«ОН ВЕСЬ ОДНА БОЛЬШАЯ ТРАДИЦИЯ»

РУССКАЯ КУХНЯ — ПОНЯТИЕ ЕМКОЕ: ЭТО И СОВЕТСКАЯ (В НАШЕМ ГОРОДЕ — ЛЕНИНГРАДСКАЯ), И ДОРЕВОЛЮЦИОННАЯ (ИМПЕРСКАЯ, ПЕТЕРБУРГСКАЯ), И МОСКОВСКАЯ, И КУХНЯ ДРУГИХ РЕГИОНОВ В РАЗНЫЕ ВРЕМЕНА. ВАЖНО ТО, КАК БЛЮДО ПРИГОТОВЛЕНО: ВКУСНО, КАЧЕСТВЕННО И КРАСИВО, УВЕРЕНА УПРАВЛЯЮЩИЙ РЕСТОРАНА «РУССКАЯ РЮМОЧНАЯ №1» МАРИЯ КОЛЯКИНА.

ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

GUIDE: «Русская рюмочная № 1» работает уже десять лет, по нынешним меркам это довольно много.

МАРИЯ КОЛЯКИНА: И это повод для гордости. На мой взгляд, успех вызван прежде всего удачной концепцией, совмещающей ресторан традиционной русской кухни и музей национального русского напитка. Этот симбиоз двух форматов делает «Русскую рюмочную № 1» востребованной и популярной среди огромного количества очень разных гостей.

G: Кстати о гостях. Кто они?

М. К.: По понятным причинам, ресторан всегда интересен иностранцам: любовь к нашему национальному напитку не угасает, а только возрастает. То же можно сказать и об интересе к традиционной аутентичной русской кухне. Что касается наших соотечественников — москвичей, петербуржцев, сибиряков,— то здесь работает другой механизм. Я бы назвала его ностальгическим: в музее и ресторане создана такая атмосфера, где каждый находит что-то знакомое из детства, из юности, из увиденного или прочитанного. Мы то и дело слышим от гостей: вот такие рюмки стояли у бабушки в буфете, вот такую марку мы на троих распивали в таком-то году, вот точно такой вкус был у рыбы, которую мы сами ловили и солили в стройотряде… В нашем музее экскурсия — это не рассказ о напитке, а рассказ о нашей жизни, истории, культуре. Этот момент очень важен. Ведь человек ходит в ресторан не за едой и напитками, а за атмосферой — за эмоциями, за настроением.

G: Кто или что создает эту атмосферу?

М. К.: Атмосфера — это комплексная вещь, и создается она всеми участниками ресторанной жизни. Важно все: начиная от улыбки хостес, которая вас встречает, и заканчивая тем, с каким выражением лица надевает на вас пальто гардеробщик, когда вы уходите. Тут нельзя ошибиться ни на каком этапе.

G: Большую роль играют официанты…

М. К.: Безусловно. Этот момент тоже отличает нас от большинства игроков ресторанного рынка. Во-первых, согласно концепции, все наши официанты (а также бармены и менеджеры) — мужчины: ведь в дореволюционных ресторанах женщины работать не могли. Во-вторых, большинство из них — люди зрелого возраста. Потому что наши гости — тоже люди достаточно взрослые, и им гораздо комфортнее, когда с ними работают люди их поколения: им проще найти общий язык, они помнят и любят примерно одни и те же вещи. Это тоже очень располагает. И в-третьих, многие уже очень давно работают в нашем ресторане. Это тоже часть атмосферы, когда ты приходишь если не к самым близким, то к хорошо знакомым, близким по духу людям. А не то, что каждую неделю тебя встречают новые лица.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

G: Есть ли еще какие-то традиции?

М. К.: У нас такой ресторан — он весь одна большая традиция. Для меня было важнее сформировать у наших гостей традицию посещать его. У нас есть традиционные праздники. В частности, мы ежегодно отмечаем День граненого стакана — это наш самый большой праздник и повод сказать спасибо нашим постоянным гостям. Еще День рождения водки 31 января. Мы очень трепетно относимся к выбору тех или иных мероприятий и акций. Стараемся отмечать старинные русские праздники: обязательно Рождество, Пасху, Масленицу, День Ивана Купалы. Из светских — 9 мая, 23 февраля, старый Новый год.

G: Только русская кухня — довольно жесткое ограничение. Каково было, когда все хотели «Цезарь» или суши?

