕР

Анотація / Abstract

У статті висвітлено зв'язок між кулінарними традиціями та ідентичністю українців; з'ясовано, що їжа може слугувати за маркер ідентичності, сприяючи побудові системи зв'язків і взаємопідтримки в спільноті. Гастрономічна практика пов'язує людей з їхньою культурною спадщиною, історією, всією сукупністю набутих етносом знань, цінностей і практик. Соціальний, культурний, символічний статуси їжі в харчових звичках сприяють збереженню національної ідентичності. До національної культурної спадщини належать і традиційні та регіональні продукти. Утрата їх через окупацію частини державних територій росією сприймається болісно саме через знаковість деяких із них (до прикладу, херсонських кавунів, мелітопольської черешні). Автори культурно-антропологічних досліджень емігрантських спільнот акцентують увагу на важливості харчових практик у формуванні їхньої спільної етнічної ідентичності, вважають, що вона має першорядне значення для формування поглядів мігрантів на власну історію. У зв'язку з війною, вимушеною міграцією 8 млн населення України роль їжі як ідентифікаційного маркера в їхньому житті актуалізувалася. Результати наших досліджень адаптації українських біженців до умов проживання в Польщі, Німеччині, США, Швеції, Австралії засвідчують важливість збереження українцями-переселенцями повсякденних харчових практик і наявності звичних продуктів у раціоні. В умовах війни зростає значення символічно-комунікаційної функції їжі. Українці за кордоном разом святкують календарні свята, День Незалежності. Також організовують дегустації українських страв для представників приймаючих спільнот (на родинному, сусідському, громадському рівнях), які розглядаються як промоція рідної культури. Найпоширеніші страви – борщ, вареники, голубці, деруни, пиріжки. Страви національної кухні використовуються і в сучасній культурній дипломатії: їх готують для прийомів у посольствах, на благодійних заходах українських громад, що сприяє формуванню позитивного іміджу країни.

Ключові слова: українська кухня, маркери ідентичності, мігранти, культурна дипломатія.

The connection between culinary traditions and Ukrainian identity is described in the article. It is found out that food can be a marker of identity, helping to develop a system of connections and mutual support in the community. Gastronomic practice unites people with their cultural heritage, history, and the totality of knowledge, values, and practices acquired by an ethnic group. The social, cultural, symbolic status of food in eating habits contribute to the preservation of national identity. The national cultural heritage includes also traditional and regional products. Their loss because of the occupation of part of the country's territories by Russia is perceived painfully precisely due to the iconic nature of some of them (for example, Kherson watermelons, Melitopol cherries). The authors of cultural and anthropological studies of emigrant communities emphasize the importance of food practices in shaping their common ethnic identity, believing that it is of paramount importance for the formation of migrants' views on their own history. The significance of food as an identification marker in the lives has become more important because of the war and the forced migration of 5 million people in Ukraine. The results of our research on the adaptation of Ukrainian refugees to living conditions in Poland, Germany, the United States, Sweden, and Australia show the importance of maintaining the daily food practices and the availability of familiar products for Ukrainian immigrants. The symbolic and communicative functions of food are increasingly important in the times of war. Ukrainians abroad celebrate calendar holidays and Independence Day together. Tastings of Ukrainian dishes are held for representatives of the host communities (at the family, neighbourhood, and community levels). They are considered as a promotion of native culture. The most common dishes are borsch, varenyky, cabbage rolls, potato pancakes, and pies. National dishes are also used in modern cultural diplomacy. They are cooked for receptions in embassies and at charity events of Ukrainian communities, which contributes to the formation of a positive image of the country.

Keywords: Ukrainian cuisine, identity markers, migrants, cultural diplomacy.

