

ШТУДИИ

DOI 10.37386/2305-4077-2024-1-169-183

В. А. Ермолаев¹

Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия (Кемерово)

ГАСТРОНОМИЯ КАК СИМВОЛИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

В статье рассматривается гастрономия/гастрономическая культура как символический феномен.

Символизм гастрономической культуры отражает особенности той или иной эпохи развития человечества и отдельного государства. Так, первобытные люди, поедая мясо хищника, приобретали его силу, отсюда символ пищи – сила; и т.д., или в советский период, когда символы и знаки гастрономической культуры отражали существовавший в то время политический строй.

Гастрономическая культура с лингвокультурологической точки зрения представляет собой некоторый набор характерных групп слов, которыми обозначаются символы, знаки и коды гастрономической культуры. Именно в символическом характере указанной культуры, выраженной символами и знаками, важнейшее отличие самой культуры от ее составляющих (например, кулинарии), принимаемых обывателями за гастрономию.

Ключевые слова: гастрономическая культура, символизм, знаковая система, глuttonический код, лингвокультурологическая точка зрения

V. A. Ermolaev

State Agricultural Academy (Kemerovo)

GASTRONOMY AS A SYMBOLIC PHENOMENON

The article considers gastronomy/gastronomic culture as a symbolic phenomenon. Within the framework of intercultural communication the attitude to food is expressed symbolically as well. The symbolism of gastronomic culture reflects the peculiarities of a particular epoch in the development of both mankind and a separate state. Thus, primitive people, eating the meat of a predator, acquired its strength, hence strength became the symbol of food; etc., or in the Soviet period the symbols and signs of gastronomic culture reflected the existing political system.

From linguistic and cultural point of view, gastronomic culture is a certain set of characteristic groups of words that denote symbols, signs and codes of gastronomic culture. It is in the symbolic nature of this culture, expressed by symbols and signs, that the most important difference between culture itself and its components (for example, cooking), which are taken by ordinary people for gastronomy.

Keywords: gastronomic culture, symbolism, sign system, glutton code, linguistic and cultural point of view

¹ Владимир Александрович Ермолаев – доктор технических наук, доцент, профессор кафедры биотехнологии и производства продуктов питания, ФГБОУ ВО Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия (Кемерово). E-mail: ermolaevv1a@rambler.ru.

Исследование гастрономической культуры и гастрономических практик – тема достаточно новая для гуманитаристики, поэтому в работах, посвященных этому, отсутствуют сложившиеся методологические традиции, а также базовые теории гастрономической культуры.

Гастрономическим практикам не уделялось серьезного внимания со стороны научной рефлексии, очевидно потому, что феномен гастрономического видится случайным и нерелевантным магистральным задачам человеческого существования, а ведь именно в кажущейся незначимости гастрономических практик и заключается их смысл как базовых регуляторов жизни². В исследованиях гастрономической культуры, безусловно, важнейшей представляется способность еды быть носителем культурных значений; ее техническая и, в большей степени, символическая составляющие, заслуживают не только описательного подхода, но и лингвокультурологической концептуализации [См.: Сохань, 2013].

Одним из объектов, который выражается при помощи символов (в составе которого глоттония³), является гастрономическая культура – один из инструментов для контроля общества⁴.

Использование лингвокультурологического подхода к исследованию гастрономической культуры позволяет обозначить образы (паттерны) изучаемой в качестве социальной практики гастрономической культуры. Однако это касается только тех образов, которые создаются при помощи утопических сюжетов. Что касается антиутопий, то здесь, несмотря на то, что «гастрономическое» фиксируется при помощи символов, оно отражает скрытое дисциплинарное влияние гастрономической культуры, смоделированное посредством художественных образов [Сохань, 2013].

Таким образом, знаковую систему гастрономической культуры можно описать при помощи лингвистических средств, анализируя символы и знаки в рамках гастрономического дискурса.

В указанном дискурсе функционируют лингвистические знаки, исполняющие следующие функции (рис. 1):

² Феномен «гастрономического» представлен в междисциплинарных исследованиях, возникших в ситуации крайней проблемности (food studies).

³ В научном обиходе термин «глуттония» (от латинского *glutire* – «поглощать, проглатывать») стал известен благодаря работам А.В. Олянич по теории презентационного дискурса. А.В. Олянич под «глуттонией» подразумевает лингвокультурную и этнокультурную специфику номинаций, связанных с приготовлением пищи [9, с. 394].

⁴ Например, это в достаточно полном виде отражено в литературе в таких произведениях, как «Государство» (Платон), «Утопия» (Т. Мор), «Новая Атлантида» (Ф. Бэкон) – утопические сюжеты, а «О новый дивный мир» (О. Хаксли), «Мы» (Е. Замятин) – антиутопические. В указанных произведениях литературы гастрономические описания являются неизменными на фоне меняющегося мира персонажей, что отражает возможности гастрономической культуры в отношении человека; являясь властным инструментом, гастрономическая культура позволяет проникать власти в сущность человека, изменяя его идентичность.