М. К.: Согласна, жестко. Но в том и ценность нашего заведения, что мы не «повелись», когда все стали вводить «Цезарь», суши, вок и прочее. Мы остались в рамках концепции, веря в то, что она правильная, грамотная. А беготня за модными трендами имеет временный характер. Если бы мы в свое время тоже начали скатываться на какие-то «эксперименты», стали бы среднестатистическим рестораном с 40 страницами меню, из которого невозможно выбрать. Это не концепция, это просто еда. А у нас гости знают, за чем приходят, что получат,— и они это ценят.

G: А откуда берутся новинки в таких строгих рамках?

М. К.: Наш шеф-повар Андрей Власов очень любит поискать в старинных сборниках неизвестные рецепты блюд. Но, как правило, реализовать их на практике точь-в-точь как было не удается: за века изменились продукты (чего-то просто не найти), вкусовые пристрастия, привычки. В этом и заключаются мастерство и талант шеф-повара: заменить что-то таким образом, чтобы блюдо заиграло новыми красками, но суть осталась прежней. Изобрести что-то новое сложно — и, как правило, не нужно: русская кухня очень многогранна, богата и разнообразна.

G: Насколько обновилось меню за эти десять лет?

М. К.: У нас есть сезонные предложения (осенью — грибы, весной — корюшка), иногда мы вводим позиции под мероприятия (например, блины на Масленицу) — чтобы гости не заскучали. Но основной костяк блюд и их качество остаются абсолютно неизменными. И это тоже отличительная особенность нашего ресторана. Если гость десять лет назад (условно) впечатлился нашей «Пожарской» котлетой, он может быть уверен, что и сегодня получит такую же. Того же вкуса, того же оформления, с тем же соусом. Эта уверенность в завтрашнем дне нашего гастрономического подхода подкупает гостей.

G: Удалось ли изменить стереотипы по поводу «рюмочной»?

М. К.: Не сразу всем был понятен наш порыв в отношении крепкого алкоголя. Но нас есть культурная составляющая — музей. Когда гости приходят, мы рассказываем им богатейшую, древнейшую историю национального напитка, показываем дегустацию — в хорошей посуде, с хорошей закуской, и они меняют свое отношение. Иногда приходят с мнением «да я 40 лет это пью, что вы можете мне рассказать, это я вам сам расскажу», а выходят с абсолютно другим ощущением и отношением к напитку и кухне.

G: Не планируете расширяться?

М. К.: Мы очень надеемся рано или поздно увидеть «Русскую рюмочную № 1» в Москве. Это обусловлено не столько нашим желанием, сколько желанием москвичей. Потому что, несмотря на огромное количество точек общепита в Москве, такого формата заведения у них нет. Ресторан может быть каким угодно крутым, дорогим, вкусным — но человек должен любить заведение всей душой и хотеть туда вернуться, привести друзей и родных.

G: Можно ли управлять гастрономической модой: прививать вкусы, популяризировать те или иные гастрономические направления?

М. К.: Прививать вкус, любовь к качественным продуктам, к правильной классической русской кухне можно и нужно. И то, что сейчас происходит, мне очень импонирует. Мы очень долго играли в какие-то японские, итальянские, паназиатские, молекулярные кухни. Потом очнулись и поняли, что и в своем отечестве есть чем гордиться. Появились фестивали, в которых мы с удовольствием принимаем участие.

G: Фестивальные блюда разрабатываются отдельно?

М. К.: Нет. Мы пробовали готовить блюда специально для фестивалей, но отказались от этой практики. По одной простой причине: если на фестивале гость попробовал блюдо, а в ресторане его нет — это нехорошо. Сейчас мы из меню ресторана выбираем блюда, подходящие под концепцию фестиваля. И все, что мы представляем на фестивалях, можно попробовать и тут a la carte, а не дегустационным сетом.

G: Сейчас что-то происходит с русской кухней? Будут ли шедевры нашего времени?

М. К.: Думаю, да. Сейчас появляется огромное количество талантливых молодых шеф-поваров, которые выросли и были воспитаны в правильной гастрономической культуре. Они имеют базу, основанную на традиционных классических рецептурах, и стараются что-то изобретать, придумывать, менять. Рано или поздно эти старания к чему-то приведут. Я думаю, что спустя 100 лет наши потомки будут любить блюда, которые приготовлены и придуманы нашими современниками. ■