У статті здійснено спробу розкрити роль української кухні як сучасного ідентифікаційного маркера в житті українських вимушених біженців за кордоном. Кулінарні традиції народу пов'язують людей з їхніми матеріальними й духовними надбаннями, історією, усією сукупністю набутих етносом знань, цінностей і досвіду. Війна в Україні зумовила процеси трансформації особистих, колективних ідентичностей населення. У суспільстві посилюється запит на знання власної історії, культури, зокрема й гастрономічної спадщини, що від радянських часів пройшла тривалий шлях від навмисного знецінення до валоризації. Саме харчові практики часто становлять основу туристичної привабливості окремих населених пунктів, районів, формують почуття локальної культурної ідентичності. З ініціативи різних місцевих громад до Національного переліку нематеріальної культурної спадщини увійшло 23 регіональних страви. До репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО 22 липня 2022 року внесено елемент «Культура приготування борщу». Свого часу ця подія набула великого міжнародного розголосу у ЗМІ через претензії росії на право вважатися історичною батьківщиною борщу. Про популярність українського відеоконтенту, присвяченого регіональній кухні, свід-

чить масове поширення в соціальних мережах авторських каналів цієї тематики (ютуб-канал Костянтина Грубича, «Наші бесаги», «Authentic food», «Автентична українська кухня»). З'явилася низка наукових і науково-популярних видань із цієї тематики [1; 5; 6].

Традиційні та регіональні продукти також є частиною національної культурної спадщини. У цьому контексті варто говорити про теруар. Це поняття ще мало використовується у вітчизняних етнологічних розвідках, визначається як смак, що його набувають продукти завдяки властивостям ґрунту, мікроклімату, а також специфічним методам їхньої обробки. Від часу окупації росією частини територій України зі споживчого кошика населення зникло чимало таких продуктів. Неможливість споживання херсонських кавунів, мелітопольської черешні сприймається болісніше й через їхню знаковість. Нещодавно з'явилася інформація, що 12 липня 2024 року відповідними інституціями рф було зареєстровано бренд «Мелітопольська черешня» як власний на так званих нових регіонах країни [4]. Інформаційний спротив представників української спільноти за кордоном викликають назви вареників «Pierogi ruskie» на прилавках польських торгових мереж.

Закордонні культурні антропологи ще у 1960–1970-х роках установили поняття

кухні як семіотичної системи, своєрідної мови. Дехто з авторів, які вивчають роль їжі крізь призму ідентичності мігрантів, стверджують, що із втратою спільнотою рідної мови (ідеться про корейську діаспору в Німеччині) саме їжа маркує її етнічну приналежність [9]. Питання функціонування етнічних кулінарних традицій у мультикультурних спільнотах нині важливе як із погляду захисту кулінарної спадщини та культурної ідентичності окремих народів, так і з економічних причин. За матеріалами преси європейських країн, цікаві результати дослідження цієї проблематики були нещодавно опубліковані у числі «Australia and New Zealand Journal of European Studies» [7]. Щоби з'ясувати роль харчових традицій як маркера ідентичності українських вимушених біженців, нами проводилися опитування (через соцмережі) українців, які нині перебувають у Польщі, Німеччині, Словаччині, США, Швеції, Австралії. Опитано 70 осіб. Джерельною базою розвідки стали також результати моніторингу Інтернет-ресурсів українських спільнот за кордоном. За даними Агенції ООН у справах біженців, на 15.02.2024 року в усіх країнах Європи зареєстровано 6 млн українських мігрантів.

Відтворюючи відчуття дому під час приготування та споживання звичної їжі, мігранти намагаються впоратися з соціальною дезорієнтацією, психологічним дискомфортом, що виникають у разі переїзду на нове місце проживання. Необхідність готувати їжу призводить до контактів з іншим культурним середовищем, де відбувається пошук звичного та усталеного раніше. На думку Фабіо Парасеколі (Fabio Parasecoli), «їжа не лише відіграє центральну роль у формуванні спільної ідентичності, яку приймаюча громада називає «етнічною»; вона також має першорядне значення для формування поглядів мігрантів на власну історію. У межах тієї самої групи населення минуле може проєктуватися як досконалість і щастя, де їжа була здоровішою і смачнішою або ж запам'ятовуватися як час, позначений голодом і позбавленнями» [8, с. 425]. За нашими спостереженнями, для більшості українців їжа, яку вони споживали вдома, однозначно видається смачнішою. Як пояснюють опитані, насамперед – через інший смак продуктів. Свідчення про голод