- 1) денотативная, связанная с закреплением в сознании коммуникантов образа еды, ее качества, места и способа ее приготовления, субъектов приготовления
- 2) директивная или инструктивная, описывающая структуру процесса приготовления пищи и регулирующая его качественные, количественные, разрешительные и запретительные характеристики
- 3) квалификативно-оценочная, характеризующая социальное отношение к процессу приготовления и потребления пищи, а также формирующая культурные приоритеты в самом этом процессе;
- 4) презентационная, связанная с ритуализацией и драматизацией процесса глоттонической коммуникации [1].

Рис. 1 – Функции лингвистических знаков гастрономического дискурса [Головницкая, 2007].

Денотативную функцию выполняют специальные языковые знаки: глоттонимы, локативы, инструментативы, персоналии и квалификаторы.

Под глоттонимами Н. П. Головницкая предлагает понимать знаки пищи и знаки ее компонентов [Головницкая, 2007] – наименования продуктов, разделяющихся по группам: вещество (собственно продукт), состояние (жидкое, твердое и т.д.), доминирование или дополнение в блюде и др.

К знакам-локативам и знакам-инструментативам в глоттонической системе могут быть отнесены (рис. 2):

- 1) знаки, номинирующие место происхождения продукта или способ его приготовления как прямо (например, овощи на гриле, баранина в горшочке и т.д.), так и косвенно (строганина, карри);
- 2) знаки, номинирующие как собственно место, где готовится продукт (костер, гриль, мангал и т.д.), так и инструменты, используемые в процессе приготовления и потребления (нож, ложка, лопатка и т.д.).

Рис. 2 – Основные лингвистические номинирующие знаки глоттонии [Олянич, 2004]

Персоналии обозначают субъектов, которые связаны с оборотом пищи: производством, переработкой и приготовлением и т.д. (рис. 3).

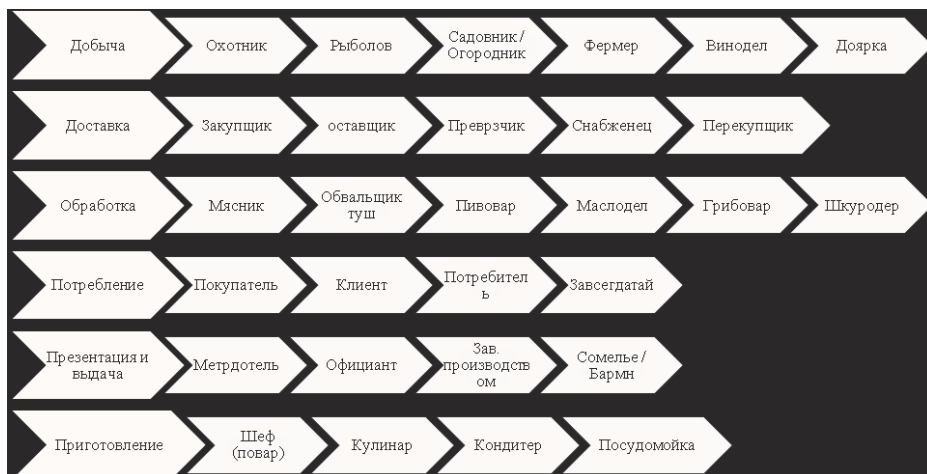


Рис. 3 – Иерархия знаков-персоналий в глуттонической коммуникации [Олянич, 2004]

Квалификаторы в качестве знаков формируют семантическое градуированное поле рецепции, которое имеет шкалы (рис. 4):

<p>1) шкала вкусовых качеств продукта</p> <p>(несъедобно–безвкусно–невкусно; съедобно–нормально; вкусно–очень вкусно–изысканный вкус–деликатес);</p>	<p>2) шкала потребительских качеств продукта</p> <p>(готово: в самый раз–до кондиции и т.д.; не готово: недоварено, недожарено, недодержано и т.д.; переварено: перестояло–передержано–переварено и т.д.)</p>
--	---

Рис. 4 – Основные шкалы распределения знаков-квалификаторов [Олянич, 2004]

Директивную или инструктивную функцию выполняют так называемые процессивы – знаки, которые описывают процесс приготовления пищи (ее подготовку к употреблению), позволяя осуществлять регуляцию этого процесса (а также определить те варианты, которые не оказывают влияния на ход процесса), и, кроме того, определять ограничения процесса.

Кваликативно-оценочную функцию выполняют знаки-идеологемы, которые по большей части связаны со сферой власти и опосредуют, в том числе, ее взаимодействие с обществом – подачу определенной идеологии в массы.

История человечества всегда напрямую была связана с гастрономической культурой и, в частности, с глуттоническим процессом. Любой режим власти стремится обладать ресурсами (что является причиной смены режима). Главный инструмент здесь – манипуляция инстинктом выживания [Олянич, 2004]. Для любого тоталитарного режима характерно использование для удержания власти завуалированного пищевого ресурса.