і позбавлення від нього стосуються лише тих українців, які виїхали з окупованих територій або перебували безпосередньо поряд з лінією фронту. У більшості європейських країн у продажу є майже всі звичні продукти, з яких самостійно можна готувати страви такі ж, як і в Україні. Складнішою є ситуація з пошуком окремих продуктів у США та азійських країнах. Скажімо, дефіцитом у США є щавель, кисломолочний сир, а соняшникова олія значно дорожча за арахісову, у Китаї ж важко знайти буряк.

Доволі дефіцитним продуктом за кордоном є сало. В Україні споживання сала насправді не є культурним маркером. Цей продукт, що має високу енергетичну цінність, вживається як підбідок у повсякденній їжі. Його ідентифікаційна роль гіперболізувалася у сміховій культурі, популяризувалася закладами громадського харчування. За межами країни «справжнє українське сало» вже стало таким маркером: *«Такого, як у нас, ви ніде не купите. Тут, у Польщі можна знайти сало на ринках, але воно зовсім не таке»* (Надія, 45 років, м. Вроцлав, Польща); *«Американський бекон чи свинина, що тут продається, це зовсім не те. Я не такий салоїд вдома, а тут прямо хочеться шматочок нашого справжнього сала»* (Ірина, 26 років, м. Метьюз, США). У місцевих чатах на вайбері чи в телеграмі українці діляться хитрощами – як цей продукт можна провезти через митницю (до прикладу, заховавши його серед речей, упакувавши у пакет з-під соку тощо). Українці з м. Шарлот (штат Північна Кароліна, США) вважають, що сало, більш схоже на українське, можна купити в амішів (представників релігійної спільноти, які ведуть натуральне господарство). Про дату його появи на місцевому ринку повідомляють у фейсбук-групі «Українці Каролін». Ресторанна мода подавати до борщу нарізане шматочками чи перемелене з часником сало вважається вже певним кулінарним каноном, хоч у традиційній кухні його не існувало. Шеф-кухар Юрій Ковриженко на своїй сторінці у фейсбуці розповів, що, презентуючи українську кухню для дипломатичного корпусу в одній з арабських країн, з огляду на конфесійні обмеження приготував сало до борщу з кокосу, попередньо замаринувавши його з часником і кропом.

Приготування та доставляння страв національної кухні для багатьох українок у США та країнах Європи стали джерелом заробітку. В асортименті пропозицій – вареники, налисники, голубці, пиріжки з різними начинками, торти. Попитом користуються також страви радянської кухні, наприклад, салати «Оселедець під шубою», «Олів'є». Ці страви є також у меню багатьох ресторанів за кордоном, що позиціонують себе як ресторани української кухні. Збільшення кількості українських мігрантів за кордоном сприяло популяризації страв української кухні. Попри всі обмеження щодо поширення іноетнічної кулінарної спадщини, що існують у країнах Європейського Союзу, українська їжа тут поволі комерціалізується. Українські підприємці-біженці відкривають кафе, ресторани української кухні. У деяких країнах (Канаді, Молдові, Німеччині, Словаччині, Польщі) функціонує франшиза відомої в Україні мережі напівфабрикатів «Галю Балувана», що спеціалізується на традиційних стравах. Співзасновник бренду Володимир Матвійчук вважає це антикризовою політикою компанії, створеної для того, щоб дати можливість українцям і українкам мати джерело стабільного доходу за кордоном [3]. Кулінарні навички та знання допомагають мігрантам зайняти соціальні та економічні позиції на території, що початково була чужою, іншою, перетворити членів приймаючої громади на споживачів їхньої продукції.