Так, в сталинскую эпоху «Книга о вкусной и здоровой пище» буквально навязывала «здоровый образ жизни», смысл которого позже был раскрыт в трудах В. Похлебкина [Похлебкин, 2006]. Книга убеждала население в том, что качество продуктов в СССР – самое высокое, а в стране царит пищевое изобилие, которого на самом деле не было.

В рамках тоталитарного режима власти стремятся наделить многие продукты символизмом и дезавуировать их. Так, например, в книге «Приятного аппетита» (написана журналистами ГДР и переведена на русский язык в 1972 году [Кноблех, 1972]), множество продуктов, недоступные обычному советскому человеку, были заменены.

Однако, несмотря на подобные манипуляции, в памяти населения страны советской эпохи сформировался феномен пищевой ностальгии: являясь отражением гастрономической культуры определенной эпохи, воспоминания людей, живших в советское время, позитивны⁵.

Позднее, во времена правления Ю. В. Андропова, появились талоны – продуктовые карточки, дающие право на приобретение тех или иных продуктов. Несмотря на то, что в условиях тотального дефицита стояли километровые очереди в пустые магазины, а многие товары покупались втридорога с рук, в памяти людей «осела» только та гастрономическая символика, которой пестрили советское телевидение, периодика и литература: качественные товары СССР – советское шампанское, колбаса, «настоящее» мороженое и др. Эти пищевые товары до сих пор воспринимаются как эталон⁶.

Предельно идеологизированы глуттонимы – лингвистические знаки пищи. Распределение знаков-идеологем осуществляется по следующим шкалам: бедность – богатство, доступность – недоступность. Например, рис в некоторых государствах является «знаком нищеты», осетрина – «признаком богатства». В Польше в XIX столетии рацион обычного крестьянина, который включал в себя только сельдь, заправленную маслом, – знаком бедности. Большое значение имеет происхождение пищевого продукта, а также изменение его доступности. Например, ранее признаком богатства для граждан России считались такие фрукты, как ананасы и бананы, в настоящее время эти фрукты общедоступны. Рис в настоящее время – не признак бедного стола.

Для знаков-идеологем типична диахроническая и семантическая нестабильность. Так, осетрина в дореволюционный период – доступный пищевой продукт; в период правления И. В. Сталина осетр оказался редким, дорогостоящим продуктом; в брежневскую эпоху (когда наблюдается некоторая халатность государства в отношении пищевых ресурсов) этот продукт уже перестал быть дели-

⁵ Например, голод в районах РСФСР, голодные смерти на Украине в 1932–1933 гг., а по некоторым данным – и ранее [Кондрашин, 2010]. В результате этого голода вымерло около 7 млн. человек.

⁶ Кроме того, для питания советского человека были характерны определенные наборы продуктов для ритуальной или праздничной трапезы в рамках идеологии советского государства [Сохань, 2011].

катесом (например, в Поволжье), что связано с браконьерством. Начиная с 2000 года, на законодательном уровне браконьерская деятельность была запрещена, и осетрина в очередной раз оказалась экономически сложнодоступным продуктом питания для российского гражданина.

Среди глуттонических знаков, относящихся к данному классу квалификативов и эмотивов, можно выделить знаки самоидентификации и национальной идентификации.

Социология питания ориентирована на изучение отношений, которые складываются и реализуются в ходе оборота пищи (приготовление пищи, ее обмен, распределение, а также непосредственное потребление). Сами результаты деятельности (конкретный продукт, процесс его приготовления, потребления) имеют общественный характер, так как обусловлены культурой питания в конкретных границах. Питание, его особенности, принятые в той или иной группе индивидов (семья, национальность, регион, территория, страна, континент), формирует границы, обозначающие другую культуру не только в рамках питания, но и общественных отношений. При помощи этих особенностей и границ каждая группа осуществляет свою самоидентичность (отделяет себя от других групп), и самоидентичность индивидов, входящих в эти группы. Питание – это социальное действие, где не только процессы потребления пищи (которые ориентированы, в социальном смысле, больше на других), но и сами продукты наделяются значением и смыслом (в процессе питания каждый продукт является символом, ссылающимся на другой продукт-символ). Соответственно, в процессе потребления пищи люди осуществляют символическое потребление, в рамках которого происходит обмен и симбиоз символов, которые, наряду с телесностью, формируют и духовность.

Иначе говоря, пища является подтверждением национальной идентификации и самоидентификации. К примеру, итальянцы во всем мире именуются «макаронниками» (макароны – прочно закрепившийся стереотип национального всеобщего потребления); французы – «лягушатниками» (лягушки во Франции деликатес, но весьма доступная пища для любого гражданина этого государства); англичане себя ассоциируют с пудингом, бифштексом и ростбифом⁷.

Национальная самоидентификация, как известно, напрямую сопряжена с религиозными стереотипами. Неотъемлемый элемент самоидентификации в данном случае – это воздержание людей от употребления конкретных продуктов питания, в конкретный, религиозно означенный период времени.