В умовах війни зростає значення символічно-комунікаційної функції їжі. У родинних українських біженців домашню, «свою», їжу готують, підтримуючи так відчуття дому, особисту ідентичність. На ринку послуг нині працюють перевізники, які можуть привезти з України продукти, спеції, ласощі, яких тут бракує. У змішаних шлюбах українки готують для чоловіків-іноземців (британців, корейців, французів, американців) українські національні страви. У мережах «ТікТок», «Фейсбук», «Інстаграм» набувають популярності відео з частуванням

чоловіків-іноземців, які висловлюють думку щодо смаку їжі, запропонованої дружинами-українками. Найчастіше готуються борщ, голубці, деруни, налисники, сирники, пиріжки, вареники з різними начинками, бануш, домашня ковбаса – страви отримують схвальні відгуки. Незвичними й неприйнятними для власного харчування іноземці найчастіше (за матеріалами відео, а це 7 із 10 випадків) вважають холодець, оселедець під шубою. Зазначимо, що відбувається також обмін кулінарними знаннями: українці освоюють місцеві харчові практики. Харчова комунікація українських мігрантів у приймаючих спільнотах відбувається на родинному, сусідському, дружньому рівні. Крім цього, поширені громадські форми такої комунікації. З нагоди відзначення Дня Незалежності України, Дня вишиванки, різних українських календарних свят у населених пунктах, де мешкають українці, проводяться публічні заходи, щоб привернути увагу до військових подій, які відбуваються в Україні. Традиційними на таких заходах вже стали благодійні ярмарки, на яких збираються кошти для ЗСУ та потреб мирного населення в Україні. Учасники української спільноти готують вдома або на місці святкової локації борщ, вареники, голубці, іншу їжу, яку можуть придбати всі охочі. У кожній громаді вже є свої майстри з приготування тієї чи тієї страви [2, с. 48]. Таке долучення громадян країни проживання до української їжі українські мігранти сприймають як промоцію рідної культури за кордоном.

Харчові практики вже давно стали частиною культурної дипломатії. Презентації страв національної кухні на святах у посольствах України за кордоном чи під час благодійних заходів українських громад сприяють формуванню позитивного іміджу нашої країни. Такі події дозволяють бути в інформаційному полі, привертаючи увагу міжнародної спільноти до проблеми загрози самотутній культурній спадщині народу в умовах війни.

Джерела та література

1. Бондаренко Г. Локальна гастрономічна спадщина у сучасних наукових дослідженнях: теоретико-прикладні аспекти. *Шості Череванівські наукові читання (на пошану професора А. С. Череваня)* : зб. наук. ст. Вип. VI. Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2022. С. 161–169.

2. Бондаренко Г. Stand with Ukraine: українці Кароліни. *Матеріали до української етнології*. Київ, 2023. Вип. 22 (25). С. 43–50. DOI : <https://doi.org/10.15407/mue2023.22.043>.
3. За кордоном – це вільна ніша: відома мережа «Галя Балувана» виходить на європейський ринок і продає франшизу. *ВолиньПост*. 8 грудня 2022 року. URL : <https://www.volynpost.com/articles/2170-za-kordonom--ce-vilna-nisha-vidoma-merezha-galia-baluvana-vyhodyt-na-ievropejskyj-rynok-i-prodaie-franshyzu-umovy>.
4. Кацімон О., Довгоп'ята Д. «Мелітопольська черешня»: Росія привласнила український бренд. Далі – «Херсонський кавун»? *Радіо Свобода*. 22 липня 2024 року. URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-rosiya-krade-brend-melitopolska-chereshnya-dali-khersonskyi-kavun/33045055.html>.
5. Тодер Р. «Висока» кухня, або В горах їстимуть добре. Про закарпатську горянську гастрономію. Київ : Осмук С. Б., 2020. 351 с.
6. Чабан А. Щедрий стіл Середньої Наддніпрянщини. Черкаси : Вертикаль, видавець Кандич С. Г., 2017. 320 с.
7. Anderson L., Benbow H. M., Manzin G. Europe on a Plate: Food, Identity and Cultural Diversity in Contemporary Europe. *Australia and New Zealand Journal of European Studies*. 2016. Vol. 8. URL : <http://www.eusanz.org/ANZJES/index.html>.
8. Parasecoli F. Food, Identity, and Cultural Reproduction in Immigrant Communities. *Social Research: food and immigrant life*. 2014. Vol. 81. No. 2. P. 415–439. DOI : <https://doi.org/10.1353/sor.2014.0015>.
9. Suin Roberts. Identity markers among Koreans in Germany and the United States: Language loss and food preferences. *Migration and Language Education*. 2023. № 4(2). P. 1–18. URL : <https://doi.org/10.29140/mle.v4n2.1308>.

Reference

1. BONDARENKO, Halyna. Local Gastronomic Heritage in Modern Scientific Studies: Theoretical and Applied Aspects. *The Sixth Cherevan Scientific Readings (To Honor Professor A. S. Cherevan): Collected Scientific Articles*. Poltava: V. H. Korolenko Poltava National Pedagogical University, 2022, pp. 161–169 [in Ukrainian].
2. BONDARENKO, Halyna. Stand with Ukraine: Ukrainians of the Carolinas. *Materials to Ukrainian Ethnology*, 2023, 22 (25), pp. 43–50. DOI : <https://doi.org/10.15407/mue2023.22.043> [in Ukrainian].
3. ANON. Abroad is a Free Niche: The Well-Known *Halia Baluvana* Chain Enters the European Market and Sells a Franchise. *VolhyniaPost*, December 8, 2022 [online]. Available from: <https://www.volynpost.com/articles/2170-za-kordonom--ce-vilna-nisha-vidoma-merezha-galia-baluvana-vyhodyt-na-ievropejskyj-rynok-i-prodaie-franshyzu-umovy> [in Ukrainian].
4. KATSIMON Olha, Daryna DOVHOPIATA. "Melitopol Cherry": Russia has Appropriated the Ukrainian Brand. Next – "Kherson Watermelon"? *Radio Liberty*, July 22, 2024 [online]. Available from: <https://www.radiosvoboda.org/a/novyny-pryazovya-rosiya-krade-brend-melitopolska-chereshnya-dali-khersonskyi-kavun/33045055.html> [in Ukrainian].
5. TODER, Roman. "High Cuisine" or They will Eat Well in the Mountains. *About the Transcarpathian Highland Gastronomy*. Kyiv: Osmuk S. B., 2020, 351 pp. [in Ukrainian].
6. CHABAN, Anatolii. *Generous Table of the Middle Over Dnipro Lands*. Cherkasy: «Vertical», publisher Kandych S. H., 2017, 320 pp. [in Ukrainian].
7. ANDERSON, Lara, Heather Merle BENBOW, Gregoria MANZIN. Europe on a Plate: Food, Identity and Cultural Diversity in Contemporary Europe. *Australian and New Zealand Journal of European Studies*, 2016, vol. 8 (1) [online]. Available from: <http://www.eusanz.org/ANZJES/index.html> [in English].
8. PARASECOLI, Fabio. Food, Identity, and Cultural Reproduction in Immigrant Communities. *Social Research*, 2014, vol. 81, no. 2, pp. 415–439. DOI : <https://doi.org/10.1353/sor.2014.0015> [in English].
9. ROBERTS, Suin. Identity Markers among Koreans in Germany and the United States: Language Loss and Food Preferences. *Migration and Language Education*, 2023, vol. 4, no. 2, pp. 1–18. <https://doi.org/10.29140/mle.v4n2.1308> [in English].

Отримано / Received 03.09.2024

Рекомендована до друку / Recommended for publishing 10.12.2024