В некоторых странах мира пища сопряжена с приоритетами здоровья и смерти. Представление людей о системе здорового питания формируется на основе сложившихся этнических обычаев употребления еды (например, принятие в пищу овощей, при выращивании которых не были использованы никакие минеральные удобрения, а также принятие в пищу оливкового масла). Так складыва-

⁷ Р. Барт вводит в научный оборот такой термин, как «французскость» («итальянскость» и др.) пищи [Барт, 2008].

ются лингвистические ярлыки данного принципа употребления пищи, например, «lean food», и др.

Лингвистические знаки-эстетивы могут быть охарактеризованы наличием значимого семантико-семиотического элемента.

1) *Ритуальные знаки*. Это знаки периодичности употребления еды: давно сформировавшиеся и прочно закрепившиеся квалификационные номинации типа «завтрак», «ланч», «обед», «ужин». Сюда же должны быть отнесены номинации из дипломатического дискурса («прием», «коктейль») или ритуальные собрания интеллектуальной элиты и интеллигенции («среды у Волконских», «декабрьские вечера»). Несколько особняком в этом ряду располагаются такие ритуальные знаки, как: five o'clock tea (традиционное английское чаепитие, всегда происходящее в одно и то же время – 5 часов вечера) – знак, характеризующий англичан как «пунктуальных зануд», «консервативных» и «чопорных»; «тайная вечеря», религиозный ужин-обряд, эстетически опозитивированный христианами как последняя трапеза Христа с учениками перед смертью.

2) *Образные знаки*⁸. Пища, по мнению исследователей, может функционировать, во-первых, в качестве определенного общественного события (торжество, застолье, банкет, и т. д.), во-вторых, в качестве стратегии, которая носит коммерческий характер (то есть, бизнес-ланч), в-третьих, в качестве метода предсказания дальнейшей судьбы человека (например, кондитерские изделия с запиской-предсказанием), в-четвертых, в качестве дара (например, вино и сладости).

В создании культурных ценностей большое значение имеет вкус как метафора (например, знание того, какой именно алкогольный напиток должен быть использован с конкретной пищей; манера поведения в процессе принятия пищи и т. д.). Проще сформировать у людей яркое впечатление изысканными блюдами, чем шикарным интерьером своего жилища, дорогостоящим транспортным средством или брендовой обувью и одеждой.

Для культуры потребления, которая сложилась с США, типично прагматическое отношение к пище: к примеру, знаки «junk food» (что предполагает употребление еды на бегу), «fast food» (что предполагает быстрое употребление пищи) и т. д. Это не говорит о том, что образ неторопливого употребления еды в Соединенных Штатах Америки просто отсутствует: здесь есть предприятия общественного питания, в которых люди могут спокойно поесть, но эти рестораны и кафе имеют заимствованный характер. Предприятия общественного питания, расположенные в США, содержат иностранных граждан, и посещение этих ресторанов и кафе гражданами США в большей мере носит досуговый характер. В США, где действует принцип «время – деньги», употребление еды может быть охарактеризовано следующими культурными параметрами: во-первых, минимальный состав пищи, во-вторых, максимально короткие сроки приготовления блюд, и, наконец, в-третьих, мобильность едока (так называемый фастфуд прода-

⁸ Следует подчеркнуть, что анализируемые нами знаки имеют достаточно тесную связь между собой и складываются, в результате, в культурные доминанты.

ется везде, и употреблять такую еду в пищу можно на скорую руку). Утро рядового гражданина США начинается с чашки кофе, который был приготовлен еще с вечера (среднестатистический американец разогревает его в микроволновке и берет собой, чтобы в дальнейшем выпить в своем автомобиле). Сетевые закусочные «drive-in», которые действуют в США, – это типичные предприятия общепита – американец может легко подъехать к этим заведениям на автомобиле и, не покидая своего транспортного средства, получить еду.

Китайской и японской кухне присущи следующие признаки: неторопливое употребление пищи, а также ритуальность (подача пищи в этих странах в максимальной степени ритуализована). Кроме того, для китайской и для японской кухни типична коммуникативность. Наряду с пищей, в этих странах «угощают» еще и разговорами. Вместе с очередностью потребления еды, очень большое значение здесь имеет и посуда, а также соответствующие приспособления, используемые для приема пищи (то есть, палочки). Образ еды существенно преобразован (например, креветки, которые нарезаются в виде цветка хризантемы, и т.д.). Процесс употребления еды является в дальневосточных государствах эстетизированным (например, чайная церемония) [Оссовская, 1987, с. 294].

3) *Регулирующие знаки* имеют в своей основе классовые различия (начиная от набора продуктов и заканчивая местом приема пищи и кругом тем, которые могут обсуждаться за столом) [там же].

Таким образом, можно отметить специфику каждой гастрономической культуры в отношении потребления пищи. А.П. и Н.В. Седых в своем исследовании, посвященном межкультурной гастрономической коммуникации, указывают на наличие в каждой культуре кодов, которые являются посланиями в рамках диалога культур [Седых, 2017]. Такой код включает в себе содержание гастрономической культуры, выраженной сущностью семиотического воспитания (например, насыщенность информацией). Характерный код сформировался посредством сложившихся стереотипов восприятия. Отсюда сущность гастрономии – она инструмент гармонизации межнациональных отношений, воспитания толерантности, метод коммуникации в политической, культурной, социальной сферах. Восприятие, как исторически сложившийся фактор, оказывает влияние на развитие гастрономической культуры общества.

Символизм еды исторически складывался⁹.

В первобытном обществе неравенство внутри разных социальных групп определяла именно значимость пищи как ценности. Последующее расслоение общества повлекло за собой существенные различия в системе питания. В целях поддержания общности возникших социальных групп появилась необходимость в символическом подтверждении различий, которые в итоге определяют содержание пищи, ее символическое значение, а также правила ее потребления.

⁹ См. выводы в исследованиях этнолингвистического направления [Барышников, 1999; Пьянкова, 2008; Хачатурьян, 2020].

Еще дальше в наделении пищи символическими значениями пошло средневековое общество (характерный для Средневековья символизм культуры данной эпохи проявлялся в том числе и в пищевой сфере). Постепенно стала формироваться система регуляции правил употребления еды: так, овощи в данный период были пищей только крепостных. Социальная иерархия увязывается с иерархией разных природных стихий. Таким образом, крепостным полагалось употреблять в пищу корнеплоды, животных, обитающих на суше, а также птиц, обитающих на воде, а представителям высших сословий птиц, обитающих в воздухе. Вновь становится очевидной социальная функция дифференциации питания.

Статус человека в Новое время стал определяться исключительно его личными достижениями, для чего требовалось собственное символическое оформление. Тем не менее, способы репрезентации престижа, используемые ранее, в условиях краха сословной структуры, уже не могли показывать высокий уровень их результативности. Потребовалась символическая система, способная охватывать собою как можно большее количество людей. Внешне она должна была выражать богатство, но в то же время вкус человека.

Гастрономическая культура оказалась очень важным методом символической репрезентации успешности человека именно в Новое время. Обыденный пласт гастрономии в данный период выдвигается на центральную позицию. Для него типична вариативность. Норма питания в этот период стала носить вероятностно-рекомендательный характер. Гастрономия в Новое время стала рассматриваться с позиции свободной активности человека. Постепенно начинает формироваться комплексная система закрепления и реализации образцов и норм культуры. В данный период следование принятой гастрономической стратегии, как правило, преобразуется в метод формирования личной идентичности.

В структуралистском направлении социологии питания осмысление пищи как биологического фактора сменяется на знаковое. Ранее, в первобытные и подобные эпохи пища была менее атрибутивна (в современном понимании этого слова), но наделялась более значительным смыслом. Так, первобытный человек считал, что, съев мясо животного, он получает его силу. Знаковость пищи сегодня заключается не в том, что мы перенимаем свойства этой пищи, а в том, что она обозначает какие-то идеи, образы, правила, которым принято следовать в современном обществе. Так, например, становится широко распространенной «здоровая» пища – еда с отсутствием консервантов, продукты «со своего огорода», «с соседней фермы», в моду вошел подсчет килокалорий и т.д. Со временем меняются только обозначения, а сама знаковость пищи остается.

Пищевые табу, которые имели место ранее, сохраняются и сейчас. В древние века, например, было актуальным табу на поедание человеком себе подобных. По словам К. А. Богданова [Богданов, 1999], табу на каннибализм есть символ социального статуса, маркировка границы социального и антисоциального. Между тем, перед лицом тотального голода и необходимости выживания табу

перестают иметь значение, хотя чувство вины и психологическая травма остаются у вынужденных каннибалов надолго [Мельник, 1991]¹⁰.

Символизм и знаковость пищи усилились при переходе от язычества к христианству. Пища, ранее служившая предметом жертвоприношения, перестала считаться таковой, в отличие от иудаизма и ислама; пища в христианстве (по Новому завету) не имеет каких-либо ограничительных признаков (чистая/нечистая, халяль и т.д.), которые не позволяли бы употреблять тот или иной продукт. Единственное, что сохранилось, это пост с ограничениями в питании, однако и он соблюдается не во всем христианстве (например, в протестантизме традиционный православный пост был отвергнут).

На смену религиозным воззрениям на питание пришли научные. Так, появились представления о правильном и полезном питании, научные направления, изучающие тот или иной аспект питания (например, нутрициология), диеты, в которых предусмотрены различные способы снижения или набора веса, однако все они, по большому счету, сводятся к ограничениям в питании. Кроме того, питание стало цифровым – подсчет килокалорий, использование приложений в виде дневника питания, где подсчитываются не только энергетические затраты и поступления энергии из пищи, но рассчитывается баланс микронутриентов, указывается наиболее удачное сочетание продуктов и т.д. Само правильное и полезное питание стало представляться пресным и невкусным (приготовление на пару, например)¹¹.

Таким образом, если раньше бичом современности считался голод (это могло быть повсеместным явлением, в современном мире голод считается скорее исключением, и то это касается, в основном, стран третьего мира), то на сегодняшний день появилась проблема переедания. Появились различные антинаучные направления, предлагающие способы избавления от лишнего веса, не опирающиеся биологические и анатомические особенности организма, на знания о влиянии пищи на организм человека.

Итак, рацион питания древних людей очень сильно отличается от современного: структура пищи преобразована в значительной степени (питание ранее было преимущественно углеводным, в настоящее время оно является преимущественно белковым).

Ранее люди употребляли в пищу продукты, связанные с местом их проживания. В настоящее время питание носит делокализованный характер – современный человек употребляет в пищу продукты питания со всего мира. Питание современных людей в системе так называемых локальных пищевых продуктов

¹⁰ Что касается других, более безобидных табу, то, например, поедание мяса собак, кошек и т.д. При этом совершенно спокойно люди употребляют мясо домашних животных – коров, свиней, птицы и др.

¹¹ Кроме того, медицина перестала играть роль ведущей науки в обосновании правильного питания человека, а эту отрасль заменили псевдонаучные направления, не имеющие ничего общего с медициной, но предлагающие при этом различные подходы к оздоровлению организма при помощи тех или иных диет, иногда весьма бесполезных для организма.

на сегодняшний день признается как «правильный» вкус – например, яблоки из собственного огорода и т. д. Традиции этнической кухни (тайские, японские и др. заведения общественного питания) привлекательны для людей, которые испытывают недостаток финансовых ресурсов, но имеют значительный культурный капитал.

Питание современного человека крайне однообразно, невзирая на огромное количество продуктов питания со всей планеты, вне зависимости от сезона, а также на доступность техник приготовления пищи [Fernandez-Armesto, 2004]. Питание разных социальных слоев, как и раньше, является неодинаковым. Конкретный социальный слой формирует в питании собственные предпочтения, а также собственный вкус. Наряду с интеграцией социальной группы, в ходе питания происходит и ее дифференциация. Как и ранее, наряду с материальным удовлетворением биологической потребности человека, употребление пищи означает, вместе с тем, и символическое ее потребление¹².

Кроме того, важно отметить, что в эпоху глобализации, которую мы можем наблюдать в настоящее время, культура питания постепенно меняется в сторону унификации, где прием пищи происходит «на ходу» – форма «фаст фуд» [Барзеева, 2020]. В этой ситуации появляется новая культура, предполагающая гомогенизацию культур, а значит утрату национальной идентичности и самоидентичности в питании. Символы и знаки гастрономической культуры, которые ранее свидетельствовали о значимости питания дома, важности приготовления пищи в семье, сегодня говорят об обратном. Кроме того, рекламные слоганы на улице и других общественных местах, а также в сети Интернет, предлагая потребителю пищу, наделяют ее, как представляется, излишней символическостью¹³.

Большое влияние на содержание национальной самоидентичности оказывают гастрономические культуры других наций (в частности, американская культура «быстрого питания» и др.). В результате могут быть утрачены национальные особенности, касающиеся подбора продуктов, приготовления пищи, ее потребления и, самое главное, ее смысловой наполненности [Monteiro, 2013],

¹² Пища еще сильнее стала обозначать типичные социальные ситуации. Тем не менее, пища и кухня на сегодняшний день чаще транслируется на телевидении либо появляется на страницах печатных изданий. Приготовление еды в настоящее время очень часто становится хобби для человека.

¹³ Если съел «Сникерс», то, судя по рекламе, получил не питательную ценность, а возможность стать собой. Кроме этого, в рекламе этого батончика заложено еще много подтекста и информации, которую производитель хотел донести до целевой аудитории. Например, он показан как продукт, который «делает лучше», помогает сконцентрироваться и т.д. В итоге, из рекламы мы можем буквально заключить следующее: «Сникерс» – это батончик для спортивных молодых людей, ведущих активный образ жизни, помогающий «собраться», утолить голод, а также помочь утолить голод друзьям. «Сникерсни» – поддай импульсу, купи и съешь «Сникерс». Таким образом, батончик становится символом «правильного» образа жизни. Получается, что для того, чтобы вести активную позитивную социальную жизнь, не обязательно устраивать семейные обеды (а если есть желание общаться с семьей, это можно сделать в кафе или ресторане, опять же, согласно соответствующей рекламе), а достаточно иметь под рукой батончик и еще ряд продуктов, позиционируемых как атрибуты активной социальной жизни.

а это, в свою очередь, может влиять на развитие гастрономической культуры общества в целом [Шарипов, 2009].

Таким образом, гастрономическая культура представляет собой часть знаковых систем общества. Лингвокультурологический подход дает возможность описать символический аспект любого объекта, в том числе и гастрономической культуры. Существуют различные группы слов, номинирующие как ритуальное сопровождение (особые время, место и т.д.), так и образное (собственно символы, сопровождающие производство, приготовление, потребление и рефлексию о пище). Отношение к пище, в том числе в рамках межкультурной коммуникации, выражается в символизме. Этим гастрономическая культура отличается от кулинарии (и подобных элементов гастрономической культуры), которые часто обывателями принимаются за саму культуру.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Бараташвили, Э. Э.** Лингвосомиотика глоттонической коммуникации: на материале тюркоязычного гастрономического дискурса: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 – Теория языка / Э. Э. Бараташвили. – Волгоград, 2012. – 228 с.
- 2. Барзеева, А. Ю.** Макдональдизация общества через призму гастрономического дискурса: культурные тренды и потребительские практики / А. Ю. Барзеева // Евразийский Союз Ученых. – 2020. – № 6 (75). – С. 4–5.
- 3. Барт, Р.** Основы семиологии / Р. Барт // Барт Р. Нулевая степень письма. – Москва: Академ, проект, 2008. – 432 с.
- 4. Барышников, С. В.** Гастрономическая культура: семиотический аспект / С. В. Барышников, В. Ж. Тигранян, Н. Н. Мирзехалаева // Современные проблемы гуманитарных и общественных наук. – 2020. – № 2 (29). – С. 27–32.
- 5. Богданов, К. А.** Каннибализм: История одного табу / К. А. Богданов // Канун: Альманах. – Санкт-Петербург, 1999. – Вып. 5: Пограничное сознание. – С. 198–233.
- 6. Головницкая, Г. П.** Лингвокультурные характеристики немецкоязычного гастрономического дискурса: автореф. дис. ... канд. философ. наук: 10.02.04 – Германские языки. – Волгоград, 2007. – 24 с.
- 7. Кондрашин, В. В.** Голод 1932–1933 гг. в Российской Федерации (РСФСР) / В. В. Кондрашин // Журнал российских и восточноевропейских исторических исследований. – 2010. – № 1 (1). – С. 6–21.
- 8. Knobloch, X.** Приятного аппетита (Guten appetit) / Пер. Бишофс Е. А. / Х. Knobloch, Г. Линде. – Москва: Пищевая промышленность. – 1972. – 296 с.
- 9. Мельник, С. Г.** О чём молчит наука: История людоедства / С. Г. Мельник // Столица: Журнал. – 1991. – № 49 (55) (декабрь). – С. 36–39.
- 10. Олянич, А. В.** Презентационная теория дискурса: автореф. дис. ... д-ра филол. наук 10.02.19 – Теория языка / А. В. Олянич. – Волгоград, 2004. – 40 с.

11. **Оссовская, М.** Рыцарь и буржуа: исследования по истории морали / М. Оссовская. – Москва: Прогресс, 1987. – 450 с.

12. **Похлебкин, В. В.** Из истории русской кулинарной культуры / В. В. Похлебкин. – Москва: Центрполиграф, 2006. – 451 с.

13. **Пьянкова, К. В.** Лексика, обозначающая категориальные признаки пищи, в русской языковой традиции: этнолингвистический аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 – Русский язык. – Екатеринбург, 2008. – 14 с.

14. **Седых, А. П.** Гастрономическая коммуникация как диалог культур: русские и французы / А. П. Седых, Н. В. Седых // Диалоги без границ: язык, культура, карьера: сб. материалов междунар. науч.-практ. конф., Белгород, 10–11 нояб. 2016 г. / М-во образования и науки РФ, НИУ БелГУ ; под ред. А. П. Седых. – Белгород, 2017. – С. 116–123.

15. **Сохань, И. В.** Гастрономические риторики утопий и антиутопий / И. В. Сохань // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2013. – № 2 (10). – С. 23–34.

16. **Сохань, И. В.** Тоталитарный проект гастрономической культуры (на примере Сталинской эпохи 1920–1930-х годов) / И. В. Сохань. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2011. – 232 с.

17. **Хачатурьян, Е. А.** Лингвосемиотическая репрезентация гастрономического кода кубанской культуры (на примере фразеологизмов-глюттонимов в говорах Кубани) / Е. А. Хачатурьян, А. В. Олянич // Язык. Культура. Коммуникация: изучение и обучение. Материалы IV Международной научно-практической конференции. – Орёл, 2020. – С. 95–101.

18. **Шарипов, М. М.** Развитие культуры рационального питания посредством социальной рекламы / М. М. Шарипов // Экономика, социология, философия, право: пути созидания и развития: материалы междунар. науч.-практ. конф. – Саратов: СГС-ЭУ, 2009. – С. 93–95.

19. **Fernandez-Armesto, F.** Near a Thousand Tables: A History of Food. NY: Free Press, 2004. – 258 с.

20. **Monteiro, CA, Moubarac JC, Cannon G, Ng SW, Popkin B.** Ultra-processed products are becoming dominant in the global food system // *Obes Rev.* – 2013. – № 8. – С. 14–21.

REFERENCES

1. **Baratashvili, E. E.** Lingvosemiotika glyuttonicheskoy kommunikacii: na materiale tyurkoyazychnogo gastronomicheskogo diskursa: dis. ... kand. fiolol. nauk: 10.02.19 – Teoriya yazyka / E. E. Baratashvili. – Volgograd, 2012. – 228 s.

2. **Bart, R.** Osnovy semiologii / R. Bart // Bart R. Nulevaya stepen' pis'ma. – Moskva: Akadem, proekt, 2008. – 432 s.

3. **Baryshnikov, S. V.** Gastronomicheskaya kul'tura: semioticheskij aspekt /

S. V. Baryshnikov, V.Zh. Tigranyan, N. N. Mirzebalaeva // *Sovremennyye problemy gumanitarnykh i obshchestvennykh nauk.* – 2020. – № 2 (29). – S. 27–32.

4. **Barzeeva, A. Yu.** Makdonal'dizatsiya obshchestva cherez prizmu gastronomicheskogo diskursa: kul'turnye trendy i potrebitel'skie praktiki / A. Yu. Barzaeva // *Evrazijskij Soyuz Uchenykh.* – 2020. – № 6 (75). – S. 4–5.

5. **Bogdanov, K. A.** Kannibalizm: Istoriya odnogo tabu / K. A. Bogdanov // *Kanun: Al'manah.* – Sankt-Peterburg, 1999. – Vyp. 5: Pogranichnoe soznanie. – S. 198–233.

6. **Golovnickaya, G. P.** Lingvokul'turnye karakteristiki nemeckoyazychnogo gastronomicheskogo diskursa: avtoref. dis. kand. filosof. nauk: 10.02.04–Germanskije yazyki. – Volgograd, 2007. – 24 s.

7. **Hachatur'yan, E. A.** Lingvosemioticheskaya reprezentatsiya gastronomicheskogo koda kubanskoj kul'tury (na primere frazeologizmov-glyuttonimov v govorah Kubani) / E. A. Hachatur'yan, A. V. Olyanich // *Yazyk. Kul'tura. Kommunikatsiya: izuchenie i obuchenie. Materialy IV Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferentsii.* – Oryol, 2020. – S. 95–101.

8. **Knobloch, H.** Priyatnogo appetita (Guten appetit) / Per. Bishofs E. A. / H. Knobloch, G. Linde. – Moskva: Pishchevaya promyshlennost'. – 1972. – 296 s.

9. **Kondrashin, V. V.** Golod 1932–1933 gg. v Rossijskoj Federatsii (RSFSR) / V. V. Kondrashin // *Zhurnal rossijskikh i vostochnoevropejskikh istoricheskikh issledovanij.* – 2010. – № 1 (1). – S. 6–21.

10. **Mel'nik, S. G.** O chyom molchit nauka: Istoriya lyudoedstva / S. G. Mel'nik // *Stolica: Zhurnal.* – 1991. – № 49 (55) (dekabr'). – S. 36–39.

11. **Olyanich, A. V.** Prezentatsionnaya teoriya diskursa: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk / 10.02.19 – Teoriya yazyka / A. V. Olyanich. – Volgograd, 2004. – 40 s.

12. **Ossovskaya, M.** Rycar' i burzhua: issledovaniya po istorii morali / M. Ossovskaya. – Moskva: Progress, 1987. – 450 s.

13. **Pohlebkina, V. V.** Iz istorii russkoj kulinarnoj kul'tury / V. V. Pohlebkina. – Moskva: Centrpoligraf, 2006. – 451 s.

14. **P'yankova, K. V.** Leksika, oboznachayushchaya kategorial'nye priznaki pishchi, v russkoj yazykovoj traditsii: etnolingvisticheskij aspekt: avtoref. dis. ... kand. filol. nauk: 10.02.01 – Russkij yazyk. – Ekaterinburg, 2008. – 14 s.

15. **Sedyh, A. P.** Gastronomicheskaya kommunikatsiya kak dialog kul'tur: russkie i francuzy / A. P. Sedyh, N. V. Sedyh // *Dialogi bez granic: yazyk, kul'tura, kar'era: sb. materialov mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Belgorod, 10–11 noyab. 2016 g.* / M-vo obrazovaniya i nauki RF, NIU BelGU ; pod red. A. P. Sedyh. – Belgorod, 2017. – S. 116–123.

16. **Sharipov, M. M.** Razvitiye kul'tury racional'nogo pitaniya posredstvom social'noj reklamy / M. M. Sharipov // *Ekonomika, sociologiya, filosofiya, pravo: puti*

sozidaniya i razvitiya: materialy mezhdunar. nauch-praktich. konf. – Saratov: SGS-EU, 2009. – S. 93–95.

17. **Sohan', I. V.** Gastronomicheskie ritoriki utopij i antiutopij/ I. V. Sohan'// Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie. – 2013. – № 2 (10). – S. 23–34.

18. **Sohan', I. V.** Totalitarnyj proekt gastronomicheskoy kul'tury (na primere Stalinskoj epohi 1920–1930-h godov)/ I. V. Sohan'. – Tomsk: Izd-vo Tom. un-ta, 2011. – 232 s.

19. **Fernandez-Armesto, F.** Near a Thousand Tables: A History of Food. NY: Free Press, 2004. – 258 c.

20. **Monteiro, CA, Moubarac JC, Cannon G, Ng SW, Popkin B.** Ultra-processed products are becoming dominant in the global food syste// *Obes Rev.* – 2013. – № 8. – C. 14–21.